

Kent Academic Repository

Full text document (pdf)

Citation for published version

Koutrou, Niki and Papadimitriou, Dimitra and Theodorakis, Nikolas (2006) Organizational Effectiveness of the Hellenic Badminton Federation. 7th National Conference on Sports and Recreation Management & Sports Tourism, Thessaloniki, Greece. In: 7th National Conference on Sports and Recreation Management & Sports Tourism, 24-26 November 2006, Thessaloniki, Greece.

DOI

Link to record in KAR

<http://kar.kent.ac.uk/59534/>

Document Version

Publisher pdf

Copyright & reuse

Content in the Kent Academic Repository is made available for research purposes. Unless otherwise stated all content is protected by copyright and in the absence of an open licence (eg Creative Commons), permissions for further reuse of content should be sought from the publisher, author or other copyright holder.

Versions of research

The version in the Kent Academic Repository may differ from the final published version.

Users are advised to check <http://kar.kent.ac.uk> for the status of the paper. **Users should always cite the published version of record.**

Enquiries

For any further enquiries regarding the licence status of this document, please contact:

researchsupport@kent.ac.uk

If you believe this document infringes copyright then please contact the KAR admin team with the take-down information provided at <http://kar.kent.ac.uk/contact.html>

70 ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
ΕΛΛΕΔΑ
Ελληνική Εταιρία Διοίκησης Αθλητισμού
24-26 Νοεμβρίου '06
Πολιτιστικό Κέντρο Ευόσμου
«Εκπαίδευση Διοικητικών Στελεχών
του Ελληνικού Αθλητισμού»
Νόμος 3479 / 2006
Άρθρο 4, παράγραφος Ι
Με την συνεργασία της Ένωσης
Γυμναστών Βορείου Ελλάδος (ΕΓΒΕ)
**ΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΥΟΣΜΟΥ**

Επιμέλεια πρακτικών: Αβουρδιάδου Σεβαστία
Αλεξανδρής Κωνσταντίνος
Γκανάτσιος Γεώργιος
Καρατζέτζου Ζωή
Κοτσιαμπαΐδου Νούλα
Ηλεκτρονική έκδοση: Γαργαλιάνος Δημήτρης

Στη μνήμη
του εκλεκτού μέλους της ΕλλΕΔΑ
Θάνου Λαδά

Πρόλογος

Οι διοικήσεις όλων των αθλητικών οργανισμών (ερασιτεχνικών / επαγγελματικών / Τοπικής Αυτοδιοίκησης), απαιτούν όλο και μεγαλύτερα κονδύλια από τις εκάστοτε κυβερνήσεις για τη λειτουργία τους. Όμως, στην πράξη έχει φανεί ότι η αύξηση στις πιστώσεις δεν οδηγεί απαραίτητα και στη βελτίωση της αποτελεσματικότητάς τους. Διοικήσεις που λειτουργούν με ανθρώπινο δυναμικό περιορισμένων δυνατοτήτων, θα παράγουν πάντα ένα φτωχό έργο. Το αθλητικό περιβάλλον είναι δυναμικό, πολύπλοκο, με συχνές αλλαγές και νέα δεδομένα, και, ως εκ τούτου, η αναγκαιότητα για εκπαιδευμένα διοικητικά στελέχη γίνεται ολοένα και περισσότερο επιτακτική σε όλο το φάσμα του Ελληνικού αθλητισμού.

Το πολύ σημαντικό και πάντα επίκαιρο ζήτημα της αναγκαιότητας εκπαίδευσης των διοικητικών στελεχών, αλλά και των αθλητών του Ελληνικού αθλητισμού, επιλέχτηκε ως κύρια θεματική του συνεδρίου μετά από την ψήφιση από τη Βουλή νόμου σχετικού με την οργάνωση των Ενώσεων Επαγγελματικών Αθλημάτων, ο οποίος ορίζει ότι στις αρμοδιότητες των Ενώσεων Επαγγελματικού Ποδοσφαίρου (προφανώς περιλαμβάνει και τις Ενώσεις Επαγγελματικού Μπάσκετ και Βόλεϊ) εντάσσεται και η οργάνωση και διεξαγωγή τακτικών σεμιναρίων επιμόρφωσης των διοικητικών και τεχνικών στελεχών, η ίδρυση κέντρων επαγγελματικής κατάρτισης, καθώς και η συνεργασία με τέτοια κέντρα, για την επαγγελματική κατάρτιση των αθλητών αρμοδιότητάς τους.

Βασικός στόχος του 7^{ου} Συνεδρίου της Εταιρείας (Εύοσμος, 24 - 26 Νοεμβρίου 2006) είναι να εξετάσει την υπάρχουσα κατάσταση στο θέμα της εκπαίδευσης των διοικητικών στελεχών, αλλά και των αθλητών της χώρας, καθώς και τις προοπτικές που υπάρχουν στο θέμα αυτό. Επιμέρους στόχοι είναι η παρουσίαση πρόσφατων επιστημονικών ευρημάτων για την οργάνωση και διοίκηση του αθλητισμού, η σύνδεση των ευρημάτων αυτών με το χώρο των αθλητικών οργανισμών και η διαμόρφωση ενός νέου πλαισίου για το επάγγελμα του διοικητικού στελέχους στον αθλητισμό του 21^{ου} αιώνα.

Αγαπητοί φίλοι και φίλες,

Σε οτιδήποτε καινούργιο υπάρχουν πάντα αντιδράσεις, γιατί νομοτελειακά οι νέες αντιλήψεις συγκρούονται με τις παλιές. Όμως, όποιος δεν έχει το κουράγιο να φύγει μακριά από την στεριά δεν μπορεί να ανακαλύψει καινούριους ωκεανούς και οι δικοί μας ωκεανοί είναι ένα καλύτερο αύριο στη διοίκηση του Ελληνικού αθλητισμού. Αν υιοθετήσουμε το σκεπτικό ότι κάθε εμπόδιο αποτελεί το σπόρο μιας ευκαιρίας και δούμε τα εμπόδια που ορθώνονται μπροστά μας, οι ευκαιρίες είναι πολλές για όλους μας. Ας τις αδράξουμε για μία νέα πραγματικότητα στη διοίκηση του αθλητισμού της χώρας.

Γεώργιος Γκανάτσιος
Διευθυντής ΔΑΚ Ευόσμου
Συντονιστής 7^{ου} Συνεδρίου

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Προφορικές Ανακοινώσεις	
<u>Ενότητα 1: Επαγγελματικός - Ερασιτεχνικός αθλητισμός</u>	
Διερεύνηση στάσεων κοινού ως προς την παραχώρηση σε ιδιωτικούς φορείς ονομαστικών δικαιωμάτων για αθλητικές εγκαταστάσεις δημόσιας ιδιοκτησίας Ανέστος, Κ.	6
Η επαγγελματική ικανοποίηση των εργαζόμενων στην Ολυμπιακή Εγκατάσταση Κωφλασίας Αργυράκης, Π., Κουστέλιος, Α. & Τσιγγίλης, Ν.	11
Οικονομική προσέγγιση της βαθμολογικής κατάταξης στο Ελληνικό ποδόσφαιρο: σχέση θέσης και εξόδων Αυγερινού, Β., Γιακουμάτος, Σ., Κωνσταντίνκος, Π. & Μουντάκης, Κ.	14
Έξοδα και πηγές εσόδων των Ελληνικών ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων: η περίπτωση του Νομού Άρτας Γκίζας, Π., Παπαδόπουλος, Δ. & Σιδερίδης, Α.	18
Αξιολόγηση της εφαρμογής τεχνικών μάρκετινγκ με σκοπό τη βελτίωση της επικοινωνίας του Ολυμπιακού αθλήματος της υδατοσφαίρισης στην Ελλάδα Αυθίνος, Ι., Νάσσης, Π. & Θεοδωράκης, Ν.	21
Ανάπτυξη προγράμματος μάρκετινγκ σχέσεων πελατών (ΜΣΠ) σε επαγγελματικό αθλητικό σωματείο Τάχης, Σ., Τόλκα, Β. & Τζέτζης, Γ.	25
Η σχέση της ταύτισης με τις στάσεις και τις συμπεριφορές φιλάθλων στον επαγγελματικό αθλητισμό Καζαντζίδης, Π., Κυριακόπουλος, Π., Θεοδωράκης, Ν. & Βλαχόπουλος, Σ.	28
Η ταύτιση με ένα μη κερδοσκοπικό αθλητικό οργανισμό ΑΜΕΑ και η σχέση της με την πρόθεση αγοράς προϊόντων του χορηγού του Κούγκας, Χ., Παπαδόπουλος, Δ., Δημητριάδης, Ε. & Σχοινάκης, Σ.	32
Οργανωτική αποτελεσματικότητα της Ελληνικής Ομοσπονδίας Αντιπτερίσης Κούτρου, Ν., Θεοδωράκης, Ν. & Παπαδημητρίου, Δ.	35
Εκπαίδευση στελεχών της Ελληνικής δημόσιας διοίκησης Κριεμάδης, Θ., Λειβάδης, Σ. & Βρόντου, Ο.	38
Πεδία εκπαίδευσης στελεχών στη βιομηχανία του αθλητικού τουρισμού Βρόντου, Ο., Κριεμάδης, Θ. & Λειβάδης, Σ.	40
Εκτίμηση του προφίλ των συμμετεχόντων στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας Καϊμακάμης, Δ. & Αλεξανδρής, Κ.	43
Διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών μεταξύ χιονοδρόμων και αθλητών χιονοσανίδας σύμφωνα με την κλίμακα των Brady & Cronin Μελιγδής, Α., Κουθούρης, Χ. & Αλεξανδρής, Κ.	47
Εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας σε μία εκδήλωση επίδειξης χιονοσανίδας Μπακαλούμη, Σ., Αλεξανδρής, Κ. & Κουθούρης, Χ.	51
Ποιότητα υπηρεσιών χιονοδρομικών κέντρων Μπάρλας, Α. & Κουστέλιος, Α.	54
Αθλητικές διαφορές - Αθλητική δικαιοσύνη – Ντόπινγκ Ροδινός, Γ. & Μαυρομάτης, Α.	57
Διαχείριση έργου σε μέγα αθλητικά γεγονότα: η περίπτωση των Ολυμπιακών Αγώνων «Αθήνα 2004» Σταυρόπουλος, Σ. & Αυθίνος, Ι.	60

Αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα και επαγγελματική ικανοποίηση εκπαιδευτικών Ολυμπιακής Παιδείας Τσιγγίλης, Ν., Κουστέλιος, Α. & Γραμματικόπουλος, Β.	64
<u>Ενότητα 2: Αναψυχή</u>	
Κίνητρα συμμετοχής Ελλήνων φοιτητών σε αθλητικές δραστηριότητες Γδοντέλη, Κ., Αυγερινού, Β. & Μουντάκης, Κ.	67
«Οικογένεια», «γειτονιά», «ενεργή συμμετοχή» και «εθελοντισμός» ως παράμετροι στο σχεδιασμό δημοτικών αθλητικών προγραμμάτων Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν.Α.	71
Θέσπιση παραγόντων για τη μέτρηση της απόδοσης σε Δημοτικά Αθλητικά Κέντρα: περιπτώσιολογική μελέτη του Δ.Α.Κ. Ευόσμου Καρατζέτζου, Ζ., Taylor, P., Αλεξανδρής, Κ. & Γκανάτσιος, Γ.	75
Παράγοντες που αναστέλλουν τη συμμετοχή εκπαιδευτικών σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής Κοντογιάννη, Ε., Κουθούρης, Χ. & Αλεξανδρής, Κ.	77
Παράγοντες των λόγων συμμετοχής σε αγώνες προσανατολισμού Κουκουρής, Κ. & Καμενίδου, Ε.	81
Τεχνικές διατήρησης των ασκούμενων των Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών Υφαντίδου, Γ., Κώστα, Γ. & Μιχαλοπούλου, Μ.	84
Αναρτημένες Ανακοινώσεις	
Επαγγελματική ικανοποίηση καθηγητών φυσικής αγωγής Πιντζοπούλου, Ε., Τσιγγίλης, Ν., Ζουρνατζή, Ε. & Κουστέλιος, Α.	88
Αξιολόγηση προγραμμάτων «Άθλησης για Όλους» στο Δήμο Αμπελοκήπων Θεσσαλονίκης Ρουσσέτη, Μ., Γραμματικόπουλος, Β. & Κουστέλιος, Α.	92

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΣΤΑΣΕΩΝ ΚΟΙΝΟΥ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΠΑΡΑΧΩΡΗΣΗ
ΣΕ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ
ΓΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ**

Ανέστος, Κ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

Εισαγωγή

Η μεγιστοποίηση των εσόδων από τις αθλητικές εγκαταστάσεις έχει προσδιοριστεί ως ιδιαίτερα κατάλληλο μέσο για την κάλυψη των αναγκών τους (McCarthy & Irwin, 1997) και, συνεπώς, είναι απαραίτητο να αναζητούνται διαρκώς νέες πηγές εισοδήματος (Mullin, Hardy & Sutton, 2000). Αξιολόγηση των αθλητικών εγκαταστάσεων των ΗΠΑ (Parks, Zanger & Quarterman, 1998), αναφέρει πως η λειτουργική αποδοτικότητα και η οικονομική επίδοση των εγκαταστάσεων που διοικούνται από τους δήμους συχνά δεν είναι θετικές, γεγονός που έχει οδηγήσει στο να μειωθούν, ή να εξαφανιστούν κάποια αθλητικά γεγονότα και υπηρεσίες. Αντίστοιχη εικόνα εμφανίζεται και σε μεγάλο αριθμό δημόσιων αθλητικών εγκαταστάσεων στην Ελλάδα (Ανέστος & Θαμνόπουλος, 2003).

Τα τελευταία χρόνια, οι αθλητικές εγκαταστάσεις έχουν προσδιορίσει ως πιθανή πηγή μακροπρόθεσμου εισοδήματος την πώληση του δικαιώματός τους στο όνομά τους (Maisashvili & Smith, 2006; Schwartz, 2002). Ως «δικαίωμα στο όνομα» αναφέρεται το δικαίωμα να δώσει κανείς όνομα σε κάποια μορφής περιουσιακό στοιχείο ενός τρίτου είτε αυτό είναι κάτι χειροπιαστό, είτε είναι κάποια διοργάνωση, συνήθως με κάποιο οικονομικό αντάλλαγμα (Wikimedia Foundation, 2006). Η παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων για αθλητικές εγκαταστάσεις δεν αποτελεί νέο φαινόμενο, αφού εφαρμόζεται στις ΗΠΑ εδώ και αρκετές δεκαετίες (League of Fans, 2003; Schwartz, 2002; St. Liouios, 2004; Wikimedia Foundation, 2006). Τα τελευταία χρόνια έχει επεκταθεί ως πρακτική και στην Ευρώπη, κατά κύριο λόγο στις εγκαταστάσεις μεγάλων ποδοσφαιρικών σωματείων (Maisashvili & Smith, 2006), ενώ στην Ελλάδα, δεν έχει βρει ακόμα εφαρμογή.

Παρά την αναμφισβήτητη χρησιμότητά της για την εξοικονόμηση πόρων και την εξασφάλιση της βιωσιμότητας των αθλητικών εγκαταστάσεων (Commercial Alert, 2000; ESPN, 2002; League of Fans, 2003; Media Ventures, 2002), η παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων συχνά εγείρει σοβαρούς προβληματισμούς ως προς τον τρόπο υλοποίησης των συμφωνιών, τις πιθανές παράπλευρες επιπτώσεις των σχέσεων και εξαρτήσεων που δημιουργούνται, καθώς και την τήρηση αρχών δεοντολογίας (Talcott, 2005). Τέτοιοι προβληματισμοί ενδέχεται να αφορούν: α) στην ταυτότητα της αναδόχου εταιρίας (St. Liouios, 2004) (π.χ., αν αρμόζει στο χαρακτήρα των αθλητικών εγκαταστάσεων να παραχωρούν το όνομά τους σε εταιρίες αλκοόλ, τσιγάρων, κλπ.), β) στη συμβατότητα με την αποστολή του φορέα-ιδιοκτήτη (π.χ., εκπαιδευτικά ιδρύματα), γ) στον «ιστορικό» χαρακτήρα των εγκαταστάσεων (Schwartz, 2002) και δ) στο επίπεδο αποδοχής από την πλευρά του ευρύτερου κοινού της περιοχής της αθλητικής εγκατάστασης (Fish, 2000; Wikimedia, 2006). Η αντίδραση του κοινού στην πρακτική της παραχώρησης ονομαστικών δικαιωμάτων από αθλητικές εγκαταστάσεις είναι ανάμικτη. Στις ΗΠΑ, ονομαστικά δικαιώματα που πουλήθηκαν για νέες αθλητικές εγκαταστάσεις έγιναν σε μεγάλο βαθμό αποδεκτά, ειδικότερα εφόσον ο αγοραστής είχε ισχυρές διασυνδέσεις στην περιοχή της εγκατάστασης, ενώ η πώληση για υπάρχουσες εγκαταστάσεις είτε στις ΗΠΑ, είτε στην Ευρώπη έχει αποδειχτεί λιγότερο επιτυχημένη (Maisashvili & Smith, 2006).

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) να εξετάσει ποιες είναι οι στάσεις του κοινού στην Ελλάδα απέναντι στην πιθανή χρήση εμπορικών επωνυμιών σε αθλητικές εγκαταστάσεις δημόσιας ιδιοκτησίας και β) να διερευνήσει τρόπους προσέγγισης του κοινού για το ζήτημα αυτό και βελτίωσης του επιπέδου αποδοχής.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 107 άτομα ηλικίας άνω των 18 ετών από 4 διαφορετικές περιοχές της Ελλάδας (Αττική: 55.2%, Βόρεια Ελλάδα (Κατερίνη, Θεσσαλονίκη): 22.4%, 3) Κρήτη (Ηράκλειο, Αρχάνες): 22.4%). Στην πλειονότητά τους οι συμμετέχοντες ήταν άντρες (64.5%), ενώ η πολυπληθέστερη ηλικιακή ομάδα ήταν 25-35 ετών (35.8%).

Όργανο μέτρησης: Για τις ανάγκες της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που περιλάμβανε 14 ερωτήσεις κλειστού και 2 ανοιχτού τύπου, ενώ υπήρχαν και 5 ερωτήσεις σχετικά με κοινωνικά / δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

Η διαμόρφωση των ερωτήσεων κάλυψε: α) τα ζητούμενα διερεύνησης των διαφοροποιήσεων στάσης σε σχέση με ορισμένες παραλλαγές συμφωνιών παραχώρησης, τους βασικούς τύπους των εγκαταστάσεων και τα επιθυμητά χαρακτηριστικά των εταιριών-χορηγών και β) τους τρόπους βελτίωσης του επιπέδου αποδοχής. Για το (α) αξιοποιήθηκαν συμπεράσματα καταγραφής της διεθνούς πρακτικής, ενώ για το (β) υιοθετήθηκε η προσέγγιση των Kyle et al (1999), για τη χρήση μηνυμάτων επηρεασμού. Συγκεκριμένα, έγινε επαναδιατύπωση του κεντρικού ερωτήματος της έρευνας με 5 διαφορετικούς τρόπους, μέσω των οποίων παρασχέθηκαν μηνύματα σχετικά με τα αποτελέσματα της πιθανής απόφασης των ερωτηθέντων να συμφωνήσουν με την παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων για αθλητικές εγκαταστάσεις.

Το σχέδιο του ερωτηματολογίου πέρασε από τη διαδικασία του προ-ελέγχου: ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν τόσο από χρήστες εγκαταστάσεων, όσο και από διοικητικά στελέχη του αθλητισμού, ούτως ώστε να εντοπιστούν πιθανές παραλείψεις, ή μη κατανοητά στοιχεία. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα παρέδωσαν στο σύνολό τους ερωτηματολόγια ορθά συμπληρωμένα.

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο SPSS και για την αποτίμηση των επιμέρους παραμέτρων έγινε παραγωγή περιγραφικών στατιστικών δεικτών.

Αποτελέσματα

Γενικές τοποθετήσεις

Διαπιστώθηκε ότι η γνώμη του κοινού ως προς την παραχώρηση σε εταιρίες ονομαστικών δικαιωμάτων για εγκαταστάσεις δημόσιας ιδιοκτησίας ήταν αρκετά θετική. Το 63.6% δήλωσε ότι συμφωνεί, το 5.6% ότι τους είναι αδιάφορο, ενώ το 30.8% τοποθετήθηκε αρνητικά. Η στάση απέναντι στην προοπτική ονοματοδοσίας σε τμήμα εγκατάστασης ήταν θετικότερη: 71% των ερωτηθέντων συμφώνησε και μόνο το 23.4% διαφώνησε. Σχεδόν πανομοιότυπα ήταν τα αποτελέσματα αναφορικά με την αποδοχή της χρήσης του ονόματος μίας εταιρίας από κοινού με τη δημόσια ονομασία της εκάστοτε εγκατάστασης. Ως προς τις εταιρίες, μη συμβατές με το χαρακτήρα των εγκαταστάσεων θεωρήθηκαν εταιρίες από τις κατηγορίες: τσιγάρων / καπνού, αλκοόλ, fast food, café, bars, νυχτερινών κέντρων και ανθυγιεινών προϊόντων. Ακόμα, το 48.9% των ερωτηθέντων εξέφρασε την άποψη ότι η εκάστοτε εταιρία που συνάπτει μια συμφωνία παραχώρησης ονομαστικών δικαιωμάτων είναι προτιμότερο να έχει άμεση σχέση με την περιοχή όπου βρίσκεται η αθλητική εγκατάσταση, ενώ, τέλος, το 47.4% δήλωσε ότι θα προτιμούσε η εταιρία να είναι ελληνική.

Προϋποθέσεις αλλαγής γνώμης

Από όσους απάντησαν ότι είναι αρνητικά διακείμενοι ως προς την παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων, περισσότεροι από τους μισούς (56.4%) δήλωσαν ότι θα συμφωνούσαν εάν γνώριζαν ότι «αν αυτό δεν συμβεί, η εγκατάσταση πιθανώς θα αναγκαστεί να διακόψει τη λειτουργία της», ενώ το 38.5% δήλωσε πως δεν θα άλλαζε γνώμη. Στην ερώτηση που υποβλήθηκε σχετικά με το αν θα άλλαζαν γνώμη εάν γνώριζαν ότι «αν αυτό δεν συμβεί, θα είναι επιβεβλημένη η αύξηση στα δημοτικά τέλη για τη συνέχιση της λειτουργίας της εγκατάστασης», οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες: (ναι =

48.7%, όχι = 46.2%). Το 52.6% δήλωσε ότι θα συμφωνούσε εάν γνώριζε ότι «αν αυτό συμβεί, η εγκατάσταση θα έχει τη δυνατότητα να παρέχει καλύτερες υπηρεσίες». Στην ερώτηση για το αν θα άλλαζαν γνώμη εάν γνώριζαν ότι «αν αυτό συμβεί, η εγκατάσταση δεν θα αναγκαστεί να διακόψει τη λειτουργία, ή να μειώσει τις υπηρεσίες της», το 70.3% δήλωσε πως θα άλλαζε γνώμη. Το 60.5% δήλωσε ότι θα άλλαζε γνώμη εάν γνώριζε ότι «αν αυτό συμβεί, μέρος των εσόδων θα διατεθούν για την ανάπτυξη / βελτίωση άλλων προγραμμάτων άθλησης».

Σχέση τοποθέτησης με προσωπικά / δημογραφικά χαρακτηριστικά

Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία από τους ερωτηθέντες ήταν θετικότεροι απέναντι στο ζήτημα. Στην ηλικιακή κατηγορία 18-25 ετών απάντησε θετικά το 53.1% και στην κατηγορία 25-35 ετών συμφώνησε το 57.9%. Στην κατηγορία 35-45 ετών οι θετικές απαντήσεις έφτασαν το 76%, ενώ στην κατηγορία 45-55 το ποσοστό ανήλθε σε 77.8%. Επίσης, οι άντρες εμφανίζονται πολύ θετικότεροι σε σχέση με τις γυναίκες. Το 69.6% των αντρών απάντησε ότι συμφωνεί και το 26.1% ότι διαφωνεί (γυναίκες: 52.6% και 39.4% αντίστοιχα). Αναφορικά με τον τόπο διαμονής, όσοι διέμεναν σε περιοχές εκτός Αττικής εμφανίστηκαν πιο θετικοί (70.8% και 57.6% αντίστοιχα). Επίσης, οι κάτοικοι των μικρότερων αστικών κέντρων (Κατερίνη, Ηράκλειο) ήταν πιο θετικοί σε σχέση με αυτούς των 2 μεγαλύτερων αστικών κέντρων (Αθήνα = 71.1% - Θεσσαλονίκη = 58.1%).

Το ενδιαφέρον των ερωτώμενων για τον αθλητισμό φάνηκε πως επηρέασε τη θετική στάση. Το υψηλότερο ποσοστό θετικών απόψεων (74.1%) εμφάνισαν αυτοί που έκαναν τη μεγαλύτερη χρήση των δημόσιων αθλητικών εγκαταστάσεων (3 ή περισσότερες φορές ανά εβδομάδα). Όσοι αθλούσαν 1-2 φορές το μήνα συμφώνησαν σε ποσοστό 69.3%, ενώ αυτοί που αθλούσαν 1-2 φορές ανά εβδομάδα συμφώνησαν σε ποσοστό 54.2%. Η ομάδα των ατόμων που δήλωσαν ότι έχουν υψηλό ενδιαφέρον για τον αθλητισμό συμφώνησαν σε ποσοστό 65.1%. Αντίθετα, το χαμηλότερο ποσοστό θετικής γνώμης (60.5%) εμφάνισαν όσοι δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν σπάνια τις δημόσιες αθλητικές εγκαταστάσεις. Τέλος, τα ποσοστά όσων πίστευαν ότι μια εταιρία θα πρέπει να έχει σχέση με την περιοχή όπου βρίσκεται η εκάστοτε αθλητική εγκατάσταση κυμαίνονταν γύρω στο 50% (κάτοικοι Αττικής: 48%, Κατερίνης: 55.6%, Ηρακλείου: 46.1%).

Συζήτηση – Συμπεράσματα

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προέκυψαν σαφείς ενδείξεις για το ότι στην Ελλάδα η παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων για αθλητικές εγκαταστάσεις δημόσιας ιδιοκτησίας σε ιδιωτικούς φορείς θα μπορούσε να γίνει δεκτή χωρίς ιδιαίτερες αντιρρήσεις από το ευρύ κοινό στην πλειονότητά του, αφού περίπου 2 στους 3 από τους συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι θα συμφωνούσαν με μία τέτοια προοπτική. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το επίπεδο αποδοχής ήταν ακόμη υψηλότερο για την περίπτωση της ονοματοδοσίας σε τμήμα μίας αθλητικής εγκατάστασης, ή για την από κοινού χρήση της δημόσιας και της ιδιωτικής ονομασίας της εκάστοτε δημόσιας αθλητικής εγκατάστασης.

Περαιτέρω στοιχεία για την κατανόηση του ζητήματος έδωσε η συσχέτιση της στάσης των ερωτηθέντων με παραμέτρους που διαμορφώνουν το προσωπικό τους προφίλ. Η αποδοχή ήταν μεγαλύτερη στα άτομα που δήλωσαν εντονότερο προσωπικό ενδιαφέρον για τον αθλητισμό. Όμοια, πιο θετικοί εμφανίστηκαν όσοι χρησιμοποιούν τις δημόσιες αθλητικές εγκαταστάσεις πολύ συχνά, σε αντίθεση με αυτούς που δήλωσαν ότι τις χρησιμοποιούν σπάνια, ή ποτέ. Είναι προφανές ότι για όσους ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό και αθλούνται συστηματικά έχει σαφώς μεγαλύτερη σημασία η διατήρηση της λειτουργίας, ή/και του επιπέδου υπηρεσιών των αθλητικών εγκαταστάσεων, η οποία συνδέεται άμεσα με την εξασφάλιση των απαιτούμενων οικονομικών πόρων.

Οι γυναίκες εμφανίστηκαν αρκετά πιο αρνητικές από τους άντρες ως προς το ζήτημα. Το στοιχείο αυτό είναι ερμηνεύσιμο σε συνδυασμό με την ανάλυση του γενικού προφίλ τους. Οι γυναίκες σε σύγκριση με τους άντρες εμφάνισαν χαμηλότερα επίπεδα ενδιαφέροντος για τον αθλητισμό, καθώς και συχνότητας χρήσης των εγκαταστάσεων. Ήταν, λοιπόν, αναμενόμενο να επηρεάζονται λιγότερο αναφορικά με την ανάγκη εξασφάλισης πόρων. Ανάλογη ήταν η εικόνα και ως προς την κατανομή

των απόψεων σε σχέση με τον τόπο διαμονής. Όσοι κατοικούσαν σε περιοχές εκτός Αττικής δήλωσαν αρκετά πιο θετικοί ως προς το ζήτημα σε σύγκριση με τους κατοίκους του λεκανοπεδίου, αλλά και σε αυτή την περίπτωση οι τελευταίοι εμφάνισαν χαμηλότερα επίπεδα ενδιαφέροντος για τον αθλητισμό και μικρότερη συχνότητα χρήσης των εγκαταστάσεων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά το ποιες κατηγορίες εταιριών θα θεωρούνταν κατάλληλες (αθλητικά είδη, κινητή τηλεφωνία, αυτοκίνητα, τράπεζες) και ποιες όχι (εταιρίες τσιγάρων, αλκοόλ, fast food, café, bars, νυχτερινά κέντρα) για την παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων είναι περίπου ταυτόσημες με ό,τι συμβαίνει σε διεθνές επίπεδο. Παρόμοιες με τις παραπάνω είναι άλλωστε και οι εταιρίες που επιλέγονται, ή αποφεύγονται σε αντίστοιχες καταστάσεις στις ΗΠΑ (Schwartz, 2002; St. Liouis, 2004). Αντίθετα με ό,τι συμβαίνει σε άλλες χώρες, βρέθηκε ότι η σχέση των εταιριών με την περιοχή των εγκαταστάσεων δεν αποτελεί ευνοϊκό παράγοντα για συνεργασία αυτής της μορφής (Maisashvili & Smith, 2006). Το γεγονός αυτό για τους κατοίκους της Αττικής - από όπου δόθηκαν και οι περισσότερες απαντήσεις - ήταν αναμενόμενο, αφού αφενός δεν είναι εφικτό να γίνει αυστηρός διαχωρισμός διακριτών περιοχών και αφετέρου δεν δείχνει να είναι εφικτή η «ταύτιση» μίας εταιρίας με την περιοχή όπου εδρεύει. Η ελληνικότητα της εκάστοτε εταιρίας-χορηγού θεωρήθηκε απαραίτητη από περίπου 1 στους 2 ερωτώμενους. Το γεγονός ότι μεγάλο ποσοστό δήλωσε ότι του είναι αδιάφορο μπορεί να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι το ευρύ κοινό είναι απόλυτα εξοικειωμένο με ξένες εταιρίες, που προβάλλονται με πολύ συχνά και έντονα.

Τέλος, λαμβάνοντας ως δεδομένο την ύπαρξη κάποιων από τους ερωτηθέντες που θα ήταν αρνητικά διακείμενοι στην παραχώρηση ονομαστικών δικαιωμάτων, έγινε μια αρχική διερεύνηση για το αν θα ήταν δυνατόν να επιτευχθεί μεταστροφή της γνώμης τους μέσω μηνυμάτων επηρεασμού. Η αντίδραση των ερωτηθέντων προς τα μηνύματα έδειξε πως, όντως, πολλοί θα επηρεάζονταν σε βαθμό που να αποφασίσουν να αλλάξουν γνώμη. Το μήνυμα που δήλωνε διατήρηση φάνηκε να ασκεί επίδραση στους 7 από τους 10 ερωτηθέντες. Αρκετά υψηλή ανταπόκριση (περίπου 60%) υπήρξε και προς το μήνυμα της προσφοράς. Συνολικά, φάνηκε πως για μία πρακτική που δεν έχει ακόμα εφαρμοστεί και ενδεχομένως δημιουργεί σε ορισμένους αρνητική στάση είναι εφικτό τέτοιου είδους μηνύματα επηρεασμού να αξιοποιηθούν προκειμένου να εξασφαλιστεί ένα υψηλότερο γενικό επίπεδο αποδοχής. Η παραπάνω επισήμανση σχετικά με τη χρησιμότητα των μηνυμάτων επηρεασμού της γνώμης συμφωνεί με ευρήματα ερευνών (Kyle, Kerstetter & Guadagnolo, 1999; McCarville, 1991), οι οποίες αξιοποίησαν αντίστοιχα μηνύματα για παρεμφερείς σκοπούς στο χώρο του αθλητισμού.

Βιβλιογραφία

- Baker, M.J. (1999). *The marketing book*. Bulterworth-Heineinam.
- Commercial Alert (2000). *Naming rights agreements and sports arenas*, in: <http://www.commercialalert.org/arenas/namingrights.html>.
- Crowley, M.G. (1991). Prioritising the sponsorship audience. *European Journal of Marketing*, 25(11): 11-21.
- ESPN (2002). *Stadium naming rights*, (updated 19.09.2002), in: <http://www.espn.go.com/sportsbusiness/s/stadiumnames.html>.
- Fish, L. (2000). Stadium approved: the fight in Denver is what to name it. *The Philadelphia Inquirer*, Sunday, May 28.
- Fischl, J. (1997). Sports venues: private parts. *Financial World*, New York, 166(6): 17 June.
- Friedman, A. (1997). *Naming rights deals*. Chicago: Team Marketing Report.
- Irwin, R.L. & Sutton, W.A. (1995). *Creating the ideal sport sponsorship arrangement: an exploratory analysis of relationships existing between sport sponsorship inventory criteria and sponsorship objectives*, Proceedings of the 7th Bi-Annual World Marketing Congress, 5: 113-127, Melbourne, Australia.
- Kaydo, C. & Trusdell, B. (1997). Stadiums 'r us: visibility is the reason that companies are clamoring to sponsor stadiums. *Sales and Marketing Management*, 149(1): 74.
- Kyle, G., Kerstetter, D. & Guadagnolo, F. (1999). Manipulating consumer price expectations for a 10K road race. *Sports Marketing Quarterly*, 52(3): 142-155.

- League of Fans, (2003). *Selling out the fans and taxpayers: NFL, summary of current national football league stadium naming rights deals*, Updated 12.09.2003, in: <http://www.leagueoffans.org>.
- Maisashvili, L. & Smith, N. (2006). *Fields of opportunities*, in: www.olswang.org, 8 February.
- McCarthy, L.M. & Irwin, R. (1997). *Names in lights: corporate purchase of sport facility naming rights*. Proceedings of the European Sport Management Conference, Glasgow, Scotland, September. Also in: *Cyber-Journal of Sport Marketing*, issn: 1327-6816.
- McCarville, R.E. (1991). An empirical investigation of the influence of cost information on willingness to pay for public aerobic classes. *Leisure Sciences*, 13: 85-96.
- McGraw, D. (1998). *Hitting paydirt*, Sports Scene, 8-9 January.
- Media Ventures (2002). *Revenues from sports venues*, (updated 25.09.2002), in: <http://www.sportsvenues.com/pdf/names.pdf>.
- Mullin, B.J., Hardy, S. & Sutton, W.A. (2000). *Sport marketing*, Champaign IL: Human Kinetics.
- Parks, J., Zanger, B. & Quarterman, J. (1998). *Contemporary sport management*. Human Kinetics, Champaign, Illinois.
- Sandomir, R. (1997). *The name of the game is new stadiums*. The Commercial Appeal, B3-4, 8 June.
- Schlossberg, H. (1996). *Sports marketing*. Malden, MA: Blackwell Business.
- Schwartz, A. (2002). *Naming for dollars*, in: www.gothamgazette.com.
- Shilbury, D., Quick, S. & Westerberk, H. (1998). *Strategic sport marketing*, Allen & Unwin, NSW, Australia.
- Steele, B. (2002). *St. Pete times buys arena naming rights: talk about ethics*. Pointer Institute.
- St. Liouis, T. (2004). *The cost of owning stadium and arena naming rights*, in: www.AskMen.com.
- Talcott, S. (2005). *Bank gives up FleetCenter naming rights*. Globe Newspaper Company.
- The Associated Press (2002). *Cash-strapped schools look for sponsors: some say commercialization of education goes too far*, in: www.CNN.com/Education, August 15, 2002.
- Welch, R. & Calabro, L. (1997). *The name of the game: why it makes financial sense to name a stadium*, CFO, 13(6): 25-28.
- Wikimedia Foundation (2006). *Naming rights*, in: <http://en.wikipedia.org>.
- Ανέστος, Κ. & Θαμνόπουλος, Ι. (2003). *Μελέτη για τις αθλητικές εγκαταστάσεις των Δήμων του Νομού Αττικής*. Τοπική Ένωση Δήμων & Κοινοτήτων Νομού Αττικής (ΤΕΔΚΝΑ), Αθήνα.
- Γαργαλιάνος, Δ., Αυθίνος, Ι. & Farmer, P. (2000). *Αθλητικές εγκαταστάσεις.. Κλειδάριθμος*, Αθήνα..

Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΩΠΗΛΑΣΙΑΣ

Αργυράκης, Π., Κουστέλιος, Α. & Τσιγγίλης, Ν.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Σύμφωνα με το Locke (1976), η επαγγελματική ικανοποίηση είναι μία ευχάριστη, ή θετική συναισθηματική κατάσταση που πηγάζει από την αποτίμηση του ατόμου για την εργασία του, ή από συγκεκριμένες εμπειρίες σε σχέση με αυτή. Οι Mitchell & Larson (1987), θεωρούν την επαγγελματική ικανοποίηση ως το αποτέλεσμα της αντίληψης των εργαζόμενων σχετικά με το βαθμό στον οποίο η εργασία τους παρέχει τα στοιχεία που θεωρούν σημαντικά. Η επαγγελματική ικανοποίηση είναι ένα από τα θέματα της διοικητικής και οργανωσιακής συμπεριφοράς που έχουν ερευνηθεί εκτενώς και θεωρείται εξαιρετικά σημαντική από οικονομικής, ανθρωπιστικής και ηθικής άποψης (Balzer et al., 1997; Chelladurai, 1999). Οι Cranny, Smith & Stone (1992), εκτιμούν ότι η επαγγελματική ικανοποίηση σε όλες τις διαστάσεις έχει αποτελέσει θέμα για πάνω από 5.000 δημοσιευμένα άρθρα και διατριβές και, ως εκ τούτου, θεωρείται ως ο πιο σημαντικός και συχνότερα διερευνημένος τομέας της οργανωσιακής συμπεριφοράς (Mitchell & Larson, 1987).

Η μέτρηση της επαγγελματικής ικανοποίησης έχει προσεγγιστεί: α) σφαιρικά, επικεντρώνοντας στη συνολική ικανοποίηση του ατόμου και υποστηρίζοντας ότι είναι κάτι περισσότερο από το άθροισμα των τμημάτων που την αποτελούν, δηλαδή τα άτομα μπορεί να εκδηλώνουν τη δυσαρέσκειά τους από διαστάσεις της εργασίας τους, αλλά και πάλι να είναι γενικά ικανοποιημένα από αυτήν και β) μέσω διάφορων διαστάσεων της εργασίας, δηλαδή των σημαντικότερων επιμέρους εργασιακών χαρακτηριστικών. Σύμφωνα με τη προσέγγιση αυτή, οι εργαζόμενοι μπορεί να νιώθουν διαφορετικά απέναντι σε κάθε μία από τις διαστάσεις της εργασίας, αλλά το «άθροισμά» τους συνιστά τη γενική ικανοποίηση (Drenth, Thierry & DeWolff, 1998).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και να μετρήσει τα επίπεδα της επαγγελματικής ικανοποίησης των εργαζόμενων στην Ολυμπιακή Εγκατάσταση Κωπηλασίας του Σχοινιά Αττικής.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Από τους 165 εργαζόμενους στην εγκατάσταση με μόνιμη σύμβαση εργασίας με την Οργανωτική Επιτροπή «ΑΘΗΝΑ 2004» επιλέχθηκαν 112 που πληρούσαν τον περιορισμό της έρευνας για διάρκεια σύμβασης τουλάχιστον 6 μηνών, χρονικό διάστημα που θεωρήθηκε ως το ελάχιστο απαραίτητο για την ένταξή τους στη φιλοσοφία και τον τρόπο λειτουργίας της ΟΕΟΑ και τη δημιουργία ολοκληρωμένης άποψης σχετικά με τους προς διερεύνηση, παράγοντες της έρευνας. Από αυτούς δέχτηκαν να συμμετάσχουν εθελοντικά στην έρευνα οι 100 (89,28%).

Όργανα μέτρησης: Για τη διερεύνηση της επαγγελματικής ικανοποίησης χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο Καταγραφής της Επαγγελματικής Ικανοποίησης (Employee Satisfaction Inventory - ESI (Koustelios & Bagiatas, 1997; Koustelios, 1991), το οποίο χρησιμοποιεί 6 διαστάσεις της επαγγελματικής ικανοποίησης (τις συνθήκες εργασίας, το μισθό, τις ευκαιρίες προαγωγής, τη φύση της εργασίας, τον προϊστάμενο και τον οργανισμό γενικά) και περιέχει συνολικά 24 ερωτήσεις. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε 5βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 5 = συμφωνώ απόλυτα.

Διαδικασία: Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στους εργαζόμενους όλων των λειτουργικών τομέων της εγκατάστασης το χρονικό διάστημα 15 - 31 Ιουλίου 2004, κατά τη διάρκεια των ωρών εργασίας στους στεγασμένους χώρους της εγκατάστασης. Με τους συμμετέχοντες δεν έγινε καμία συζήτηση

σχετικά με τη θεματολογία της έρευνας πριν τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, πέρα από τις διευκρινήσεις που δόθηκαν όποτε χρειάστηκε για την πλήρη κατανόηση των ερωτήσεων και την αποφυγή λαθών.

Αποτελέσματα

Από το σύνολο των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα (N = 100) οι 46 ήταν άνδρες (46%) και οι 54 γυναίκες (54%). Ο μέσος όρος ηλικίας τους ήταν 29.66 έτη (T.A. = 4.85). Σχετικά με την οικογενειακή τους κατάσταση, οι 80 ήταν άγαμοι-ες, οι 14 έγγαμοι-ες και οι 6 διαζευγμένοι-ες. Οι 49 ήταν απόφοιτοι-ες της ανώτατης εκπαίδευσης, οι 32 κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, οι 12 απόφοιτοι-ες της ανώτερης εκπαίδευσης (T.E.I.), οι 6 απόφοιτοι-ες της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ο 1 απόφοιτος-η της υποχρεωτικής εκπαίδευσης. Ο μέσος όρος της εργασιακής σχέσης τους με τον Οργανισμό «ΑΘΗΝΑ 2004» ήταν 17.22 μήνες (T.A.=9,35).

Φάνηκε ότι οι εργαζόμενοι ήταν σχετικά ικανοποιημένοι από τον προϊστάμενό τους (M.O. = 3.72, T.A. = .68), από την ίδια την εργασία τους (M.O. = 3.67, T.A.=.99), από τις συνθήκες εργασίας (M.O. = 3.64, T.A. = .68) και το μισθό (M.O. = 3.37, T.A. = .91), ενώ δήλωσαν λιγότερο ικανοποιημένοι από τον Οργανισμό (M.O. = 2.91, T.A. = .82) και ακόμη λιγότερο από τις ευκαιρίες για προαγωγή (M.O. = 2.79, T.A. = .82) (πίνακας 1).

Πίνακας 1: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και δείκτες εσωτερικής συνοχής των μεταβλητών της έρευνας

Μεταβλητές	M.O.	T.A.	Cronbach a
1. Συνθήκες εργασίας	3.64	.68	.66
2. Μισθός	3.37	.91	.78
3. Προαγωγή	2.79	.82	.63
4. Φύση της εργασίας	3.67	.99	.92
5. Προϊστάμενος	3.72	.68	.90
6. Οργανισμός	2.91	.82	.76

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Η εργασία για τον Οργανισμό «ΑΘΗΝΑ 2004» παρουσίαζε συγκεκριμένα χαρακτηριστικά: α) περιείχε το κίνητρο για συμμετοχή σε μία μεγάλη, εθνική προσπάθεια με παγκόσμιο αντίκτυπο, β) ήταν μοναδική, υπό την έννοια ότι ελάχιστοι εργαζόμενοι είχαν βιώσει ξανά παρόμοια εμπειρία και γ) είχε προκαθορισμένη ημερομηνία λήξης. Εξαιτίας του τελευταίου, οι αμοιβές των εργαζόμενων κυμαίνονταν σε υψηλότερα επίπεδα από ό,τι στην υπόλοιπη αγορά εργασίας, καθώς ο Οργανισμός έπρεπε να προσελκύσει ανθρώπινο δυναμικό με ικανότητες, το οποίο θα έπρεπε να παραιτηθεί από τη μόνιμη εργασία του και να αναλάβει τον κίνδυνο της, πιθανά, μακρόχρονης ανεργίας μετά το πέρας των Αγώνων. Το υψηλό επίπεδο των εργαζόμενων στην Ολυμπιακή εγκατάσταση φαίνεται από το μορφωτικό τους επίπεδο (κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών 32%, ανώτατης εκπαίδευσης 49% και ανώτερης 12%). Οι υψηλές αμοιβές τους πιθανά δικαιολογούν και τα υψηλά επίπεδα της ικανοποίησης από το μισθό (M.O. = 3.37). Αντίθετα, η προκαθορισμένη ημερομηνία λήξης της εργασιακής σχέσης με τον Οργανισμό ενδεχομένως να εξηγεί τη δυσαρέσκεια από τις ευκαιρίες για προαγωγή (M.O. = 2.79), σε συνδυασμό με το υψηλό μορφωτικό τους επίπεδο, που, σύμφωνα με τους Clark (1997), και Sloane & William (2000), σχετίζεται με χαμηλότερη επαγγελματική ικανοποίηση, λόγω της διαφοράς μεταξύ προσδοκιών και αποτελεσμάτων, προσδοκίες που στα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο τείνουν να είναι υψηλότερες.

Επιπρόσθετα στα προηγούμενα, η σχετικά σύντομη διάρκεια της εργασιακής σχέσης τους με τον Οργανισμό (M.O. = 17.22), μάλλον ενίσχυσε τις αρνητικές πεποιθήσεις για τις δυνατότητες

προαγωγής, υπό την έννοια ότι οι συγκεκριμένοι εργαζόμενοι δεν είχαν αρκετές ευκαιρίες ανέλιξης, όσες οι εργαζόμενοι με εργασιακή σχέση (π.χ., από σύστασης του Οργανισμού). Τέλος, ο παράγοντας «προαγωγή» εμφάνισε τη μικρότερη εσωτερική συνοχή ($\alpha = .63$) μεταξύ των υπόλοιπων. Μικρή εσωτερική συνοχή του παράγοντα «προαγωγή» εμφανίζεται και σε άλλες έρευνες που χρησιμοποιήθηκε το ESI (Γουλιμάρης, Θεοδωράκης & Κουστέλιος, 2003; Koustelios, Theodorakis & Goulimaris, 2004; Tsigilis, Koustelios & Togia, 2004), η οποία μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι ο συγκεκριμένος παράγοντας προσεγγίζεται μέσω 3 μόνο ερωτημάτων. Μία άλλη πιθανή εξήγηση είναι ότι οι ευκαιρίες για προαγωγή στο εργασιακό περιβάλλον της συγκεκριμένης Ολυμπιακής εγκατάστασης ήταν ελάχιστες. Τέλος, τα υψηλά επίπεδα της ικανοποίησης από τις εργασιακές συνθήκες (Μ.Ο. = 3.64) και από τη φύση της εργασίας (Μ.Ο. = 3.67) πιθανότατα εξηγούνται από το φυσικό περιβάλλον του κωπηλατοδρόμου και τη σημασία-μοναδικότητα των Ολυμπιακών Αγώνων αντίστοιχα.

Πρέπει να σημειωθεί, ότι η παρούσα έρευνα παρουσιάζει τις εξής ιδιαιτερότητες: α) είχε ως δείγμα εργαζόμενους στην ΟΕΟΑ «ΑΘΗΝΑ 2004», η οποία συστήθηκε για τη διοργάνωση της μεγαλύτερης αθλητικής συνάντησης στον κόσμο, των Ολυμπιακών Αγώνων και, ως εκ τούτου, υπήρχαν υψηλότερα επίπεδα παρακίνησης, όχι μόνον των εργαζόμενων, αλλά και όλων των πολιτών για επιτυχή έκβαση της προσπάθειας και β) πραγματοποιήθηκε λίγο πριν από την έναρξη του Ολυμπιακού προγράμματος, περίοδο κατά την οποία η πίεση, η κόπωση και το στρες που βίωναν οι εργαζόμενοι βρισκόταν σε υψηλά επίπεδα. Αν η έρευνα πραγματοποιούνταν πριν από του Αγώνες, ή μετά την ολοκλήρωσή τους ενδεχόμενα τα αποτελέσματά της να ήταν διαφορετικά.

Βιβλιογραφία

- Locke, E. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. Dunnette (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology*, (pp.1297-1349). Chicago: Rand McNally
- Mitchell, T.R. & Larson, J.R. (1987). *People in organizations*. New York: McGraw Hill.
- Balzer, W.K., Kihm, J.A., Smith, P.C., Irwin, J.L., Bachiochi, P.D., Robie, C., Sinar, E.F. & Parra, L.F. (1997). *User's manual for the job descriptive index (JDI; 1997 revision) and the job in general scales*. Bowling Green, Ohio: Bowling Green State University, Department of Psychology.
- Chelladurai, P. (1999). *Human resource management in sport and recreation*. Champaign, Illinois: Human Kinetics.
- Clark, A.E., (1997). Job satisfaction and gender: Why are women so happy at work? *Labour Economics*, 4: 341-372.
- Γουλιμάρης, Δ., Θεοδωράκης, Ν. & Κουστέλιος Α. (2003). Επαγγελματική ικανοποίηση των εργαζόμενων σε πολιτιστικούς οργανισμούς. *Φυσική Αγωγή, Αθλητισμός και Υγεία*, 14-15: 89-98.
- Cranny, C.J., Smith, P.C. & Stone, E.F. (Eds) (1992). *Job satisfaction: advances in research and applications*. New York: The Free Press.
- Drenth, P.J.D., Thierry, H. & DeWolff, C.J. (1998). *Handbook of work and organisational psychology*. Sussex: Psychology Press Ltd.
- Koustelios, A. (1991). *The relationships of organizational cultures and job satisfaction in 3 selected industries in Greece*. Unpublished doctoral dissertation, University of Manchester, Manchester.
- Koustelios, A. & Bagiatis, K. (1997). The employee satisfaction inventory (ESI): development of a scale to measure satisfaction of Greek employees. *Educational and Psychological Measurement*, 57: 469-76.
- Koustelios, A., Theodorakis, N. & Goulimaris, D. (2004). Role ambiguity, role conflict and job satisfaction among physical education teachers in Greece. *The International Journal of Educational Management*, 18: 87-92.
- Sloane, P. & William, H. (2000). Job satisfaction, comparison earnings and gender. *Labour*, 14: 473-501.
- Tsigilis, N., Koustelios, A. & Togias, A. (2004). Multivariate relationship and discriminant validity between job satisfaction and burnout. *Journal of Managerial Psychology*, 19: 666-675.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΚΗΣ ΚΑΤΑΤΑΞΗΣ ΣΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ: ΣΧΕΣΗ ΘΕΣΗΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΩΝ

Αυγερινού, Β., Γιακουμάτος, Σ., Κωνσταντινάκος, Π. & Μουντάκης, Κ.
Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Εισαγωγή

Πολλοί ερευνητές που ασχολούνται με τα οικονομικά ζητήματα των ομαδικών αθλημάτων διερευνούν αν οι πλουσιότερες ομάδες επιτυγχάνουν συστηματικά καλύτερες επιδόσεις από τις φτωχότερες και, γενικά, αν ο οικονομικός παράγοντας επηρεάζει την ανταγωνιστική ισορροπία μεταξύ των ομάδων.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει την επίδραση που έχουν τα έξοδα που κάνουν οι Ελληνικές ποδοσφαιρικές ομάδες στη θέση που καταλαμβάνουν στον πίνακα βαθμολογίας του πρωταθλήματος της χώρας και να ποσοτικοποιήσει την επίδραση αυτή.

Μεθοδολογία

Η επιλογή των εξόδων βασίστηκε τόσο στη διεθνή βιβλιογραφία, όσο και στην εικόνα των οικονομικών στοιχείων των ομάδων. Για τις ανάγκες της έρευνας συγκεντρώθηκαν στοιχεία από 160 ισολογισμούς των ΠΑΕ της Α' Εθνικής από την περίοδο 1995 - 1996 ως και την περίοδο 2004 - 2005 (www.et.gr, Εθνικό Τυπογραφείο). Από τις καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης των ομάδων υπολογίστηκαν τα ετήσια έξοδά τους, ενώ συλλέχθηκαν στοιχεία για τη βαθμολογία τους για κάθε αντίστοιχο έτος (www.epo.gr, αρχείο Ε.Π.Α.Ε.). Υπολογίστηκαν τα ετήσια έξοδα και όχι απλά οι αμοιβές των παικτών, διότι τα έξοδα διοικητικής λειτουργίας και λειτουργίας διάθεσης επηρεάζουν την αποτελεσματικότητα μιας επιχείρησης. Στα έξοδα διοικητικής λειτουργίας συμπεριλαμβάνονται οι μισθοί των διοικητικών στελεχών, ενώ τα έξοδα του λειτουργίας διάθεσης περιλαμβάνουν τα έξοδα του τμήματος μάρκετινγκ (Γκίκας, 2002), ενός τμήματος σημαντικού για τις ΠΑΕ, διότι προσελκύει τους χορηγούς, άρα δημιουργεί έσοδα.

Τα ποσά που ήταν σε δραχμές μετατράπηκαν σε ευρώ, ενώ, για να είναι συγκρίσιμοι, όλοι οι αριθμοί εκφράστηκαν σε σταθερές τιμές με έτος βάσης το 2000. Χρησιμοποιήθηκε η στατιστική μέθοδος της γραμμικής παλινδρόμησης, με τη μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων (OLS). Ως εξαρτημένη μεταβλητή y θεωρήθηκε ο Μ.Ο. της θέσης της ομάδας, ενώ ως ανεξάρτητη μεταβλητή x ο Μ.Ο. των εξόδων των 10 ετών κάθε ομάδας. Στη δεκαετία αυτή ο αριθμός των ομάδων στην Α' Εθνική κατηγορία δεν ήταν σταθερός, καθώς μόνο 8 ομάδες συμμετείχαν και τα 10 χρόνια. Ως εκ τούτου, για τον υπολογισμό του Μ.Ο. της θέσης, η Α', Β' και Γ' Εθνική θεωρήθηκαν ως μία συνέχεια θέσεων με τιμές από 1-66 (δηλ. η 1^η θέση της Β' Εθνικής αποτελεί την 17^η θέση κ.ο.κ.). Επίσης, καθώς μερικές ομάδες δεν δημοσίευσαν ισολογισμούς για κάποιες χρονιές, οι ομάδες που συμπεριλήφθηκαν στο μοντέλο έπρεπε να ικανοποιούν 2 κριτήρια: α) παρουσία στην Α' Εθνική για τουλάχιστον 3 χρόνια και β) δημοσιευμένους ισολογισμούς για 10 χρόνια. Οι ομάδες αυτές είναι οι εξής 16: Ολυμπιακός, Παναθηναϊκός, ΑΕΚ, ΠΑΟΚ, Ιωνικός, Ηρακλής, ΟΦΗ, Ξάνθη, Πανιώνιος, Άρης, Αιγάλεω, Πανηλιακός, Καλαμάτα, Καλλιθέα, Απόλλων και Προοδευτική.

Αποτελέσματα

Η εξέταση των οικονομικών καταστάσεων των Ελληνικών Π.Α.Ε. φανερώνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ομάδων είναι ζημιογόνες για σειρά χρήσεων (ισολογισμοί Π.Α.Ε. από 1995/1996 μέχρι 2004/2005). Λόγω της έλλειψης: α) συλλογικών μέτρων που προωθούν τον περιορισμό των εξόδων (π.χ., ανώτατος μισθός, κλειστές λίγκες, drafts, κλπ.) και β) ανταγωνιστικής ισορροπίας στην Α' Εθνική (Αυγερινού & Φαμίσης, 2004), για να επιτύχουν τους εκάστοτε στόχους τους οι Ελληνικές Π.Α.Ε. πραγματοποιούν συστηματικά μεγαλύτερα έξοδα από έσοδα. Η εικόνα αυτή δεν αποτελεί

αποκλειστικά Ελληνικό φαινόμενο, αλλά εμφανίζεται και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Ιταλία (Baroncelli & Lago, 2006) και η Πορτογαλία (Barros, 2006).

Ως εκ τούτου, τα αποτελέσματα χρήσης δεν προσφέρονται για μία τέτοιου είδους ανάλυση. Επιπλέον, μία σειρά ερευνών εξετάζει τη σχέση αμοιβών και κατάταξης με στόχο την εξαγωγή συμπερασμάτων για θέματα όπως είναι η δομή των πρωταθλημάτων, η λήψη μέτρων για την προώθηση της ανταγωνιστικής ισορροπίας και η αναζήτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ο Szymanski (1998), βρίσκει σημαντική σχέση μεταξύ αμοιβών και θέσης στο αγγλικό πρωτάθλημα για 69 ομάδες το 1996 - 1997 (ενώ στην ίδια έρευνα δεν προκύπτει σχέση μεταξύ κερδών και επίδοσης). Η παραπάνω θετική σχέση επιβεβαιώνεται σε επόμενες έρευνες (Deloitte & Touche, 2001; 2002) και για δεδομένα μεγαλύτερων περιόδων, όπως σε αυτή των Szymanski & Kuypers (1999), για την περίοδο 1978 - 1997. Παρόμοια, οι Hall, Szymanski & Zimbalist (2002), συγκρίνουν το αμερικάνικο baseball με το αγγλικό ποδόσφαιρο και, σύμφωνα με τα ευρήματά τους, προκύπτει συσχέτιση αμοιβών και θέσης, αν και ασθενέστερη στο baseball σε σχέση με το ποδόσφαιρο. Τα στοιχεία αφορούν 39 αγγλικές ομάδες για την περίοδο 1974 - 1999 και 26 αμερικάνικες ομάδες του baseball για την εικοσαετία 1980 - 2000.

Ο Μ.Ο. των εξόδων των ομάδων που αποτέλεσαν το δείγμα ήταν 7.610.773 €, που, όμως, επηρεάζεται σημαντικά προς τα πάνω από τα έξοδα των 3 πρώτων ομάδων (ΟΣΦΠ, ΑΕΚ ΠΑΟ), που πραγματοποιούν το 62% των συνολικών δαπανών. Αν αφαιρεθούν αυτές οι 3 ομάδες, ο Μ.Ο. πέφτει στα 3.523.451 €. Από το υπόλοιπο 38%, το 21% δαπανάται από τις 5 ομάδες που εμφανίζονται σταθερά στην Α' Εθνική (ΠΑΟΚ, Ηρακλής, Ιωνικός, ΟΦΗ, Ξάνθη), ενώ οι υπόλοιπες 8 ομάδες (που έχουν εμφανιστεί από 3 μέχρι 9 φορές μέσα στη δεκαετία) δαπανούν μόλις το 17%. Ο συντελεστής συσχέτισης μεταξύ Μ.Ο. εξόδων και Μ.Ο. θέσης Pearson είναι -0,741 ($p < 0,001$).

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ομάδες που βρίσκονται κάτω από τη μέση θέση και κάτω από τα μέσα έξοδα, είναι οι πιο αποτελεσματικές ομάδες (Ιωνικός, Πανιώνιος, ΟΦΗ). Παρατηρείται ότι τα δεδομένα παρουσιάζουν μία μη γραμμική σχέση και δεδομένα αυτής της μορφής γραμμικοποιούνται με χρήση λογαριθμικών μετασχηματισμών. Από τους πιθανούς μετασχηματισμούς επιλέχθηκε αυτός που δίνει την καλύτερη εκτίμηση και διασφαλίζει ότι ο αντίστροφος μετασχηματισμός δίνει λογικές τιμές:

$$z = \ln\left(\frac{y-1}{66-y}\right)$$

Αντί για τα y χρησιμοποιούνται τα Z και εκτιμάται η συνάρτηση: $z = \alpha + \beta \ln(x)$

Αυτός ο μετασχηματισμός οδηγεί στο μοντέλο:

$$y_1 = \frac{66e^{\alpha + \beta \ln(x)} + 1}{1 + e^{\alpha + \beta \ln(x)}} \quad (\alpha)$$

Η τιμή 66 είναι το μέγιστο σύνολο των θέσεων στο Ελληνικό πρωτάθλημα στη διάρκεια της δεκαετίας (μέγιστο διότι ο αριθμός των ομάδων σε κάθε κατηγορία μεταβλήθηκε αρκετές φορές στο υπό εξέταση διάστημα).

Το μοντέλο δίνει συντελεστή προσδιορισμού $R^2=0,88$, ενώ παραμέτρους $\alpha = 14,627$ ($p < 0,001$) και $\beta = -0,098$ ($p < 0,001$). Αν και οι παρατηρήσεις είναι λίγες, τα κατάλοιπα (residuals) φαίνεται ότι ακολουθούν την κανονική κατανομή.

Μετασχηματίζοντας, φανερώνεται ότι το κόστος της μετακίνησης στην κατάταξη από τη μία θέση στην άλλη δεν είναι σταθερό, αλλά αυξάνεται όσο η ομάδα μετακινείται από τις χαμηλότερες θέσεις προς τις υψηλότερες και αυξάνεται εντυπωσιακά όταν πλησιάζει προς την κορυφή του βαθμολογικού πίνακα. Σύμφωνα με το μοντέλο, η μετακίνηση από τη 10^η στην 9^η θέση κοστίζει 426.376 €, ενώ η μετακίνηση από την 4^η στην 3^η θέση κοστίζει 4.535.669 €.

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι υπάρχει σχέση μεταξύ εξόδων και βαθμολογικής θέσης των Ελληνικών ποδοσφαιρικών ομάδων από την περίοδο 1995 – 1996 μέχρι και την περίοδο 2004 - 2005. Η σχέση αυτή δεν είναι γραμμική, αλλά λογαριθμική. Με τον κατάλληλο μετασχηματισμό δημιουργείται το μοντέλο (α), που έχει καλή προσαρμογή στα δεδομένα των υπό εξέταση Ελληνικών ομάδων ($R^2=0,88$). Έρευνες για το αγγλικό ποδόσφαιρο καταλήγουν σε ανάλογα αποτελέσματα ($R^2=0,92$, Szymanski & Kuypers, 1999; $R^2=0,95$, Hall, Szymanski & Zimbalist, 2002).

Ως πιο αποτελεσματικές ομάδες στην υπό εξέταση περίοδο με βάση τη σχέση εξόδων και θέσης εμφανίζονται ο Ιωνικός, ο Πανιώνιος και ο ΟΦΗ, οι οποίες επιτυγχάνουν την υψηλότερη θέση για τα χρήματα που δαπανούν σε σχέση με τις υπόλοιπες ομάδες. Όσο πιο υψηλή θέση έχει μία ομάδα τόσο μεγαλύτερα ποσά δαπανά, διότι διαφοροποιούνται οι συναρτήσεις χρησιμότητας και οι επιδιωκόμενοι στόχοι (παραμονή στην Α' Εθνική και διατήρηση της θέσης, συγκριτικά με έξοδο στην Ευρώπη και κατάκτηση του πρωταθλήματος). Η παραμονή στην κατηγορία κοστίζει λιγότερο από την έξοδο στην Ευρώπη (θέσεις $<13^{\text{η}}$, θέσεις $1^{\text{η}}$ - $6^{\text{η}}$).

Παρά τις υψηλές ζημιές, οι Ελληνικές ομάδες συνεχίζουν να ξοδεύουν, καθώς ο κύριος στόχος τους είναι η μεγιστοποίηση της χρησιμότητας και όχι του κέρδους, που θα σήμαινε λήψη ορθολογικών χρηματοοικονομικών αποφάσεων (Sandy, Sloane & Rosentraub, 2004). Αυτό δεν αποκλείει να επιδιώκουν την επίτευξη ενός μικρού κέρδους, ή την ελαχιστοποίηση της ζημίας. Αντίστοιχα, ο Barajas (2005), διαπιστώνει ότι οι ισπανικές ομάδες δαπανούν τόσα ώστε να τους παρέχεται ένα περιθώριο κέρδους ικανοποίησης και όχι το μέγιστο κέρδος.

Στις αδυναμίες της έρευνας πρέπει να σημειωθεί ο μικρός αριθμός δεδομένων (παράμετρος η οποία μπορεί σε μελλοντική έρευνα να ξεπεραστεί, αν οι οργανωτικές και ελεγκτικές αρχές διασφαλίζουν ότι όλες οι ομάδες καταθέτουν οικονομικές καταστάσεις), αλλά και η έλλειψη αξιοπιστίας των λογιστικών καταστάσεων, η οποία δεν αποτελεί αποκλειστικά Ελληνικό φαινόμενο, αλλά καταγράφεται τόσο στις ΗΠΑ (Howard & Crompton, 2002), όσο και σε ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γερμανία (Frick & Prinz, 2006).

Η κατασκευή ενός μοντέλου με περισσότερες ερμηνευτικές μεταβλητές της θέσης θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο μελλοντικών ερευνών. Επίσης, θα ήταν ενδιαφέρονσα η αναζήτηση των αιτιών της αποτελεσματικότητας μερικών ομάδων σε σχέση με το σύνολο, καθώς αυτά συνιστούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Βιβλιογραφία

- Αυγερινού, Β. & Φαμίσης, Κ. (2004). Τα οικονομικά του ποδοσφαίρου. *Οργάνωση του Αθλητισμού*, 2(1): 64-70.
- Barajas, A. (2005). On profit in Spanish professional football. *Book of Abstracts: The 13th Congress of the European Association for Sport Management*, Newcastle, England.
- Baroncelli, A. & Lago, U. (2006). Italian football. *Journal of Sports Economics*, 7(1): 13-28.
- Barros, C.B. (2006). Portuguese football. *Journal of Sports Economics*, 7(1): 96-104.
- Γκίκας, Δ. (2002). *Η ανάλυση και οι χρήσεις των λογιστικών καταστάσεων*. Εκδόσεις Μπένου, σελ. 101-104.
- Deloitte & Touche. (2001). *Annual Review of Football Finance*.
- Deloitte & Touche. (2002). *Annual Review of Football Finance*.
- Fort, R. (2000). European and North American sport differences. *Scottish Journal of Political Economy*, 47(4): 456-470.
- Frick, B. & Prinz, J. (2006). Crisis? What crisis? Football in Germany. *Journal of Sports Economics*, 7(1): 60-75.

- Hall, S., Szymanski, S. & Zimbalist A.S. (2002). Testing causality between team performance and payroll: the cases of Major League Baseball and English soccer. *Journal of Sports Economics*, 3(2): 149-168.
- Howard, D.R. & Crompton, J.L. (2002). The growth and financial status of professional sports in America: insights for English soccer leagues? *Managing Leisure*, 8: 145-163.
- Sandy, R., Sloane, P. & Rosentraub, M. (2004). *The economics of sport: an international perspective*. Palgrave McMillan, New York
- Szymanski, S. (1998). Why is Manchester United so successful ? *Business Strategy Review*, 9: 47-54.
- Szymanski, S. & Kuypers, T. (1999). *Winners and losers*, Penguin Books, London.

www.epo.gr

www.et.gr

**ΕΞΟΔΑ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΕΣΟΔΩΝ
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΡΑΣΙΤΕΧΝΙΚΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΩΝ ΣΩΜΑΤΕΙΩΝ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΡΤΑΣ**

**Γκίζας, Π., Παπαδόπουλος, Α. & Σιδερίδης, Α.
ΤΕΙ Καβάλας**

Εισαγωγή

Το ερασιτεχνικό ποδόσφαιρο δίνει την ευκαιρία σε πολλές κοινωνικές ομάδες διαφόρων ηλικιών να συμμετέχουν στην άσκηση που έχει μόνο θετικά αποτελέσματα (ΠΣΑΠ, 2006) και το ερασιτεχνικό ποδοσφαιρικό σωματείο θεωρείται δομικό στοιχείο του οικοδομήματος του ποδοσφαίρου. Η Ελληνική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία (ΕΠΟ) έχει στις τάξεις τις 2 εκατ. ερασιτέχνες ποδοσφαιριστές και 5.733 ερασιτεχνικά ποδοσφαιρικά σωματεία (ΕΠΟ, 2006). Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στην Ελλάδα μια μείωση των σωματείων αυτών, ενώ παράλληλα μειώθηκε το ύψος των κρατικών επιχορηγήσεων. Ως αντιστάθμισμα, ο νόμος 2725/1999 (αρ. 7, παρ. 2) επιτρέπει στα σωματεία να αποκτούν έσοδα από την παροχή υπηρεσιών άθλησης.

Η οικονομική κατάσταση των σωματείων αυτών κάθε άλλο παρά ανθηρή θεωρείται. Παρά το γεγονός ότι οι ερασιτέχνες ποδοσφαιριστές σπάνια λαμβάνουν κάποια αμοιβή (Παπανικολάου, Πλαϊνός & Κεραμίδης, 2000), τα υπόλοιπα έξοδα είναι αρκετά υψηλά και οι κρατικές επιχορηγήσεις καλύπτουν μόνο ένα μικρό ποσοστό αυτών. Για παράδειγμα, οι κρατικές επιχορηγήσεις στην Ένωση Ποδοσφαιρικών Σωματείων Άρτας ανέρχονταν, για την ποδοσφαιρική περίοδο 2004 – 2005 σε 2000 € για τα σωματεία της Α΄ κατηγορίας και σε 1500 € για τα σωματεία της Β΄. Όμως, ακόμα και αυτές οι ελάχιστες επιχορηγήσεις δεν καταβάλλονται πάντοτε έγκαιρα και, ως εκ τούτου, οι διοικήσεις των σωματείων αντιμετωπίζουν πολλά οικονομικά προβλήματα (Θωμάϊδης, 2005). Η Παπαδημητρίου (1996), υποστηρίζει ότι οι αρχές κατανομής της κρατικής επιχορήγησης και το σχετικό νομικό πλαίσιο επηρεάζουν αρνητικά την ικανότητα των αθλητικών οργανισμών να λειτουργούν αποτελεσματικά. Ο Χαμάκος (1996), διαπίστωσε την ύπαρξη γραμμικής σχέσεις ανάμεσα στις δαπάνες του επαγγελματικού αθλητικού σωματείου και στην επίδοσή του.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να προσδιορίσει τα έξοδα και τις πηγές των εσόδων των ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων του Νομού Άρτας και να μελετήσει τη σχέση των εξόδων και των πηγών των εσόδων με την αγωνιστική απόδοση των σωματείων.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Το δείγμα αποτέλεσαν 29 ποδοσφαιρικά σωματεία (11 της Α΄ τοπικής ερασιτεχνικής κατηγορίας και 18 της Β΄), από τα συνολικά 36 του Νομού Άρτας, που αγωνίστηκαν στα αντίστοιχα πρωταθλήματα κατά την αγωνιστική περίοδο 2004 – 2005.

Όργανο μέτρησης: Για τη διεξαγωγή της έρευνας συντάχθηκε ένα ερωτηματολόγιο κλειστού τύπου, το οποίο περιείχε 22 ερωτήσεις. Οι 15 από αυτές προσδιόριζαν το σύνολο εξόδων και τις πηγές των εσόδων των σωματείων, ενώ οι υπόλοιπες προσδιόριζαν το status του σωματείου (Επωνυμία, καλλιεργούμενο άθλημα, κατηγορία, θέση κατάταξης, κλπ.). Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από τον πρόεδρο, το γενικό γραμματέα, ή τον ταμιά του κάθε σωματείου.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι κύρια πηγή εσόδων των σωματείων αποτελούν οι δωρεές των προέδρων τους, που είναι σχεδόν υπερδιπλάσιες από την αμέσως υψηλότερη πηγή εσόδων, την κρατική επιχορήγηση. Στον αντίποδα, τα έσοδα από δραστηριότητες μάρκετινγκ, διαφημίσεις και ακαδημίες κυμαίνονται σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα. Ο μέσος των εξόδων κατά κατηγορία ήταν 17.273,00 €

για τα σωματεία της Α' κατηγορίας και 5.028,00 € για τα σωματεία της Β'. Η διαφορά, δηλαδή, μίας κατηγορίας υπερτριπλασιάζει τα έξοδα.

Για τον έλεγχο της ερευνητικής υπόθεσης, κατά πόσο δηλαδή τα αγωνιστικά αποτελέσματα των σωματείων εξαρτώνται από τα ετήσια έξοδά τους, διεξήχθη απλή γραμμική παλινδρόμηση, με τη χρήση της μεθόδου Enter. Τα αποτελέσματά της φαίνονται στον πίνακα 1.

Πίνακας 1. Η πρόβλεψη της κατάταξης από τα ετήσια έξοδα των σωματείων.

Εξαρτημένη μεταβλητή	Ανεξάρτητες μεταβλητές	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Κατάταξη	Ετήσια έξοδα	0,000	0,000	-0,615	-4,051	0,000
R2 = 0,378, F = 16,409, Sif. F = 0,000.						

Πρέπει να σημειωθεί ότι η θέση κατάταξης βρίσκεται σε αντίθετη φορά με τα ποσά των εσόδων. Επομένως, οι θετικές προβλέψεις αντιστοιχούν σε αρνητικά Beta. Κατόπιν τούτου, όπως συνάγεται από τον πίνακα 1, τα ετήσια έξοδα μπορούν να προβλέψουν στατιστικά σημαντικά, στο 38% των περιπτώσεων, τη θέση που θα καταλάβει το σωματείο στην κατάταξη του πρωταθλήματος.

Για τον έλεγχο της ερευνητικής υπόθεσης κατά πόσον τα αγωνιστικά αποτελέσματα των σωματείων εξαρτώνται από τις διάφορες πηγές εσόδων τους διεξήχθη πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση, με τη χρήση της μεθόδου Enter. Τα αποτελέσματά της φαίνονται στον πίνακα 2.

Πίνακας 2. Η πρόβλεψη της κατάταξης από τις πηγές εσόδων των σωματείων.

Εξαρτημένη μεταβλητή	Ανεξάρτητη μεταβλητή	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	Έσοδα από:					
Κατάταξη	Τοπική αυτοδιοίκηση	-0,003	0,001	-0,333	-2,762	0,013
	Συνδρομές	0,001	0,001	0,075	0,513	0,614
	Εισιτήρια	0,006	0,002	0,818	2,554	0,020
	Ακαδημίες	-0,011	0,003	-0,792	-3,874	0,020
	Δωρεές προέδρου	0,002	0,001	1,692	2,812	0,012
	Σύνολο δωρεών	-0,002	0,001	-2,109	-3,194	0,001
	Χορηγίες	-0,003	0,001	-0,704	-4,020	0,001
	Διαφήμιση	-0,002	0,004	-0,099	-0,616	0,546
	Εκδηλώσεις	-0,001	0,001	-0,118	-0,762	0,456
	Marketing	-0,002	0,002	-0,176	-1,170	0,012
R2 = 0,821, F = 8,241, Sif. F = 0,000.						

Όπως προκύπτει από τον πίνακα 2 οι επιχορηγήσεις της τοπικής αυτοδιοίκησης, τα έσοδα από τις ακαδημίες, τις συνολικές δωρεές, τις χορηγίες και τις δραστηριότητες μάρκετινγκ μπορούν να προβλέψουν στατιστικά σημαντικά, στο 82,4% των περιπτώσεων, τη θέση που θα καταλάβει το σωματείο στην κατάταξη. Αντίθετα, οι δωρεές των προέδρων και τα έσοδα από τα εισιτήρια σχετίζονται αρνητικά με την κατάταξη των σωματείων στο πρωτάθλημα.

Συζήτηση – Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα της ερευνητικής αυτής εργασίας καταδεικνύουν το σημαντικό ρόλο που παίζει η οικονομική ευρωστία στα αγωνιστικά αποτελέσματα των Ελληνικών ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων. Ωστόσο, τα έσοδα από τις ακαδημίες, τις συνολικές δωρεές, τις χορηγίες και τις

δραστηριότητες μάρκετινγκ των ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων, που επηρεάζουν τα αγωνιστικά τους αποτελέσματα, βρίσκονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Ο Παπαχαρίσης (1997), επισημαίνει ότι η προσέλκυση χορηγιών και η λειτουργία ακαδημιών μπορούν να συνεισφέρουν τα μέγιστα στην οικονομική ευρωστία των αθλητικών σωματείων. Γίνεται, λοιπόν, φανερό ότι οι διοικήσεις των παραπάνω σωματείων δεν έχουν επαρκή γνώση και εμπειρία για να αντλήσουν ικανοποιητικούς πόρους από τις δραστηριότητες αυτές. Ο Κοντοβάς (1996), τονίζει το σπουδαίο ρόλο που παίζει το αθλητικό μάνατζμεντ στη βιωσιμότητα των αθλητικών σωματείων, ενώ οι Τερζούδης, Κριεμάδης, Παπαϊωάννου & Θεάκου (2005), υποστηρίζουν ότι η εφαρμογή των γενικών αρχών του μάρκετινγκ είναι πολύ σημαντική τόσο για τη βιωσιμότητα των αθλητικών σωματείων, όσο και για την εκπλήρωση της αποστολής τους.

Παρά το γεγονός ότι οι δωρεές των πρόεδρων αποτελούν την κύρια πηγή εσόδων των ερασιτεχνικών ποδοσφαιρικών σωματείων, η συμβολή τους στα αγωνιστικά αποτελέσματα των ομάδων είναι αρνητική. Η κατάσταση αυτή ίσως αποτελεί απόρροια διοικητικής ανεπάρκειας, με επακόλουθη τη λανθασμένη κατανομή πόρων, που έχει τις ρίζες της στην αυξημένη εξάρτηση του σωματείου από το χρηματοδότη – πρόεδρο και στη «μονοκρατορία» του τελευταίου κατά τη λήψη των αποφάσεων.

Μία ακόμη εξάρτηση που διαφαίνεται είναι αυτή από τις κρατικές επιχορηγήσεις και τις αντίστοιχες της τοπικής αυτοδιοίκησης. Η Παπαδημητρίου (1998), διαπιστώνει την αυξημένη εξωτερική εξάρτηση των σωματείων για ζωτικούς οργανωτικούς πόρους, η οποία συνεπάγεται τη σύναψη πελατειακών σχέσεων των αθλητικών οργανισμών με τους φορείς της πολιτικής εξουσίας. Οι Νάσσης & Henry (1998), επιβεβαιώνουν ότι όχι μόνο υφίστανται τέτοιες σχέσεις, αλλά επηρεάζουν τόσο τη λήψη αποφάσεων, όσο και τη χάραξη της αθλητικής πολιτικής.

Βιβλιογραφία

- Ε.Π.Ο. (2006). Οργανωτική δομή της Ε.Π.Ο. http://www.epo.gr/epo/organwsh.asp?m_1=0&m_2=1 (09.10.2006).
- Θωμαΐδης, Γ. (2005). *Συνέντευξη με τον πρόεδρο του Α.Ο. Μαΐστρου κ. Νίκο Τσολάκη*. Αθλητικό Περισκόπιο, www.radioalfa.gr/sports (07.03.2005).
- Κοντοβάς, Ε. (1996). *Υπάρχει αθλητικό μάνατζμεντ στην Ελλάδα;* Πρακτικά 4^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Νάσσης, Π. & Henry, I. (1998). *Πελατειακές σχέσεις και αθλητική πολιτική στη σύγχρονη Ελλάδα*. Πρακτικά 6^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Παπαδημητρίου, Δ. (1996). *Η σχέση αποτελεσματικότητας και μεγέθους της οργάνωσης σε αθλητικούς οργανισμούς*. Πρακτικά 4^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Παπαδημητρίου, Δ. (1998). *Μέτρηση οργανωτικής δομής και πλαισίου σε Ελληνικά τοπικά αθλητικά σωματεία*. Πρακτικά 6^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Παπανικολάου, Ζ., Πλαϊνός, Χ. & Κεραμίδας, Π. (2000). *Ο ερασιτέχνης ποδοσφαιριστής στο νομό Μαγνησίας*. Πρακτικά 6^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Παπαχαρίσης, Β. (1997). *Η οργάνωση χορηγιών στους αθλητικούς οργανισμούς*. Πρακτικά 5^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Π.Σ.Α.Π. (2006). Η προώθηση του αθλητισμού στην Ευρωπαϊκή Ένωση www.psap.gr/media/pdf/athletics_ee.doc (09.10.2006).
- Τερζούδης, Χ., Κριεμάδης, Θ., Παπαϊωάννου, Α. & Θεάκου, Ε. (2005). *Μάρκετινγκ μη κερδοσκοπικών οργανισμών*. Πρακτικά 6^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Αθλητικής Διοίκησης, Ηράκλειο.
- Χαμάκος, Θ. (1996). *Η επίδραση του οικονομικού παράγοντα στη διαμόρφωση της αθλητικής επίδοσης*. Πρακτικά 4^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΤΟΥ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΥΔΑΤΟΣΦΑΙΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Αυθίνος, Ι.,¹ Νάσσης, Π.¹ & Θεοδωράκης, Ν.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Το άθλημα της υδατοσφαίρισης καλλιεργείται σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο σε συλλογικό και εθνικό επίπεδο. Στους Ολυμπιακούς Αγώνες συμμετέχει στο επίσημο πρόγραμμα από την έναρξή τους, ενώ στην Ελλάδα το άθλημα καλλιεργείται από τη σύσταση της Ελληνικής Κολυμβητικής Ομοσπονδίας έχοντας προσφέρει στη χώρα μεγάλες διακρίσεις (Gravathiotis, et al., 1997).

Στα μέσα της δεκαετίας του 1990, η εικόνα του αθλήματος που προβαλλόταν από τα ΜΜΕ ήταν υποβαθμισμένη, καθότι δεν περιλάμβανε βασικά στοιχεία επικοινωνίας σε μορφή εξωτερικής διέγερσης, στοιχείο απαραίτητο για τη μεταφορά μηνυμάτων στους φιλάθλους του (Assael, 1992). Συγκεκριμένα, προκειμένου να υλοποιηθεί οποιαδήποτε επικοινωνιακή διαδικασία είναι απαραίτητη η κωδικοποίηση κάποιου μηνύματος. Στον αθλητισμό, το μέσον που μεταφέρει το μήνυμα που συνδέει έναν αθλητή με την ομάδα και, κατ' επέκταση, τους φιλάθλους είναι κυρίως το λογότυπο του σωματείου που τοποθετείται στην αγωνιστική του φανέλα. Στις Ελληνικές ομάδες υδατοσφαίρισης δεν υπήρχε το λογότυπο των σωματείων στα σκουφιά των παικτών. Εδώ πρέπει να σημειωθεί ότι η υδατοσφαίριση είναι το μόνο ομαδικό Ολυμπιακό άθλημα που δεν έχει αγωνιστική φανέλα και οι ομάδες ξεχωρίζουν από τα σκουφιά των αθλητών. Επίσης, το όνομα της ομάδας δεν αναφερόταν στα σκουφιά των παικτών, με αποτέλεσμα να μη μεταφέρεται η γεωγραφική προέλευση της ομάδας και η σχέση της με την επαγγελματική ομάδα του ίδιου συλλόγου, η οποία θα μπορούσε να ήταν πιο δημοφιλής λόγω αθλήματος (π.χ., ποδόσφαιρο και μπάσκετ) με σκοπό και στις 2 περιπτώσεις να προσελκυσθεί η προσοχή των φιλάθλων. Τα ίδια ισχύουν και για το χρώμα και τον ιδιαίτερο σχεδιασμό των σκουφιών των ομάδων. Το χρώμα, ιδιαίτερα, θα μπορούσε να σχετίζεται με δημοφιλείς Ελληνικές ομάδες, οι οποίες πρωταγωνιστούν σε δημοφιλέστερα αθλήματα (π.χ., ποδόσφαιρο) με μεγάλο αριθμό αφοσιωμένων φιλάθλων και διαθέτουν τμήμα υδατοσφαίρισης.

Ως απόρροια των πιο πάνω, τις αγωνιστικές περιόδους 1996 – 2000 εφαρμόστηκε στην Α1 κατηγορία υδατοσφαίρισης ανδρών ένα πρόγραμμα αναβάθμισης της επικοινωνίας του αθλήματος αξιοποιώντας τις βασικές αρχές μάρκετινγκ (Afthinos & Gargalianos, 2004) μέσω του θεωρητικού μοντέλου VIEW (Shimp, 1990), το οποίο χρησιμοποιείται στην επικοινωνία καταναλωτικών προϊόντων και αποτελείται από τα αρχικά των λέξεων: Εμφάνιση (Visibility), Πληροφόρηση (Information), Συναισθηματική Έλξη (Emotional Appeal) και Λειτουργικότητα (Workability).

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση του θεωρητικού μοντέλου VIEW με ανάλυση περιεχομένου αγωνιστικών φωτογραφιών που αφορούν στο άθλημα της υδατοσφαίρισης στην Ελλάδα.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Το δείγμα αποτελούνταν από 80 φωτογραφίες που δημοσιεύθηκαν στην εφημερίδα «Sportime» κατά τη διάρκεια της αγωνιστικής περιόδου 2004 - 2005 (Hellenic Swimming Federation, 1999) και ικανοποιούσαν 2 κριτήρια: α) είχαν ως θέμα «φάση» από αγώνα υδατοσφαίρισης της Α1 κατηγορίας ανδρών και β) στις περιπτώσεις όπου στην ίδια σελίδα δημοσιεύονταν 2 ή/και περισσότερες φωτογραφίες που ικανοποιούσαν το παραπάνω κριτήριο, επιλέχθηκε η μεγαλύτερη. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη συγκεκριμένη εφημερίδα διότι ήταν η μόνη που διέθετε καθημερινά

μία σελίδα σε θέματα του υγρού στίβου με μία τουλάχιστον φωτογραφία. Επιπλέον, κατά την περίοδο της έρευνας κατείχε μία από τις πρώτες θέσεις στην ημερήσια κυκλοφορία των αθλητικών εφημερίδων της χώρας.

Διαδικασία μέτρησης: Οι φωτογραφίες του δείγματος μετρήθηκαν ως προς τη διάστασή τους και στη συνέχεια συλλέχθηκαν και καταγράφηκαν όλα τα στοιχεία που είναι ορατά στους αναγνώστες και σχετίζονται με την επικοινωνία του αθλήματος στους φιλάθλους. Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν από 2 ερευνητές με την καθοδήγηση συγκεκριμένου πρωτοκόλλου, το οποίο αποτελούνταν από μία φόρμα όπου κατά την ανάλυση του περιεχομένου των φωτογραφιών οι ερευνητές κατέγραφαν την ύπαρξη και κατά πόσον ήταν κατανοητοί οι κώδικες επικοινωνίας (χρώμα και ιδιαίτερος σχεδιασμός σκουφιού, λογότυπο Α1, λογότυπο και ονομασία ομάδας, λογότυπο χορηγού) του αθλήματος.

Αποτελέσματα

Το βασικό ερώτημα της παρούσας έρευνας ήταν κατά πόσο υπήρξε θετική αλλαγή μεταξύ του παλιού και του προτεινόμενου ανασχεδιασμένου αγωνιστικού σκουφιού. Η ανάλυση περιεχομένου των φωτογραφιών έδειξε ότι οι φωτογραφίες οι οποίες περιείχαν «φάση» από αγώνα υδατοσφαίρισης ανδρών Α1 παρουσιάζονταν σε ποσοστό 42,53% (n=114) των φωτογραφιών υγρού στίβου που δημοσιεύθηκαν στην εφημερίδα (N=268) κατά τη διάρκεια μίας αγωνιστικής περιόδου, ενώ αυτές που τελικά αναλύθηκαν κάλυπταν το 29,85% (n=80). Η αντιστοιχία μεταξύ έγχρωμων και ασπρόμαυρων φωτογραφιών ήταν 41.25% (n=33) και 58.75% (n=47).

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η εισαγωγή των αλλαγών στα σκουφιά των υδατοσφαιριστών ήταν μερικώς αποτελεσματική. Συγκεκριμένα, από τις 12 ομάδες που συμμετείχαν στο πρωτάθλημα της περιόδου 2004 - 2005 η μόνη που δεν διακρίνεται είναι η ομάδα του ΠΑΟΚ. Από τις υπόλοιπες 11 ομάδες μόνο 2 έχουν τοποθετήσει το λογότυπο της Α1, ενώ όλες έχουν τοποθετήσει το όνομα, ή/και το λογότυπο της ομάδας. Επίσης, σε 2 μόνο περιπτώσεις δεν υπάρχει χαρακτηριστικό χρώμα, ή σχέδιο στα σκουφιά.

Πίνακας 1. Καταγραφή μέσω επικοινωνίας στα σκουφιά των συλλόγων

Ομάδες	Λογότυπο Α1	Λογότ. Ομάδας	Όνομα Ομάδας	Χορηγός	Χρώμα	Σχέδιο
1. ΟΣΦΠ	(*)	✓	✓	✓	✓	✓
2. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. ΠΑΟ	✓	✓	✓	--	✓	✓
4. ΕΘΝΙΚΟΣ	--	--	✓	(*)	✓	--
5. ΠΑΤΡΑ	(*)	✓	✓	(*)	✓	✓
6. ΓΛΥΦΑΔΑ	--	✓	--	(*)	✓	✓
7. ΧΙΟΣ	--	✓	--	(*)	--	--
8. ΧΑΝΙΑ	--	✓	✓	✓	--	--
9. ΠΑΟΚ	--	--	--	--	--	--
10. ΠΑΝΙΩΝΙΟΣ	--	✓	✓	✓	✓	✓
11. ΦΑΛΗΡΟ	(*)	✓	✓	(*)	✓	✓
12. ΗΡΑΚΛΗΣ	(*)	✓	✓	(*)	✓	✓

(*) Δεν είναι δυνατή η καταγραφή λόγω οπτικής γωνίας της φωτογραφίας, ή άλλου τεχνικού προβλήματος.

Στο σύνολο των φωτογραφιών, σε ένα ποσοστό που κυμάνθηκε κάτω από το 50% (46,25% για τους παίκτες σε επίθεση και 38,75% για τους αμυντικούς), διακρίνεται συγκεκριμένος σχεδιασμός στα σκουφιά αθλητών διαφορετικών ομάδων. Παρόμοια είναι και τα αποτελέσματα σχετικά με το χρώμα των συλλόγων που προστέθηκε στα σκουφιά, καθώς, λαμβάνοντας υπόψη μόνο τις έγχρωμες φωτογραφίες, το χρώμα υιοθετήθηκε στο 20% των σκουφιών των επιθετικών και στο 18,75% των αμυντικών (το 21,25% των παικτών σε επίθεση και το 16,25% των παικτών σε άμυνα δεν είχαν το

χρώμα της ομάδας τους στα σκουφιά). Επίσης, το λογότυπο της Α1 κατηγορίας που τοποθετήθηκε στα σκουφιά των αθλητών βρέθηκε στην ανάλυση των φωτογραφιών ότι δεν ήταν αποτελεσματικό, διότι σε ποσοστό 100% δεν ήταν αρκετά μεγάλο σε διάσταση ώστε να αναγνωρίζεται από τους ερευνητές. Επίσης, τα λογότυπα των ομάδων, ενώ εμφανίζονται σε ποσοστό 46,25% των παικτών σε επίθεση και 28,75% των παικτών σε άμυνα, δεν είναι αρκετά μεγάλα ώστε να αναγνωρίζονται, παρά μόνο στο 13,75% και 12,50% των σκουφιών των παικτών σε επίθεση και άμυνα αντίστοιχα.

Σε ακόμη χαμηλότερα ποσοστά κυμαίνεται η εμφάνιση και η αναγνωρισιμότητα της ονομασίας της ομάδας στα σκουφιά των παικτών σε επίθεση και άμυνα (28,75% και 17,50% όσον αφορά στην εμφάνιση και 16,25% και 6,25% όσον αφορά στην αναγνωρισιμότητα αντίστοιχα). Τέλος, ακόμη μικρότερα είναι τα ποσοστά εμφάνισης και αναγνωρισιμότητας του ονόματος, ή/και του λογότυπου του χορηγού. Στα σκουφιά των παικτών σε επίθεση τα ποσοστά εμφάνισης και αναγνωρισιμότητας είναι 16,25% και 5% αντίστοιχα, ενώ στα σκουφιά των παικτών σε άμυνα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 20% και 2,50% (πίνακας 2).

Πίνακας 2. Δείκτες περιγραφικής στατιστικής σε επίθεση και άμυνα

	Παίκτες σε επίθεση			Παίκτες σε άμυνα			Σύνολο ΑΝΑΓΝ. (%)
	ΕΜΦ. (%)	ΑΝΑΓΝ. (%)	Α.Κ (*)	ΕΜΦ. (%)	ΑΝΑΓΝ. (%)	Α.Κ (*)	
Λογότυπο Α1	8,75	0	43,75	13,75	0	62,50	0
Λογότυπο ομάδας	46,25	13,75	38,75	28,75	12,50	23,75	26,25
Ονομασία ομάδας	28,75	16,25	38,75	17,50	6,25	22,50	22,50
Χορηγός	16,25	5	43,75	20	2,50	71,25	7,50

(*) Δεν είναι δυνατή η καταγραφή λόγω οπτικής γωνίας της φωτογραφίας, ή άλλου τεχνικού προβλήματος.

Συζήτηση

Στην παρούσα μελέτη αξιολογήθηκε η εφαρμογή τεχνικών μάρκετινγκ με σκοπό τη βελτίωση της επικοινωνίας του Ολυμπιακού αθλήματος της υδατοσφαίρισης στην Ελλάδα. Με βάση την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας, η εφαρμογή των αλλαγών στα αγωνιστικά σκουφιά των υδατοσφαιριστών, παρόλο που καθοδηγήθηκε από ανάλογο θεωρητικό μοντέλο, δεν αποδείχθηκε «μερικώς» αποτελεσματική (περίπου 25% αύξηση επικοινωνίας του αθλήματος – πίνακας 2) κυρίως διότι: α) τα σκουφιά των παικτών διαθέτουν μικρό αξιοποιήσιμο για επικοινωνία χώρο, ο οποίος στις διαστάσεις μίας δημοσιευμένης φωτογραφίας είναι πολύ μικρότερος. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το ότι το μέγεθος των σκουφιών των παικτών περιορίζει τον αξιοποιήσιμο χώρο στο μέτωπο και τον αυχάινα του αθλητή όπου είναι χοροθετημένη η ονομασία με το λογότυπο και ο χορηγός της ομάδας. β) όπως είναι φανερό από τα στοιχεία του πίνακα 2, η «αδύνατη καταγραφή» εμφανίζει μεγάλα ποσοστά. Αυτό σχετίζεται με τις ιδιαιτερότητες του αθλήματος, όπως, για παράδειγμα, το στοιχείο του νερού που αναταρασσόμενο παρεμβάλλεται μεταξύ των σκουφιών και του φωτογραφικού φακού, εμποδίζοντας την ευκρίνεια των κωδικοποιημένων μηνυμάτων στα σκουφιά των αθλητών και τη γωνία λήψης της φωτογραφίας μεταξύ άλλων.

Παρόλα αυτά, όμως, το γεγονός ότι 9 στις 12 ομάδες έβαλαν στα σκουφιά τους το χρώμα της ομάδας, 10 στις 12 ομάδες τοποθέτησαν το λογότυπο της ομάδας, 9 στις 12 έγραψαν το όνομα της ομάδας και οι 8 στις 12 ομάδες σχεδίασαν με ιδιαίτερο τρόπο τα σκουφιά των παικτών τους (πίνακας 1), αποτελεί ένα σημαντικό πρώτο βήμα. Οι συγκεκριμένες ενέργειες απέδωσαν μία αύξηση της επικοινωνίας του αθλήματος της τάξης του 25%, περίπου, σε σύγκριση με την προ των αλλαγών κατάσταση του αθλήματος.

Με τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης γίνεται κατανοητό ότι προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η επικοινωνία του, το άθλημα της υδατοσφαίρισης χρειάζεται έναν μεγαλύτερο σε έκταση χώρο προκειμένου τα μηνύματα προς τους φιλάθλους να είναι αρκετά μεγάλα, έτσι ώστε να είναι δυνατή η αποκωδικοποίησή τους όταν το άθλημα προβάλλεται από τα ΜΜΕ. Πρέπει να τονιστεί ότι η υδατοσφαίριση είναι το επόμενο άθλημα που έχει προοπτική να γίνει επαγγελματικό στην Ελλάδα και οι όποιες προσπάθειες για βελτίωση της επικοινωνίας του προς τους φιλάθλους θα του προσδώσει τα απαραίτητα έσοδα για την επιβίωσή του (Efstathiou, 2000). Με άλλα λόγια, χρήματα από χορηγίες θα είναι εφικτά μόνο στην περίπτωση που το άθλημα θα αποκτήσει σημαντική ζήτηση και προκειμένου να γίνει αυτό εφικτό απαιτείται συστηματική προσπάθεια για συνεχή βελτίωση της επικοινωνίας του με το φίλαθλο Ελληνικό κοινό.

Βιβλιογραφία

- Afthinos, Y. & Gargalianos, D. (2004). Promoting water polo in Greece: applying marketing theories and techniques to sport. *International Journal of Sport Marketing and Sponsorship*, 5(4): 253-268.
- Assael, H. (1992). *Consumer behavior and marketing action*. (4th ed.). Boston: PWS-Kent.
- Gravathiotis, et al. (1997). *Greek sports: 1896-1996*. (Vol.A'). Athens: Hellenic General Secretariat of Sports.
- Efstathiou, D. (2000). Measures against the subsidization of sports federations (Μέτρα κατά των επιχορηγήσεων των αθλητικών ομοσπονδιών). *Axia (Αξία)*: 04 Μαρτίου.
- Hellenic Swimming Federation (1999). *Water polo national championship proclamation 2000*, [Υδατοσφαίριση: Προκήρυξη αγώνων 2000]. Athens: The author.
- Scheuing, E. (1989). *New product management*. Columbus, OH: Merrill publishing.
- Shimp, T. (1990). *Promotion management and marketing communications*. (2nd ed.). Chicago: The Dryden press.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΧΕΣΕΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ (ΜΣΠ) ΣΕ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ

Τάχης, Σ.,¹ Τόλκα, Β. & Τζέτζης, Γ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Η αναγκαιότητα δημιουργίας και εφαρμογής ενός προγράμματος ΜΣΠ προκύπτει από τον αυξανόμενο ανταγωνισμό, τη χαμηλή διατηρησιμότητα των πελατών, την αναγκαιότητα ανάπτυξης επικοινωνίας με τους πελάτες - φίλαθλους και την ανάπτυξη και διατήρηση μακροπρόθεσμων σχέσεων με αυτούς. Ο αφοσιωμένος πελάτης χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες με μεγαλύτερη συχνότητα, επιδεικνύει ψυχολογική και συναισθηματική πιστότητα, συνεισφέρει στην ανάπτυξη θετικής ανεπίσημης επικοινωνίας και είναι πρόθυμος να δώσει ανατροφοδότηση και να κάνει προτάσεις (Zeithaml & Bitner, 2003). Σε πολλές έρευνες υπογραμμίζεται η σχέση της αφοσίωσης με παράγοντες όπως η ποιότητα υπηρεσιών και η ικανοποίηση (Baker & Crompton, 2000; Bloemer, et al., 1999; Zeithaml, et al., 1996). Επίσης, η ποιότητα των υπηρεσιών έχει έμμεσες επιρροές στην αφοσίωση, μέσω δηλαδή της επιρροής της στην ικανοποίηση. Σε αυτήν την περίπτωση, η ικανοποίηση είναι μία μεσολαβητική μεταβλητή ανάμεσα στην ποιότητα υπηρεσιών και στην ικανοποίηση (Caguan, 2002; Spreng & Chiou, 2002; Zeithaml & Bitner, 2003). Διαπιστώνεται ότι η δημιουργία ενός προγράμματος ΜΣΠ μπορεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην επιτυχία του αθλητικού οργανισμού.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η δημιουργία, η εφαρμογή και η αξιολόγηση ενός προγράμματος ΜΣΠ σε ένα σωματείο για τη δημιουργία πιστών και αφοσιωμένων πελατών.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Οι εταιρίες προσπαθούν να αξιοποιήσουν την αφοσίωση των πελατών τους μέσα από ένα ΜΣΠ βελτιώνοντας τη σχέση πελάτη - εταιρίας, αυξάνοντας την επικοινωνία με τον πελάτη και την πιστότητά του με την εταιρία. Η πιστότητα των καταναλωτών συνεισφέρει στην αύξηση των κερδών της εταιρίας, καθώς αυτοί αναπτύσσουν θετική ανεπίσημη επικοινωνία με αυτή. Παράλληλα, δημιουργείται μία σταθερή βάση πελατών βοηθώντας την επίτευξη των οικονομικών στόχων της εταιρίας, μειώνοντας τον ανταγωνισμό, ελέγχοντας την περιοδικότητα της ζήτησης και κάνοντας πιο εύκολη την ικανοποίηση των πελατών, οι οποίοι γίνονται αποδέκτες πολλαπλών οφελημάτων (π.χ., μειωμένες τιμές σε πολλά προϊόντα και υπηρεσίες, αυξημένες παροχές και ενημέρωση, προνομιακή ενημέρωση, εκπτώσεις σε προϊόντα και υπηρεσίες, κλπ.).

Οι Iwasaki & Havitz (1998), περιγράφουν τη δυναμική σχέση ανάμειξης και αφοσίωσης, στην οποία τα άτομα μπαίνουν μέσω μίας ψυχολογικής διαδικασίας στην ανάπτυξη της αφοσίωσης (ανάμειξη → ψυχολογική δέσμευση → αντίσταση στην αλλαγή → συμπεριφοριστική αφοσίωση). Η εφαρμογή της έννοιας της ανάμειξης στη μελέτη θεατών και φιλάθλων στον αθλητισμό θα μπορούσε να προσφέρει μια πληρέστερη κατανόηση των κινήτρων, της άμεσης συμπεριφοράς και της στάσης των φιλάθλων. Έτσι, αναγνωρίστηκαν και σχεδιάστηκαν ποικίλα μέτρα σύγκρισης των χαρακτηριστικών που προηγούνται της ανάμειξης και σχετίζονται με την παρακολούθηση και την υποστήριξη επαγγελματικών και κολεγιακών αθλητικών ομάδων (Funk & James, 2001). Η ανάμειξη με την αθλητική ομάδα ορίστηκε ως μια ψυχολογική κατάσταση υποκίνησης, διέγερσης, ή ενδιαφέροντος για μια ομάδα και σχετιζόμενες δραστηριότητες, που προκαλείται από ξεχωριστά χαρακτηριστικά και παράγοντες σχετικούς με την κατάσταση, που έχουν ιδιότητες καθοδήγησης.

Επιπρόσθετα, οι Iwasaki & Havitz (1998) θεωρούν πως κάθε διάσταση της ανάμειξης επηρεάζει κάθε διάσταση της ψυχολογικής δέσμευσης διαφορετικά και παρουσιάζουν ένα μοντέλο σχέσης μεταξύ

ανάμειξης και ψυχολογικής δέσμευσης στο επίπεδο διαστάσεων. Επίσης, βρέθηκε πως η ανάμειξη επηρεάζει τις προθέσεις συμπεριφοράς του αθλητικού καταναλωτή και η σημαντικότητά της στις προθέσεις των καταναλωτών για παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων έχει γίνει σημείο αναφοράς σε πολλές έρευνες (Kerstetter & Kovich, 1997; Lascu, Giese, Toolan, Guehring & Mercer, 1995; Stewart & Smith, 1997).

Οι Funk & James (2001), ανέπτυξαν το Psychological Continuum Model (PSM) που περιγράφει την κατανόηση γενικών παραμέτρων μέσω της ψυχολογικής σύνδεσης ανάμεσα σε ένα άτομο και ένα αθλητικό αντικείμενο, ή προϊόν. Παράλληλα, έχει εξεταστεί η σχέση της ανάμειξης με την αφοσίωση των φιλάθλων σε μία ομάδα. Η αφοσίωση μπορεί να θεωρηθεί ως μία προϋπάρχουσα κατάσταση. Οι θεατές μεταφέρουν μαζί τους στο γήπεδο ένα ιδιαίτερο επίπεδο αφοσίωσης στην ομάδα (Hill & Green, 2000). Επιπλέον, η αφοσίωση είναι ένας σημαντικός δείκτης για τις εταιρείες. Θα μπορούσε να είναι η προτίμηση σε μία φίρμα έναντι άλλων, συνεχίζοντας την επαφή του χρήστη με αυτή και αυξάνοντάς την μελλοντικά (Zeithaml et al, 1996). Έτσι, ένας πιστός φιλάθλος, ή θεατής εκφράζει την αφοσίωσή του στην αγαπημένη του ομάδα αγοράζοντας εισιτήρια και αναμνηστικά και με τη σκέψη να έρχεται πιο συχνά στο γήπεδο για να στηρίζει την ομάδα.

Τα βασικά στάδια ενός προγράμματος ΜΣΠ περιλαμβάνουν τον προσδιορισμό της ομάδας - στόχου, την επικοινωνία μαζί του, την προσέλκυσή του, την ικανοποίηση και διατήρησή του, με απώτερο στόχο την πρόοδο του αθλητικού οργανισμού. Η εφαρμογή του προγράμματος περιλαμβάνει την καταγραφή και επεξεργασία προσωπικών δεδομένων των φιλάθλων από διάφορες πηγές, καθώς και πληροφορίες για τις αγοραστικές τους συνήθειες που σχετίζονται με την ομάδα.

Μεθοδολογία

Το πρόγραμμα ΜΣΠ που κατασκευάστηκε για το σωματείο προσαρμόστηκε στα δεδομένα και τις απαιτήσεις του για τη δεδομένη χρονική στιγμή και είχε ως αντικείμενο την εφαρμογή των 3 διαστάσεων του: α) «Γνωριμία» («γνωρίζω» τις συνήθειες χρήσης και κατανάλωσης του φιλάθλου, δηλαδή τι, πως, πότε, πόσο αγοράζει, τις ανάγκες και τις προσδοκίες του), β) «Προσαρμογή» («προσαρμόζω» τις υπηρεσίες μου στις απαιτήσεις του φιλάθλου με τη συμπεριφορά του προσωπικού της εταιρίας και κάνοντάς τον να αισθάνεται ιδιαίτερος) και γ) «Επικοινωνία» («επικοινωνώ» κάνοντας χρήση των μέσων μαζικής επικοινωνίας, π.χ., τηλεόραση, γραπτός και ηλεκτρονικός Τύπος, κλπ., επικεντρώνοντας στις ατομικές πωλήσεις). Η «επικοινωνία» ξεκινά από το «ακούω» τις ανάγκες των φιλάθλων, τι τους / δεν τους αρέσει, για ποιο λόγο αγοράζουν / δεν αγοράζουν και τις προτάσεις τους και ολοκληρώνεται με την «πληροφόρηση» για τα νέα προϊόντα, υπηρεσίες, ειδήσεις, κλπ. Η ευελιξία του προγράμματος έδινε τη δυνατότητα διαμόρφωσης των υπηρεσιών ανάλογα με τις προσδοκώμενες μελλοντικές απαιτήσεις.

Για την καταγραφή των προσωπικών δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο - αίτηση, που συμπληρώθηκε από τους φιλάθλους πριν από την αγορά του εισιτηρίου τους. Η αίτηση περιελάμβανε δημογραφικά στοιχεία, ερωτήματα για τη χρήση κάποιων υπηρεσιών της αθλητικής εταιρίας, καθώς και ερωτήματα για την αγοραστική τους συμπεριφορά. Η επιβεβαίωση της ορθότητας των στοιχείων έγινε από τον αρμόδιο υπάλληλο κατά τη διαδικασία αγοράς του εισιτηρίου.

Με βάση τα προσωπικά δεδομένα (τα οποία περιελάμβαναν δημογραφικά / ψυχογραφικά στοιχεία, συχνότητα χρήσης υπηρεσιών και προτιμήσεων) δημιουργήθηκε ειδικό λογισμικό με συγκεκριμένες παραμέτρους (όπου καταχωρήθηκαν ταξινομήθηκαν και ομαδοποιήθηκαν τα δεδομένα σε ηλεκτρονική μορφή), δημιουργήθηκε υπηρεσία επικοινωνίας (η οποία εξέδιδε ψηφιακά ενημερωτικά δελτία, έστελνε εορταστικές κάρτες σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, κλπ., και επέβλεπε την εφαρμογή των υπηρεσιών σε καθημερινή βάση. Η αξιολόγηση των δραστηριοτήτων του προγράμματος γινόταν με βάση τις αρχές του ΜΣΠ.

Συμπέρασμα

Οι αθλητικοί οργανισμοί μπορούν να επωφεληθούν από την εφαρμογή του ΜΣΠ, αφού μέσω της συστηματικής επικοινωνίας με τους φίλαθλους μπορούν να δημιουργήσουν μία σταθερή πελατειακή βάση, με άμεσο αποτέλεσμα τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των διαδικασιών που ακολουθούν και την αύξηση των εσόδων τους.

Πρόταση

Προτείνεται η αξιοποίηση του προγράμματος ΜΣΠ για τη δημιουργία πιστών και αφοσιωμένων φιλάθλων, μέσω της καθημερινής επικοινωνίας. Ανάλογα με την αύξηση των απαιτήσεων των φιλάθλων πρέπει να αυξάνονται και οι υπηρεσίες που σχετίζονται με αυτό.

Βιβλιογραφία

- Baker, D. & Crompton, J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27: 785-804.
- Bloemer, J., Ko de Ruyter & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *Journal of Marketing*, 33: 1082-1106.
- Caruana, A. (2002). The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7): 1-14.
- Funk, D.C. & James, J.D. (2001). The Psychological Continuum Model (PCM): a conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport Management Review*, 4: 119-150.
- Hill, B. & Green, B.C. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*, 3: 145-162.
- Iwasaki, Y. & Havitz, M.E. (1998). A path analytic model of the relationships between involvement, psychological commitment and loyalty. *Journal of Leisure Research*, 30: 256-280.
- Kerstetter, D. & Kovich, G.M. (1997). The involvement profiles of Division I women's basketball spectators. *Journal of Sport Management*, 11: 234-249
- Lascu, D.N., Giese, T.D., Toolan, C., Guehring, B. & Mercer, J. (1995). Sport involvement: a relevant individual difference factor in spectator sports. *Sport Marketing Quarterly*, 4(4): 41-46.
- Spreng, R. & Chiou, J. (2002). A cross-cultural assessment of the satisfaction formation process. *European Journal of Marketing*, 36(7/8): 1-8.
- Stewart, R.K. & Smith, A.C.T. (1997). Sports watching in Australia: a conceptual framework. In D. Shilbury & L. Chalip (Eds.), *Advancing Management of Australian and New Zealand Sport* (pp. 1-30). Burwood, VIC: SMAANZ.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioural consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 31-46.
- Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2003). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.

Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΙΣΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΕΣ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΣΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

**Καζαντζίδης, Π., Κυριακόπουλος, Π., Θεοδωράκης, Ν. & Βλαχόπουλος, Σ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού ΑΠΘ, Σέρρες**

Εισαγωγή

Μία από τις δημοφιλέστερες δραστηριότητες αναψυχής του ανθρώπου είναι η παρακολούθηση αθλητικών αγώνων. Με δεδομένο ότι η παρακολούθηση τέτοιων αγώνων από τους φιλάθλους - πελάτες αποτελεί ουσιαστικά το λόγο ύπαρξης του επαγγελματικού αθλητισμού τα διοικητικά στελέχη των επαγγελματικών ομάδων είναι απαραίτητο να κατανοούν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις στάσεις και τις συμπεριφορές των φιλάθλων απέναντι στις ομάδες τους.

Στη μελέτη των στάσεων και συμπεριφορών των φιλάθλων η έννοια της ταύτισης έχει κεντρική θέση σε όλα τα θεωρητικά και εμπειρικά μοντέλα που δημοσιεύονται στη διεθνή βιβλιογραφία (Trail, Anderson & Fink, 2000; Trail, Fink & Anderson, 2003; Wann, 1994). Σύμφωνα με τους Wann & Branscombe (1993), η ταύτιση των φιλάθλων εκφράζει την ψυχολογική σύνδεση με την ομάδα τους και το βαθμό με τον οποίο βλέπουν την απόδοση της ομάδας τους ως κεντρικό στοιχείο του εαυτού τους. Ο παραπάνω ορισμός των Wann & Branscombe (1993), βασίζεται στη θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας, που στην περίπτωση αυτή αποτελεί τη βάση για τη μελέτη των σχέσεων που αναπτύσσουν τα άτομα με μία κοινωνική ομάδα.

Αποτελέσματα ερευνών έχουν δείξει ότι η ταύτιση των φιλάθλων με την ομάδα τους οδηγεί σε θετικές στάσεις προς την ομάδα, όπως η πρόθεσή τους να παρακολουθήσουν περισσότερους αγώνες στο μέλλον, η διάθεσή τους να κάνουν θετικά σχόλια για την ομάδα και τις υπηρεσίες της σε άλλους ανθρώπους, την αντίληψη τους για την απόδοση της ομάδας (Mahony, Madrigal & Howard, 2000). Επίσης, βρέθηκε ότι τα επίπεδα ταύτισης των φιλάθλων ήταν σημαντικός παράγοντας πρόβλεψης συμπεριφορών τους (π.χ., αριθμό αγώνων που παρακολουθούν, αγορά επίσημων προϊόντων της ομάδας και προϊόντων των χορηγών της ομάδας, κλπ.) (Mahony et al., 2000; Wann, Royalty & Roberts, 2000; Wells, Peng & Southall, 2000).

Οι στάσεις και οι συμπεριφορές των φιλάθλων που αναφέρθηκαν παραπάνω αντιπροσωπεύουν τις 2 διαστάσεις της έννοιας της αφοσίωσης πελατών, όπως συχνά αναφέρεται στη σχετική βιβλιογραφία. Η έννοια της αφοσίωσης των πελατών είναι πολύ σημαντική για το μάρκετινγκ, αφού συνδέεται άμεσα με όλες τις σημαντικές παραμέτρους επιτυχίας μίας επιχείρησης.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ της ταύτισης και της αφοσίωσης των φιλάθλων με την ομάδα τους τόσο ως στάση, όσο και ως συμπεριφορά.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 252 φοιτητές(τριες) ενός περιφερειακού τμήματος Ελληνικού πανεπιστημίου. Από αυτούς οι 186 (73.8%) ήταν άνδρες και οι 66 (26.2%) γυναίκες. Η ηλικία τους κυμάνθηκε από 18 ως 24 έτη και ο μέσος όρος της ήταν 21.2 (TA = 1.5).

Όργανα μέτρησης: Για τη διερεύνηση της έννοιας της ταύτισης χρησιμοποιήθηκε η Ελληνική έκδοση της «Κλίμακας Ταύτισης των Φιλάθλων» (Sport Spectator Identification Scale - SSIS: Theodorakis, Vlachopoulos, Wann, Afthinos & Nassis, in press) των Wann & Branscombe (1993). Η κλίμακα αποτελείται από 7 ερωτήματα στα οποία οι συμμετέχοντες καλούνται να απαντήσουν σε μία 8-βάθμια κλίμακα τύπου Likert από το 1 = καθόλου / ποτέ, έως το 8 = πολύ / πάντα). Τιμές κοντά στο 1 δείχνουν χαμηλά επίπεδα ταύτισης, ενώ αντίθετα τιμές κοντά στο 8 δείχνουν υψηλά επίπεδα ταύτισης των φιλάθλων με την ομάδα.

Για τη διερεύνηση της αφοσίωσης ως στάση χρησιμοποιήθηκαν οι υποκλίμακες «Θετική Προφορική Επικοινωνία» και «Πρόθεση Αγοράς» από το ερωτηματολόγιο «Προθέσεις Συμπεριφοράς Πελατών» των Zeithaml, Berry & Parasuraman (1996). Οι 2 υποκλίμακες αποτελούνταν από 3 ερωτήματα η κάθε μία. Οι απαντήσεις και για τις 2 υποκλίμακες δόθηκαν σε μία 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert από το 1 = διαφωνώ απόλυτα, έως το 7 = συμφωνώ απόλυτα. Οι συγκεκριμένες υποκλίμακες έχουν χρησιμοποιηθεί από ερευνητές σε αντίστοιχες μελέτες σε διαφορετικούς επιχειρηματικούς χώρους, αλλά και στον αθλητισμό και στην αναψυχή (Alexandris, Dimitriadis & Markata, 2002; Bloemer, de Ruyter & Wetzels, 1999; Παπαδόπουλος, Θεοδωράκης & Αλεξανδρής, 2004).

Επίσης, χρησιμοποιήθηκαν 3 δείκτες συμπεριφοράς των φιλάθλων που αναφέρονταν στη παρακολούθηση αγώνων από την τηλεόραση, την ακρόαση αγώνων και αθλητικών προγραμμάτων στο ραδιόφωνο και τη συζήτηση σχετικών θεμάτων με φίλους. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε μία 8-βάθμια κλίμακα από το 1 = ποτέ, έως το 8 = κάθε μέρα. Οι 3 δείκτες αθροίστηκαν σε μία κοινή μεταβλητή με την ονομασία «Συμπεριφορές Φιλάθλων».

Διαδικασία: Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν ανώνυμα και εθελοντικά από τους συμμετέχοντες σε αίθουσες διδασκαλίας του Τμήματος, αφού είχε προηγηθεί άδεια από τους διδάσκοντες.

Αποτελέσματα

Η αξιοπιστία για όλες τις κλίμακες μετρήθηκε με τον συντελεστή α του Cronbach. Οι συντελεστές ήταν 0.91 για την «Ταύτιση Φιλάθλων με την Ομάδα», 0.90 για τη «Θετική Προφορική Επικοινωνία», 0.75 για την «Πρόθεση Αγοράς» και 0.74 για τη «Συμπεριφορά Φιλάθλων». Τα παραπάνω σκορ είναι αποδεκτά. Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής παρουσιάζονται στον πίνακα 1.

Για τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ ταύτισης, στάσεων και συμπεριφοράς των φιλάθλων χρησιμοποιήθηκαν 3 αναλύσεις παλινδρόμησης, όπου η «Ταύτιση με την Ομάδα» ήταν η ανεξάρτητη μεταβλητή, ενώ μία από τις «Θετική Προφορική Επικοινωνία», «Πρόθεση Αγοράς» και «Συμπεριφορά Φιλάθλων» η εξαρτημένη σε κάθε ανάλυση.

Πίνακας 1: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και συντελεστές συσχέτισης μεταξύ της «Ταύτισης» και των «Θετική Προφορική Επικοινωνία», «Πρόθεση Αγοράς» και «Συμπεριφορά Φιλάθλων»

	M.O.	T.A.	R		
Ταύτιση	5.4	1.5			
Θετική προφ. επικοινωνία	5.2	1.5	.78*		
Πρόθεση αγοράς	4.0	0.9	.68*	.62*	
Συμπεριφορά φιλάθλων	5.8	1.5	.73*	.64*	.48*

$p < .01$

Τα αποτελέσματα των αναλύσεων έδειξαν ότι η «Ταύτιση» προέβλεψε και στις 3 περιπτώσεις τις στάσεις και τις συμπεριφορές των φιλάθλων που αφορούν στην ομάδα τους. Τα αποτελέσματα των αναλύσεων παρουσιάζονται στον πίνακα 2.

Πίνακας 2: Αποτελέσματα αναλύσεων παλινδρόμησης για την πρόβλεψη των στάσεων και των συμπεριφορών των φιλάθλων από τα επίπεδα ταύτισής τους με την ομάδα τους

		Ταύτιση Φιλάθλων				
	Εξαρτ. μεταβλητές	B	β	t	F	R ²
1	Θετική προφορική επικοινωνία	.77	.78	20.3	412.6*	.62
2	Πρόθεση αγοράς	.42	.68	14.8	219.3*	.46
3	Συμπεριφορά φιλάθλων	.71	.73	17.2	297.5*	.54

*p < .001.

Συζήτηση

Αν και οι Έλληνες φίλαθλοι - πελάτες είναι ο λόγος ύπαρξης των επαγγελματικών αθλητικών ομάδων, ελάχιστες έρευνες έχουν εξετάσει θέματα που αφορούν στη σχέση τους με τις ομάδες, τις στάσεις και τις συμπεριφορές τους απέναντι σε αυτές. Ο σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ της ταύτισης των φιλάθλων με την ομάδα τους και την αφοσίωσή τους σε αυτή, μετρώντας και τις 2 διαστάσεις αφοσίωσης: την αφοσίωση ως στάση και ως συμπεριφορά. Τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής έδειξαν υψηλά επίπεδα ταύτισης των φιλάθλων του συγκεκριμένου δείγματος με την ομάδα τους και μέτρια επίπεδα πρόθεσης να παρακολουθήσουν αγώνες στο μέλλον. Σε υψηλότερα επίπεδα κυμάνθηκαν τόσο η πρόθεσή τους να κάνουν θετικά σχόλια, όσο και οι δείκτες συμπεριφοράς των φιλάθλων που εξετάστηκαν.

Επίσης, από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι η ταύτιση προέβλεψε σε όλες τις περιπτώσεις ένα στατιστικά σημαντικό υψηλό ποσοστό της πρόθεσης των φιλάθλων να κάνουν θετικά σχόλια για την ομάδα και τις υπηρεσίες της σε τρίτους, να παρακολουθήσουν περισσότερους αγώνες στο μέλλον, αλλά και δείκτες της συμπεριφορά τους, όπως η παρακολούθηση αγώνων της ομάδας τους από την τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Αυτό σημαίνει ότι τα διοικητικά στελέχη των ομάδων αφού γνωρίζουν τα επίπεδα ταύτισης των φιλάθλων θα πρέπει να στοχεύσουν με συγκεκριμένες στρατηγικές στην ενίσχυση του ψυχολογικού δεσίματος των φιλάθλων με την ομάδα τους. Σύμφωνα με τους Mahony et al. (2000), οι στρατηγικές που θα επιλεγούν θα πρέπει να είναι διαφορετικές και προσαρμοσμένες στο επίπεδο ταύτισης των φιλάθλων με την ομάδα.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Dimitriadis, N. & Markata, D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality*, 12(4): 224-231.
- Bloemer, J., de Ruyter, K. & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*, 33: 1082-106.
- Mahony, D.F., Madrigal, R. & Howard, D. (2000). Using the psychological commitment to team (PCT) scale to segment sport consumers based on loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 9: 15-25.
- Theodorakis, N.D., Vlachopoulos, S.P., Wann, D., Nassis, P. & Afthinos, Y. (in press). Measuring team identification: translation and cross-cultural validity of the Greek version of the Sport Spectator Identification Scale. *International Journal of Sport Management*.
- Trail, G.T., Anderson, D.F. & Fink, J.S. (2000). A theoretical model of sport spectator consumption behavior. *Journal of Sport Management*, 1: 154-180.
- Trail, G.T., Fink, J.S. & Anderson, D.F. (2003). Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12: 8-17.
- Wann, D.L., & Branscombe, N.R. (1993). Sports fans: measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24: 1-17.
- Wann, D.L. & Dolan, T.J. (1994). Attributions of highly identified sports spectators. *The Journal of Social Psychology*, 134(6): 783-792.

- Wann, D.L., Royalty, J. & Roberts, A. (2000). The self-presentation of sport fans: investigating the importance of team identification and self-esteem. *Journal of Sport Behavior*, 23(2): 198-206.
- Wells, D.E., Peng, H. & Southall, R.M. (2000). An analysis of factors related to attendance at Division II football games. *Sport Marketing Quarterly*, 9(4): 203-210.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60: 31-46.
- Παπαδόπουλος, Π., Θεοδωράκης, Ν. & Αλεξανδρής, Κ. (2004). Αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια: διερεύνηση της σχέσης με τη θετική προφορική επικοινωνία. *Διοίκηση Αθλητισμού και Αναψυχής*, 1(1): 30-40.

Η ΤΑΥΤΙΣΗ ΜΕ ΕΝΑ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΑΜΕΑ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΧΟΡΗΓΟΥ ΤΟΥ

**Κούγκας, Χ., Παπαδόπουλος, Δ., Δημητριάδης, Ε. & Σχοινάκης, Σ.
Τ.Ε.Ι. Καβάλας**

Εισαγωγή

Ο αθλητισμός των Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (ΑμΕΑ) έχει αναπτυχθεί στη χώρα μας μόλις τα τελευταία χρόνια. Λόγω της ιδιαιτερότητας των αθλητών τα σχετικά αθλητικά σωματεία αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα, το σημαντικότερο από τα οποία είναι το οικονομικό. Οι πηγές των εσόδων τους είναι περιορισμένες και για την άντληση ζωτικών για την επιβίωσή τους πόρων είναι συνήθως υποχρεωμένα να απευθύνονται σε χορηγούς.

Τις τελευταίες δεκαετίες πολλές εταιρείες χρησιμοποιούν το Cause Related Marketing (CRM), μία διαδικασία εφαρμογής διαδικασιών του μάρκετινγκ που χαρακτηρίζονται από την πρόθεση της εταιρείας να συμβάλει οικονομικά για ένα συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό (Varadarajan & Menon, 1998). Οι Webb & Mohr (1998), υποστηρίζουν ότι περίπου το 46% των καταναλωτών δείχνουν πρόθυμοι να αλλάξουν τις αγοραστικές τους συνήθειες για να υποστηρίξουν μία εταιρεία που κάνει δωρεές, ενώ το 30% απάντησαν πως πολλές φορές έχουν αλλάξει τις συνήθειές τους προκειμένου να υποστηρίξουν μία εταιρεία που υποστηρίζει έναν ΜΚΟ. Ο βασικότερος τρόπος με τον οποίο λειτουργούν οι χορηγίες, είναι η μεταφορά της εικόνας από το χορηγούμενο φορέα, ή γεγονός στο προϊόν / υπηρεσία της εταιρείας (Gwinner, 1997).

Σύμφωνα με τη θεωρία της κοινωνικής ταυτότητας οι άνθρωποι τείνουν να κατηγοριοποιούν τους εαυτούς τους και τους άλλους σε διάφορες κοινωνικές κατηγορίες, όπως αθλητικές ομάδες, πολιτικά κόμματα, κλπ. (Tajfel & Turner, 1985). Η κοινωνική ταύτιση είναι η αντίληψη του ατόμου ότι ανήκει σε μία συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων (Ashforth & Mael, 1989). Τα άτομα που βρίσκονται στην ίδια κοινωνική ομάδα αναπτύσσουν πιο εύκολα δεσμούς μεταξύ τους και μεροληπτούν υπέρ των μελών της ομάδας τους όταν προβαίνουν σε συγκρίσεις (Tajfel & Turner, 1985). Οι Ashforth & Mael (1989), τονίζουν πως η ταύτιση με έναν οργανισμό είναι μία μορφή κοινωνικής ταύτισης και, ως εκ τούτου, έχει μεγάλες ομοιότητες με αυτή. Τα άτομα πρώτα κρίνουν έναν οργανισμό σύμφωνα με τους στόχους του και τα χαρακτηριστικά του και στη συνέχεια ταυτίζονται με αυτόν, συμμετέχοντας στην επιτυχία και το κύρος του.

Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιείται ο όρος «οργανωσιακή ταύτιση» για να προσδιορισθεί η ταύτιση των θεατών με αθλητική ομάδα ΑμΕΑ, τους αγώνες της οποίας παρακολουθούν. Οι Bhattacharya et al. (1995), υποστηρίζουν ότι η οργανωσιακή ταύτιση σχετίζεται θετικά με το κύρος του οργανισμού, ενώ οι Mael & Ashforth (1992), υποστηρίζουν ότι σχετίζεται επίσης θετικά με το χρόνο σύνδεσης με αυτόν. Αντίθετα, η συχνή συμμετοχή σε διάφορα συναφή γεγονότα μπορεί να εξασθενήσει το βαθμό της ταύτισης (Bhattacharya et al., 1995). Ο Dutton et al. (1994), υπογραμμίζει ότι τα άτομα ταυτίζονται με τους οργανισμούς όταν έχουν τους ίδιους στόχους με αυτούς. Οι Cornwell & Coote (2003), επισημαίνουν ότι όταν το πρωταρχικό κίνητρο του ατόμου που συμμετέχει σε ένα γεγονός ταιριάζει με το στόχο που έχει ο οργανωτής του γεγονότος ΜΚΟ, τότε θα πρέπει να αναμένεται ότι το άτομο θα ταυτιστεί περισσότερο με τον οργανισμό. Οι Mael & Ashforth (1995), επισημαίνουν ότι τα «βιοδεδομένα», δηλαδή οι εμπειρίες ζωής, επηρεάζουν την ταύτιση με έναν οργανισμό, καθώς επίσης και ο χρόνος σύνδεσης με αυτόν.

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των αιτιών που οδηγούν στην ταύτιση με έναν μη κερδοσκοπικό αθλητικό οργανισμό ΑμΕΑ, καθώς και της σχέσης που υπάρχει ανάμεσα στην ταύτιση και στην πρόθεση αγοράς προϊόντων των χορηγών του οργανισμού αυτού.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν θεατές 2 αγώνων καλαθοσφαίρισης με τροχοκαρέκλα, στους οποίους μοιράστηκαν 114 ερωτηματολόγια και επεστράφησαν συμπληρωμένα τα 102 (90%). Από τους συμμετέχοντες οι 61 (59,8%) ήταν άνδρες, ενώ οι 41 (40,2%) ήταν γυναίκες. Η μέση ηλικία τους ήταν περίπου 37 έτη.

Όργανο μέτρησης: Δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο που περιλάμβανε 30 ερωτήσεις καταταξιωμένες σε 6 ενότητες. Το ερωτηματολόγιο βασίστηκε σε προηγούμενα των Beatty & Kahle (1988), Jacoby & Chestnut (1978), Dick & Basu (1994), Bhattacharya et al. (1995) και Mael & Ashforth (1992). Στις 5 από τις 6 ενότητες χρησιμοποιήθηκε 5 βάθμια κλίμακα Likert.

Έλεγχος αξιοπιστίας και εγκυρότητας: Η εφαρμογή διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης απέδωσε 3 παράγοντες, οι οποίοι ερμηνεύουν το 69,38% της συνολικής διακύμανσης (Total Variance Explained = 69,83 %), ενώ ο δείκτης ΚΜΟ της δειγματικής καταλληλότητας έδωσε τιμή $0,834 > 0,7$. Ειδικότερα, οι 3 παράγοντες που προέκυψαν και οι αντίστοιχες τιμές του δείκτη αξιοπιστίας α είναι οι εξής: 1) Πρόθεση Αγοράς Προϊόντων του Χορηγού (4 μεταβλητές, $\alpha = 0,862$, 2) Οργανωσιακή Ταύτιση (5 μεταβλητές, $\alpha = 0,869$), 3) Αντιλαμβανόμενο Κύρος του Οργανισμού (3 μεταβλητές, $\alpha = 0,712$).

Αποτελέσματα

Διεξήχθη πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση, με εξαρτημένη μεταβλητή την οργανωσιακή ταύτιση και ανεξάρτητες μεταβλητές: 1) το κύρος του οργανισμού, 2) τα έτη παρακολούθησης του εξεταζόμενου γεγονότος, 3) τη συχνότητα παρακολούθησης παρεμφερών γεγονότων, 4) την υποστήριξη ΑμΕΑ ως πρωταρχικό κίνητρο και 5) την αρέσκεια παρακολούθησης αθλητικών συναντήσεων ως πρωταρχικό κίνητρο. Από την τιμή της κατανομής F (15,533) προκύπτει η στατιστική σημαντικότητα της εξίσωσης παλινδρόμησης (Sig. F=0,000 < 0,05). Ο συντελεστής πολλαπλού προσδιορισμού (R^2), με τιμή 0,447 δηλώνει ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές εξηγούν το 44,7% των μεταβολών της εξαρτημένης μεταβλητής.

Πίνακας 1: Συντελεστές Μερικής Παλινδρόμησης

	Coefficients ^a			Collinearity Statistics VIF
	Standardized Coefficients		Sig.	
	Beta	t		
(Σταθερά)			,005	
Κύρος οργανισμού	,005	,059	,953	1,135
Έτη παρακολούθησης	,321	3,489	,001	1,466
Συχνότητα παρακολούθησης παρεμφερών γεγονότων	,206	2,231	,028	1,485
Πρωταρχικό κίνητρο: υποστήριξη Αμ.Ε.Α	,217	2,572	,012	1,233
Πρωταρχικό κίνητρο: αρέσκεια παρακολούθησης αγώνων	-,192	-2,376	,019	1,138

a. Dependent Variable: Organosiaki taftisi

Επίσης, πραγματοποιήθηκε έλεγχος ισότητας μέσης τιμής (t- test) της μεταβλητής «οργανωσιακή ταύτιση» με παράγοντα τη μεταβλητή «ύπαρξη σχέσης μεταξύ θεατών και αγωνιζόμενων», η οποία υπολογίστηκε με Ναι = 1 και Όχι = 2.

Τα αποτελέσματα του ελέγχου έδειξαν ότι αυτοί που έχουν κάποια σχέση με τους αθλούμενους ταυτίζονται εντονότερα με την ομάδα ΑμΕΑ (μέση τιμή 4,037), έναντι αυτών που δεν έχουν σχέση (μέση τιμή 3,35). Η τιμή t (5,992) είναι στατιστικά σημαντική, καθώς Sig.t=0,000 < 0,05.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε απλή γραμμική παλινδρόμηση με εξαρτημένη μεταβλητή την «πρόθεση αγοράς προϊόντων του χορηγού» και ανεξάρτητη την «οργανωσιακή ταύτιση». Από την τιμή της

κατανομής F (82,678) προκύπτει η στατιστική σημαντικότητα της εξίσωσης παλινδρόμησης (Sig. F=0,000< 0,05). Ο συντελεστής πολλαπλού προσδιορισμού (R^2), με τιμή 0,0453 δηλώνει ότι η ανεξάρτητη μεταβλητή εξηγεί το 45,3% των μεταβολών της εξαρτημένης μεταβλητής.

Συμπεράσματα

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώθηκε μία πολύ στενή σχέση ανάμεσα στην οργανωσιακή ταύτιση και την πρόθεση αγοράς (Cornwell & Coote, 2003). Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι ο αυξημένος χρόνος παρακολούθησης μίας ομάδας ΑμΕΑ συντελεί θετικά στην ταύτιση μαζί της (Bhattacharya et. al, 1995). Αντίθετα, όμως, με αυτό που υποστηρίζουν οι ίδιοι, η τακτική συμμετοχή σε παρεμφερή γεγονότα όχι μόνο δεν επηρεάζει αρνητικά την οργανωσιακή ταύτιση (Mael & Ashforth, 1992), αλλά φαίνεται να σχετίζεται θετικά μαζί της. Όταν το πρωταρχικό κίνητρο των θεατών ενός αγώνα είναι η υποστήριξη των ΑμΕΑ γενικά, τότε η ταύτιση με την ομάδα ΑμΕΑ αυξάνεται. Αντίθετα, όταν πρωταρχικό κίνητρο των θεατών είναι η ευχαρίστηση από την παρακολούθηση αθλητικών συναντήσεων, τότε η ταύτιση με την ομάδα ΑμΕΑ είναι αρνητική (Cornwell & Coote, 2003). Όπως φαίνεται πολύ λογικό, τα άτομα που συνδέονται με τους αθλούμενους ΑμΕΑ παρουσιάζουν υψηλότερη ταύτιση με την ομάδα που αυτοί αγωνίζονται. Παρότι πολλοί επιστήμονες υποστηρίζουν ότι το κύρος του οργανισμού συνδέεται θετικά με την πρόθεση αγοράς προϊόντων των χορηγών (Bhattacharya et. al, 1995; Cornwell & Coote, 2003), στην παρούσα ερευνητική εργασία αυτό δεν τεκμηριώνεται. Γίνεται σαφές ότι οι ομάδες ΑμΕΑ, με την ολιγόχρονη παρουσία τους στο αθλητικό προσκήνιο, δεν κατάφεραν ακόμη να αποκτήσουν ένα ικανοποιητικό κύρος που θα οδηγούσε τους θεατές των αγώνων τους σε μια ισχυρή ταύτιση μαζί τους. Από τη συνολική εκτίμηση των αποτελεσμάτων προκύπτει ότι οι χορηγοί έχουν πολλά να κερδίσουν από τη σύνδεσή τους με τις αθλητικές ομάδες των ΑμΕΑ. Ωστόσο, οι τελευταίες θα πρέπει να δημοσιοποιούν περισσότερο τους αγώνες τους (π.χ. μέσω της τηλεόρασης), ώστε να αυξηθεί τόσο το κύρος τους, όσο και ο αριθμός των αποδεκτών της σύνδεσης χορηγού-χορηγού.

Βιβλιογραφία

- Ashforth, B.E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academic Management Journal*, 14(1): 20-39.
- Beatty, S.E. & Kahle, L.R. (1988). Alternative hierarchies of the attitude-behavior relationship: the impact of brand commitment and habit. *Journal of Academic Marketing Science*, 16(3): 1-10.
- Bhattacharya, C.B., Rao, H., Glynn, M.A. (1995). Understanding the bond of identification: an investigation of its correlates among art museum members. *Journal of Marketing*, 59(4): 46-57.
- Cornwell, T.B. & Coote, L.V. (2003). Corporate sponsorship of a cause: the role of identification on purchase intent. *Journal of Business Research*, 58(3): 268-276.
- Dick, A.S. & Basu, K. (1994). Customer loyalty: toward an integrated conceptual framework. *Journal of Academic Marketing Science*, 22(2): 99-113.
- Dutton, J.E., Dukerich, J.M. & Harquail, C. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2): 239-263.
- Gwinner, K. (1997). A model of image creation and image transfer in event sponsorship. *International Marketing Review*, 14(3): 145-158.
- Jacoby, J. & Chestnut, R. W. (1978). *Brand loyalty measurement and management*. Wiley, NY.
- Mael, F.A. & Ashforth, B.E. (1992). Alumni and their alma mater: a partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2): 103-123.
- Mael, F.A. & Ashforth, B.E. (1995). Loyal from day one: biodata, organizational identification, and turnover among newcomers. *Personal Psychology*, 48(2): 309-326.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1985). The social identity theory of intergroup behavior, in: Worchel, S. & Austin W.G. (Eds), *Psychology of Intergroup Behavior*, 2: 7-24, Nealson-Hall, Chicago, IL.
- Varadarajan, P.R. & Menon, A. (1988). Cause-related marketing: a co alignment of marketing strategy and corporate philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3): 58-74.
- Webb, D.J. & Mohr, L.A. (1998). A typology of consumer response to cause-related marketing: from skeptics to socially concerned. *Journal of Public Policy Marketing*, 17(2): 226-238.

ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΑΝΤΙΠΤΕΡΙΣΗΣ

Κούτρου, Ν.,¹ Θεοδωράκης, Ν.¹ & Παπαδημητρίου, Δ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ, Σέρρες

² Πανεπιστήμιο Πατρών

Εισαγωγή

Ο βαθμός στον οποίο ένας αθλητικός οργανισμός, ή μία αθλητική επιχείρηση επιτυγχάνει τους στόχους που έχει θέσει χαρακτηρίζεται με τον όρο «Οργανωτική Αποτελεσματικότητα». Ο Cameron (1986), παρατηρεί πως η οργανωτική αποτελεσματικότητα είναι ένα θεμελιώδες ζήτημα στη μελέτη ενός οργανισμού και προσελκύει σημαντικό ερευνητικό ενδιαφέρον στην οργανωτική θεωρία. Ωστόσο, είναι ένας όρος περίπλοκος, αμφισβητούμενος και δύσκολα αντιληπτός (Chelladurai, 1987). Για το λόγο αυτό, έχουν αναπτυχθεί διαφορετικές προσεγγίσεις και μοντέλα για τη μέτρηση και τον προσδιορισμό της έννοιας. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι τα μοντέλα των οργανωτικών στόχων (Price, 1968), των οργανωτικών πόρων (Yuchtman & Sheasore, 1967), και των εσωτερικών διαδικασιών (Steers, 1977). Ωστόσο, παρόλο που τα μοντέλα αυτά χρησιμοποιήθηκαν εκτενώς από τους ερευνητές για να αναπτύξουν ένα σύνολο κριτηρίων που μετρούν την αποτελεσματικότητα σε διαφορετικές οργανωτικές τοποθετήσεις παρουσιάζουν ένα μεγάλο αριθμό εννοιολογικών και πρακτικών δυσκολιών (Cameron, 1986b; Hannan & Freeman, 1977).

Το μοντέλο που φαίνεται να απολαμβάνει την ευρύτερη αποδοχή από τους ερευνητές είναι αυτό που βασίζεται στη θεωρητική προσέγγιση των πολλαπλών εταιρικών συμφερόντων (Conolly, Conlon & Deutsch, 1980; Keeley, 1978; Pfeffer & Salancik, 1978; Cameron, 1986), το οποίο προσεγγίζει τη λειτουργία των οργανισμών ως πολιτικά συστήματα. Το πολιτικό σύστημα αποτελείται από διαφορετικές οργανωτικές ομάδες που συμβάλλουν στη λειτουργία ενός οργανισμού (ομοσπονδίας, στην παρούσα έρευνα) και παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες (μέλη διοικητικού συμβουλίου, έμμισθο διοικητικό προσωπικό, τεχνικό προσωπικό, διεθνείς διαιτητές και αθλητές εθνικών ομάδων), αλλά διεκδικούν για ίδιον όφελος την ικανοποίηση συγκεκριμένων προσδοκιών, ή συμφερόντων. Επομένως, οι αντιλήψεις τους σχετικά με την αποτελεσματικότητα των οργανισμών είναι λογικό να διαφέρουν στο βαθμό που διαφέρουν και οι προσδοκίες τους από αυτόν. Η υπεροχή της συγκεκριμένης προσέγγισης βασίζεται στην αναγνώριση της κοινωνικοπολιτικής διάστασης της αποτελεσματικότητας, όπως και στην ικανότητά της να συνδυάζει κριτήρια που ανήκουν σε περισσότερα από ένα μοντέλα αξιολόγησής της (Herman & Renz, 1997; Tsui, 1990).

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) να προσδιορίσει το επίπεδο οργανωτικής αποτελεσματικότητας της Ελληνικής Ομοσπονδίας Αντιπτερίσης και β) να διερευνήσει τις αντιλήψεις των διαφορετικών ομάδων συμφερόντων που σχετίζονται με τη λειτουργία της, όσον αφορά στην αποτελεσματικότητά της.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 160 άτομα, από τους οποίους οι 86 (53,8%) ήταν άνδρες και οι 73 (45,6%) γυναίκες, προερχόμενοι από 5 ομάδες συμφερόντων που συνδέονται με τη λειτουργία της Ομοσπονδίας. Οι ομάδες αυτές ήταν μέλη διοικητικού συμβουλίου (14,4%), έμμισθο διοικητικό προσωπικό (13,8%), αθλητές/τριες της Εθνικής ομάδας (26,9%), διαιτητές / κριτές (17,5%) και μέλη της τεχνικής ομάδας (επιστημονικοί συνεργάτες, προπονητές, γυμναστές, βοηθοί) (26,3%). Η ηλικία του δείγματος κυμαινόταν από 18 έως 60 έτη. Τα άτομα αυτά προερχόταν από σωματεία - μέλη της Ομοσπονδίας, από τις 6 γεωγραφικές περιφέρειες στις οποίες χωρίζεται.

Όργανα μέτρησης: Για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Οργανωτικής Αποτελεσματικότητας Ελληνικών Ομοσπονδιών - Ο.Α.Ε.Ο. (Paradimitriou,1995), η οποία βασίζεται στο μοντέλο των πολλαπλών οργανωτικών ομάδων συμφερόντων και συνίσταται από 5 παράγοντες: α) το διοικητικό συμβούλιο της Ομοσπονδίας και εξωτερικές σχέσεις της Ομοσπονδίας (13 ερωτήματα), β) εσωτερικές διαδικασίες της Ομοσπονδίας (8 ερωτήματα), γ) ικανοποίηση των αθλητών (8 ερωτήματα), δ) προγραμματισμός της Ομοσπονδίας (7 ερωτήματα) και ε) τεχνική / επιστημονική κάλυψη (5 ερωτήματα). Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν συνολικά από 33 δείκτες αποτελεσματικότητας. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα εξέφρασαν τις απόψεις τους σε μία 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 7 = συμφωνώ απόλυτα.

Διαδικασία: Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των Πανελλήνιων ατομικών και ομαδικών πρωταθλημάτων, ανδρών - γυναικών της περιόδου 2005 - 2006. Τα ερωτηματολόγια μοιράζονταν πριν την έναρξη των αγώνων, ή στα διαλείμματα. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε από την 1^η ερευνητρια. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωναν το ερωτηματολόγιο αφού πρώτα ενημερώνονταν για το σκοπό της έρευνας. Η συμμετοχή τους ήταν εθελοντική και ανώνυμη.

Αποτελέσματα

Για την εξέταση της αξιοπιστίας των 5 παραγόντων της κλίμακας χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής α του Cronbach. Οι συντελεστές αξιοπιστίας ήταν αποδεκτοί και για τους 5 παράγοντες του ερωτηματολογίου (πίνακας 1). Για να διερευνηθούν οι διαφορές στις αντιλήψεις αποτελεσματικότητας σε κάθε παράγοντα, μεταξύ των διαφορετικών οργανωτικών ομάδων συμφερόντων χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης με έναν παράγοντα. Δεν βρέθηκαν διαφορές στις αντιλήψεις μεταξύ των 5 οργανωτικών ομάδων της ομοσπονδίας, με εξαίρεση τον παράγοντα «εσωτερικές διαδικασίες», όπου το έμμισθο διοικητικό προσωπικό εξέφρασε στατιστικά σημαντικά περισσότερο θετικές (4.88) απόψεις σε σχέση με τους αθλητές/τριες της εθνικής ομάδας (3.59). ($F_{4,151} = 4,25, p < .05$).

Πίνακας 1: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και εσωτερική συνοχή των 5 παραγόντων της οργανωτικής αποτελεσματικότητας

	Παράγοντες	a	ΜΟ	ΤΑ
1	Ικανότητες Δ.Σ. & εξωτερικές σχέσεις	.96	3.9	1.5
2	Ικανοποίηση αθλητών/τριων	.89	4.0	1.5
3	Εσωτερικές διαδικασίες	.88	4.0	1.4
4	Οργανωτικός προγραμματισμός	.88	3.9	1.6
5	Τεχνική και επιστημονική κάλυψη	.81	3.6	1.5

Πίνακας 2: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και αποτελέσματα ανάλυσης διακύμανσης για τις «ομάδες συμφερόντων»

Παράγοντες	Ομάδες Συμφερόντων										F
	Μέλη Δ.Σ.		Προσωπικό		Αθλητές/τριες		Διαιτητές		Τεχνική Ομάδα		
	ΜΟ	ΤΑ	ΜΟ	ΤΑ	ΜΟ	ΤΑ	ΜΟ	ΤΑ	ΜΟ	ΤΑ	
Δ.Σ – Εξωτ. σχέσεις.	4.4	1.8	4.2	1.5	3.6	1.3	4.1	1.1	3.6	1.5	2.09
Ικανοποίηση αθλητ.	4.4	1.8	4.5	1.5	3.6	1.4	4.4	1.0	3.6	1.6	2.71
Εσωτ. διαδικασίες	4.4	1.5	4.8	1.0	3.5	1.4	4.3	1.1	3.8	1.3	4.25*
Οργανωτικός Προγραμ.	4.1	1.9	4.2	1.9	3.7	0.9	3.9	1.7	3.9	1.7	.04
Τεχν. & επιστ. κάλυψη	4.0	1.5	4.0	1.4	3.3	1.4	4.2	1.5	3.3	1.7	2.69

* $p < .001$

Συζήτηση

Συνολικά, οι αντιλήψεις των 5 διαφορετικών οργανωτικών ομάδων συμφερόντων συμφωνούσαν ότι η οργανωτική αποτελεσματικότητα της Ομοσπονδίας κυμαινόταν σε μέτρια επίπεδα. Το γεγονός αυτό πρέπει να προβληματίσει τα διοικητικά στελέχη της Ομοσπονδίας, ιδιαίτερα αφού οι αθλητές/τριες, που είναι η ομάδα πρωταρχικού ενδιαφέροντος για κάθε Ομοσπονδία, έχουν αυτή την αντίληψη. Το γεγονός ότι οι αθλητές/τριες της Εθνικής ομάδας είχαν μάλλον αρνητικές αντιλήψεις για τον παράγοντα «Εσωτερικές Διαδικασίες», ίσως να οφείλεται στη μειωμένη ανάμιξή τους στα διοικητικά ζητήματα της Ομοσπονδίας. Πρέπει να σημειωθεί ότι οι αθλητές/τριες παρουσίασαν τα χαμηλότερα σκορ σε όλους τους παράγοντες οργανωτικής αποτελεσματικής της Ομοσπονδίας.

Καταλήγοντας, η παραπάνω προσέγγιση για την εξέταση της οργανωτικής αποτελεσματικότητας θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί από τα διοικητικά στελέχη των αθλητικών Ομοσπονδιών, αφού οι ομάδες συμφερόντων έχουν διαφορετικές αντιλήψεις για το έργο που παράγουν οι Ομοσπονδίες και παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για τον τρόπο λειτουργίας, τις διαδικασίες και την αποτελεσματικότητα του αθλητικού οργανισμού.

Βιβλιογραφία

- Cameron, K. (1986). A study of organizational effectiveness and its predictors. *Management Science*, 32(1): 87-112.
- Cameron, K. (1986b). Effectiveness as paradox: consensus and conflict in conceptions of organizational effectiveness. *Management Science*, 32: 539-553.
- Chelladurai, P. (1987). Multidimensionality and multiple perspectives of organizational effectiveness. *Journal of Sport Management*, 1: 37-47.
- Conolly, T., Conlon, E.J. & Deutsch, S.J. (1980). Organizational effectiveness: a multiple-constituency approach. *Academy of Management Review*, 5: 211-217.
- Hannan, M.T. & Freeman, J. (1977). Obstacles to comparative studies. In P.S.
- Herman, R.D. & Renz, D.O. (1997). Multiple constituencies and the social construction of nonprofit organizational effectiveness. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 26(2): 185-206.
- Keeley, M. (1978). A social-justice approach to organizational evaluation. *Administrative Science Quarterly*, 23: 272-292.
- Papadimitriou, D. (1995). *The organizational effectiveness of Greek national sports organizations: an empirical application of the multiple constituency approach*. Unpublished Doctoral Dissertation. The University of Sheffield, UK.
- Papadimitriou, D. (2001). An exploratory examination of the prime beneficiary approach of effectiveness: the case of Greek elite athletes of Olympic and non-Olympic sports. *European Journal of Sport Management*, 8: 63-83.
- Papadimitriou, D. & Taylor, P. (2000). Organizational effectiveness of Hellenic national sports organizations: a multiple constituency approach. *Sport Management Review*, 3(1): 23-46.
- Pfeffer, J. & Salancik, G.B. (1978). *The external control of organization: a resource dependence view*. New York: Harper & Row.
- Price, J.L. (1968). *Organizational effectiveness: an inventory of propositions*. Homewood. Richard. D. Irwing Inc.
- Steers, R.M. (1977). *Organizational effectiveness: a behavioural view*. Santa Monica, CA: Goodyear.
- Tsui, A.S. (1990). A Multiple-Constituency Model of effectiveness: an empirical examination at the human resource subunit level. *Administrative Science Quarterly*, 35: 458-483.
- Yuchtman, E. & Seashore, E.S. (1967). A system resource approach to organizational effectiveness. *American Sociological Review*, 32: 891-903.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Κριεμάδης, Θ., Λειβάδη, Σ. & Βρόντου, Ο.

Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Εισαγωγή

Σύμφωνα με τους Peters & Waterman (1982), ο οργανισμός που αποσκοπεί σε βελτίωση των λειτουργιών του πρέπει να εστιάσει σε 7 παράγοντες, οι οποίοι αποτελούν και τα συστατικά στοιχεία του: στρατηγική (strategy), οργανωτική δομή (structure), συστήματα (systems), ικανότητες (skills), προσωπικό (staff), στυλ διοίκησης (style) και απώτεροι στόχοι, ή κοινές αξίες (superordinate values). Κατά τους Peters & Waterman (1982), η διοίκηση του οργανισμού οφείλει να επιτύχει αρμονική συνύπαρξη όλων των ανωτέρω στοιχείων, δεδομένου ότι αποτελούν τους κρίκους μίας αλυσίδας και κρίνονται ως εξίσου σημαντικά. Το ίδιο ισχύει και για τους Ελληνικούς δημόσιους οργανισμούς, τα κύρια χαρακτηριστικά του οποίου είναι υπέρμετρος συγκεντρωτισμός, ανελαστικότητα, χρονοβόρες διαδικασίες κατά την περάτωση των διοικητικών λειτουργιών, ανεπαρκής εξυπηρέτηση των πολιτών, ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων μεταξύ των πολιτών και του εκάστοτε κυβερνώντος κόμματος και συχνή επικράτηση άτυπων πρακτικών έναντι τυπικών κανόνων (Σπανού, 2001).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εξακρίβωση του βαθμού εφαρμογής σύγχρονων αρχών, πρακτικών και εργαλείων μανάτζμεντ στην Ελληνική δημόσια διοίκηση, καθώς επίσης και ο εντοπισμός των εκπαιδευτικών της αναγκών.

Μεθοδολογία

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου, το οποίο βασίστηκε στο μοντέλο 7s McKinsey και στις εργασίες των Peters & Waterman (1982). Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν σε 212 διοικητικά στελέχη δημόσιας διοίκησης (Προϊστάμενους Τμημάτων, Προϊστάμενους Διευθύνσεων και Γενικούς Διευθυντές) 8 Υπουργείων, συμπεριλαμβανομένου και του Υπουργείου Πολιτισμού (Γενική Γραμματεία Αθλητισμού), από τα οποία απαντήθηκαν τα 156. Οι συμμετέχοντες ήταν μεταξύ 30-40 ετών. Τα ερωτηματολόγια απαρτίζονταν από 50 ερωτήσεις, στις οποίες οι ερωτώμενοι καλούνταν να απαντήσουν σε 5 βάρη κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = δεν ισχύει και 5 = ισχύει απόλυτα.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα χωρίζονται σε 7 κατηγορίες και συνοψίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Παράγοντες	Μ.Ο
Οργανωτική δομή του δημόσιου οργανισμού (Structure)	2,62
Μακροπρόθεσμη στρατηγική (Strategy)	2,37
Συστήματα διοίκησης (Systems)	2,35
Στυλ διοίκησης (Style)	2,54
Προσωπικό (επάρκεια ποσοτικά και ποιοτικά) (Staff)	2,06
Ικανότητες του διοικητικού προσωπικού (Skills)	2,32
Κοινές αξίες (Shared Values)	2,32

Συζήτηση και συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα της έρευνας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η Ελληνική δημόσια διοίκηση διατηρεί, σε μεγάλο βαθμό, τις γραφειοκρατικές δυσλειτουργίες του παρελθόντος. Ωστόσο, διακρίνονται παράλληλες τάσεις αλλαγής του διοικητικού τοπίου και βελτίωσης του έως τώρα άκαμπτου, συγκεντρωτικού συστήματος. Η παραπάνω διαπίστωση στηρίζεται στο γεγονός ότι η πλειονότητα των απαντήσεων κυμαίνεται μεταξύ των βαθμών 2 και 3, δηλαδή μεταξύ των δηλώσεων «ισχύει μερικώς» και «ισχύει». Οι μέσοι όροι των απαντήσεων καταδεικνύουν μία μη ικανοποιητική εικόνα του Ελληνικού δημοσίου τομέα, η οποία θα μπορούσε, παρόλα αυτά, να τροποποιηθεί αν αξιοποιούνταν πλήρως οι καινοτόμες τάσεις ορισμένων προοδευτικών στελεχών της διοίκησης.

Όσο αφορά στην εκπαίδευση των στελεχών της δημόσιας διοίκησης, η παρούσα έρευνα μπορεί να περιγράψει τις θεματικές ενότητες εκπαίδευσης και επιμόρφωσης των στελεχών, όπως απορρέουν από την εφαρμογή των παραγόντων του μοντέλου 7S McKinsey: 1) ομαδική εργασία, επίλυση προβλημάτων και συνεχής βελτίωση των διαδικασιών, 2) εξεύρεση των αναγκών των πολιτών και ικανοποίηση αυτών, 3) στρατηγικός σχεδιασμός, 4) σχεδιασμός και εφαρμογή πολιτικής ποιότητας, 5) διαχείριση της γνώσης, ενίσχυση της καινοτομίας, του πειραματισμού και της μάθησης και 6) αξιολόγηση όλων των εκφάνσεων της δημόσιας διοίκησης.

Βιβλιογραφία

- Σπανού, Κ. (2001). *Ελληνική διοίκηση και ευρωπαϊκή ολοκλήρωση*. Εκδόσεις Παπαζήση.
- Peters, T.J. & Waterman, R.H. Jr. (1982). *In search of excellence: lessons from America's best run companies*. Warner Books, New York.

**ΠΕΔΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΕΛΕΧΩΝ
ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Βρόντου, Ο., Κριεμάδης, Θ. & Λειβάδη, Σ.

Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Εισαγωγή

Ο αθλητισμός και ο τουρισμός, 2 από τα μεγαλύτερα κοινωνικά φαινόμενα, έχουν τελευταία διαμορφώσει μία από τις πιο πολυσχιδείς μορφές αναψυχής στον κόσμο, αυτής του αθλητικού τουρισμού. Ενώ η διαμάχη μεταξύ τους για το ποιο αποτελεί κυρίαρχουσα μορφή αναψυχής δεν έχει αναδείξει νικητή, οι απαιτήσεις σε επίπεδο υπηρεσιών στον αθλητικό τουρισμό ολοένα αυξάνονται (de Knop, 1998). Η «ενεργητική συμμετοχή» στον αθλητικό τουρισμό παρουσιάζεται ως μία από τις πιο απαιτητικές μορφές αναψυχής προσφέροντας εξειδικευμένες υπηρεσίες σε ένα έντονα συμμετοχικό κοινό. Ακόμα, όμως, και η «παθητική συμμετοχή» που προτείνει την παρακολούθηση αθλητικών διοργανώσεων απαιτεί περίπλοκες οργανωτικές διαδικασίες και αποτελεσματικές τεχνικές προβολής των διοργανώσεων.

Με αυτό τον τρόπο, παρ' όλο που οι υπηρεσίες που προσφέρονται ανήκουν στη δομή της τουριστικής βιομηχανίας η αθλητική συνισταμένη αυτής της μορφής απαιτεί την εμπλοκή αθλητικών στελεχών σε όλα τα επίπεδα σχεδιασμού και υλοποίησης αθλητικών τουριστικών προγραμμάτων. Παρ' όλη την επάρκεια των πόρων στη βιομηχανία του τουρισμού, αλλά και τη μεγάλη ανάπτυξη της αθλητικής επιστήμης, οι θεσμοθετημένες και εφαρμοσμένες ακαδημαϊκές και αναπτυξιακές πρακτικές του αθλητικού τουρισμού είναι ελλιπείς και συγκεχυμένες (Sinclair, 2005).

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εξέταση της αθλητικής τουριστικής εκπαίδευσης ως σύνδεση των 2 παραδοσιακών γνωστικών πεδίων. Η σύνδεση αυτή στοχεύει στην ανάπτυξη των διοικητικών και οργανωτικών ικανοτήτων των επαγγελματιών της διοίκησης διοργανώσεων και αθλητικών δραστηριοτήτων μέσα στο περιβάλλον της φιλοξενίας και τουρισμού (Littlejohn & Watson, 2004).

Επίσης, η μελέτη στοχεύει στο να προσδιορίσει τις ικανότητες και γνώσεις που πρέπει να αναπτυχθούν από τα στελέχη του αθλητικού τουρισμού προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι νέες απαιτήσεις μίας ραγδαία εξελισσόμενης μορφής αναψυχής ως αποτέλεσμα των τεχνολογικών και διοικητικών προσαρμογών. Η εξέλιξη αυτών των νέων μορφών αναψυχής έχει αναπόφευκτα επηρεάσει το είδος και τη δομή των σπουδών αναψυχής με στόχο να καταρτίσει τους νέους επαγγελματίες, παρ' όλο που η προοπτική της ειδικής αυτής εκπαίδευσης δεν έχει ακόμα εξερευνηθεί στο μεγαλύτερο μέρος της.

Η διαφορετικότητα των μορφών του αθλητικού τουρισμού απαιτούν μία σειρά από ποικίλες ικανότητες και γνώσεις προκειμένου να μεταφερθούν στις προσφερόμενες υπηρεσίες κάθε φορά. Η πολυδιάστατη κατάρτιση που απαιτείται για πρώτη, ίσως, φορά συνδυάζει γνωστικά αντικείμενα διαφορετικών επιστημών και επαγγελμάτων, δημιουργώντας έτσι ένα νέο αυτόνομο εκπαιδευτικό σύνολο (Γλυνιά, Λύτρας & Μάρας, 2004). Η παρούσα εξέταση αυτού του νέου συνόλου ασχολείται με κάθε μία μορφή αθλητικού τουρισμού, όπως αυτή έχει οριστεί στα ακαδημαϊκά πλαίσια από τη διεθνή βιβλιογραφία (Weed & Bull, 1998).

Μεθοδολογία

Παρ' όλη την εμφανή έλλειψη πρωτογενούς έρευνας, εκτενής ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας παρείχε πολύτιμη γνώση για τις υπάρχουσες θεωρητικές προσεγγίσεις σχετικά με την εκπαίδευση στον αθλητικό τουρισμό. Για την αύξηση της αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων της μελέτης χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της «θεωρητικής τριγωνοποίησης» (theoretical triangulation).

Αποτελέσματα

Όπως διαφαίνεται στο αρχικό στάδιο της ανάλυσης, ένα βασικό αποτέλεσμα είναι ότι η ανάπτυξη αυτής της μορφής αναψυχής στηρίζεται στις αρχές της τουριστικής διοίκησης και όχι της αθλητικής. Παρ' όλο που η διεθνής βιβλιογραφία υποστηρίζει την αθλητική διάσταση αυτής της μορφής (Sinclair, 2005), οι πολιτικές ανάπτυξης βασίζονται σημαντικά στη δομή και στη λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας. Εξετάζοντας το προφίλ και τις αρμοδιότητες των επαγγελματιών του αθλητικού τουρισμού παρουσιάζεται η έντονη εξάρτησή τους από την τουριστική βιομηχανία, καθώς και η ελαχιστοποίηση της απασχόλησης στελεχών του αθλητισμού.

Η συνειδητοποίηση του εκπαιδευτικού κενού που παρουσιάζεται μεταξύ ακαδημαϊκών του αθλητικού τουρισμού και επαγγελματιών του τουρισμού στηρίζει το σκοπό της παρούσας μελέτης για τον καθορισμό των νέων γνωστικών πεδίων που θα ικανοποιούσαν την κατάρτιση των επαγγελματιών του αθλητικού τουρισμού. Η παρούσα ανάλυση της γνωστικής ποικιλίας του αθλητικού τουρισμού παρουσιάζει τη μεγάλη απόκλιση των γνωστικών πεδίων, αλλά και τη μεγάλη έλλειψη πολύπλευρης κατάρτισης των επαγγελματιών αυτής της μορφής αναψυχής (Ramos, Rey-Maquieira & Tugores, 2004).

Η ακαδημαϊκή υπόσταση του αθλητικού τουρισμού και ο ορισμός των διαφορετικών μορφών στην οποία έχουν καταλήξει οι ακαδημαϊκοί έχει χρησιμοποιηθεί για τη διευκόλυνση του διαχωρισμού των στοιχείων κατάρτισης. Η «ενεργητική» συμμετοχή στον αθλητικό τουρισμό μέσα από τη συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις, ή προσωπικές μη αγωνιστικές δραστηριότητες εισάγουν τα στοιχεία: της οργάνωσης αγώνων, του συντονισμού με αθλητικούς φορείς, της συμμετοχής σε διαδικασίες διεκδίκησης και ανάληψης διοργανώσεων, της διαχείρισης εγκαταστάσεων, κλπ., μέσα στο περιβάλλον της τουριστικής διοίκησης όπου πρέπει να συνυπάρχουν, ώστε να προσφέρουν ένα συγκεκριμένο προϊόν.

Η «παθητική» συμμετοχή στον αθλητικό τουρισμό ασχολείται με την παρακολούθηση αγώνων, ή σχετικών με τον αθλητισμό εκδηλώσεων και παρ' όλο που οι παραδοσιακές πλευρές του τουρισμού θα υποστήριζαν ότι με ευκολία θα ικανοποιούσαν τις απαιτήσεις ενός προβλέψιμου κοινού, οι ειδικές γνώσεις των στοιχείων του αθλητισμού παραμένουν αναπόσπαστο μέρος της δημιουργίας και λειτουργίας του αθλητικού - τουριστικού προϊόντος. Η κατάρτιση που απαιτείται συμπεριλαμβάνει τη συνεργασία και διευθέτηση διαδικασιών με αθλητικά όργανα, την οργάνωση και εξυπηρέτηση θεατών, τη δημιουργία εικόνας και ταυτότητας της διοργάνωσης, τη δημιουργία και εμπορία προϊόντων, κλπ. Παράλληλα, η εξυπηρέτηση σε επίπεδο φιλοξενίας θα συμπληρώνει ένα ολοκληρωμένο προϊόν οργανωμένο από ένα υφιστάμενο οργανισμό που αντιλαμβάνεται τις απαιτήσεις της αθλητικής δραστηριότητας και το συμπεριλαμβάνει στη συνολική εμπειρία αναψυχής.

Συμπεράσματα

Η διεθνής βιβλιογραφία προτείνει ότι η αθλητική τουριστική εκπαίδευση πρέπει να βασιστεί στη σύνθεση των επιστημών του αθλητισμού και του τουρισμού αντλώντας γνώση και εμπειρία από τους ανάλογους αθλητικούς οργανισμούς, καθώς και από τις λειτουργίες της βιομηχανίας του τουρισμού. Μεγαλύτερη σύγκλιση μεταξύ των πεδίων του αθλητισμού και τουρισμού είναι καθοριστική για την αποτελεσματική ανάπτυξη της εκπαίδευσης του αθλητικού τουρισμού και θα μεγιστοποιήσει τα οφέλη που παράγονται (Ritchie & Adair, 2004).

Αναπτύσσοντας τις ικανότητες διοίκησης και διαχείρισης της αθλητικής αγοράς, καθώς και της φιλοξενίας και της τουριστικής ανάπτυξης τα στελέχη του αθλητικού τουρισμού θα μπορέσουν να επέμβουν αποτελεσματικά στη δημιουργία, λειτουργία και ανάπτυξη του αθλητικού τουριστικού προϊόντος (Dale & Robinson, 2001).

Βιβλιογραφία

- Dale, C. & Robinson, N. (2001). The theming of tourism education: a three-domain approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 3(1): 30–35.
- De Knop, P. (1998). *Sport and tourism: international perspectives*, London: Human Kinetics.
- Littlejohn, D. & Watson, S. (2004). Developing graduate managers for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(7): 408–414.
- Ramos, V., Rey-Maguieira, J. & Tugores, M. (2004). The role of training in changing an economy specialising in tourism. *International Journal of Manpower*, 25(1): 55–72.
- Ritcie, B. & Adair, D. (2004). *Sport tourism: interrelationships, impacts and issues*. NY: Multilingual Matters.
- Sinclair, D. (2005). Sports education – a priority for Caribbean sports tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6): 536–548.
- Weed, M. & Bull, C. (1998). *The search for a sport – tourism policy network*, in: Collins, M.F. and Cooper, I.S. (Eds.), *Leisure Management: Issues and Applications*, Wallingford: CAB International.
- Γλυνιά, Ε., Λύτρας, Π. & Μάρας, Δ. (2004). *Animation: ψυχαγωγία και άθληση στον τουρισμό*. Αθήνα, Interbooks.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΣΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΧΙΟΝΟΣΑΝΙΔΑΣ

Καϊμακάμης, Δ. & Αλεξανδρής, Κ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Οι ρίζες του αθλήματος της χιονοσανίδας ανάγονται στις αρχές της δεκαετίας του 1920. Στις επόμενες δεκαετίες η διαμόρφωση και η εξέλιξη του υπήρξε ανοδική και έντονη σε όλον τον κόσμο (Hudson & Cross, 2004). Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι εκατομμύρια άνθρωποι ασχολούνται σήμερα με το άθλημα (τόσο σε επίπεδο πρωταθλητισμού, όσο και ως δραστηριότητα ελεύθερου χρόνου) και από το ότι εντάχθηκε στο πρόγραμμα των Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων του Ναγκάνο, το 1998.

Στην Ελλάδα η χιονοσανίδα άρχισε να εμφανίζεται στις αρχές της δεκαετίας του 1980, ενώ σήμερα γνωρίζει μια ραγδαία εξέλιξη. Θεωρείται μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες δραστηριότητες χειμερινού τουρισμού, παρόλο που η τάση αυτή δεν έχει καταγραφεί με επίσημα στατιστικά στοιχεία. Πρέπει να τονισθεί ότι οι συμμετέχοντες στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας αποτελούν μία διαφορετική ομάδα από τους χιονοδρόμους αναψυχής με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και διαφορετικό προφίλ (Vaske, Dyar & Timmons, 2004).

Οι έρευνες σε θέματα καταναλωτικής συμπεριφοράς των συμμετεχόντων στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας στην Ελλάδα είναι ακόμη πολύ περιορισμένες. Δεν είναι γνωστό το κοινωνικό, το οικονομικό και το δημογραφικό προφίλ των συμμετεχόντων, τα κίνητρα και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν κατά τη συμμετοχή τους. Τα παραπάνω στοιχεία είναι απαραίτητα προκειμένου να σχεδιαστούν καλύτερα προγράμματα από τη διοίκηση των χιονοδρομικών κέντρων και να οργανωθούν μέθοδοι επικοινωνίας για την προβολή της συγκεκριμένης δραστηριότητας.

Η παρούσα έρευνα χρησιμοποίησε το θεωρητικό πλαίσιο των ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής προκειμένου να εξετάσει τους παράγοντες που περιορίζουν τη συμμετοχή στη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Ως ανασταλτικοί παράγοντες ορίστηκαν «οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη από τους ερευνητές, έχουν γίνει αντιληπτοί από τα ίδια τα άτομα και ως αποτέλεσμα έχουν να περιορίζουν, ή να αποτρέπουν τη συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής» (Jackson, 1993). Σύμφωνα με το μοντέλο αυτό, οι ανασταλτικοί παράγοντες μπορούν εννοιολογικά να χωρισθούν σε 3 κατηγορίες, ανάλογα με τον τρόπο που επηρεάζουν την σχέση μεταξύ των προτιμήσεων του ατόμου για αναψυχή και της τελικής του συμμετοχής ή μη συμμετοχής. Οι κατηγορίες αυτές είναι:

α) Οι ενδοπροσωπικοί ανασταλτικοί παράγοντες που περιλαμβάνουν «ατομικές ψυχολογικές καταστάσεις και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του ίδιου του ατόμου, που αλληλεπιδρούν περισσότερο με τις προσωπικές του προτιμήσεις παρά μεσολαβούν μεταξύ των προτιμήσεων και της συμμετοχής». Παραδείγματα τέτοιων παραγόντων είναι το άγχος για τη συμμετοχή, οι θρησκευτικές πεποιθήσεις, η προγενέστερη θετική / αρνητική εμπειρία με συγκεκριμένες δραστηριότητες αναψυχής, η αντιλαμβανόμενη αυτό-ικανότητα του ατόμου και η υποκειμενική αξιολόγηση της καταλληλότητας και της διαθεσιμότητας των διάφορων δραστηριοτήτων αναψυχής.

β) Οι διαπροσωπικοί ανασταλτικοί παράγοντες που αναφέρονται ως «το αποτέλεσμα της διαπροσωπικής αλληλεπίδρασης, ή της ύπαρξης σχέσης ανάμεσα στα άτομα που συμμετέχουν». Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται η δυσκολία εξεύρεσης παρέας / συντρόφου για τη συμμετοχή σε μία δραστηριότητα αναψυχής. Οι Crawford & Godbey (1987), υποστήριξαν ότι η έλλειψη παρέας μπορεί να οφείλεται σε πλήθος λόγων, όπως το διαφορετικό επίπεδο ικανοτήτων, η ανομοιογένεια των προτιμήσεων, το διαφορετικό καθημερινό πρόγραμμα του κάθε ατόμου, κλπ.

γ) Οι δομικοί ανασταλτικοί παράγοντες που είναι εξωτερικοί και παρεμβατικοί ανάμεσα στην προτίμηση / διάθεση για αναψυχή και την τελική συμμετοχή. Παραδείγματα τέτοιων παραγόντων αποτελούν η έλλειψη οικονομικών πόρων, η έλλειψη και τα προβλήματα σχετικά με τις εγκαταστάσεις, η ύπαρξη κατάλληλων προγραμμάτων, η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, ο

σχεδιασμός και καταμερισμός του χρόνου εργασίας και η απουσία ευκαιριών για συμμετοχή από την πολιτεία.

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση: α) του προφίλ των συμμετεχόντων στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας, β) των ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας και γ) διαφορών στις διαστάσεις των ανασταλτικών παραγόντων σύμφωνα με το φύλο.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 250 άτομα που παρευρίσκονταν σε ένα χιονοδρομικό κέντρο της Βόρειας Ελλάδας.

Όργανο μέτρησης: Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής (Alexandris & Carroll, 1997), όπου υπήρχαν και κοινωνικές - δημογραφικές μεταβλητές με στόχο τον καθορισμό του προφίλ των συμμετεχόντων. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 5 διαστάσεις ανασταλτικών παραγόντων: έλλειψη χρόνου, ατομικοί / ψυχολογικοί, έλλειψη ενδιαφέροντος, εγκαταστάσεις / προγράμματα, έλλειψη παρέας, οικονομικοί παράγοντες. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε μια κλίμακα 5 βάρη Likert (πολύ σημαντικός – καθόλου σημαντικός)

Αποτελέσματα

Προφίλ των συμμετεχόντων: Όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 1, το 76% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες και το 24% ήταν γυναίκες. Όσον αφορά στην ηλικία, το 39% των συμμετεχόντων ήταν ηλικίας 18-22 ετών και το 59% ήταν ηλικίας 23-30 ετών. Μόνο το 2% ήταν ηλικίας άνω των 30 ετών. Σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης παρατηρήθηκε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκεντρώσαν οι απόφοιτοι γυμνασίου / λυκείου με 58%. Οι απόφοιτοι ΙΕΚ ήταν 15% και οι απόφοιτοι ΑΕΙ ήταν 24%. Ως προς την οικογενειακή κατάσταση οι περισσότεροι ήταν άγαμοι 95%, ενώ μόνο το 5% δήλωσαν ότι ήταν έγγαμοι. Ως προς το επάγγελμα, το 30.0% ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι και το 14% επιχειρηματίες. Τέλος, η πλειοψηφία ήταν φοιτητές (49%)

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Επάγγελμα	Ηλικία	Φύλο	Οικογενειακή Κατάσταση	Εκπαίδευση
Φοιτητής: 49% Ιδιωτ. Υπάλληλος: 30% Δημ. Υπάλληλος: 3% Επιχειρηματίας: 14% Άνεργος: 4%	18-22: 39% 23-30: 59% > 31: 2%	A: 76% Γ: 24%	Άγαμοι: 95% Έγγαμοι: 5%	Αποφ. Δημ: 1% Αποφ. Γυμν. / Λυκείου: 58% Αποφ. ΙΕΚ: 15% Αποφ. ΑΕΙ: 24% Κατ. Μεταπτυχ.: 2%

Ανασταλτικοί παράγοντες συμμετοχής: Οι μέσοι όροι των διαστάσεων υπολογίστηκαν προκειμένου να παρουσιαστεί η εικόνα των πιο σημαντικών ανασταλτικών παραγόντων. Οι διαστάσεις «έλλειψη ενδιαφέροντος» και «έλλειψη παρέας» βρέθηκαν να έχουν τους πιο υψηλούς μέσους όρους (6.1 και 5.4 αντίστοιχα), ακολουθούμενες από τις διαστάσεις «έλλειψη χρόνου» και «ατομικοί / ψυχολογικοί» λόγοι.

Πίνακας 2: Μέσοι όροι των διαστάσεων των ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής

	M.O.	T.A.
Έλλειψη χρόνου	5.3	0.9
Ατομικοί / ψυχολογικοί	4.9	0.8
Έλλειψη ενδιαφέροντος	6.1	0.7
Εγκαταστάσεις / Υπηρεσίες	4.3	0.7
Οικονομικοί	4.6	1.0
Έλλειψη παρέας	5.4	1.0

Σύγκριση των ανασταλτικών παραγόντων σύμφωνα με το φύλο

Η ανάλυση t-test για τη σύγκριση των μέσων όρων αντρών και γυναικών στους ανασταλτικούς παράγοντες συμμετοχής έδειξε στατιστικά σημαντικές διαφορές μόνο στον παράγοντα ατομικοί / ψυχολογικοί λόγοι ($t=2.9, p<.001$). Οι μέσοι όροι των τιμών ήταν μεγαλύτεροι στις γυναίκες από ό,τι στους άντρες. Σε όλους τους υπόλοιπους παράγοντες οι διαφορές δεν ήταν στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 3. Ανασταλτικοί παράγοντες συμμετοχής σε σύγκριση με το γένος.

	Άντρας M.O.	Γυναίκα M.O.	P
Έλλειψη χρόνου	5.7	5.6	n.s
Ατομικοί / Ψυχολογικοί	5.0	4.7	$t=2.9, p<.001$
Έλλειψη ενδιαφέροντος	6.1	6.0	n.s
Εγκαταστάσεις / Υπηρεσίες	4.3	4.3	n.s
Οικονομικοί	4.6	4.5	n.s
Έλλειψη παρέας	5.4	5.4	n.s

Συζήτηση

Τα βασικά στοιχεία της έρευνας μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- Ο τυπικός συμμετέχων στη δραστηριότητα της χιονοσανίδας είναι άντρας, ηλικίας ως 22 ετών, με καλό επίπεδο εκπαίδευσης και χωρίς οικογενειακές υποχρεώσεις.
- Η έλλειψη ενδιαφέροντος και παρέας είναι βασικοί ανασταλτικοί λόγοι για την περαιτέρω αύξηση της συμμετοχής.
- Οι ατομικοί / ψυχολογικοί λόγοι αποτελούν πιο σημαντικά εμπόδια για τις γυναίκες από ό,τι για τους άντρες.

Προτάσεις

- Στοχευμένο μάρκετινγκ για την επέκταση των ομάδων - στόχων και σε άλλες ομάδες του πληθυσμού (π.χ., άτομα με μεγαλύτερη ηλικία, γυναίκες, οικογένειες).
- Προώθηση της δραστηριότητας σε πανεπιστήμια.
- Οργάνωση κοινωνικών εκδηλώσεων για τη γνωριμία των ατόμων που ασχολούνται με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα.
- Οργάνωση προγραμμάτων διδασκαλίας για τις γυναίκες και αρχάριους υπό τη μορφή παιχνιδιών.

Βιβλιογραφία

Alexandris, K. & Carroll B. (1997). An analysis of leisure constraints based on different recreational sport participation levels: results from a study in Greece. *Leisure Sciences*, 19: 1-15.

- Crawford, D. & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9: 119-127.
- Hudson, S. & Cross, P. (2004). Winter sports desinations: the evolving sport, tourism, and leisure functions of the modern stadium. In J. Higham (Ed.), *Sport tourism desintations* (pp. 188-205). Amsterdam-Tokio: Elsevier
- Jackson, E. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: results from alternative analyses. *Journal of Leisure Research*, 25: 129-149
- Vaske, J., Dyar, R. & Timmons, N. (2004). Skill level and recreation conflict among skiers and snowboarders. *Leisure Sciences*, 26: 215-225.

**ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΜΕΤΑΞΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΩΝ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΩΝ ΧΙΟΝΟΣΑΝΙΔΑΣ
ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΛΙΜΑΚΑ ΤΩΝ BRADY & CRONIN**

Μελιγδής, Α.,¹ Κουθούρης, Χ.¹ & Αλεξανδρής, Κ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Ως δραστηριότητα αθλητισμού αναψυχής, η χιονοδρομία αποτελεί αυτόνομο και συνεχώς αυξανόμενο κομμάτι της αγοράς της αναψυχής και του αθλητισμού στη χώρα (Κουθούρης, Αλεξανδρής, Γιοβάνη & Χατζηγιάννη, 2005). Οι Bricker & Kerstetter (2000), αναφέρουν πως τα άτομα που συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες κατά την επίσκεψή τους σε τουριστικούς προορισμούς έχουν μία βαθιά και πολύπλοκη προσκόλληση σε αυτούς που εκφράζεται μέσα από ατομικές πράξεις. Η σχέση μεταξύ συμμετεχόντων και προορισμού έχει μελετηθεί με βάση την υποκλίμακα προσκόλλησης στον προορισμό (Kyle, Graefe, Manning & Bacon, 2003).

Στη βιβλιογραφία αναφέρονται αρκετοί παράγοντες που προτρέπουν, ή αποτρέπουν τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες. Ένας από αυτούς είναι η ποιότητα των υπηρεσιών, η οποία έχει άμεση επίδραση σε πολλούς τομείς μίας σύγχρονης αθλητικής επιχείρησης, αφού συνδέεται θετικά τόσο με τη διατήρηση των πελατών – επισκεπτών, όσο και με την πίστη που αυτοί δείχνουν προς την επιχείρηση (Baker & Crompton, 2000; Zeithaml & Bittner, 2000). Όσο οι επισκέπτες αντιλαμβάνονται ότι η ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρεται ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους, τόσο θετικότερη άποψη έχουν για τον προορισμό. Αντίθετα, όταν η ποιότητα υπηρεσιών εκτιμάται σε χαμηλά επίπεδα διαπιστώνονται αρνητικά αποτελέσματα. Τότε γίνεται αντιληπτό πως η σχέση μεταξύ των επισκεπτών και του προορισμού είναι σε πολύ χαμηλές τιμές και η ταύτιση με αυτόν απομακρύνεται (Alexandris, Dimitriadis & Markata, 2002).

Το μοντέλο των Brady & Cronin (2001), υποδιαιρεί την έννοια «ποιότητα υπηρεσιών» (που είναι η ποιότητα του περιβάλλοντος όπου εκτελείται η δραστηριότητα, η αλληλεπίδραση μεταξύ δραστηριότητας και ατόμου, καθώς και η αντιλαμβανόμενη ποιότητα που προσφέρθηκε) σε άλλες, μικρότερες μεταβλητές. Ειδικότερα, η ποιότητα αναφέρεται στη βιβλιογραφία ως μη συγκεκριμένη έννοια. Οι αντιλήψεις αυτών που παρέχουν τις υπηρεσίες μπορεί να είναι διαφορετικές από αυτές των ανθρώπων που τις δέχονται (Kotler, 1997). Οι 5 κύριες διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών είναι: α) η εμφάνιση, β) η ανταπόκριση, γ) η αξιοπιστία, δ) η ασφάλεια και ε) ο βαθμός φροντίδας προς τον πελάτη και συναίσθησης του παρέχοντος την υπηρεσία (empathy) (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1989).

Ειδικότερα, κατά τους Brady & Cronin (2001), η έννοια αντιμετωπίζεται ως: 1) αλληλεπίδραση με το προσωπικό (interaction): τα αποτελέσματα που λαμβάνονται από ένα συμμετέχοντα ως προς την δραστηριότητα και τις προσφερόμενες υπηρεσίες, 2) φυσικό περιβάλλον (physical environment): ορίζονται ως οι περιβάλλοντες χώροι που περικλείουν τον κύριο όπου πραγματοποιείται η αθλητική δραστηριότητα και 3) αποτελέσματα από την παροχή υπηρεσιών (service quality outcome): η ποιότητα των υπηρεσιών είναι το αποτέλεσμα της σύγκρισης μεταξύ του τι ο υποψήφιος πελάτης – συμμετέχων αισθάνεται ότι ο παρέχων τις υπηρεσίες φορέας θα έπρεπε να προσφέρει (επίπεδο προσδοκιών) και τι πραγματικά προσέφερε (επίπεδο αντίληψης).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να καθορίσει διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών ανάμεσα σε συμμετέχοντες σε δραστηριότητες χιονοδρομίας και χιονοσανίδας με βάση την κλίμακα των Brady & Cronin.

Ερευνητικές υποθέσεις

Η παρούσα έρευνα ερεύνησε την υπόθεση: Υπάρχουν διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών ανάμεσα στους συμμετέχοντες στο σκι και στη χιονοσανίδα ως προς: α) την αλληλεπίδραση με το προσωπικό; β) το φυσικό περιβάλλον; γ) τα αποτελέσματα παροχής υπηρεσιών; Για να εξετασθούν αυτές οι υποθέσεις εφαρμόστηκε το t-Test που αναφέρεται σε διαφορές 2 ανεξάρτητων δειγμάτων (συμμετέχοντες στο σκι – συμμετέχοντες στη χιονοσανίδα) ως προς την ίδια συνθήκη (την ανεξάρτητη μεταβλητή), που στην προκειμένη περίπτωση αποτελούσε η κάθε, αντίστοιχα της υπόθεσης, διάσταση της ποιότητας υπηρεσιών.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 264 επισκέπτες του χιονοδρομικού κέντρου Καλαβρύτων κατά τη χειμερινή περίοδο του 2005. Το 37.5% ήταν 18-24 ετών, το 48.5% ήταν από 25-34 ετών, το 7.2% ήταν από 35-44 ετών και το 6.8% ήταν από 45-54 ετών. Οι άνδρες ήταν 161 (61%) και οι γυναίκες 103 (39%).

Όργανα μέτρησης: Για την εκτίμηση της συμμετοχής χρησιμοποιήθηκε ως βάση η συχνότητα της χρονιάς (2004), η οποία καταγράφηκε σε 3 ξεχωριστά επίπεδα: α) σε αυτούς που δεν έκαναν καθόλου σκι, ή χιονοδρομία, β) σε εκείνους που επισκέφτηκαν για τον ίδιο λόγο ευκαιριακά (1-4 φορές) την περιοχή, γ) σε εκείνους που είχαν τακτική συμμετοχή (4 +) στη πραγματοποίηση των δραστηριοτήτων. Η έννοια της ποιότητας υπηρεσιών μετρήθηκε με τις κλίμακες που εξελίχθηκαν από τους Brady & Cronin (2001), οι οποίες περιείχαν συνολικά 11 ερωτήσεις. Η ποιότητα υπηρεσιών προσεγγίστηκε από το ερωτηματολόγιο μέσω 2 διαστάσεων: της αλληλεπίδρασης (4 ερωτήσεις) και της φυσικής ανάμειξης (7 ερωτήσεις). Το 3^ο μέρος του ερωτηματολογίου των Brady & Cronin (2001), αναφέρεται στα αποτελέσματα από την ποιότητα υπηρεσιών που μετρήθηκαν με 5 θέματα. Σε όλες τις ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκε μια 7βάθμια κλίμακα, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 7 = συμφωνώ απόλυτα. Το χρονικό διάστημα 12-13 και 19-20 Μαρτίου 2005, διανεμήθηκαν προσωπικά τα αυτοσυμπληρούμενα ερωτηματολόγια στους επισκέπτες - συμμετέχοντες του χιονοδρομικού.

Στους ερωτηθέντες τονίστηκε ιδιαίτερα ότι τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονται ανώνυμα, τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν για καθαρά επιστημονικούς σκοπούς, ενώ τους ζητήθηκε να απαντήσουν με απόλυτη ειλικρίνεια και στο κατάλληλο περιβάλλον. Η διανομή και συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε κατά τη διάρκεια των ωρών εργασίας στους στεγασμένους χώρους του χιονοδρομικού κέντρου.

Αποτελέσματα

Δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων στην έρευνα

Το επίπεδο εκπαίδευσης καταγράφηκε ως εξής: α) μέση εκπαίδευση 74 άτομα (28%), β) ανώτερη εκπαίδευση 47 άτομα (17.8%), γ) ανώτατη εκπαίδευση 79 άτομα (29.9%) και δ) φοιτητές 64 άτομα (24.2%). Η οικονομική τους κατάσταση δηλώθηκε ως: εύπορη 20 άτομα (7.6%), αρκετά άνετη 80 άτομα (30.3%), ικανοποιητική 127 άτομα (48.1%), σχετικά στενάχωρη 23 άτομα (8.7%), στενάχωρη 12 άτομα (4.5%). Από τους ανωτέρω, 191 άτομα έκαναν μόνο σκι (72.3%), 30 έκαναν μόνο χιονοσανίδα (11.4%) και 43 άτομα (16.3%) πραγματοποιούσε και τις 2 δραστηριότητες.

Αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών σε συνάρτηση με τους συμμετέχοντες σε δραστηριότητες σκι ή χιονοσανίδας

Οι τιμές που σημειώθηκαν στις διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών αναφορικά με την αντίληψη των πελατών χιονοδρόμων για τον προορισμό των Καλαβρύτων δεν ανέδειξαν ιδιαίτερες διαφορές. Σε σχέση με τους συμμετέχοντες στο σκι το «φυσικό περιβάλλον» σημείωσε τιμές (MO = 4.6, T.A. =

1.2), η «αλληλεπίδραση του προσωπικού με τους πελάτες» (MO = 4.3, T.A. = 1.5) και τα «αποκτηθέντα οφέλη από τη συμμετοχή», (MO = 4.5, T.A. = 1.0) (πίνακας 1). Οι συμμετέχοντες στη χιονοσανίδα σημείωσαν τις εξής τιμές: «φυσικό περιβάλλον» (MO = 4.1, T.A. = 1.1), «αλληλεπίδραση του προσωπικού με τους πελάτες» (MO = 4.1, T.A. = 1.4), «αποκτηθέντα οφέλη από τη συμμετοχή» (MO = 4.2, T.A. = 1.1).

Πίνακας 1. Συμμετέχοντες σε δραστηριότητες σκι και χιονοσανίδα

Συμμετέχοντες δραστηριότητες σκι	Αλληλεπίδραση	N = 191	Min 1	Max 7	Mean 4.3	St.d 1.5
	Φυσικό περιβάλλον	191	1.14	7	4.7	1.2
	Αποτελέσματα ποιότητας υπηρεσιών	191	1.79	7	4.5	1
Συμμετέχοντες δραστηριότητες χιονοσανίδα	Αλληλεπίδραση	30	1	6,75	4,15	1,4
	Φυσικό περιβάλλον	30	1,6	6,71	4,1	1,1
	Αποτελέσματα ποιότητας υπηρεσιών	30	2,43	6,36	4,18	1,1

Όπως φαίνεται στον πίνακα 2, διαπιστώνονται στατιστικά σημαντικά διαφορές ως προς τις απόψεις των συμμετεχόντων μόνον για το «φυσικό περιβάλλον» ($t = 2.34$, $df = 219$, $p < .05$) υποδεικνύοντας ότι σε αυτή την κλίμακα οι συμμετέχοντες στο σκι έχουν θετικότερη αντίληψη για τον περιβάλλοντα χώρο από ό,τι οι συμμετέχοντες στη χιονοσανίδα. Στις υπόλοιπες διαστάσεις ο έλεγχος δεν έδειξε τιμές στατιστικά σημαντικής πιθανότητας, οπότε διαψεύστηκαν και οι υποθέσεις 1 και 3.

Πίνακας 2: Έλεγχος διαφορών t-Test μεταξύ συμμετεχόντων στο σκι και στη χιονοσανίδα

Κλίμακες Ποιότητας Υπηρεσιών	t	Βαθμοί Ελευθερίας (df)	Στατ/κή Σημ/τητα (p)
Αλληλεπίδραση με Προσωπικό	1,256	219	n.s.
Φυσικό Περιβάλλον	2,341	219	.02
Αποτελέσματα Παροχής Υπηρεσιών	1,143	219	n.s.

Συζήτηση

Η εργασία πραγματοποιήθηκε στο χιονοδρομικό κέντρο των Καλαβρύτων με σκοπό να ερευνηθεί κατά πόσο η ποιότητα υπηρεσιών γίνεται αντιληπτή από τους συμμετέχοντες στις χιονοδρομικές δραστηριότητες του σκι και της χιονοσανίδα. Συγκεκριμένα, έγινε προσπάθεια να καταγραφούν τα ανωτέρω, με βάση το χειμερινό προορισμό των Καλαβρύτων και σε συνάρτηση με τους παράγοντες αλληλεπίδραση πελατών και προσωπικού, φυσικού περιβάλλοντος και αποτελεσμάτων από τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Από τα αποτελέσματα φάνηκε πως οι συμμετέχοντες στο σκι αντιλαμβάνονται καλύτερα τις προσφερόμενες υπηρεσίες στον τομέα του γενικότερου φυσικού περιβάλλοντος (MO = 4.2) και ειδικότερα σε τομείς όπως είναι οι βοηθητικοί χώροι, οι πίστες του χιονοδρομικού, κλπ. Το αποτέλεσμα αυτό, ενδεχομένως εξηγείται από το γεγονός πως στο συγκεκριμένο χιονοδρομικό κέντρο οι πίστες του σκι είναι καλά προετοιμασμένες, ενώ δεν υπάρχει κάποιος ειδικός χώρος αποκλειστικά για

εκείνους που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στη χιονοσανίδα. Από την άλλη πλευρά, διαπιστώνεται πως η μεγαλύτερη τιμή (MO = 4.7) διακρίνεται στο γενικότερο «πακέτο» που καλύπτουν τα αποκτηθέντα οφέλη από τις προσφερόμενες υπηρεσίες και έχει να κάνει με την επικοινωνία με άλλα άτομα, με τη χαλάρωση, κλπ. Θα ήταν σημαντικό να τονιστεί πως οι βασικοί παράγοντες που πρέπει να δοθεί η ανάλογη βαρύτητα και προσοχή είναι: α) η επιθυμητή εξυπηρέτηση και β) οι επαρκείς υπηρεσίες. Οι προσδοκίες των πελατών χαρακτηρίζονται από το λεγόμενο εύρος ανεκτικότητας (μεταξύ της ελάχιστης και της επιθυμητής υπηρεσίας), παρά από μεμονωμένο δείκτη ποιότητας

Συμπέρασμα - Προτάσεις

Από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φαίνεται πως είναι σημαντικό για τη λειτουργία και τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης – οργανισμού που ασχολείται με την αθλητική αναψυχή και ειδικότερα με τα σπορ της χιονοδρομίας να αντιληφθεί και να αξιολογήσει τον τρόπο και το σκοπό της λειτουργίας του. Σε μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να εξεταστεί ποιο από τα προαναφερθέντα στοιχεία κάνει έναν πελάτη πιστό. Η διεξαγωγή ερευνών ίσως χρειαστεί να κινηθεί και ανάμεσα στο δίλημμα, αν μια επιχείρηση είναι σκοπιμότερο να δημιουργεί πιο ανταγωνιστικές υπηρεσίες, ή, απλώς να τις ικανοποιεί αφού τις ζητηθούν.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Dimitriadis, N. & Kasiara, A. (2001). The behavioural consequences of perceived service quality: an exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece. *European Sport Management Quarterly*, 1: 280-299.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N. & Markata, D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality*, 12: 224-231.
- Backman, S. & Crompton, J. (1991). Differentiating between high, spurious, latent, and low loyalty participants in two leisure services. *Journal of Park and Recreation Administration*, 7: 56-71.
- Brady, M. & Cronin, J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65: 34-49.
- Bricker, K. & Kerstetter, D. (2000). Level of specialization and place attachment: an exploratory study of whitewater recreationists. *Leisure Sciences*, 22: 233-257.
- Kouthouris, C. & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sort tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport Tourism*, 10(2): 101-111.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J. (2003). An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian Trail. *Journal of Leisure Research*, 35: 249-273
- Parasuraman, A., Valerie, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49: 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 64: 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64: 13-40.
- Zeithaml, V., Berry, L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 52: 2-22.
- Αλεξανδρή, Κ., Γιοβάνη, Χ. & Χατζηγιάννη, Ε. (2005). Ανασταλτικοί παράγοντες συμμετοχής στη χιονοδρομία αναψυχής. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό*, 3: 55-63.

ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΕ ΜΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΕΠΙΔΕΙΞΗΣ ΧΙΟΝΟΣΑΝΙΔΑΣ

Μπακαλούμη, Σ.,¹ Αλεξανδρής, Κ.¹ & Κουθούρης, Χ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η επιτυχής διοργάνωση εκδηλώσεων αναψυχικού χαρακτήρα στηρίζεται σήμερα σε μεγάλο βαθμό στην εξασφάλιση οικονομικών πόρων από χορηγούς. Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που απασχολούν τους υπεύθυνους των εκδηλώσεων και τους ακαδημαϊκούς στο χώρο του μάρκετινγκ είναι η εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας. Μία από τις εξαρτημένες μεταβλητές που έχουν χρησιμοποιηθεί για την εκτίμηση αυτή είναι η εκτίμηση της πρόθεσης για αγορά των προϊόντων του χορηγού. Άλλες μεταβλητές που έχουν ακόμη προταθεί είναι η δημοσιότητα, η αλλαγή της εικόνας του χορηγού και η αύξηση των πωλήσεων (Bennett, 1999; Walliser, 2003; Farrelly & Quester, 2005).

Σύμφωνα με τις έρευνες του Pham (1991), και του Crompton, (2004), μέθοδοι που σχετίζονται με την εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας και βασίζονται στην κάλυψη και την προβολή από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας δεν θεωρούνται αξιόπιστες. Επίσης, οι μετρήσεις που αφορούν στην αποτελεσματικότητα των πωλήσεων δεν ενδείκνυται ως κατάλληλες γι' αυτό και χρησιμοποιούνται σπάνια (Farrelly & Quester, 2005). Αυτό συμβαίνει εξαιτίας της παρουσίας και άλλων στοιχείων του μίγματος επικοινωνίας, τα οποία λειτουργούν σε συνδυασμό με τη χορηγία στα πλαίσια της προσπάθειας που καταβάλουν οι εταιρίες να προωθήσουν την πώληση των προϊόντων τους (Meenaghan, 1983; Pham, 1991; Walliser, 2003).

Σημαντικό θέμα στην αποτελεσματικότητα της χορηγίας αποτελεί ο εντοπισμός των παραγόντων που επιδρούν σε αυτή. Ως τέτοιοι έχουν προταθεί η ενεργός συμμετοχή των θεατών, η στάση προς την εκδήλωση, αλλά και η στάση του κοινού προς το θεσμό της χορηγίας. Η ενεργός συμμετοχή είναι μία πολυσύνθετη διάσταση που αποτελείται από: α) την έλξη (attraction), η οποία εστιάζεται στην ευχαρίστηση που νιώθει το άτομο όταν ασχολείται με διάφορες δραστηριότητες που έχουν σκοπό την ψυχαγωγία και την απόδραση από την καθημερινότητα, β) την επικέντρωση (centrality), η οποία εκφράζει το βαθμό προσήλωσης του ατόμου σε μία συγκεκριμένη δραστηριότητα και κατά πόσο η ζωή του είναι οργανωμένη γύρω από αυτή. Αν, δηλαδή, ένα άτομο ασχολείται με το άθλημα της χιονοσανίδας, είναι πολύ πιθανό και το φιλικό του περιβάλλον να έχει τις ίδιες προτιμήσεις που θα εκφράζονται μέσα από αυτό που κάνουν και γ) την αυτοέκφραση (self expression), κατά την οποία το άτομο έχει την ανάγκη να δώσει μία εντύπωση στο κοινωνικό του περιβάλλον για το ποιόν του, καθώς επίσης και για την κουλτούρα που έχει στη ζωή του. Σημαντικός παράγοντας που επιδρά στην αποτελεσματικότητα της χορηγίας είναι και το ενδιαφέρον του θεατή προς το γεγονός. Ειδικότερα, τα άτομα που έχουν θετική στάση απέναντι στα γεγονότα είναι πιθανότερο να αναπτύξουν σχέσεις επικοινωνίας με το χορηγό και να εκφράσουν θετική πρόθεση για αγορά προϊόντων του.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην εκτίμηση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας σε μία εκδήλωση επίδειξης χιονοσανίδας.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα κλήθηκαν να συμμετέχουν 300 θεατές μίας επίδειξης του αθλήματος της χιονοσανίδας, στην οποία συμμετείχαν κορυφαίοι Έλληνες και ξένοι αθλητές του αθλήματος, από τους οποίους τελικά ανταποκρίθηκαν οι 236.

Μεθοδολογία: Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελούνταν από 2 τμήματα. Το 1^ο αφορούσε στην αξιολόγηση των παραγόντων «στάση προς το γεγονός» (Speed & Thompson, 2000), ανάμιξη μέσω των διαστάσεων της έλξης και της επικέντρωσης (Kyle, Graefe, Mannining & Bacon 2003) και στάση προς τη χορηγία (Madrigal, 2001). Το 2^ο περιλάμβανε την αξιολόγηση 3 αποτελεσμάτων της χορηγίας: α) γνώση του χορηγού (Madrigal, 2001), β) ανεπίσημη επικοινωνία (Speed & Thompson, 2000), γ) πρόθεση για αγορά (Speed & Thompson, 2000). Σε αυτό το τμήμα του ερωτηματολογίου υπήρχαν ερωτήσεις που αφορούσαν κοινωνικά και δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων. Η επεξεργασία των δεδομένων, καθώς και η στατιστική ανάλυση πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS for Windows 10.0.

Αποτελέσματα

Από την ανάλυση των δεδομένων προέκυψε ότι το 53% από τους θεατές της αθλητικής εκδήλωσης ήταν άντρες, ενώ το 47% ήταν γυναίκες. Όσον αφορά στην οικογενειακή κατάσταση των συμμετεχόντων, τα ανύπαντρα άτομα αποτελούσαν το 75.8% και τα παντρεμένα το 24.2%. Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο διαπιστώθηκε ότι το 34,7% ήταν απόφοιτοι πανεπιστημίου και ακολουθούσαν οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (23.6%). Το 67.5% των συμμετεχόντων ήταν 21-30 ετών, ενώ μόλις το 1.7% ήταν πάνω από 40 ετών.

Ο δείκτης Cronbach α όλων των μεταβλητών κυμάνθηκε σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα (0.81 - 0.92). Παρατηρώντας τους μέσους όρους διαπιστώθηκε ότι οι θεατές είχαν θετική στάση προς το συγκεκριμένο αθλητικό γεγονός (3.76) και προς τη χορηγία (4.08). Επίσης, από τις 2 διαστάσεις της ανάμιξης (ενεργούς συμμετοχής) η έλξη είχε ελάχιστα μεγαλύτερο μέσο όρο (3.69) σε σχέση με την επικέντρωση (3.32). Όσον αφορά στην πρόθεση για αγορά ο μέσος όρος ήταν 3.15. Θεωρήθηκε, πως η πρόθεση των θεατών για αγορά και κατανάλωση προϊόντων του χορηγού είναι συνάρτηση των εξής μεταβλητών: α) στάση προς το γεγονός, β) έλξη, γ) επικέντρωση και δ) στάση των ερωτηθέντων προς τη χορηγία. Για την επαλήθευση της υπόθεσης χρησιμοποιήθηκε ανάλυση γραμμικής παλινδρόμησης, με εξαρτημένη μεταβλητή την πρόθεση αγοράς και ανεξάρτητες τις προαναφερθείσες. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι από τις 4 μεταβλητές συνεισέφεραν σημαντικά η έλξη, η επικέντρωση και η στάση προς τη χορηγία. Συνολικά και οι 4 μεταβλητές προέβλεψαν το 21% από τη διακύμανση στην εξαρτημένη μεταβλητή ($F=15,1$, $p < 0.001$). Στον πίνακα 1 παρατίθενται οι μέσοι όροι, οι τυπικές αποκλίσεις και ο δείκτης Cronbach α των υποκλιμάκων του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

Πίνακας 1: Περιγραφικά στατιστικά

Μεταβλητές	M.O	T.A	a
Στάση προς το γεγονός	3,76	0,87	0,87
Ενεργός συμμετοχή (έλξη)	3,69	0,87	0,86
Ενεργός συμμετοχή (επικέντρωση)	3,32	1,07	0,92
Στάση προς τη χορηγία	4,08	0,70	0,81
Πρόθεση για αγορά	3,15	1,07	-

Συζήτηση

Αναφορικά με την έννοια της ενεργούς συμμετοχής (involvement), τα αποτελέσματα ήταν παρόμοια για τις 2 διαστάσεις έλξη (attraction) και επικέντρωση (centrality), με την επικέντρωση να έχει μια μικρή πιο στατιστικά σημαντική συνεισφορά στην πρόβλεψη της συμπεριφοράς, από ό,τι η έλξη. Η επικέντρωση (centrality) αναφέρεται στο ρόλο που διαδραματίζει μία συγκεκριμένη δραστηριότητα

Πίνακας 2. Ανάλυση παλινδρόμησης για την πρόθεση αγοράς του ελεύθερου χρόνου στο γενικότερο τρόπο ζωής του ατόμου

Μεταβλητές	B	T	p
Στάση προς το γεγονός	0.14	1.32	n.s.
Ενεργός συμμετοχή (έλξη)	0.24	2.20	0.05
Ενεργός συμμετοχή (επικέντρωση)	-.18	2.39	0.01
Στάση προς τη χορηγία	0.47	4.77	0.001
F= 15,173 P < 0.001 R ² = 0,21			

Μία δραστηριότητα θεωρείται το επίκεντρο της ζωής ενός ατόμου όταν οι άλλες πλευρές της ζωής του, καθώς και το φιλικό του περιβάλλον σχετίζονται με τη συγκεκριμένη δραστηριότητα. Ο πιο σημαντικός παράγοντας, όμως, στην πρόβλεψη της πρόθεσης βρέθηκε να είναι η στάση προς την χορηγία. Τα αποτελέσματα αυτά προτείνουν ότι προκειμένου οι εταιρίες να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα των χορηγικών τους επενδύσεων θα πρέπει να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους παράγοντες όπως είναι η στάση ενός ατόμου απέναντι στο γεγονός, η ανάμιξή του με τα σπορ και οι πεποιθήσεις του σχετικά με τις χορηγίες. Η συγκέντρωση αυτών των δεδομένων είναι απαραίτητη προκειμένου να γίνεται σωστή αξιολόγηση των επενδυτικών σχεδίων των εταιριών σε χορηγίες που θα φέρουν αποτέλεσμα.

Οι αθλητικές εκδηλώσεις αναψυχικού χαρακτήρα αποτελούν ένα νέο πεδίο επένδυσης χορηγικών προγραμμάτων. Η παρούσα έρευνα έδειξε ότι οι θεατές τέτοιων εκδηλώσεων έχουν θετική άποψη για τα χορηγικά προγράμματα, γεγονός που είναι ενθαρρυντικό για την επένδυση χρημάτων από τους χορηγούς. Επιπλέον, οι θεατές εκδηλώσεων χιονοδρομίας φάνηκε από την έρευνα να εμφανίζουν μεγάλη σχέση με τις δραστηριότητες χιονοδρομίας και υψηλή ανάμιξη που επίσης είναι θετικό στοιχείο για ενδιαφερόμενους χορηγούς.

Βιβλιογραφία

- Bennett, R. (1999). Sport sponsorship spectator recall and false consensus. *Journal of Marketing*, 33: 91-313.
- Crompton, J. (2004). Conceptualization and alternate operationalizations of the measurement of sponsorship effectiveness in sport. *Leisure Studies*, 23(3): 267-281.
- Farrelly, F. & Quester, P. (2005). Investigating large – scale sponsorship relationships as co – marketing alliances. *Business Horizons*, 48: 55-62.
- Farrelly, F. & Quester, P. (2005). Examining important relationship quality constructs of the focal sponsorship exchange. *Industrial Marketing Management*, 34: 211-219.
- Kyle, G., Graefe, A., Mannining, R. & Bacon, J. (2003). Predictors of behavioural loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26: 99-118.
- Madrigal, R. (2001). Social identity effects in a belief-attitude-intentions hierarchy: implications for corporate sponsorship. *Psychology & Marketing*, 18(2): 145-165.
- Meenaghan, T. (1983). Commercial sponsorship. *European Journal of Marketing*, 17(5).
- Pham, M.T. (1991). The evaluation of sponsorship effectiveness: a model and some methodological Considerations. *Gestion 2000*, 4: 47-65.
- Speed, R. & Thompson, P. (2000). Determinants of sport sponsorship on corporate image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28: 226-238.
- Walliser, B. (2003). An international review of sponsorship research: extension and update. *International Journal of Advertising*, 22: 5-40.

ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ

Μπάρλας, Α. & Κουστέλιος, Α.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η ποιότητα των υπηρεσιών έχει μελετηθεί για πολλά χρόνια από τον τομέα της διαχείρισης υπηρεσιών (Gronroos, 1992). Ωστόσο, η ιδέα της ποιότητας υπηρεσιών μόλις πρόσφατα εστίασε την προσοχή της στη βιβλιογραφία του αθλητισμού και της αναψυχής (Alexandris, Dimitriadis & Kasiara, 2001; Theodorakis, Kambitsis, Laios & Koustelios, 2001; Kouthouris & Kosta, 1999).

Η αγορά της αναψυχής και της ψυχαγωγίας περιλαμβάνει ποικίλους τομείς, μεταξύ των οποίων είναι και τα χιονοδρομικά κέντρα. Σύμφωνα με στοιχεία του Ελληνικού Υπουργείου Τουρισμού (G.T.M., 2000), η συγκεκριμένη αγορά βρίσκεται σε άνθηση, αφού την τελευταία δεκαετία ο αριθμός των επισκεπτών στα κέντρα αυτά έχει διπλασιαστεί, αυξάνοντας έτσι και τα κέρδη τους. Για το λόγο αυτό, η διοίκησή τους θα πρέπει να δίνει ιδιαίτερη σημασία στις ανάγκες και στις προσδοκίες των επισκεπτών σε θέματα ποιότητας υπηρεσιών.

Για να πετύχει μια επιχείρηση, θα πρέπει να λάβει υπόψη τις προσδοκίες πελατών της. Είναι σημαντικό, όμως, πρώτα να κατηγοριοποιηθεί η αγορά και μετά να τεθεί ο στόχος ανάλογα με τις προσδοκίες της κάθε κατηγορίας πελατών (Kouthouris & Kosta, 1999). Βασισμένοι σε πολλές μελέτες, οι Parasuraman, Zeithaml & Leonard (1988), κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν 5 παράγοντες που προσδιορίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών: 1) υλικές παροχές, 2) αξιοπιστία, 3) ανταπόκριση, 4) ασφάλεια, 5) κατανόηση. Σύμφωνα με τους Kouthouris & Kosta (1999), η σημαντικότητα των παραγόντων ποιότητας ενός χιονοδρομικού κέντρου μπορεί να διαφέρει ανάμεσα σε ξεχωριστούς τύπους πελατών. Στη βιβλιογραφία της αναψυχής οι έρευνες για τις προσδοκίες των πελατών χιονοδρομικών κέντρων είναι περιορισμένες.

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) να εξετασθεί το επίπεδο των προσδοκώμενων παραγόντων ποιότητας και β) να μελετηθούν πιθανές διαφορές στις προτιμήσεις των 2 φύλων.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 100 πελάτες 3 χιονοδρομικών κέντρων της χώρας, από τους οποίους οι 63 ήταν άντρες και οι 37 γυναίκες.

Όργανο και διαδικασία μέτρησης – Αξιοπιστία: Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα βασίζεται στην κλίμακα SERVQUAL (Parasuraman et al, 1988). Οι Kouthouris & Kosta (1999), επανασχεδίασαν το όργανο μέτρησης και προσάρμοσαν τους 5 βασικούς παράγοντες ποιότητας έτσι ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην αγορά του χειμερινού τουρισμού. Οι παράγοντες που προέκυψαν και χαρακτηρίζουν την ποιότητα υπηρεσιών των χιονοδρομικών κέντρων είναι: α) παροχές εγκατάστασης (5 ερωτήματα), β) περιβάλλον (2 ερωτήματα), γ) αξιοπιστία (7 ερωτήματα), δ) κατανόηση (2 ερωτήματα) και ε) παροχές δραστηριοτήτων (3 ερωτήματα).

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 2 σκέλη. Το 1^ο σκέλος περιλάμβανε 19 ερωτήματα σε κλίμακα 1-4 (όπου 1 = λιγότερο σημαντικό, 4 = πολύ σημαντικό) και αποσκοπούσε στη μέτρηση του επιπέδου προσδοκώμενης ποιότητας του πελάτη. Το 2^ο σκέλος περιλάμβανε τα δημογραφικά στοιχεία. Η αξιοπιστία του οργάνου υπολογίστηκε με τη μέθοδο α του Cronbach. Οι 5 υποκλίμακες επέδειξαν αποδεκτές τιμές (παροχές εγκατάστασης = .83, περιβάλλον = .80, αξιοπιστία = .71, κατανόηση = .78 και παροχές = .80).

Διαδικασία: Τα ερωτηματολόγια συμπλήρωσαν οι συμμετέχοντες στην έρευνα μετά το πέρας των δραστηριοτήτων τους, όταν ήταν σε κατάσταση ηρεμίας και είχαν πλήρη και καθαρή εικόνα του επιπέδου ποιότητας υπηρεσιών του χιονοδρομικού κέντρου.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα ανέδειξαν ως σημαντικότερο παράγοντα τις «παροχές εγκατάστασης» ($M = 3.58$, $SD = .325$), ενώ αμέσως μετά αναφέρθηκαν η «κατανόηση» ($M = 3.11$, $SD = .665$) και η «αξιοπιστία» ($M = 2.82$, $SD = .566$) (πίνακας 1).

Πίνακας 1: Επίπεδο παραγόντων ποιότητας υπηρεσιών

Παράγοντες	M	SD
Παροχές εγκατάστασης	3,59	,32
Περιβάλλον	2,90	,73
Αξιοπιστία	2,83	,56
Κατανόηση	3,11	,66
Παροχές δραστηριοτήτων	3,10	,65

Όσον αφορά στις διαφορές ανάμεσα στα 2 φύλα, παρόλο που δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές υπερισχύει η σημαντικότητα των «παροχών εγκατάστασης». Λιγότερο σημαντική για τους άντρες είναι η «αξιοπιστία» ($M = 2.78$, $SD = .535$), ενώ για τις γυναίκες το «περιβάλλον» ($M = 2.83$, $SD = .755$) (πίνακας 2).

Πίνακας 2: Επίπεδο και διαφορές παραγόντων ποιότητας υπηρεσιών

Παράγοντες	Φύλο	N	M	SD	F	Sig.
Παροχές εγκατάστασης	Άνδρες	63	3,54	,29	,60	,11
	Γυναίκες	37	3,65	,36		
Περιβάλλον	Άνδρες	63	2,93	,72	,41	,52
	Γυναίκες	37	2,83	,75		
Αξιοπιστία	Άνδρες	63	2,78	,53	,96	,33
	Γυναίκες	37	2,89	,61		
Κατανόηση	Άνδρες	63	3,11	,76	.03	,86
	Γυναίκες	37	3,09	,46		
Παροχές δραστηριοτήτων	Άνδρες	63	3,13	,56	,48	,48
	Γυναίκες	37	3,04	,78		

Συμπεράσματα – Συζήτηση

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο πιο σημαντικός παράγοντας είναι οι «παροχές εγκατάστασης» και διαφοροποιούνται μερικώς σε σχέση με προγενέστερη μελέτη (Kouthouris & Kosta, 1999), η οποία αναφέρει ως πιο σημαντικό παράγοντα για τους άντρες την «αξιοπιστία», ενώ για τις γυναίκες τις «παροχές εγκατάστασης». Φαίνεται, λοιπόν, πως οι επισκέπτες ενδιαφέρονται κυρίως για την ασφάλεια, το οδικό δίκτυο, τον ενοικιαζόμενο εξοπλισμό και το ύψος των τιμών. Για να μπορέσει να έχει ευχαριστημένους και πιστούς πελάτες είναι σημαντικό για μία επιχείρηση να δίνει προσοχή στα παραπάνω ζητήματα.

Παρόλο που η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου έγινε μετά το πέρας της δραστηριότητας, όπου ο πελάτης είχε μία καθαρή εικόνα της ποιότητας υπηρεσιών δεν θα πρέπει να παραβλεφθεί η πιθανή διαφοροποίηση των απαντήσεών του σε περίπτωση που έζησε κάποια έντονη εμπειρία κατά τη διάρκεια της ημέρας. Αν και η επιλογή δείγματος έγινε από διαφορετικά χιονοδρομικά κέντρα το σχετικά μικρό δείγμα δεν μπορεί να οδηγήσει σε γενίκευση των αποτελεσμάτων. Μελλοντικές

έρευνες θα ήταν καλό να συμπεριλάβουν στη μεθοδολογία τους τη χρήση συνέντευξης για πληρέστερη κατανόηση των εννοιών όπως τις αντιλαμβάνονται οι πελάτες.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Dimitriadis, N. & Kasiara, A. (2001). The behavioural consequences of perceived service quality: an exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece. *European Sport Management Quarterly*, 1: 280-299.
- Greek Tourism Ministry. (2000). *Proceedings for the winter tourism*. Athens, Greece.
- Kouthouris, C. & Kosta, G. (1999). Evaluating the quality of services in the Greek winter ski market. *Proceedings of the 8th International Congress of Sport and Physical Education*. Komotini, Greece.
- Neuman, W. (1994). *Social research methods: qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn & Bacon.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V. & Leonard, L. (1988). 'SERVQUAL': a multiple – item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Spring: 12-40.
- 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.
- Gronroos, C. (1992). Service management: a management focus for service competition. In Lovelock, C.H. *Managing services: marketing, operations and human resources* (Eds.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ – ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗ – ΝΤΟΠΙΝΓΚ

Ροδινός, Γ. & Μαυρομάτης, Α.

Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να αναδειχθεί η αναγκαιότητα της εκπαίδευσης και της ενημέρωσης των αθλητών και των διοικητικών στελεχών της χώρας σχετικά με θέματα που αφορούν στο αθλητικό δίκαιο, στην αθλητική δικαιοσύνη και στο αδίκημα του ντόπινγκ.

Αθλητικές Διαφορές και Αθλητική Δικαιοσύνη

Η τήρηση και εφαρμογή των κανόνων της αθλητικής έννομης τάξης από τα υποκείμενά της, καθώς και η επιβολή κυρώσεων στους μη συμμορφούμενους, ανατίθενται από το αθλητικό κίνημα στην «αθλητική δικαιοσύνη», η οποία είναι ως ο θεσμός που ελέγχει την τήρηση των κανόνων του αθλητικού δικαίου, επιβάλλει κυρώσεις στους παραβάτες αυτού και επιλύει τις κάθε μορφής αθλητικές διαφορές. Με τον όρο «αθλητικές διαφορές» νοούνται οι αμφισβητήσεις που προκύπτουν σε αθλητικές πράξεις εντός του κανονιστικού και νομικού πλαισίου που τις διέπει και που συνίστανται σε σύγκρουση συγκεκριμένου συμφέροντος, ή δικαιώματος, ή σε απλή παρέκκλιση από την αθλητική έννομη τάξη. Οι αθλητικές διαφορές μπορεί να είναι: α) διοικητικού χαρακτήρα (θέματα εγγραφών αθλητών, μετεγγραφών, αποκλεισμού αθλητών από αγώνες, αντικανονικής συμμετοχής, κλπ.), β) ιδιωτικού χαρακτήρα (κύρος αγώνων, προκήρυξη πρωταθλημάτων, κλπ.), γ) οικονομικού χαρακτήρα (διαφορές από συμβάσεις αθλητών, προπονητών, κλπ.), δ) φίλαθλου πνεύματος, ε) ποινικής διάστασης (βία, φαρμακοδιέγερση, δωροδοκία, κλπ.). Επίσης, μπορεί να είναι διεθνείς ιδιωτικού, ή δημόσιου χαρακτήρα.

Οι αθλητικές διαφορές επιλύονται από τα όργανα απονομής της αθλητικής δικαιοσύνης. Τέτοια θα πρέπει να θεωρηθούν κυρίως αυτά που έχουν θεσπιστεί και λειτουργούν ειδικά και μόνο για τον αθλητισμό (όργανα της αθλητικής δικαιοσύνης με στενή έννοια, π.χ., πρωτοβάθμια δικαιοδοτικά όργανα, Α.Σ.Ε.Α.Δ., επιτροπές επίλυσης οικονομικών διαφορών, Ε.ΦΙ.Π, κλπ.), αλλά και αυτά που αποτελούν όργανα απονομής δικαιοσύνης άλλης μορφής και εξετάζουν κατά περίπτωση αθλητικές διαφορές (όργανα της αθλητικής δικαιοσύνης με ευρεία έννοια, π.χ., ποινικά, πολιτικά, διοικητικά δικαστήρια). Σύμφωνα με τα παραπάνω, όταν τα ποινικά δικαστήρια επιλαμβάνονται των αδικημάτων του αθλητικού ποινικού δικαίου ενεργούν ως όργανα απονομής της αθλητικής δικαιοσύνης με την ευρεία έννοια.

Ντόπινγκ

Το ντόπινγκ είναι ένα σύγχρονο κοινωνικό πρόβλημα που έχει 4 διαστάσεις: α) την ηθική / δεοντολογική, β) την ιατροφαρμακευτική, γ) τη νομική και δ) την τεχνική / αναλυτική / διαδικαστική. Ο καλύτερος τρόπος αντιμετώπισής του είναι η πρόληψη που θα στηρίζεται στη σωστή, ολοκληρωμένη και υπεύθυνη ενημέρωση των εμπλεκόμενων με το πρόβλημα αθλητών, γυμναστών, προπονητών, γιατρών, αθλητικών παραγόντων, αλλά και εκείνη του ευρύτερου κοινωνικού περιβάλλοντος και ιδιαίτερα γονέων και εκπαιδευτικών. Λόγω της εμπορευματοποίησης του αθλητισμού, η προσπάθεια για την πλήρη εξάλειψη του ντόπινγκ στον αθλητισμό ίσως είναι ένας μη ρεαλιστικός (ή μακροπρόθεσμος) στόχος. Σαφώς, προληπτικά και πειθαρχικά μέτρα λαμβάνονται και αυξάνονται για τη μείωση του προβλήματος, αλλά δεν αρκούν. Η πραγματική λύση στο πρόβλημα της χρήσης φαρμάκων στον αθλητισμό βρίσκεται στην εκπαίδευση και σωστή ενημέρωση, η οποία πρέπει να είναι μία συνεχής διαδικασία που να περιλαμβάνει τη συνεργασία διάφορων ομάδων.

Σχεδιασμός, οργάνωση και υλοποίηση προγραμμάτων ελέγχου ντόπινγκ

Η Υπουργική Απόφαση 19514/26/04/05 (ΦΕΚ 648/Β/16/05/05) ρυθμίζει τις λεπτομέρειες για το σχεδιασμό, την οργάνωση και την υλοποίηση προγραμμάτων ελέγχου ντόπινγκ. Σύμφωνα με αυτή, το Εθνικό Συμβούλιο Καταπολέμησης του Ντόπινγκ (ΕΣΚΑΝ) ορίζεται ως το καθ' ύλην αρμόδιο

όργανο για το γενικό σχεδιασμό των ελέγχων ντόπινγκ και την υλοποίηση του ετήσιου προγράμματος και της κατανομής των ελέγχων ντόπινγκ στους αθλητές, εντός και εκτός αγώνων. Η εκτέλεση των ελέγχων αυτών πραγματοποιείται από πρόσωπα, ή επιτροπές που έχει ορίσει το ΕΣΚΑΝ, σε συνεργασία, όπου απαιτείται, με αρμόδιους φορείς με βάση το οργανωτικό πλαίσιο που έχει ορίσει το ίδιο. Για το σκοπό αυτό τηρεί μητρώο πιστοποιημένων δειγματοληπτών, το οποίο ανανεώνει το Δεκέμβριο κάθε χρόνου. Οι δειγματολήπτες μπορούν να αναβαθμίζονται με βάση κριτήρια όπως εμπειρία, κατάρτιση, επιτυχή διενέργεια ελέγχων, κλπ. Όλοι οι αθλητές όλων των αθλημάτων που υπάγονται σε Ομοσπονδίες υπόκεινται σε έλεγχο ντόπινγκ.

Ο Κατάλογος Ελεγχόμενων Αθλητών (ΚΕΑ) είναι ο κατάλογος των αθλητών για τους οποίους το ΕΣΚΑΝ συλλέγει μέσω των Ομοσπονδιών τους τα whereabouts (δηλαδή το που βρίσκονται ανά πάσα στιγμή, ώστε να είναι δυνατός ο εντοπισμός τους για πιθανό έλεγχο εκτός αγώνα). Καταρτίζεται από το ΕΣΚΑΝ την αρχή κάθε ημερολογιακού έτους και μπορεί να τροποποιηθεί οποτεδήποτε μέσα στη χρονιά. Οι αθλητές ενημερώνονται για τη συμμετοχή τους στον ΚΕΑ μέσω των οικείων Ομοσπονδιών. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ο έλεγχος εκτός αγώνων δεν περιορίζεται μόνο στους αθλητές του ΚΕΑ. Η διαδικασία της συλλογής και της διαχείρισης των whereabouts είναι διαφορετική για τα ατομικά και τα ομαδικά αθλήματα. Τα σχετικά έντυπα υπάρχουν στην ιστοσελίδα του ΕΣΚΑΝ (www.eskan.gr) στην ενότητα «Σελίδα του Αθλητή».

Εξαιρέση Χρήσης για Θεραπευτικούς Σκοπούς (TUEs)

Προβλέπεται η κατ' εξαίρεση χρήση απαγορευμένων ουσιών / μεθόδων για θεραπευτικούς σκοπούς (E.X.Θ.Σ.) - Therapeutic Use Exemptions (T.U.E.). Το αργότερο 21 ημέρες πριν τη συμμετοχή τους σε αγώνες οι αθλητές διεθνούς επιπέδου υποβάλλουν το αίτημα για T.U.E. προς τη διεθνή Ομοσπονδία, ενώ οι αθλητές εθνικού επιπέδου προς το ΕΣΚΑΝ. Απαραίτητα στοιχεία που επισυνάπτονται είναι η ιατρική γνωμάτευση και η δοσολογία του φαρμάκου που λαμβάνει. Το αίτημα δεν μπορεί να έχει αναδρομική ισχύ, εκτός αν ήταν αναγκαία η επείγουσα θεραπευτική αντιμετώπιση και αν δεν υπήρχε χρόνος για την υποβολή, ή την εξέταση αιτήματος.

Επιτροπή TUE

Στο ΕΣΚΑΝ λειτουργεί ειδική τριμελής επιτροπή που αποτελείται από γιατρούς με εξειδίκευση στο αντικείμενο (αθλητιατρική, κακώσεις, κλπ.) και έχει ως αρμοδιότητα την έγκριση / απόρριψη των αιτημάτων T.U.E.. Τα περισσότερα μέλη της επιτροπής πρέπει να είναι ανεξάρτητα από το ΕΣΚΑΝ.

Συνοπτική διαδικασία έγκρισης (abbreviated TUEs).

Αναγνωρίζεται ότι ορισμένες ουσίες χρησιμοποιούνται στη θεραπεία καταστάσεων που απαντώνται συχνά στους αθλητές. Για τις ουσίες αυτές αρκεί η αποστολή του αιτήματος (δεν χρειάζεται έγκριση). Περιορίζονται αυστηρά στις: α) β-2 αγωνιστές δι' εισπνοής (φορμοτερόλη, σαλβουταμόλη, σαλμετερόλη, τερβουταλίνη) και β) γλυκοκορτικοστεροειδή χορηγούμενα μέσω οποιασδήποτε άλλης οδού εκτός από στόματος, ορθού, ενδοφλέβια, ενδομυϊκά. Να σημειωθεί ότι λεπτομέρειες σχετικά με όλες τις ουσίες και άλλες πληροφορίες υπάρχουν στην Κ.Υ.Α. περί «Καθορισμού Απαγορευμένων Ουσιών και Μεθόδων Ντόπινγκ», η οποία εκδίδεται στο τέλος κάθε χρόνου και περιλαμβάνει και τυχόν αλλαγές που έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως από το W.A.D.A.

Πειθαρχικές Κυρώσεις

Για τον αθλητή που συμμετείχε σε ατομικό αγώνισμα η παράβαση ντόπινγκ κατά τη διάρκεια αθλητικής συνάντησης συνεπάγεται την ακύρωση της συμμετοχής του στο αγώνισμα, πιθανή στέρηση βραβείων και μεταλλίων, ανεξάρτητα από οποιοδήποτε άλλες κυρώσεις. Αν η παράβαση αφορά αθλητή που συμμετέχει σε ομαδικό άθλημα, ή σε ομαδικό αγώνισμα ατομικού αθλήματος, τότε εφαρμόζονται οι κανονισμοί της οικείας Παγκόσμιας Αθλητικής Ομοσπονδίας. Οι πειθαρχικές κυρώσεις βάσει του νόμου 3057/2002 μπορεί να είναι από έγγραφη επίπληξη έως ισόβια απαγόρευση

συμμετοχής στη διεξαγωγή αθλητικών συναντήσεων και διοργανώσεων, καθώς και χρηματικό πρόστιμο.

Αρμόδια Πειθαρχικά Όργανα

Ο νόμος 2725/1999, όπως ισχύει, ορίζει τα αρμόδια πρωτοβάθμια πειθαρχικά όργανα (άρθρα 119, 127B, 129), που συγκροτούνται στις αθλητικές Ομοσπονδίες και εξετάζουν τις υποθέσεις σύμφωνα με τους νόμους και τον πειθαρχικό κανονισμό της κάθε μίας. Σε αυτόν προβλέπονται διατάξεις για την απαγγελία της πειθαρχικής κατηγορίας, τη διαδικασία ενώπιον του οργάνου και την ακρόαση του προσώπου που διώκεται. Τις αποφάσεις των οργάνων μπορεί να προσβάλει σε 2^ο βαθμό αυτός στον οποίο επιβλήθηκε η κύρωση, ή το ΕΣΚΑΝ. Το τελευταίο έχει δικαίωμα να προσφύγει μόνον όταν εκτιμά ότι η πειθαρχική κύρωση που επιβλήθηκε, δεν ήταν ανάλογη με το είδος της παράβασης. Τα αρμόδια δευτεροβάθμια πειθαρχικά όργανα είναι το Ανώτατο Συμβούλιο Επίλυσης Αθλητικών Διαφορών (Α.Σ.Ε.Α.Δ.), ή η Επιτροπή Εφέσεων της Ε.Π.Ο.

Ποινικές Διατάξεις

Η Ελλάδα είναι ένα από τα λίγα κράτη που διαθέτει ειδικές ποινικές διατάξεις για το ντόπινγκ. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με το νόμο 3057/2002, όποιος χορηγεί σε αθλητή φυσική, ή χημική ουσία, ή βιολογικό, ή βιοτεχνολογικό υλικό, ή εφαρμόζει σε αυτόν απαγορευμένη μέθοδο, με σκοπό τη βελτίωση της αγωνιστικής του διάθεσης, ικανότητας και απόδοσής του, κατά τη διάρκεια αθλητικών γεγονότων, ή ενόψει αυτών, τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον 2 χρόνων και με χρηματική ποινή. Αν ο αθλητής είναι ανήλικος, τότε επιβάλλεται ποινή φυλάκισης έως 10 χρόνων. Η επιβολή μόνο χρηματικής ποινής, ακόμα και αν υπάρχουν ελαφρυντικά, απαγορεύεται. Σε αυτόν, που καταδικάστηκε, επιβάλλεται, επίσης, η απαγόρευση άσκησης επαγγέλματος σχετικό με τον αθλητισμό για όσο διάστημα του έχει επιβληθεί η στέρηση ελευθερίας. Ο αθλητής, που διαπράττει ανάλογο αδίκημα, τιμωρείται, επίσης, με φυλάκιση έως 2 χρόνια.

Επίλογος

Στην παραπάνω παρουσίαση καταβλήθηκε προσπάθεια να συζητηθούν κάποια στοιχεία γύρω από τα θέματα της αθλητικής δικαιοσύνης και ειδικότερα του ντόπινγκ. Η διάταξη του νέου νόμου για την οργάνωση και διεξαγωγή τακτικών σεμιναρίων επιμόρφωσης είναι προς τη σωστή κατεύθυνση.

Βιβλιογραφία

- Μαυρομάτης, Α. (2003). *Ποινικά αδικήματα στον αθλητισμό*. Σάκκουλας, Αθήνα.
- Μαλάτος, Α. (1994). Αθλητική δικαιοσύνη: Έννοια – Σκοπός – Δομή – Λειτουργία. *ΕπιθΑθλΔικ*
- Διονυσάτος, Γ. (1992). Αθλητικές διαφορές και το δικαίωμα παροχής έννομης προστασίας. *Πανδέκτης*.
- Δεληγιάννης, Ι., Σκουρής, Β. & Αρμενόπουλος. (1986). Η νομική φύση των αθλητικών δικαιοδοτικών οργάνων.
- Ν.2725/1999, όπως ισχύει σήμερα
- Κανονισμός λειτουργίας Ε.Σ.ΚΑ.Ν.
- Ενημερωτικό εγχειρίδιο Ε.Σ.ΚΑ.Ν.
- Υ.Α. 19.514/16.05.2005
- Υ.Α. 316/13.02.2006

www.eskan.gr

**ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΡΓΟΥ ΣΕ ΜΕΓΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ «ΑΘΗΝΑ 2004»**

Σταυρόπουλος, Σ. & Αυθίνος, Ι.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Αθηνών

Εισαγωγή

Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνεται από τον Groote (2005), οι Ολυμπιακοί Αγώνες (ΟΑ) είναι «...το μεγαλύτερο θέαμα στη γη, με τους περισσότερους συμμετέχοντες στην ιστορία και το ευρύτερο τηλεοπτικό κοινό που υπήρξε ποτέ». Ήδη από τους ΟΑ του Λος Άντζελες του 1984 η διοργάνωσή τους υλοποιείται με την αξιοποίηση των αρχών του σύγχρονου μάνατζμεντ (Αυθίνος & Γαργαλιάνος, 2003). Ειδικότερα, όμως, από τους ΟΑ του Σίδνεϊ 2000 είναι πλέον σαφής η αναφορά σε αρχές σχεδιασμού αντιμετώπισης πιθανών κινδύνων και απωλειών (Stamatakis, Gargalianos, Afthinos & Nassis, 2003). Οι ΟΑ της Αθήνας 2004 ήταν επιβεβλημένο να διοργανωθούν με λεπτομερή προγραμματισμό, προσδίδοντας ιδιαίτερη έμφαση στη διαχείριση κινδύνων (risk management), τομέας που εμπεριέχεται στη διαχείριση ενός έργου.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Σύμφωνα με το Verzuh (2002), οι βασικές λειτουργίες διαχείρισης ενός έργου διακρίνονται σε ορισμό, προγραμματισμό και έλεγχο αυτού. Οι περιορισμοί χρόνου – κόστους - ποιότητας με αλληλένδετη συσχέτιση, καθορίζουν τις τεχνικές του μάνατζμεντ που θα εφαρμοστούν. Οι βασικότερες μέθοδοι διαχείρισης μεγάλων έργων είναι οι ακόλουθες (Martin, 2003): PERT (Program Evaluation and Review Technique), CPM (Critical Path Method), APM (Agile Project Management), και PRINCE (PRojects IN Controlled Environments). Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα του Υπουργείου Εμπορίου της Βρετανικής Κυβέρνησης (<http://www.ogc.gov.uk/prince2>), το PRINCE 2 (Alleman, 2002), είναι μια προκαθορισμένη διαδικασία, τα κύρια χαρακτηριστικά της οποίας είναι ο σχεδιασμός με βάση το παραγόμενο προϊόν - υπηρεσία και ο διαχωρισμός του έργου σε ελεγχόμενα στάδια. Η συγκεκριμένη μέθοδος κρίθηκε ως η περισσότερο ενδεικνύομενη για τη διερεύνηση του θέματος της παρούσας έρευνας.

Σχήμα1: Οι βασικές λειτουργικές διαδικασίες του μοντέλου PRINCE 2



Μεθοδολογία

Η απουσία τεκμηριωμένης βιβλιογραφικής αναφοράς για την ύπαρξη θεωρητικού μοντέλου που να καλύπτει τη διοργάνωση των ΟΑ οδηγεί στην εξέταση του ζητήματος με κριτήρια ποιοτικής έρευνας και τη σκόπιμη επιλογή του προς εξέταση δείγματος (Sells, Smith & Newfield, 1997; Lazaraton, 2003). Σύμφωνα με τους Stamatakis, Gargalianos, Afthinos & Nassis (2003), θα αρκούσαν οι σε

βάθος συνεντεύξεις των στελεχών που αντιπροσωπευτικά θα επιλέγονταν ανά επίπεδο εμπλοκής των στη διαχείριση των Αγώνων. Κατά συνέπεια, η μέθοδος που εφαρμόστηκε για τη συλλογή δεδομένων ήταν η δομημένη συνέντευξη με τη χρήση συγκεκριμένων ερωτήσεων που απορρέουν από το θεωρητικό πλαίσιο PRINCE 2. Διαπιστώθηκε ότι υπήρχαν ιεραρχικά 4 επίπεδα, στα οποία εφαρμόστηκαν οι αρχές διαχείρισης έργου. Επιλέγοντας τον αγωνιστικό τομέα ως πιο αντιπροσωπευτικό, εντοπίστηκαν τα σημαντικότερα στελέχη (2 άνδρες και 3 γυναίκες), από τα οποία ζητήθηκε να παραχωρήσουν τις απαιτούμενες συνεντεύξεις.

Σχήμα 2: Επίπεδα ερωτώμενων

Επίπεδο	Θέση	Αρμοδιότητα
1 ^ο	Εκπρόσωπος ΔΟΕ	Κατευθυντήριες οδηγίες
2 ^ο	Γενικός Σχεδιαστής	Σχεδιαστής – διαχειριστής γενικού προγράμματος (master plan)
3 ^ο	Γενικός Διευθυντής	Έλεγχος υλοποίησης προγράμματος
4 ^ο	Διευθυντής Αθλημάτων	Εκπόνηση λειτουργικών σχεδίων
5 ^ο	Διευθυντής Εγκαταστάσεων	Υλοποίηση λειτουργικών εντολών

Κάθε τηλεφωνική επαφή ακολουθήθηκε από μια επεξηγηματική – επιβεβαιωτική επιστολή (confirm letter), διασφαλίζοντας έτσι τα δικαιώματα των συμμετεχόντων (Sell, Smith & Newfield, 1997). Αμέσως μετά από κάθε τηλεφωνική επικοινωνία και συνέντευξη, ο ερευνητής κρατούσε σημειώσεις με σκοπό την αποτύπωση εντυπώσεων, συναισθημάτων, ή αντιδράσεων (Hinojosa, Mosey, Ely & Mariano, 1989), παρέχοντας έτσι λεπτομερέστερες πληροφορίες για τα υπό διερεύνηση ζητήματα. Μέσα σε 5 ημέρες, αναλύθηκαν οι παρατηρήσεις που διαπιστώθηκαν (προβλήματα ακουστικότητας, κατανόησης περιεχομένου ερωτήσεων, κλπ), με σκοπό την πιθανή τροποποίηση της επόμενης συνέντευξης, ενώ όλες ολοκληρώθηκαν στο χρονικό διάστημα από 01.05.2006 έως 15.06.2006. Τέλος, στάλθηκε με ηλεκτρονικό τρόπο σε όλους τους ερωτηθέντες ευχαριστήρια επιστολή. Υποβλήθηκαν 7 ερωτήματα που κάλυπταν τις αντίστοιχες ενότητες του θεωρητικού πλαισίου (Hinojosa, Mosey, Ely & Mariano, 1989). Τα ερωτήματα αυτά παρουσιάστηκαν με τον ίδιο τρόπο και σειρά στον κάθε ερωτώμενο, ενώ και η επιλογή των εναλλακτικών ερωτήσεων (probes) περιορίστηκε σε μία εκ των προτέρων καθορισμένη λίστα (Καμπίτσης & Χαραχούσου, 1999).

Η διασφάλιση της εγκυρότητας της έρευνας, έγινε με την επιλογή ενός τουλάχιστον στελέχους ανά επίπεδο εργασίας στη διοργάνωση των ΟΑ Αθήνα 2004, στα καθήκοντα του οποίου περιλαμβανόταν η διαχείριση του έργου, ώστε να καλυφθεί όλο το φάσμα εφαρμογής του (Sells, Smith & Newfield, 1997). Η αξιοπιστία της έρευνας, διασφαλίστηκε με τη διαδικασία της διασταύρωσης των στοιχείων (τριγωνοποίηση - triangulation) (Nelson & Thomas, 2003), με σκοπό τη στήριξη των ερευνητικών συμπερασμάτων. Η ανάλυση των δεδομένων βασίστηκε στην εθνογραφική – ποιοτική (qualitative) (Ely, 1989). Αφού κωδικοποιήθηκαν και διασταυρώθηκαν μεταξύ τους με σκοπό την εξέταση της ύπαρξης ταυτώσεων απόψεων (Lazaraton, 2003), τα δεδομένα κατηγοριοποιήθηκαν σε θεματικές ενότητες.

Αποτελέσματα

Οι απόψεις των ερωτηθέντων που αφορούν στην εφαρμογή των αρχών διαχείρισης του έργου, ταξινομήθηκαν (Alleman, 2002) στις 8 θεματικές ενότητες ως εξής:

Σχήμα 3: Αποτελέσματα απαντήσεων

Θεματική ενότητα	Αποτελέσματα	Τριγωνοποίηση
Κατεύθυνση	Υπήρξε συνεχής κατεύθυνση σε όλη τη διάρκεια του έργου.	Ναι, σε όλα τα επίπεδα
Εκκίνηση	Ενεργοποιήθηκαν έγκαιρα οι διαδικασίες εκκίνησης.	Ναι, σε όλα τα επίπεδα
Θεσμοθέτηση	Διάσταση απόψεων για επαρκή θεσμοθέτηση.	Μερική, κυρίως στα ενδιάμεσα επίπεδα.
Διαχείριση παραδοτέων	Διάσταση απόψεων με αντίκτυπο στις απόψεις περί αξιολόγησης της βιωσιμότητας του έργου	Μερική, κυρίως μεταξύ 4 ^{ου} και 5 ^{ου} επιπέδου.
Οριοθέτηση	Ταύτιση απόψεων σχετικά με την παρακολούθηση της προόδου υλοποίησης των τεθέντων στόχων	Ναι, σε όλα τα επίπεδα
Έλεγχος	Διάσταση απόψεων σχετικά με την παρακολούθηση της διασφάλισης ποιότητας.	Μερική, κυρίως στα ενδιάμεσα επίπεδα.
Κλείσιμο	Ταύτιση απόψεων σχετικά με το ότι η διοργάνωση ολοκληρώθηκε με ομαλές διαδικασίες.	Ναι, σε όλα τα επίπεδα
Προγραμματισμός	Παντού ο προγραμματισμός ήταν μια συνεχής διαδικασία.	Ναι, σε όλα τα επίπεδα

Συζήτηση

Η έρευνα κατέδειξε ότι κατά τη διοργάνωση των ΟΑ της Αθήνας 2004, σε γενικές γραμμές εφαρμόστηκαν σε μεγάλο βαθμό οι βασικότερες αρχές διαχείρισης έργου, όπως αυτές περιγράφονται στο μοντέλο PRINCE 2. Σύμφωνα με το γενικό σχέδιο (master plan), καθορίστηκαν έγκαιρα οι βασικοί χρονικοί περιορισμοί (milestones), οι οποίοι οδήγησαν στην ανάπτυξη των επί μέρους δραστηριοτήτων (tasks). Εάν οι στόχοι ενός έργου και η μεθοδολογία επίτευξής τους δεν είναι γνωστοί από την αρχή είναι δύσκολο να εκπαιδευθούν τα εμπλεκόμενα στελέχη και, ως εκ τούτου, είναι δύσκολο το αποτέλεσμα να είναι επιτυχημένο (Horluck, Krommergaard, Nielsen & Lindgren, 2003). Η όλη διαδικασία αρχικά συντονίστηκε και κυριολεκτικά καθοδηγήθηκε από τη ΔΟΕ, με σκοπό τη διασφάλιση υλοποίησης των απαιτήσεων που είχαν τεθεί.

Ειδικότερα σε σχέση με προγενέστερους ΟΑ, όπως αυτοί εξετάστηκαν σε ζητήματα διαχείρισης κινδύνων (Stamatakis, Gargalianos, Afthinos & Nassis, 2003), διαπιστώθηκε ότι υπήρχε αποτελεσματικότερη επικοινωνία μεταξύ των διάφορων επιπέδων λειτουργίας, ενώ ο ρόλος και η εμπλοκή του Διευθυντή Εγκαταστάσεων στη διαχείριση του έργου ήταν πιο ενεργός και αποτελεσματικός. Ακόμη, διαπιστώθηκε ότι η άποψη περί της αναγκαιότητας ολοκλήρωσης του έργου την ημερομηνία έναρξης των Αγώνων ήταν καθολικά αποδεκτή, ενώ δεν διαπιστώθηκε να τίθενται ζητήματα αναστολής τους για λόγους οικονομικής φύσεως. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται και από αναφορές όπως του Ljubicic (2006), όπου γίνεται μνεία για τη μεγάλη ηρωική (heroic), «τελευταία στιγμή προσπάθεια», ώστε όλα να γίνουν εξαιρετικά. Προτείνεται σε μελλοντική έρευνα να εξεταστεί σε ποιο βαθμό ωριμότητας εφαρμόστηκαν οι αρχές διαχείρισης έργου, ανά επίπεδο που το διαχειρίστηκαν και με τι προβλήματα.

Βιβλιογραφία

- Αυθίνος, Ι. & Γαργαλιάνος, Δ. (2003). *Οργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων*. Αθήνα: Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο.
- Cicmil, S. (1999). An insight into management of organisational change projects. *Journal of Workplace Learning*, 11(1): 5-15.

- Clark, I. & Colling, T. (2005). The management of human resources in project management-led organizations. *Personnel Review*, 34(2): 178-191.
- Ευφραιμίδης, Ε. (2000). *Εισαγωγή στη διαχείριση έργων*. Αθήνα : Κλειδάριθμος.
- Groote, P. (2005). Economic and tourism aspects of the Olympic Games. *Tourism Review*, 60(1): 12-19.
- Hinojosa, J., Mosey, A., Ely, M. & Mariano, C. (1989). Mother's perceptions of the influence on family life of occupational and physical therapy home programs for the preschool child with cerebral palsy. *Thesis report*. New York University.
- Hørlück, J., Krommergaard, P., Nielsen, J. & Lindgren, P. (2002) Interorganisational project management. *Conference paper at CIN*, Helsinki, Finland.
- Καμπίτσης, Χ. & Χαραχούσου, Υ. (1999). *Τεχνικές έρευνας στις αθλητικές επιστήμες*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Μαϊάνδρος.
- Lazaraton, A. (2003). Evaluative criteria for qualitative research in applied linguistics: whose criteria and whose research? *The Modern Language Journal*, 87(1): 1-12.
- Lazlo, G. (1999). Project management: a quality management approach. *The TQM Magazine*, 11(3): 157-160.
- Ljubcic, Z. (2006). Project management in Europe. *Articles of Interest PMIFC*, October: 25.
- Martin, R. (2003). PERT, CPM and Agile Project Management. Retrieved May 20, 2006, from <http://www.objectmentor.com/resources/articles/PertCpmAgile>.
- Maylor, H. (1999). *Project management*. London : Pitman.
- Fellman, M. (1999). Breaking tradition: "untraditional" market research techniques from the social sciences are gaining ground. *Marketing Research*, 11(3): 4- 20.
- Pheng, L. & Keong, B. (1999). Developing construction project management skills: lessons from Zhuge Liang. *Career Development International*, 4(1): 34-89.
- Office of Government Commerce (2003). *PRINCE 2 (Managing Successful Projects)* Retrieved May 10, 2006, from <http://www.ogc.gov.uk/prince2>.
- Quayle, M. (1999). Project management in European aerospace: a case study. *Industrial Management & Data Systems*, 99(5): 221-226.
- Sells, S., Smith, T. & Newfield, N. (1997). Teaching ethnographic research methods in social work: a model course. *Journal of Social Work Education*, 33: 167-84.
- Schlichter, J. (2000). Organizational project management. Retrieved May 5, 2006, from <https://committees.standards.org.au/COMMITTEES/IT-030/Z0005/IT-030-Z0005.PDF>.
- Sciltz, S. (2003). A practical method for assessing the financial benefit of Project Management. *Thesis Report*. City University.
- Stamatakis, H., Gargalianos, D., Afthinos, Y. & Nassis, P. (2003). Venue contingency planning for the Sydney 2000 Olympic Games. *Facilities*, 21:(5/6): 115-125.

ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ

Τσιγγίλης, Ν., Κουστέλιος, Α. & Γραμματικόπουλος, Β.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Ένας σημαντικός παράγοντας στην εκπαιδευτική διαδικασία είναι η αντίληψη που έχουν οι εκπαιδευτικοί για την αποτελεσματικότητά τους (Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, 2001). Σειρά ερευνών φανερώνουν ότι εκπαιδευτικοί με ισχυρή αντιλαμβανόμενη αποτελεσματικότητα είναι πιο δεκτικοί σε νέες ιδέες και καινοτομίες, έχουν μεγαλύτερη δέσμευση στη διδασκαλία, καταβάλλουν μεγαλύτερη προσπάθεια, είναι λιγότερο κριτικοί με τους μαθητές που κάνουν λάθη και παρέχουν βοήθεια στους «αδύνατους» μαθητές (Hoy & Spero, 2005; Ross, 1998; Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, 2001). Σύμφωνα με τους Guskey & Passaro (1994), η αυτό-αποτελεσματικότητα του εκπαιδευτικού μπορεί να οριστεί ως το πιστεύω, ή η πεποίθησή του ότι μπορεί να επηρεάσει τη μάθηση των μαθητών, ακόμα και εκείνων που είναι δύσκολοι, ή μη παρακινημένοι.

Από τα διάφορα εργαλεία που κατά καιρό έχουν αναπτυχθεί για την αξιολόγηση των εκπαιδευτικών, η Κλίμακα Αντιλαμβανόμενης Αποτελεσματικότητας Εκπαιδευτικών (ΚΑΑΕ) (Teachers Sense of Efficacy Scale, των Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, 2001) φαίνεται να είναι το πιο ολοκληρωμένο εργαλείο. Ένα σημαντικό του πλεονέκτημα είναι ότι δεν είναι αυστηρά εξειδικευμένο και, συνεπώς, μπορεί να εφαρμοστεί σε εκπαιδευτικούς διάφορων βαθμίδων και ειδικοτήτων.

Η μέχρι τώρα μελέτη της αποτελεσματικότητας έχει περιοριστεί σε εκπαιδευτικούς που διδάσκουν τα παραδοσιακά αντικείμενα του αναλυτικού προγράμματος. Λίγες πληροφορίες υπάρχουν για την αποτελεσματικότητα εκπαιδευτικών που εμπλέκονται σε καινοτόμα προγράμματα. Επίσης, περιορισμένα ερευνητικά δεδομένα αναφέρονται στην καταλληλότητα εφαρμογής της ΚΑΑΕ σε πολιτισμικά περιβάλλοντα διαφορετικά από αυτό που αρχικά είχε αναπτυχθεί. Τέλος, ενώ η αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτικών έχει μελετηθεί σε σχέση με διάφορους παράγοντες που αφορούν στη συμπεριφορά του εργαζόμενου (όπως, για παράδειγμα, με την παρατεταμένη απουσία, την επαγγελματική εξουθένωση και το άγχος) (Brouwers & Tomic, 2000; Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, 2001) απουσιάζουν έρευνες που να τη συνδέουν με την επαγγελματική ικανοποίηση.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να μελετήσει την καταλληλότητα της ΚΑΑΕ για εφαρμογή σε εκπαιδευτικούς που διδάσκουν ένα καινοτόμο μάθημα, αυτό της Ολυμπιακής Παιδείας, το οποίο διδάσκεται στα σχολεία από το 2000.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 175 εκπαιδευτικοί που δίδασκαν το μάθημα της Ολυμπιακής Παιδείας. Από αυτούς 66 ήταν άνδρες και 82 γυναίκες, ενώ 7 παρέλειψαν να δηλώσουν το φύλο τους. Η μέση ηλικία τους ήταν 34.55 έτη ($TA = 3.53$), με 3.62 έτη διδακτικής εμπειρίας ($TA = 2.93$).

Όργανα μέτρησης

Αυτό-αποτελεσματικότητα. Η ιδιότητα αυτή αξιολογήθηκε με την ΚΑΑΕ των Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy (2001), η οποία περιλαμβάνει 24 ερωτήσεις για την αξιολόγηση 3 διαστάσεων της αποτελεσματικότητας των εκπαιδευτικών: 1) αποτελεσματικότητα στρατηγικών διδασκαλίας (8 θέματα, π.χ., Σε ποιο βαθμό μπορείς να χρησιμοποιείς διάφορες μεθόδους αξιολόγησης της επίδοσης των μαθητών σου;), 2) αποτελεσματικότητα διοίκησης της τάξης (8 θέματα, π.χ., Σε ποιο βαθμό μπορείς να ελέγχεις συμπεριφορές που διασπούν τη συνοχή της τάξης;) και 3) αποτελεσματικότητα

εμπλοκής των μαθητών σε διαδικασίες μάθησης (8 θέματα, π.χ., Σε ποιο βαθμό μπορείς να ενθαρρύνεις τη δημιουργικότητα των μαθητών σου;). Οι απαντήσεις δίνονταν σε 9-βαθμη κλίμακα, όπου 1 = καθόλου και 9 = σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Ικανοποίηση από την εργασία. Για την αξιολόγηση της ικανοποίησης από την εργασία χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο Καταγραφής της Επαγγελματικής Ικανοποίησης (Employee Satisfaction Inventory, των Koustelios & Bagiatis (1997). Από τις 6 διαστάσεις του ερωματολογίου στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε μόνο η υποκλίμακα «η ίδια η φύση της εργασίας» (4 θέματα, π.χ., Η δουλειά μου είναι αξιόλογη). Προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι ο παράγοντας αυτός είναι ο πιο σημαντικός της επαγγελματικής ικανοποίησης σε καθηγητές φυσικής αγωγής (Koustelios & Tsigilis, 2005). Οι απαντήσεις δίνονταν σε 5-βαθμη κλίμακα, όπου 1 = διαφωνώ έντονα και 5 = συμφωνώ έντονα.

Διαδικασία: Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στους συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια 2 σεμιναρίων Ολυμπιακής Παιδείας. Η συμμετοχή τους στην έρευνα ήταν εθελοντική. Οι συμμετέχοντες διαβεβαιώθηκαν ότι οι απαντήσεις τους θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς. Ένας ερευνητής ήταν πάντα παρών για να απαντήσει σε τυχόν απορίες τους.

Αποτελέσματα

Για την εξέταση της εσωτερικής δομής της ΚΑΑΕ χρησιμοποιήθηκε η διερευνητική παραγοντική ανάλυση. Για τον καθορισμό των διαστάσεων της κλίμακας εφαρμόστηκε η μέθοδος της παράλληλης ανάλυσης (parallel analysis) (Horn, 1965), η οποία χαρακτηρίζεται ως η πιο ακριβής (Hayton, Allen & Scarpello, 2004). Εφαρμογή της παράλληλης ανάλυσης σε 60 τυχαία δείγματα από το αρχικό φανέρωσε ότι ένας παράγοντας πρέπει να διατηρηθεί, ο οποίος ερμήνευε το 55.90% της κοινής διακύμανσης ($\alpha = .97$). Οι φορτίσεις των θεμάτων στον παράγοντα κυμάνθηκαν από .53 έως .83. Η μέση τιμή του παράγοντα ήταν 6.79 ($TA = 1.07$). Η εσωτερική συνοχή της «ικανοποίησης από την ίδια τη φύση της εργασίας» ήταν ικανοποιητική με τιμή $\alpha = .79$. ($MT = 4.27$, $TA = .65$). Η ανάλυση συσχέτισης αποκάλυψε μία στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της αποτελεσματικότητας των εκπαιδευτικών και της ικανοποίησής τους από τη φύση της εργασίας ($r = .30$, $p = .008$).

Συζήτηση

Η αποτελεσματικότητα που βιώνουν οι εκπαιδευτικοί έχει χαρακτηριστεί ως μία απλή έννοια με σημαντικές, όμως, επιδράσεις στην εκπαιδευτική διαδικασία. Η ύπαρξη ενός έγκυρου και αξιόπιστου οργάνου, το οποίο μπορεί να εφαρμοστεί σε διαφορετικά πολιτισμικά και εκπαιδευτικά περιβάλλοντα μπορεί να προωθήσει σημαντικά την έρευνα. Από τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης φαίνεται ότι η ΚΑΑΕ μπορεί να εφαρμοστεί για την αξιολόγηση της συνολικής αποτελεσματικότητας των διδασκόντων της Ολυμπιακής Παιδείας. Η εμφάνιση μίας μόνο διάστασης συμφωνεί με τα αποτελέσματα των Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy (2001), οι οποίοι καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι όταν οι συμμετέχοντες είναι εκπαιδευτικοί με μικρή διδακτική εμπειρία τότε η ΚΑΑΕ μπορεί να περιγραφεί αποτελεσματικά από έναν παράγοντα. Το γεγονός ότι το μάθημα της Ολυμπιακής Παιδείας έχει πρόσφατα εισαχθεί στο Ελληνικό σχολείο και δεν προβλέπονται εξετάσεις στο αντικείμενο αυτό πιθανόν να εμπόδιζε τους διδάσκοντες να σχηματίσουν σαφή εικόνα για την επιτυχία, ή αποτυχία των μαθητών τους (Henson, Kogan & Vacha-Haase, 2001).

Η μέση τιμή των απαντήσεων των εκπαιδευτικών Ολυμπιακής Παιδείας δείχνει μία σχετικά υψηλή αίσθηση αποτελεσματικότητας. Παρόμοιες τιμές έχουν αναφερθεί σε προηγούμενες έρευνες (Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, 2001; Tschannen-Moran & Woolfolk-Hoy, in press) για εκπαιδευτικούς με μικρή διδακτική εμπειρία. Αυτά τα θετικά αποτελέσματα, όμως, μπορεί να οφείλονται εν μέρει στην επίδραση διάφορων παραγόντων, όπως η τάση για κοινωνική αποδοχή. Θα ήταν χρήσιμο μελλοντικές έρευνες να εξετάσουν την πιθανή αυτή σχέση.

Οι διδάσκοντες την Ολυμπιακή Παιδεία φαίνεται να είναι αρκετά ικανοποιημένοι από την εργασία τους και πιο συγκεκριμένα από το είδος του αντικειμένου που διδάσκουν. Το γεγονός αυτό είναι

αρκετά θετικό, αφού σειρά μελετών δείχνουν ότι οι εσωτερικές πηγές της επαγγελματικής ικανοποίησης σε μεγάλο βαθμό καθορίζουν τη συνολική ικανοποίηση που βιώνουν οι εκπαιδευτικοί (Koustelios & Tsigilis, 2005).

Η θετική συσχέτιση μεταξύ της αποτελεσματικότητας που βιώνουν οι εκπαιδευτικοί και της ικανοποίησής τους από την ίδια τη φύση της εργασίας είναι προς την αναμενόμενη κατεύθυνση. Εκπαιδευτικοί που πιστεύουν στις ικανότητές τους φαίνεται ότι αισθάνονται και ικανοποιημένοι από την εργασία τους. Τέλος, η στατιστικά σημαντική σχέση των 2 αυτών εννοιών, σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης και της εσωτερικής συνοχής, φαίνεται να συνηγορούν υπέρ της καταλληλότητας της εφαρμογής της ΚΑΑΕ στο χώρο της εκπαίδευσης.

Βιβλιογραφία

- Brouwers, A. & Tomic, W. (2000). A longitudinal study of teacher burnout and perceived self-efficacy in classroom management. *Teaching and Teacher Education*, 16: 239-253.
- Guskey, T.R. & Passaro, P.D. (1994). Teacher efficacy: a study of construct dimensions. *American Educational Research Journal*, 31: 627-643.
- Hayton, J.A., Allen, D.G. & Scarpello, V. (2004). Factor retention decisions in exploratory factor analysis: a tutorial on parallel analysis. *Organizational Research Methods*, 7: 191-205.
- Henson, R.K., Kogan, L.R. & Vacha-Haase, T. (2001). A reliability generalization study of the teacher efficacy scale and related instruments. *Educational and Psychological Measures*, 61: 404-420.
- Horn, J.L. (1965). A rationale and test for the number of factors in factor analysis. *Psychometrika*, 32: 179-185.
- Hoy, A.W. & Spero, R.B. (2005). Changes in teacher efficacy during the early years of teaching: a comparison of four measures. *Teaching and Teacher Education*, 21: 343-356.
- Koustelios, A. & Bagiatis, K. (1997). The employee satisfaction inventory (ESI): development of a scale to measure satisfaction of Greek employees. *Educational and Psychological Measurements*, 57: 469-476.
- Koustelios, A. & Tsigilis, N. (2005). Relationship between burnout and job satisfaction among physical education teachers: a multivariate approach. *European Physical Education Review*, 11: 189-203.
- Ross, J.A. (1998). *The antecedents and consequences of teacher efficacy*. In J. Brophy (Ed.), *Advances in research on teaching*, Vol. 7, Greenwich, CT, JAI Press, pp. 49-73.
- Tschannen-Moran, M. & Woolfolk-Hoy, A. (2001). Teacher efficacy: capturing an elusive construct. *Teaching and Teacher Education*, 17: 783-805.
- Tschannen-Moran, M. & Woolfolk-Hoy, A. (in press). The differential antecedents of self-efficacy beliefs of novice and experienced teachers. *Teaching and Teacher Education*.

ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΕΛΛΗΝΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Γδοντέλη, Κ., Αυγερινού, Β. & Μουντάκης, Κ.

Τμήμα Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού Πανεπιστημίου Πελοποννήσου

Εισαγωγή

Το ενδιαφέρον για τα κίνητρα των αθλούμενων τόσο από τους ερευνητές, όσο και από τα διοικητικά στελέχη των χώρων που παρέχουν αθλητικές δραστηριότητες (ιδιωτικά και δημόσια γυμναστήρια, αθλητικά σωματεία, κλπ.) είναι μεγάλο, διότι δίνεται η δυνατότητα να διερευνηθούν οι αιτίες που υποκινούν κάποιον στην ενασχόλησή του με τον αθλητισμό. Η εκτίμηση των εσωτερικών και των εξωτερικών κινήτρων στον αθλητισμό είναι ένα πολύ σημαντικό θέμα, δεδομένου ότι αυτές οι διαφορετικές μορφές κινήτρων, καθώς και οι υποδιαίρεσείς τους, μπορούν να οδηγήσουν σε διαφορετικά συμπεράσματα.

Όπως χρησιμοποιείται στην καθημερινή ζωή, ο όρος «κίνητρο» αναφέρεται στις αιτίες, ή στο «γιατί» και «για ποιο λόγο» της ανθρώπινης συμπεριφοράς (Ζέρβας, 2002). Στη βιβλιογραφία υπάρχει μεγάλη ποικιλία θεωριών που αναφέρονται στη σχέση των κινήτρων με τη συμπεριφορά (Atkinson & Feather, 1966; Atkinson & Birch, 1978) και αφορούν σε διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά, όπως είναι οι βιολογικοί, οι συναισθηματικοί, οι κοινωνικοί και οι γνωστικοί.

Τα τελευταία χρόνια γίνεται μία προσπάθεια ώστε οι βασικές θεωρίες των κινήτρων να προσαρμοστούν στα δεδομένα και στις ανάγκες της Φυσικής Αγωγής. Οι αθλητικοί ψυχολόγοι κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν 2 ειδών κίνητρα: α) τα εσωτερικά και β) τα εξωτερικά. Ο White (1959), αρχικά διασαφήνισε αυτό που ονομάζεται αποτελεσματικότητα κινήτρων, η οποία είναι πολύ σχετική με τα εσωτερικά κίνητρα (Deci & Ryan, 1985). Η Harter (1978), προέκτεινε τις θεωρίες του White (1959), και αναγνώρισε τη σπουδαιότητα των εσωτερικών κινήτρων. Επίσης, τόνισε τη σπουδαιότητα των συσχετίσεων ανάμεσα στα εσωτερικά και τα εξωτερικά κίνητρα.

Οι απόψεις των White (1959), και Harter (1978), αξιοποιήθηκαν και αναπτύχθηκαν περισσότερο από τους Deci & Ryan (1985), οι οποίοι δημιούργησαν τη θεωρία που ονόμασαν «Θεωρία Νοητικής Αξιολόγησης» (Cognitive Evaluation Theory - CET) ως υποθεωρία της «Θεωρίας Αυτοδιάθεσης» (Self Determination Theory - SDT) (Ryan & Deci, 2000). Σύμφωνα με αυτές τις θεωρίες, όταν υπάρχει προσωπικός έλεγχος και υψηλότερα επίπεδα συμμετοχής σε μία δραστηριότητα υπάρχουν και υψηλότερα επίπεδα εσωτερικών κινήτρων. Επίσης, υποστηρίχθηκε η ύπαρξη εξωτερικών κινήτρων, τα οποία βρίσκονται σε αντιδιαστολή με τα εσωτερικά.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην παρούσα έρευνα έλαβαν μέρος 122 φοιτητές και 41 φοιτήτριες ηλικίας 18-24 ετών από 3 διαφορετικά πανεπιστημιακά ιδρύματα της Αθήνας (Πανεπιστήμιο Αθηνών, Πάντειο Πανεπιστήμιο και Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο). Οι αθλούμενοι φοιτητές συμπλήρωσαν ανώνυμα το ερωτηματολόγιο που τους δόθηκε από την ερευνήτρια στο χώρο του πανεπιστημιακού γυμναστηρίου.

Όργανα μέτρησης: Στηριζόμενοι στις θεωρίες των Deci & Ryan, οι Briere, Vallerand, Blais & Pellatier (1995), σχεδίασαν στη γαλλική γλώσσα ένα ερωτηματολόγιο που να μπορεί να μετρήσει τα εσωτερικά κίνητρα, τα εξωτερικά κίνητρα και την απουσία κινήτρων. Οι Pellatier, Tuson, Fortier, Vallerand, Briere & Blais (1995), το μετάφρασαν στην αγγλική γλώσσα και έλεγξαν τις ψυχομετρικές του ιδιότητες σε 2 έρευνες χρησιμοποιώντας επιβεβαιωτική ανάλυση των δεδομένων, η οποία υποστήριξε τη συγκεκριμένη κλίμακα που αποτελείται από 7 υποκλίμακες. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο αναφέρεται στα:

1. Εσωτερικά κίνητρα (Intrinsic Motivation) που αφορούν στην ενασχόληση με μία δραστηριότητα καθαρά για ευχαρίστηση και ικανοποίηση που προέρχεται από την ενασχόληση αυτή καθ' αυτή (Deci, 1975). Οι Vallerand et al (1992), υποστήριξαν ότι τα εσωτερικά κίνητρα διακρίνονται σε 3 επί μέρους κατηγορίες: α) εσωτερικά κίνητρα με στόχους μάθησης (Intrinsic Motivation to Know), β) εσωτερικά κίνητρα για να αισθανθεί κανείς διέγερση (Intrinsic Motivation to Experience Stimulation) και γ) εσωτερικά κίνητρα του για να επιτύχει κανείς πράγματα (Intrinsic Motivation Toward Accomplishments).
2. Εξωτερικά κίνητρα (Extrinsic Motivation), σύμφωνα με τα οποία λειτουργούν εξωτερικοί παράγοντες πάνω στον αθλούμενο που τον παρακινούν σε μία συμπεριφορά όπου διακρίνονται οι παρακάτω κατηγορίες: α) προσδιορισμός ταυτότητας (Identification), β) ενδοπροβολή (Introjection) και γ) εξωτερική ρύθμιση (External Regulation).
3. Απουσία κινήτρων (Amotivation). Πρόκειται για ένα είδος διδαχθείσας αίσθησης της αδυναμίας (Abramson, Seligman & Teasdale, 1978: 51).

Το ερωτηματολόγιο αυτό σταθμίστηκε στην Ελληνική γλώσσα από τον Doganis (2000), σε έρευνα που έγινε σε 134 φοιτητές του ΤΕΦΑΑ του ΑΠΘ, με πολύ καλά αποτελέσματα. Χρησιμοποιήθηκε και από τους Zahariadis, Tsorbatzoudis & Grouios (2005), σε 452 μαθητές γυμνασίου με επίσης ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Το Sport Motivation Scale αποτελείται από 7 υποκλίμακες. Οι 3 αφορούν στα εσωτερικά κίνητρα: α) θέση στόχων μάθησης, β) επίτευξη στόχων και γ) αίσθηση διέγερσης. Οι άλλες 3 αφορούν στα εξωτερικά κίνητρα: α) της εξωτερικής ρύθμισης, β) της ενδοπροβολής και γ) του προσδιορισμού ταυτότητας. Η τελευταία αφορά στην απουσία κινήτρων. Οι φοιτητές απάντησαν σε 28 ερωτήματα σε 7βάθμια κλίμακα τύπου Likert, από το διαφωνώ απόλυτα ως το συμφωνώ απόλυτα.

Αποτελέσματα

Στην περιγραφική στατιστική ανάλυση βρέθηκε ότι οι αθλούμενοι φοιτητές και φοιτήτριες συμφωνούν ότι τα κίνητρα που τους ωθούν στην άθληση είναι κυρίως εσωτερικά ($M=4,9$ ως $M=5,3$) και από τα εξωτερικά σημαντικότερο ρόλο δείχνει να παίζει η «ενδοπροβολή» ($M=5,2$). Από τα εξωτερικά κίνητρα, αυτά που αφορούν στον «προσδιορισμό ταυτότητας», καθώς και της «εξωτερικής ρύθμισης» δεν δείχνουν να παίζουν σημαντικό ρόλο ($M=4,4$ και $M=3,2$). Όσον αφορά στον παράγοντα της απουσίας κινήτρων φαίνεται ότι δεν επηρεάζει το δείγμα της μελέτης ($M=2,5$) (πίνακας 1).

Στην ανάλυση συσχέτισης μεταξύ των 7 παραγόντων (Pearson Correlations), φάνηκε ότι τα εσωτερικά κίνητρα έχουν υψηλή συσχέτιση μεταξύ τους, όπως επίσης και τα εξωτερικά κίνητρα «προσδιορισμού ταυτότητας» και «ενδοπροβολής». Αντίθετα, τα εξωτερικά κίνητρα της «εξωτερικής ρύθμισης» δεν έχουν υψηλή συσχέτιση με τους άλλους παράγοντες και η απουσία κινήτρων έχει αρνητική συσχέτιση με κάποιους από τους παράγοντες (πίνακας 1).

Στη στατιστική ανάλυση των 7 παραγόντων σε σχέση με τα 2 φύλα, στον παράγοντα για την απουσία κινήτρων εφαρμόστηκε το t-test, το οποίο δεν έδειξε στατιστικά σημαντική διαφορά. Στους υπόλοιπους παράγοντες έγινε πολυμεταβλητική ανάλυση διασποράς (MANOVA), όπου παρατηρήθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά στους 3 παράγοντες των εσωτερικών κινήτρων ανάμεσα στα 2 φύλα στο Wilk's Lambda με πιθανότητα $p=.01$. Στη διακριτή ανάλυση που ακολούθησε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στους παράγοντες των εσωτερικών

κινήτρων με «στόχους μάθησης» και των εσωτερικών κινήτρων για να «αισθανθείς διέγερση», όπου οι φοιτητές είχαν υψηλότερη επίδοση από τις φοιτήτριες ($p < .05$. $Y = -1,137 + 1,068 \cdot X$). Η κατάταξη των αποτελεσμάτων έδειξε ότι το ποσοστό της σωστής πρόβλεψης είναι 58,8%. Στους 3 παράγοντες των εξωτερικών κινήτρων δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των 2 φύλων.

Πίνακας 1.

	Μεταβλητές - κίνητρα	MO	TA	r1	r2	r3	r4	r5	r6
1	Εσωτερικά: Στόχοι μάθησης	4,9	1,1						
2	Εσωτερικά: Αίσθηση διέγερσης	5,3	1,0	0,532**					
3	Εσωτερικά: Επίτευξης	5,0	1,1	0,712**	0,537**				
4	Εξωτ: Προσδιορισμού ταυτότητας	4,4	1,1	0,587**	0,496**	0,619**			
5	Εξωτερικά: Ενδοπροβολής	5,2	1,0	0,536**	0,509**	0,473**	0,465**		
6	Εξωτερικά: Εξωτερικής ρύθμισης	3,2	1,2	0,265**	0,216**	0,357**	0,485	0,393**	
7	Απουσία κινήτρων	2,5	1,2	-,022	-,188*	0,19	-0,23	0,002	0,302**

** $p < 0,01$ * $p < 0,05$ (υπάρχει σημαντική διαφορά)

Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι κυρίως τα εσωτερικά κίνητρα είναι αυτά που επηρεάζουν τη συμμετοχή των φοιτητών/τριών στα αθλητικά πανεπιστημιακά προγράμματα. Ανάλογα αποτελέσματα παρατήρησαν οι Doganis (2000), και Zahariadis et al (2005). Ο συντελεστής συσχέτισης (Pearson Correlation) έδειξε ότι υποστηρίζεται η διακριτή εγκυρότητα των 7 υποκλιμάκων. Παρόμοια αποτελέσματα βρήκαν και οι Zahariadis et al (2005), Martins & Webber (2002) και Tsorbatzoudis, Moschopoulou, Zahariadis, Barkoukis & Alexandris (2000). Φάνηκε ότι οι φοιτητές είχαν υψηλότερη επίδοση από τις φοιτήτριες στους παράγοντες των εσωτερικών κινήτρων με «στόχους μάθησης» και να «αισθανθείς διέγερση». Οι Zahariadis et al (2005), που χρησιμοποίησαν το αντίστοιχο ερωτηματολόγιο σε μαθητές γυμνασίου, παρατήρησαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στους 3 παράγοντες των εσωτερικών κινήτρων και στα εξωτερικά κίνητρα «εξωτερικής ρύθμισης». Αντίθετα, οι Doganis (2000), και Pellatier et al (1995), δεν παρατήρησαν διαφορές ανάμεσα στα 2 φύλα. Ενδεχομένως μετρήσεις που θα γίνουν σε μεγαλύτερο δείγμα να δώσουν πιο ασφαλή συμπεράσματα σχετικά με το θέμα αυτό.

Βιβλιογραφία

- Abramson, L.Y., Seligman, M.E.P. & Teasdale, J.D. (1978). Learned helplessness in humans: critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology*, 87: 49-74.
- Atkinson, J.W. & Feather, N.T. (1966). *A theory of achievement motivation*. New York: Wiley.
- Atkinson, J.W. & Birch, D.A. (1978). *Introduction to motivation*. New York: Van Nostrand.
- Briere, N.M., Vallerand R.J., Blais, M. R. & Pellatier, L.G. (1995). Development et validation d'une mesure de motivation intrinseque et extrinseque et d' amotivation en contexte sportif : l' echelle de motivation vis-a-vis les sports (EMS). *International Journal of Sport Psychology*, 26: 465-489.
- Deci, E.L. (1975). *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum Press.
- Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determinism in human Behavior*. New York: Plenum Press.
- Doganis, G. (2000). Development of a Greek version of the Sport Motivation Scale. *Perceptual and Motor Skills*, 90: 505-512.
- Harter, S. (1978). Effectance motivation reconsidered: toward a developmental model. *Human Development*, 1: 34-64.
- Martens, M.P. & Webber, S.N. (2002). Psychometric properties of the Sport Motivation Scale: an evaluation with college varsity athletes from the U.S. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 24: 254-270.

- Pelletier, L.G., Tuson, D.M., Fortier, M.S., Vallerand, R.J., Brière, N.M. & Blais, M.R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation and amotivation in sports: the Sport Motivation Scale. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 17: 35-53.
- Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being. *American Psychologist*, 55: 68-78.
- Tsorbatzoudis, H., Moschopoulou, E., Zahariadis, P., Barkoukis, V. & Alexandris, K. (2000). Studie zur prüfung von psychometrischen eigenschaften der Sport Motivation Scale (SMS). *Arbeitsgemeinschaft für Sportpsychologie*, 1: 231-235.
- Vallerand, R.J., Pelletier, L.G., Blais, M.R., Brère, N.M., Senecal, C. & Vallières, E.F. (1992). The Academic Motivation Scale: a measure of intrinsic, extrinsic and amotivation in education. *Educational and Psychological Measurement*, 52: 1003-1017.
- White, R.W. (1959). Motivation reconsidered: the concept of competence. *Psychological Review*, 66: 297-333.
- Zahariadis P.N., Tsorbatzoudis H. & Grouios, G. (2005). The Sport Motivation Scale for children: preliminary analysis in physical education classes. *Perceptual and Motor Skills*, 101: 43-54.
- Ζέρβας, Γ. (2002). *Αθλητική ψυχολογία*. Αθήνα.

**«ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ», «ΓΕΙΤΟΝΙΑ», «ΕΝΕΡΓΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ» ΚΑΙ «ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ»
ΩΣ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν.Α.
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού

Εισαγωγή

Παρουσιάζοντας ένα μοντέλο Τοπικού Ολοκληρωμένου Προγράμματος Ανάπτυξης Άθλησης για Όλους (ΑγΟ), οι Κάκκος & Σταύρου (2004), μεταξύ άλλων, τόνισαν την αναγκαιότητα και τη χρησιμότητα της διαρκούς αξιολόγησης παραμέτρων (π.χ., αν οι πολίτες επιθυμούν άθληση το Σαββατοκύριακο, αν θέλουν να γυμνάζονται με φίλους, κλπ.), προκειμένου να επιτευχθεί ποσοτικά και ποιοτικά ο στόχος του «ολοκληρωμένου προγράμματος». Σε διεθνή (π.χ., διεθνές συνέδριο για την ΑγΟ της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής, Ουραγουάη, 1996) και σε εθνικά συνέδρια (π.χ., 1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών, Αθήνα, 1998) με τη μορφή διακηρύξεων διατυπώθηκαν ορισμένες γενικές κατευθύνσεις, όπως ο αθλητισμός και τα προγράμματα ΑγΟ να είναι κομμάτι της οικογένειας, να συμβάλλουν στην ενότητά της και να λειτουργούν ως κοινωνικό δίκτυο, αναπτύσσοντας τις κοινωνικές σχέσεις στην παρέα, στη γειτονιά, στη συνοικία, στη πόλη (Κάκκος, 2006). Επίσης, μεταξύ των βασικών αρχών των επιμέρους στόχων και των κριτηρίων για ποιότητα και ανάπτυξη των προγραμμάτων ΑγΟ είναι οι δυνατότητες επιλογών σε μορφές οργάνωσης της άθλησης, η ενεργή συμμετοχή των αθλούμενων στον προγραμματισμό και την αξιολόγηση των αθλητικών δραστηριοτήτων και η ανάπτυξη του εθελοντισμού (Κάκκος, 2006).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να αξιολογήσει τις απόψεις και τα ενδιαφέροντα γυναικών αθλούμενων που λάμβαναν μέρος σε προγράμματα ΑγΟ, σε επιμέρους παραμέτρους που σχετίζονται με την άθληση της οικογένειας, την άθληση στη γειτονιά, την ενεργή συμμετοχή στο σχεδιασμό - υλοποίηση των προγραμμάτων και την εθελοντική αθλητική προσφορά, καθώς και να εξετάσει τις διαφορές με βάση το φορέα οργάνωσης, την οικογενειακή, την επαγγελματική και την οικονομική κατάσταση.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα έλαβαν μέρος 418 γυναίκες που συμμετείχαν σε οργανωμένα προγράμματα ΑγΟ, 7 Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών (ΔΑΟ) του Λεκανοπεδίου της Αττικής (2 από τη Νομαρχία Πειραιά, 2 από τη Βόρεια Αθήνα, 1 από τη Βορειοανατολική Αθήνα, 1 από τη νότιο Αθήνα και 1 από την Ανατολική Αττική). Οι συμμετέχουσες ήταν ηλικίας από 16 έως 68 ετών, το 26,4% αυτών ήταν άγαμες, το 34% είχε αποφοιτήσει από την τριτοβάθμια εκπαίδευση, ενώ ως προς την επαγγελματική τους κατάσταση το 29% δήλωσε οικιακά, το 10% συνταξιούχοι, το 15% δημόσιοι υπάλληλοι, το 20% ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 10% ελεύθεροι επαγγελματίες και το 14% φοιτητές /μαθητές.

Όργανο μέτρησης: Για την αξιολόγηση των απόψεων και των ενδιαφερόντων των συμμετεχόντων χρησιμοποιήθηκαν 10 ερωτήματα, από τα οποία 3 αφορούσαν θέματα σχετικά με την άθληση με την οικογένεια, 3 αφορούσαν στην άθληση με τη γειτονιά, 2 στη συμμετοχή στο σχεδιασμό και την αξιολόγηση των αθλητικών προγραμμάτων και 2 στην ενημέρωση / συμμετοχή για εθελοντικές δράσεις στον αθλητισμό. Οι απαντήσεις δίνονταν σε 5-βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = καθόλου και 5 = πάρα πολύ. Οι παραπάνω ερωτήσεις αποτελούσαν μέρος του ερωτηματολογίου που περιγράφεται από τους Σταύρου & Κάκκο (2002), και καταγράφηκαν τα δημογραφικά και άλλα χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων.

Διαδικασία μέτρησης: Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια ανώνυμα, λίγο πριν την έναρξη του προγράμματός τους, σύμφωνα με τις οδηγίες που δόθηκαν από τους ερευνητές και τους συνεργάτες τους σε κάθε δημοτικό αθλητικό πρόγραμμα.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 59% των συμμετεχόντων γυναικών πηγαίνουν για άθληση μόνες τους, το 30% με φίλους και το 11% με την οικογένεια. Αντίθετα, το 63% θα ήθελαν να πηγαίνουν με φίλους, το 19% με την οικογένεια και μόνο το 17% μόνες τους. Επίσης, το 79% του δείγματος ενημερώθηκε για πρώτη φορά για τις αθλητικές υπηρεσίες του Δήμου τους από φίλους και γνωστούς (πίνακας 1).

Πίνακας 1: Ποσοστά απαντήσεων στα επιμέρους ερωτήματα

	Δεν απάντ. (%)	Καθόλου (%)	Λίγο (%)	Μέτρια (%)	Πολύ – πάρα πολύ (%)
Ενδιαφέρον για συμμετοχή με την οικογένεια σε:					
Αθλητικές εκδηλώσεις	25,4	27,0	8,9	12,5	26,1
Αθλητικές δραστηριότητες Σαββατοκύριακου	24,6	24,3	5,6	13,8	31,7
Αθλητικά προγράμματα	24,1	22,5	6,5	12,9	33,9
Ενδιαφέρον να συμμετέχετε σε:					
Προγράμματα άσκησης με άτομα της Γειτονιάς	14,3	15,0	9,2	15,6	46,0
Αθλητικές εκδηλώσεις της γειτονιάς	14,3	16,3	12,7	15,6	41,1
Αθλητικά προγράμματα που θα αφορούν τη γειτονιά	13,2	14,4	8,9	14,5	48,9
«Ενδιαφέρον για ενεργό ρόλο»					
Να ζητείται η γνώμη στην οργάνωση των αθλητικών προγραμμάτων	9,8	8,3	11,4	20,1	50,3
Να λαμβάνονται υπόψη οι παρατηρήσεις στην υλοποίηση των αθλητικών προγραμμάτων	11,8	5,1	9,2	14,3	59,6
«Αθλητικός εθελοντισμός»					
Ενδιαφέρεστε να ενημερωθείτε για το πότε, που και πως μπορείτε να συμμετέχετε ως εθελοντής	7,1	12,7	13,8	20,3	46,0
Θέλετε να προσφέρετε εθελοντικές Υπηρεσίες στον αθλητισμό της πόλης	7,6	21,7	17,0	23,0	30,8

Στα ερωτήματα της ενότητας «οικογένεια» σημειώθηκαν ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά αναπάντητων ερωτήσεων (περίπου 25%). Το είδος της επαγγελματικής απασχόλησης επιδρά σημαντικά ($F=3,60-4,71$, $p<.01$) σε όλα τα ερωτήματα της ενότητας που αφορούν στην «οικογένεια». Οι φοιτητές - σπουδαστές παρουσίασαν και στα 3 ερωτήματα σημαντικές διαφορές σε σύγκριση με τους δημόσιους και ιδιωτικούς υπαλλήλους. Από την άλλη πλευρά, οι έγγαμες με παιδιά ενδιαφέρονται πολύ περισσότερο για συμμετοχή με την οικογένεια στον αθλητισμό από ό,τι οι άγαμες (σε όλα τα ερωτήματα). Οι γυναίκες με παιδιά είχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στο 1^ο και στο 3^ο ερώτημα ($t=3.63$, $p<.001$ & $t=4.13$, $p<.001$ αντίστοιχα) από τις γυναίκες που δεν είχαν παιδιά. Όσον αφορά στον παράγοντα «φορέας οργάνωσης των προγραμμάτων» δεν σημειώνονται στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ΔΑΟ ($F=.84-1.89$, NS).

Ως προς την επαγγελματική απασχόληση περισσότερο οι ασχολούμενες με τα οικιακά (51%), οι συνταξιούχοι (68,7%) οι φοιτητές - σπουδαστές (56,4%), αλλά και οι δημόσιοι υπάλληλοι (50%) γυμνάζονται με άτομα της γειτονιάς σε σύγκριση με τους ιδιωτικούς υπάλληλους (29,9%) και τους ελεύθερους επαγγελματίες (32,5%). Οι διαφορές είναι στατιστικά σημαντικές ($F=4.06$, $p=.001$) και εντοπίζονται μεταξύ των ελεύθερων επαγγελματιών - ιδιωτικών υπαλλήλων με τους συνταξιούχους και μεταξύ των ιδιωτικών υπαλλήλων και των φοιτητών - σπουδαστών. Αντίθετα, δεν υπάρχει σημαντική επίδραση του παράγοντα της επαγγελματικής απασχόλησης ως προς τα 3 ερωτήματα της ενότητας «γειτονιά» ($F=1.69-2.00$, NS). Οι έγγαμες με παιδιά ενδιαφέρονται πολύ περισσότερο για συμμετοχή σε εκδηλώσεις και προγράμματα της «γειτονιάς» από ό,τι οι άγαμες.

Επίσης, σε όλες τις κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης παρουσιάζεται μια αύξηση του ποσοστού που επιθυμούν «πολύ - πάρα πολύ» να γυμνάζονται με άτομα της γειτονιάς σε σχέση με τα ποσοστά που δηλώνονται με βάση το αν τώρα γυμνάζονται με άτομα της γειτονιάς. Ωστόσο, οι γυναίκες με παιδιά είχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μόνο στο 3^ο ερώτημα ($t=1.98$, $p<.05$) από τις γυναίκες που δεν είχαν παιδιά. Ο παράγοντας «φορέας οργάνωσης των προγραμμάτων» επιδρά σημαντικά σε όλα τα ερωτήματα της ενότητας «γειτονιά» ($F=2.51 - 5.56$, $p<.05$), με τις διαφορές να εντοπίζονται μεταξύ του ενός ΔΑΟ της περιφέρειας του Πειραιά με τους άλλους ΔΑΟ (συνολικά, ή μεμονωμένα κατά περίπτωση). Αξίζει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι οι διαφορές αυτές σημειώνονται και στην εξέταση της υπάρχουσας κατάστασης ($F=8.07$, $p<.001$), όπου οι αθλούμενοι του συγκεκριμένου ΔΑΟ γυμνάζονται με άτομα της γειτονιάς περισσότερο από τους άλλους ΔΑΟ.

Ως προς την επαγγελματική απασχόληση περισσότερο (με ποσοστό άνω του 67%) οι συνταξιούχοι, οι φοιτητές - σπουδαστές, αλλά και οι δημόσιοι υπάλληλοι απαντούν «πολύ - πάρα πολύ» στα ερωτήματα της ενότητας που αφορά στον «ενεργό ρόλο». Οι διαφορές είναι στατιστικά σημαντικές ($F=3.40$, $p<.01$ & $F=2.98$, $p<.05$ αντίστοιχα) και εντοπίζονται μεταξύ των φοιτητών - σπουδαστών και των ασχολούμενων με τα οικιακά. Ο παράγοντας «φορέας οργάνωσης των προγραμμάτων» επιδρά σημαντικά στα ερωτήματα της ενότητας «ενεργός ρόλος» ($F=2.75$, $p<.05$ & $F=3.19$, $p<.01$ αντίστοιχα), με τις διαφορές να εντοπίζονται κυρίως μεταξύ του ενός ΔΑΟ της περιφέρειας του Πειραιά και του ΔΑΟ της Βόρειας Αθήνας.

Ως προς τη σχέση «αθλητικού εθελοντισμού» με την επαγγελματική απασχόληση μόνο στην περίπτωση των φοιτητών - σπουδαστών τα ποσοστά απαντήσεων «πολύ - πάρα πολύ» είναι ιδιαίτερα υψηλά (73% και 50% αντίστοιχα στα ερωτήματα της ενότητας), ενώ οι αντίστοιχες απαντήσεις ειδικά στο ερώτημα της προσφοράς εθελοντικών υπηρεσιών από τους ιδιωτικούς υπαλλήλους και των ασχολούμενων με τα οικιακά (21% και 28% αντίστοιχα) σημειώνουν ιδιαίτερα χαμηλή συχνότητα. Ωστόσο, μόνο στο 1^ο ερώτημα σημειώνονται στατιστικά σημαντικές διαφορές ($F=3,85$, $p<.01$) μεταξύ των φοιτητών - σπουδαστών με των ασχολούμενων με τα οικιακά και των ελεύθερων επαγγελματιών. Ο παράγοντας «φορέας οργάνωσης των προγραμμάτων» επιδρά σημαντικά στα ερωτήματα της ενότητας του «εθελοντισμού» ($F=5.25$, $p<.001$ & $F=5.36$, $p<.001$ αντίστοιχα), με τις διαφορές να εντοπίζονται κυρίως μεταξύ του ενός ΔΑΟ της περιφέρειας του Πειραιά και των υπόλοιπων ΔΑΟ.

Δεν σημειώθηκαν σημαντικές διαφορές με βάση την οικογενειακή κατάσταση στις ερωτήσεις των ενότητων του «εθελοντισμού» και του «ενεργού ρόλου», όπως επίσης, το επίπεδο της οικονομικής κατάστασης δεν μεταβάλλει τις απαντήσεις στα ερωτήματα που αφορούν στην «οικογένεια», τη «γειτονιά», τον «ενεργό ρόλο» και τον «εθελοντισμό» ($F=.35-2.44$, NS).

Συζήτηση και συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δηλώνουν ότι ένα σημαντικό ποσοστό των συμμετεχουσών έχει μία θετική στάση ως προς την άθλησή τους με την οικογένεια, με τη γειτονιά, τη συμμετοχή τους στο σχεδιασμό και την υλοποίηση των αθλητικών προγραμμάτων, αλλά και την εθελοντική συμμετοχή στον αθλητισμό της πόλης. Ειδικότερα, οι ασκούμενες σε δημοτικά αθλητικά προγράμματα, σε ποσοστό περίπου, ή πάνω από το 50%, δήλωσαν ότι επιθυμούν σε μεγάλο βαθμό να συμμετέχουν σε αθλητικά προγράμματα που αφορούν στη γειτονιά, να ζητείται η γνώμη τους για την οργάνωση και να λαμβάνονται υπόψη οι παρατηρήσεις τους για την υλοποίηση των προγραμμάτων,

όπως επίσης επιθυμούν ενημέρωση για το που, πότε και πως μπορούν να συμμετέχουν ως εθελόντριες στον αθλητισμό της πόλης. Η συγκέντρωση στοιχείων ως το 1^ο από τα στάδια για τη δημιουργία, ή τροποποίηση προγραμμάτων άθλησης από τους ΔΑΟ στοχεύει στον προσδιορισμό των αναγκών και των ενδιαφερόντων του κοινού στο οποίο απευθύνεται ο φορέας (Νάσσης, 2002).

Τα ευρήματα της παρούσας έρευνας σχετίζονται με αποτελέσματα άλλων ερευνών σε ανάλογους πληθυσμούς που αναφέρονται σε σημαντικές διαφορές μεταξύ των αθλούμενων στους λόγους συμμετοχής (π.χ., κοινωνικοποίηση) και στις πιθανές αιτίες εγκατάλειψης από τα προγράμματα (π.χ., έλλειψη παρέας) (Κουτσούκη, Σκορδίλης, Σπάρταλη, Χαρίτου, Ασωνίτου, Κάκκος & Σταύρου, 2003; Σταύρου & Κάκκος, 2004; Σταύρου, 2002). Επίσης, ο Κάκκος (2002), ανέφερε ότι από τους συμμετέχοντες σε προγράμματα των ΔΑΟ ένα σημαντικό ποσοστό (πάνω από το 50%) επιθυμούσε πολύ και πάρα πολύ να έχει ενημέρωση για το που μπορούσε να συμμετέχει εθελοντικά και τουλάχιστον το 33% επιθυμούσε πολύ - πάρα πολύ να προσφέρει εθελοντικές αθλητικές υπηρεσίες.

Ενώ η οικονομική κατάσταση δεν φαίνεται να επηρεάζει τις απαντήσεις στο σύνολο των εξεταζόμενων παραμέτρων, η επαγγελματική και η οικογενειακή κατάσταση, κατά περίπτωση και σε μεγαλύτερο, ή μικρότερο βαθμό, επιδρά στις απαντήσεις των συμμετεχόντων. Ο ελεύθερος χρόνος σε σχέση με την επαγγελματική δραστηριότητα και τις οικογενειακές υποχρεώσεις, οι πιθανές διαφορές στην έννοια της «οικογένειας» για τις άγαμες, ή τις έγγαμες με παιδιά και οι επαγγελματικές εμπειρίες είναι πιθανά ενδιάμεσες μεταβλητές. Επίσης, οι διαφορές που σημειώθηκαν μεταξύ των ΔΑΟ οφείλονται στις πολύ υψηλές τιμές που σημειώθηκαν σε ένα συγκεκριμένο ΔΑΟ, ενώ μεταξύ των υπολοίπων ΔΑΟ οι διαφορές ήταν μεμονωμένες και μικρές.

Η θέση του ΔΑΟ είναι κεντρική στην υπόθεση του αθλητικού σχεδιασμού στην τοπική κοινωνία, ωστόσο απαιτείται σχεδιασμός, οργάνωση, επικοινωνία, συνεργασία και συνέπεια, πολύ περισσότερο αν ληφθεί η απόφαση να αξιοποιηθεί η θετική στάση των αθλούμενων πολιτών εντάσσοντας την οικογένεια, τη γειτονιά, την παρέα και τον εθελοντισμό στον αθλητικό προγραμματισμό.

Βιβλιογραφία

- Κάκκος, Β. (2006). Αθλητισμός για Όλους. Στο Δ. Γαργαλιάνος, & Α. Ασημακόπουλος (Επιμ.): *Δομή και οργάνωση του Ελληνικού αθλητισμού: βασικές δομές και ευρύτερο περιβάλλον*. ΕΛΛΕΔΑ, Αθήνα.
- Κάκκος, Β. (2002). Ο εθελοντισμός στον αθλητισμό και ο ρόλος των φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης. *Πρακτικά 1^{ου} Επιστημονικού συνεδρίου για τον αθλητισμό στην τοπική αυτοδιοίκηση* (σελ.39-41). Δήμος Αμαρουσίου, Αθήνα.
- Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν.Α. (2004). Τοπικό ολοκληρωμένο πρόγραμμα ανάπτυξης Άθλησης για Όλους. Στο Δ. Παπαδημητρίου (Επιμ.), *Πρακτικά 5^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Αθλητικής Διοίκησης* (σελ. 137 – 141). Πάτρα.
- Νάσσης, Π. (2002). Εφαρμογή βασικών αρχών διοίκησης κατά τη διαδικασία δημιουργίας προγραμμάτων άθλησης. *Πρακτικά 1^{ου} Επιστημονικού συνεδρίου για τον αθλητισμό στην τοπική αυτοδιοίκηση* (σελ.64-66). Δήμος Αμαρουσίου, Αθήνα.
- Κουτσούκη, Δ., Σκορδίλης, Ε., Σπάρταλη, Ι., Χαρίτου, Σ., Ασωνίτου, Κ., Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν. Α. (2003). Ποιοτική αξιολόγηση προγραμμάτων «άθληση για όλους» στην Ελλάδα. *Η Ελλάδα σε κίνηση*, 5: 14-23.
- Σταύρου, Ν.Α. (2002). Κίνητρα συμμετοχής και αιτίες εγκατάλειψης ασκούμενων από τα προγράμματα «άθληση για όλους» σε οργανισμούς τοπικής αυτοδιοίκησης. *Πρακτικά συνεδρίου: Η ανάπτυξη του μαζικού αθλητισμού στις τοπικές κοινωνίες* (σελ. 191-196). Αθήνα.
- Σταύρου, Ν.Α., & Κάκκος, Β. (2004). Ικανοποίηση πολιτών από τις αθλητικές υπηρεσίες: Διαφορές μεταξύ Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών. Στο Δ. Παπαδημητρίου (Επιμ.), *Πρακτικά 5^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Αθλητικής Διοίκησης* (σελ. 90-94). Πάτρα, Ελλάδα.
- Σταύρου, Ν.Α., & Κάκκος, Β. (2002). Βαθμός ικανοποίησης πολιτών από τις προσφερόμενες αθλητικές δημοτικές υπηρεσίες σε προγράμματα Άθλησης για Όλους. *Πρακτικά 3^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Ελληνικής Εταιρείας Αθλητικής Διοίκησης «Δυνατότητες – Αδυναμίες – Ευκαιρίες – Απειλές»* (Ηλεκτρονική μορφή – CD-ROM). Θεσσαλονίκη, Αθήνα.

**ΘΕΣΠΙΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΗ ΑΠΟΔΟΣΗΣ
ΣΕ ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ:
ΠΕΡΙΠΤΩΣΙΟΛΟΓΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ Δ.Α.Κ. ΕΥΟΣΜΟΥ**

Καρατζέτζου, Ζ.,¹ Taylor, P.,¹ Αλεξανδράκης, Κ.² & Γκανάτσιος, Γ.³

¹ University of Sheffield

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

³ Δημοτικό Αθλητικό Κέντρο Ευόσμου

Εισαγωγή

Τα βασικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών είναι ότι είναι άυλες, ετερογενείς και μη χειροπιαστές (Kotler, 1996). Τα χαρακτηριστικά αυτά ισχύουν και για τις αθλητικές υπηρεσίες και κάνουν την αξιολόγηση μία δύσκολη διαδικασία. Ο Watt (2003), υποστηρίζει ότι αν δεν υπάρχει αξιολόγηση δεν υπάρχει μόνιμοτητα. Αν και αυτό αποτελεί μια ακραία δήλωση, εν τούτοις τονίζει τη σπουδαιότητα που χρειάζεται να επιδείξουν οι οργανισμοί για τη συγκεκριμένη διαδικασία. Παρ' όλη τη δυσκολία και την πολυπλοκότητα, η μέτρηση της απόδοσης είναι μία από τις πιο σημαντικές και θεμελιώδεις αρχές στη σύγχρονη διοίκηση. Συγκεκριμένα, για ένα αθλητικό κέντρο, όπου λόγω των τάσεων και του αλλαγών του τρόπου ζωής προστίθενται συνεχώς νέα στοιχεία, η μέτρηση της απόδοσης γίνεται ουσιαστική για την εξέλιξη των οργανισμών.

Συγκεκριμένα, στους Δημοτικούς Αθλητικούς Οργανισμούς (ΔΑΟ) η αξιολόγηση γίνεται ιδιαίτερα δύσκολη, καθώς εμπλέκονται η πολιτική και θέματα κοινωνικού περιεχομένου. Αντίθετα, η επιτυχία σε ένα ιδιωτικό αθλητικό κέντρο μετριέται κυρίως από το κέρδος. Σύμφωνα με τους Robinson & Taylor (2003), η κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου, στα πλαίσια του προγράμματος «Best Value», υποχρεώνει τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) που προωθούν την αναπτυχτική και τον αθλητισμό να αποδείξουν ότι λειτουργούν τις αθλητικές τους εγκαταστάσεις με τρόπον ώστε η τοπική κοινωνία να απολαμβάνει αποτελεσματικές και υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Το πρόγραμμα «Best Value», που ξεκίνησε να εφαρμόζεται τον Απρίλιο του 2000, απαιτεί από τους ΟΤΑ να εξασφαλίζουν τη συνεχή βελτίωση στην απόδοση όλων των παραγόντων και υπηρεσιών, με συνεχή αναφορά στην οικονομία, την αποδοτικότητα και την αποτελεσματικότητα.

Σύμφωνα με τον οργανισμό Sport England (www.sportengland.org), που είναι ο αντίστοιχος της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού φορέας του Ηνωμένου Βασιλείου, η μέτρηση της απόδοσης και οι παράγοντες που καθορίζουν την απόδοση αποτελούν στοιχεία κλειδιά για την επίτευξη του «Best Value». Ο Sport England χρησιμοποιεί το National Benchmarking System για τη μέτρηση της απόδοσης των αθλητικών κέντρων και των κολυμβητηρίων της χώρας. Με την εφαρμογή της αξιολόγησης το αθλητικό κέντρο συγκρίνεται με άλλα κέντρα της ίδιας έκτασης και σύμφωνα με τον πληθυσμό της κάθε περιοχής.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει αν το σύστημα μέτρησης της απόδοσης για αθλητικά κέντρα (National Benchmarking System) που χρησιμοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο μπορεί να εφαρμοστεί με επιτυχία στην Ελλάδα.

Μεθοδολογία

Αρχικά πραγματοποιήθηκαν σε βάθος συνεντεύξεις με τον πρόεδρο του αθλητικού κέντρου, το διευθυντή, την υπεύθυνη των οικονομικών, την υπεύθυνη των προγραμμάτων Άθλησης για Όλους, μία πτυχιούχο φυσικής αγωγής και ένα φύλακα. Εκτιμήθηκε ότι οι συγκεκριμένοι εργαζόμενοι, με πάνω από 5 χρόνια εμπειρίας στο αθλητικό κέντρο, θα ήταν οι πιο κατάλληλοι να εντοπίσουν τους παράγοντες που θεωρούν ιδανικότερους προκειμένου να πραγματοποιηθεί η μέτρηση. Οι απόψεις τους έφεραν στο φως αυτό που αργότερα οδήγησε στην καταγραφή των παραγόντων για τη μέτρηση της αξιολόγησης. Το σύστημα που υιοθετήθηκε ήταν παρόμοιο με αυτό του National Benchmarking

System (προστέθηκε μόνο το ερωτηματολόγιο για το προσωπικό) και περιλάμβανε: α) τον αριθμό των συμμετεχόντων, συμπεριλαμβανομένων και ειδικών ομάδων πληθυσμού, β) τα οικονομικά στοιχεία, γ) ερωτηματολόγιο για τους αθλούμενους – συμμετέχοντες του αθλητικού κέντρου, δ) ερωτηματολόγιο για το προσωπικό και ε) ένα συνολικό πρόγραμμα με τις ώρες που χρησιμοποιούνται οι αίθουσες του αθλητικού κέντρου.

Τέλος, πραγματοποιήθηκε συλλογή δεδομένων (αριθμοί αθλητών – συμμετεχόντων - θεατών, προϋπολογισμοί) από τη διοικητική υπηρεσία του αθλητικού κέντρου. Ερωτηματολόγια δόθηκαν σε αθλούμενους – συμμετέχοντες του αθλητικού κέντρου (N=70) και στο προσωπικό (N=21). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Ιούνιο του 2005.

Αποτελέσματα

Τα βασικά στοιχεία των αποτελεσμάτων συνοψίζονται ως ακολούθως:

- Το National Benchmarking System είναι ένα σύστημα αξιολόγησης που μπορεί να εφαρμοστεί και στην Ελλάδα με κάποιες μικρές τροποποιήσεις. Οι απόψεις του προσωπικού σχετικά με το χώρο εργασίας τους αποτέλεσαν σημαντική παράμετρος αξιολόγησης
- Πολύ ικανοποιημένοι και ικανοποιημένοι σε ποσοστό 60% είναι οι αθλούμενοι από το κόστος που καταβάλλουν προκειμένου να συμμετέχουν στα προγράμματα.
- Το προσωπικό θεωρεί ότι το να δουλεύει στο Δημοτικό Αθλητικό Κέντρο Ευόσμου είναι πολύ χρήσιμο για το βιογραφικό τους και ότι ανεβάζει την κοινωνική και επαγγελματική τους θέση.
- Οι αίθουσες και η κύρια σάλα χρησιμοποιούνται πολλές ώρες την ημέρα. Κενά παρατηρούνται κατά τις μεσημεριανές ώρες, καθώς επίσης και τους καλοκαιρινούς μήνες.
- Τα οικονομικά στοιχεία είναι ικανοποιητικά. Μεγάλο ποσοστό των εσόδων έρχεται από το Δήμο Ευόσμου και ακολουθεί η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, οι εισφορές αθλούμενων και στη συνέχεια άλλα έσοδα.
- Πάνω από 20% του πραγματικού πληθυσμού του Ευόσμου επισκέπτονται το Δημοτικό Αθλητικό Κέντρο Ευόσμου είτε ως αθλούμενοι, είτε έως επισκέπτες και θεατές.

Συζήτηση

Η μέτρηση της απόδοσης είναι μία από τις σημαντικότερες λειτουργίες του μανάτζμεντ των αθλητικών οργανισμών. Η παρούσα έρευνα έδειξε ότι το σύστημα που χρησιμοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι ένα καλό εργαλείο, το οποίο με προσαρμογές θα μπορούσε να εφαρμοστεί και στην Ελλάδα. Για να γίνει, βέβαια, κάτι τέτοιο θα πρέπει να υπάρξει συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι ιδιαιτερότητες των Ελληνικών αθλητικών οργανισμών και του Ελληνικού πληθυσμού. Η ύπαρξη ενός ενιαίου συστήματος αξιολόγησης είναι ιδιαίτερα σημαντική για την οργάνωση του αθλητισμού στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

- Kotler, P. (1996). *Principles of marketing: the European edition*. Englewood Cliffs, NJ, USA: Prentice Hall
- Robinson, L. & Taylor, P. (2003). The performance of local authority sports halls and swimming pools in England. *Managing Leisure*, 8: 1-16.
- Sport England website www.sportengland.org/performance/measure2.pdf Ημερομηνία πρόσβασης Οκτώβριος 2006.
- Watt, D. (2003). *Sports management and administration*. 2nd edition, U.K., Routledge.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΣΤΕΛΛΟΥΝ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΣΕ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Κοντογιάννη, Ε.,¹ Κουθούρης, Χ.¹ & Αλεξανδρής, Κ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Πολλοί άνθρωποι αναγνωρίζουν τα οφέλη των δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής τόσο στη σωματική, όσο και στην ψυχική τους υγεία, στην κοινωνικοποίησή τους και γενικά στην αναψυχή τους (Helgo & Drake, 2001), και κατά τη διάρκεια του ελεύθερου τους χρόνου συμμετέχουν σε τέτοιου είδους δραστηριότητες. Όμως, υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που εμποδίζουν, ή αναστέλλουν τη συμμετοχή τους (Alexandris & Carroll, 1997a). Κατά τον Jackson (1993), οι παράγοντες αυτοί ονομάζονται ανασταλτικοί και έχουν ως αποτέλεσμα τον περιορισμό, ή την αποτροπή της συμμετοχής σε δραστηριότητες αναψυχής. Διάφορες έρευνες υποστήριξαν την άποψη ότι τα εμπόδια δεν λειτουργούν το καθένα ξεχωριστά και από μόνα τους. Αντίθετα, εμφανίζονται να αλληλοσχετίζονται και, ως εκ τούτου, μπορούν να εκτιμηθούν μέσα στο περιβάλλον βασικών διαστάσεων (Hultsman, 1995). Οι Alexandris & Carroll (1997a), ομαδοποίησαν τους ανασταλτικούς λόγους για τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες σε 6 παράγοντες ως ακολούθως: Έλλειψη Χρόνου, Ατομικοί / Ψυχολογικοί Παράγοντες, Περιορισμένο Ενδιαφέρον, Οικονομικά Προβλήματα / Προβλήματα Πρόσβασης, Έλλειψη Παρέας, Έλλειψη Εγκαταστάσεων / Υπηρεσιών.

Ένας μεγάλος αριθμός ερευνών εξέτασε τη σχέση μεταξύ αντίληψης ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής και δημογραφικών χαρακτηριστικών και βρέθηκε ότι το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο και η ηλικία αποτελούν δημογραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων (Jackson & Henderson, 1995; Raymore, Godbey & Crawford, 1994).

Η πλειοψηφία των ερευνών που εξέτασαν την αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων συμμετοχής σε σχέση με το διαφορετικό φύλο των συμμετεχόντων βρήκαν διαφορές στους ανασταλτικούς παράγοντες ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες, όπως επίσης και ότι οι γυναίκες βιώνουν σε μεγαλύτερη ένταση ανασταλτικούς παράγοντες από ό,τι οι άνδρες (Henderson, 1996; Jackson & Henderson, 1995), μερικοί από τους οποίους είναι η έλλειψη παρέας, οι οικογενειακές δεσμεύσεις, η έλλειψη χρόνου και η έλλειψη γνώσεων (Searle & Jackson, 1985).

Η αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων βρέθηκε να επηρεάζεται από την ηλικία των ατόμων, αφού άτομα διαφορετικών ηλικιών βίωναν διαφορετικούς ανασταλτικούς παράγοντες (Jackson, 1990). Κατά τον Jackson (1994), τα άτομα διαφορετικών ηλικιών βίωναν ανασταλτικούς παράγοντες που ποικίλανε είτε στο είδος τους, είτε στο βαθμό έντασής τους, ακόμα και αν τα άτομα επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην ίδια δραστηριότητα.

Ερευνητές που εξέτασαν τη σχέση μεταξύ ανασταλτικών παραγόντων και συχνότητα συμμετοχής αναφέρουν αρνητική σχέση ανάμεσά τους, κάτι το οποίο σημαίνει ότι οι ανασταλτικοί παράγοντες οδηγούν είτε στη μη συμμετοχή, είτε στη μείωση της συμμετοχής των ατόμων σε δραστηριότητες αναψυχής (Alexandris & Carroll, 1997a; Alexandris & Carroll, 1997b). Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν ερευνητές που αμφισβητούν την αρνητική σχέση μεταξύ ανασταλτικών παραγόντων και συμμετοχής και υποστηρίζουν ότι οι ανασταλτικοί παράγοντες δεν εμποδίζουν πάντοτε τη συμμετοχή (Kay & Jackson, 1991; Shaw, Bonen & McCabe, 1991).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η εξέταση των λόγων που εμποδίζουν, ή ανέστειλαν τη συμμετοχή εκπαιδευτικών σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 206 εκπαιδευτικοί (82 άνδρες και 124 γυναίκες) των σχολείων της Α/θμιας Εκπαίδευσης της πόλης των Τρικάλων, ηλικίας 25 - 60 ετών.

Όργανα μέτρησης: Η καταγραφή και η αξιολόγηση των ανασταλτικών παραγόντων έγινε με το ερωτηματολόγιο των Alexandris & Carroll (1997a), το οποίο περιέχει 35 θέματα που απαντήθηκαν σε 5 βάθμια κλίμακα τύπου Likert (όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα, 5 = συμφωνώ απόλυτα).

Ομαδοποίηση των ανασταλτικών λόγων σε ανασταλτικούς παράγοντες: Τα παραπάνω θέματα που αφορούσαν τους ανασταλτικούς λόγους προς τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες ομαδοποιήθηκαν σε 6 παράγοντες ανασταλτικών λόγων σύμφωνα με την έρευνα των Alexandris & Carroll (1997a) (πίνακας 1).

Πίνακας 1. Στοιχεία περιγραφικής στατιστικής των ανασταλτικών παραγόντων

Διαστάσεις	Θέματα	min	max	a
Έλλειψη Χρόνου	1, 9, 17, 25	1	5	.51
Ατομικοί/ Ψυχολογικοί	18, 28, 10, 26, 34, 2, 36, 35, 14, 6	1	5	.83
Έλλειψη Ενδιαφέρον	33, 37, 24, 8	1	4.25	.62
Έλλειψη Παρέας	13, 5, 29, 21	1	4.25	.55
Λόγοι Οικονομικοί/ Έλλειψη Υπηρεσιών	12, 4, 23, 7, 20, 3 19, 11, 16, 3, 15, 27	1	4	.76
		1	4.40	.65

Διαδικασία μέτρησης: Στην έρευνα συμμετείχε το σύνολο των εκπαιδευτικών κάθε σχολείου, ανεξάρτητα από τη συμμετοχή, ή μη σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής και τον ελεύθερό τους χρόνο. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων έγινε στις αίθουσες που διδάσκουν, κατά τη διάρκεια λειτουργίας των σχολείων.

Αποτελέσματα

Για τη διερεύνηση στατιστικών διαφορών λόγω του διαφορετικού φύλου χρησιμοποιήθηκε t-test για ανεξάρτητα δείγματα. Βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις 4 από τις 6 διαστάσεις ανασταλτικών παραγόντων σε σχέση με το φύλο των συμμετεχόντων. Πιο συγκεκριμένα, διαφορές βρέθηκαν στη διάσταση «έλλειψη χρόνου» ($t_{199} = -4.2, p < .05$), στη διάσταση «ατομικοί / ψυχολογικοί λόγοι» ($t_{199} = -3.3, p < .05$), στη διάσταση «περιορισμένο ενδιαφέρον» ($t_{192} = -2.8, p < .05$) και στη διάσταση «λόγοι οικονομικοί / πρόσβασης» ($t_{194} = -4.8, p < .05$) με τις γυναίκες να σημειώνουν υψηλότερες τιμές και στις 4 διαστάσεις σε σχέση με τους άνδρες (πίνακας 2).

Πίνακας 2. Διαφορές ανασταλτικών παραγόντων σύμφωνα με το διαφορετικό φύλο

Διαστάσεις Ανασταλτικών Παραγόντων	Διαφορές Φύλου		
	M - SD Ανδρών	M - SD Γυναικών	
Έλλειψη Χρόνου	2.31±0.86	2.87±0.95	$t_{199} = -4.2, p < .05$
Έλλειψη Υπηρεσιών / Εγκαταστάσεων	2.09±0.69	2.27±0.81	
Ατομικοί / Ψυχολογικοί Λόγοι	1.89±0.62	2.22±0.70	$t_{199} = -3.3, p < .05$
Περιορισμένο Ενδιαφέρον	1.90±0.66	2.21±0.77	$t_{192} = -2.8, p < .05$
Λόγοι Οικονομικοί / Πρόσβασης	1.71±0.57	2.21±0.77	$t_{194} = -4.8, p < .05$
Έλλειψη Παρέας	1.88±0.65	2.07±0.68	

Αναφορικά με τη διαφορετική ηλικία των συμμετεχόντων τα αποτελέσματα δεν ανέδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε καμία από τις 6 διαστάσεις

Αναφορικά με τη συχνότητα συμμετοχής, στατιστικά σημαντικές διαφορές παρατηρήθηκαν στις 4 από τις 6 διαστάσεις των ανασταλτικών παραγόντων σε σχέση με τις 5 ομάδες διαφορετικής συχνότητας συμμετοχής σε δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής. Σημαντικότερες διαφορές βρέθηκαν στη διάσταση «έλλειψη χρόνου» ($F_{(4,194)} = 14.17, p < .001$), «ατομικοί / ψυχολογικοί λόγοι» ($F_{(4,194)} = 10.5, p < .001$), «έλλειψη ενδιαφέροντος» ($F_{(4,187)} = 18.59, p < .001$), «έλλειψη παρέας» ($F_{(4,189)} = 6.26, p < .001$).

Πίνακας 3. Διαφορές ανάλογα με τη διαφορετική συχνότητα συμμετοχής

Διαστάσεις ανασταλτικών παραγόντων				
Ομάδες συχνότητας	Έλλειψη Χρόνου	Ατομικοί / Ψυχολογικοί	Έλλειψη Ενδιαφέροντος	Έλλειψη Παρέας
	M (SD)	M (SD)	M (SD)	M (SD)
Μη συμμετοχή (1)	3.29 ± 0.88	2.41 ± 0.73	2.72 ± 0.67	2.18 ± 0.80
Μόνον ευκαιριακά (2)	3.00 ± 0.94	2.37 ± 0.60	2.36 ± 0.63	2.26 ± 0.70
Λίγες φορές (3)	2.79 ± 0.77	2.20 ± 0.74	2.17 ± 0.76	2.05 ± 0.65
Συχνά (4)	2.35 ± 0.83	1.77 ± 0.58	1.68 ± 0.52	1.80 ± 0.56
Συστηματικά (5)	1.85 ± 0.82	1.68 ± 0.48	1.59 ± 0.57	1.61 ± 0.43
	F= 14.17, p<.001 *1-4, 5 2-4, 5 3-5 4-5	F= 10.5, p<.001 *1-4, 5 2-4, 5 3-4 3-5	F= 18.59, p<.001 *1-3, 4, 5 2-4, 5 3-4, 5	F= 6.26, p<.001 *1-5 2-4, 5

* Καθορίζει σημαντικές διαφορές μεταξύ των διαφορετικών ομάδων συχνότητας συμμετοχής

Συζήτηση-συμπεράσματα

Βρέθηκε ότι η αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων επηρεάζεται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων. Οι γυναίκες βίωναν σε μεγαλύτερο βαθμό ανασταλτικούς παράγοντες από τους άνδρες και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να συμμετέχουν σε μικρότερο βαθμό σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής. Δεν βρέθηκαν διαφορές στην αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων σε σχέση με τη διαφορετική ηλικία των συμμετεχόντων. Επιβεβαιώθηκε η αρνητική σχέση ανάμεσα στην αντίληψη των ανασταλτικών παραγόντων και τη συχνότητα συμμετοχής, αφού οι μη συμμετέχοντες δήλωσαν υψηλότερες τιμές στους ανασταλτικούς παράγοντες σε σύγκριση με τους συμμετέχοντες.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K. & Carroll, B. (1997a). Demographic differences in the perception of constraints on recreational sport participation: results from a study in Greece. *Leisure Studies*, 16: 107-125.
- Alexandris, K. & Carroll, B. (1997b). An analysis of leisure constraints based on different recreational sport participation levels: results from a study in Greece. *Leisure Studies*, 19: 1-15.
- Helgo, S. & Drake, B. (2001). Physical activity and mental health. *International Sport Medicine Journal*, 2(3): 1-9.
- Henderson, K.A. (1996). One size doesn't fit all: the meanings of women's leisure. *Journal of Leisure Research*, 28(3): 139-155.
- Hultsman, W. (1995). Recognizing patterns of leisure constraints: an extension of the exploration of dimensionality. *Journal of Leisure Research*, 27(3): 228-244.
- Jackson, E. (1994). Activity specific constraints on leisure participation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12(2): 33-49.

- Jackson, E. (1993). Recognizing patterns of leisure constraints: results from alternative analyses. *Journal of Leisure Research*, 25: 129-149.
- Jackson, E. (1990). Variations in the desire to begin a leisure activity: evidence of antecedent constraints? *Journal of Leisure Research*, 22: 55-70.
- Jackson, E. & Henderson, K. (1995). Gender-based analysis of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 17: 31-51.
- Kay, T. & Jackson, G. (1991). Leisure despite constraint: the impact of leisure constraints on leisure participation. *Journal of Leisure Research*, 23: 301-313.
- Raymore, L., Godbey, G., Crawford, D. & Von Eye, A. (1993). Nature and process of leisure constraints: a empirical test. *Leisure Sciences*, 15: 99-113.
- Searle, M. & Jackson, E. (1985). Socio-economic variations in perceived barriers to recreation participation among would-be participants. *Leisure Sciences*, 7: 227-249.
- Shaw, S., Bonen, A. & McCabe, J. (1991). Do more constraints mean less leisure? Examining the relationship between constraints and participation. *Journal of Leisure Research*, 23: 286-300.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΩΝ ΛΟΓΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΑΓΩΝΕΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ

Κουκουρής, Κ. & Καμενίδου, Ε.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ, Σέρρες

Εισαγωγή

Οι αγώνες προσανατολισμού (oreinteering) είναι μία καινούργια αθλητική δραστηριότητα στην Ελλάδα, με την οποία ασχολείται ένας διαρκώς αυξανόμενος αριθμός αθλητών.

Σκοπός της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) να προσπαθήσει να δημιουργήσει μία αξιόπιστη κλίμακα μέτρησης των λόγων συμμετοχής σε αγώνες προσανατολισμού, β) να βρει τις παραγοντικές δομές των λόγων συμμετοχής σε τέτοιους αγώνες και γ) να αντλήσει πληροφορίες που θα φανούν χρήσιμες στο μάρκετινγκ των αγώνων αυτών.

Μεθοδολογία έρευνας

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 237 αθλητές που προέρχονταν από τη Θεσσαλονίκη, την Πτολεμαΐδα και τις Σέρρες, οι οποίοι συμμετείχαν σε αγώνες που διεξήχθησαν στα δάση Σείχ-Σου, Χορτιάτης, Πλατανάκια και Κουρί της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης, καθώς επίσης στα δάση των Αγίων Αναργύρων Σερρών, Χανιώτης Χαλκιδικής και της Βλάστης Πτολεμαΐδας.

Για την πραγματοποίηση αυτής της έρευνας διενεργήθηκε ποιοτική έρευνα και έρευνα πεδίου:

Ποιοτική έρευνα: Διενεργήθηκαν συζητήσεις σε 7 ομάδες (focus groups), όπου συμμετείχαν συνολικά 55 άτομα, τα οποία επιλέχθηκαν με τη δειγματοληψία «ευκολίας» (convenience sampling), αφού κατά την ποιοτική έρευνα δεν είναι απαραίτητο το δείγμα να συλλεχθεί με τυχαία δειγματοληψία (Nickel et al., 1995). Τα θέματα που συζητήθηκαν στις ομαδικές συζητήσεις ήταν οι λόγοι συμμετοχής τους στο συγκεκριμένο άθλημα, οι λόγοι και οι παράγοντες που θα οδηγούσαν μελλοντικούς αθλούμενους στο συγκεκριμένο σπόρ και οι λόγοι μη συμμετοχής σε αυτό.

Έρευνα πεδίου: Τα δεδομένα της έρευνας πεδίου προήλθαν από τη χρήση ερωτηματολογίου ειδικά διαμορφωμένου για το σκοπό αυτό, το οποίο περιελάμβανε κλειστές ερωτήσεις, διχοτομικές, καθώς και ερωτήσεις 5 βάθμιας κλίμακας τύπου Likert. Οι δηλώσεις που χρησιμοποιήθηκαν προήλθαν κυρίως από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην ποιοτική έρευνα (Christy & Wood, 1999; Goodman, 1999), η οποία προηγήθηκε της έρευνας πεδίου και δευτερευόντως από διεθνή βιβλιογραφία. Καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας ήταν παρόν ένας υπεύθυνος για τη λύση οποιουδήποτε προβλήματος θα μπορούσε να προκύψει κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Μετά το τέλος των αγώνων ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο στους αγωνιστικούς χώρους.

Μέθοδος ανάλυσης: Η ανάλυση των δεδομένων της ποσοτικής έρευνας πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο SPSS 10.0 (Kinneer & Gray, 1995; Armstrong, 1986) και περιλάμβανε: α) περιγραφική στατιστική (συχνότητες, ποσοστά και μέσες τιμές), 2) ανάλυση αξιοπιστίας της κλίμακας μέτρησης των λόγων που σχετίζονται με τους λόγους εμπλοκής στο συγκεκριμένο παιχνίδι και γ) ανάλυση σε κύριες συνιστώσες με μέθοδο περιστροφής των αξόνων (Varimax). Για την ανάλυση σε κύριες συνιστώσες θεωρήθηκαν ως σημαντικές μεταβλητές στο σχηματισμό του παράγοντα, όσες είχαν φορτίο πάνω από 0,50 (Sharma, 1996; Spector, 1992: 55) και ερμηνεύουν τουλάχιστο το 60% της συνολικής διασποράς (Hair et al., 1995: 387).

Αποτελέσματα

Η ανάλυση σε κύριες συνιστώσες έδωσε 4 παράγοντες (πίνακας 1) που αναφέρονται στους λόγους για τους οποίους οι συμμετέχοντες έλαβαν μέρος στο συγκεκριμένο άθλημα. Σχετικά με τον αριθμό των κύριων συνιστωσών που εξήχθησαν εφαρμόστηκε το κριτήριο της ιδιοτιμής ≥ 1 . Οι παράγοντες αυτοί αιτιολογούν το 61,4% της συνολικής διασποράς των λόγων για τους οποίους έλαβαν μέρος στο άθλημα (K.M.O.: 0,906; B.T.S.: $X^2=2775,679$; d.f.=231; $p=0.00$).

Πίνακας 1: Παράγοντες των λόγων συμμετοχής σε αγώνες προσανατολισμού

Παράγοντες	Δηλώσεις	Φορτίο στον παράγοντα	a
1 ^{ος} 22,2% της συνολικής διασποράς M.Π.Τ.=4,418 6 (0,4321)	Περιέργεια / νέα εμπειρία	0,514	0,8923
	Επαφή με τη φύση	0,685	
	Αγάπη για την άθληση	0,640	
	Γνωριμία με ένα νέο πολυδιάστατο άθλημα	0,501	
	Χρήση πυξίδας / χάρτη	0,614	
	Αναψυχή	0,612	
	Περιπέτεια με τη φύση	0,737	
	Όμορφες διαδρομές στη φύση	0,540	
	Αντίληψη χώρου και εκμάθηση προσανατολισμού	0,690	
	Εξερεύνηση και πρόκληση άγνωστης διαδρομής,	0,649	
Συνεργασία με την παρέα και τους συναθλητές	0,528		
2 ^{ος} 19,2% της συνολικής διασποράς M.Π.Τ.=4,017 8(0,6415)	Ευ αγωνίζεσθε και κίνητρο συναγωνισμού	0,658	0,8757
	Αγωνία για την ανεύρεση των σημείων	0,820	
	Δράση - άθληση σε δύσκολες αποστάσεις	0,693	
	Αντοχή σε αντίξοες καιρικές συνθήκες	0,574	
	Φιλικός και δίκαιος συναγωνισμός	0,706	
	Δοκιμασία του εαυτού	0,533	
	Ύπαρξη στόχου.	0,508	
3 ^{ος} 10,3% της συνολικής διασποράς M.Π.Τ.=4,115 4 (0,6582)	Κοινωνικοί λόγοι (π.χ. αυτοεικόνα)	0,923	0,8792
	Πολυδιάστατο άθλημα	0,865	
4 ^{ος} 9,7% της συνολικής διασποράς M.Π.Τ.=4,069 8 (0,9252)	Αποφυγή καθημερινότητας	0,794	0,8461
	Αποφυγή άγχους	0,852	

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0,906; Bartlett Test of Sphericity =2775,679; df=231; Significance = 0 ,000, συνολική ερμηνεία διασποράς: 61,1%

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα, ο 1^{ος} παράγοντας ερμηνεύει το 22,2% της συνολικής διασποράς και στο σχηματισμό του συμμετέχουν οι εξής 11 μεταβλητές: α) περιέργεια / νέα εμπειρία, β) επαφή με τη φύση, γ) αγάπη για την άθληση, δ) γνωριμία με ένα νέο πολυδιάστατο άθλημα, ε) χρήση πυξίδας / χάρτη, στ) αναμνηχή, ζ) περιπέτεια στη φύση, η) όμορφες διαδρομές στη φύση θ) αντίληψη χώρου και εκμάθηση προσανατολισμού, ι) εξερεύνηση και πρόκληση άγνωστης διαδρομής, κ) συνεργασία με την παρέα και τους συναθλητές. Η αξιοπιστία του παράγοντα είναι $a = 0,8923$ και η Μ.Π.Τ. είναι 4,42 (Τ.Α. = 0,42).

Ο 2^{ος} παράγοντας ερμηνεύει το 19,2% της συνολικής διασποράς και φορτώνει στις εξής 7 μεταβλητές: α) ευ αγωνίζεσθαι και κίνητρο συναγωνισμού β) αγωνία για την ανεύρεση των σημείων, γ) δράση - άθληση σε δύσκολες αποστάσεις, δ) αντοχή σε αντίξοες καιρικές συνθήκες, ε) φιλικός και δίκαιος συναγωνισμός, στ) δοκιμασία του εαυτού και ζ) ύπαρξη στόχου. Η αξιοπιστία του παράγοντα είναι $a = 0,88$ και η Μ.Π.Τ. = 4,02 (Τ.Α. = 0,64).

Ο 3^{ος} παράγοντας ερμηνεύει το 10,3% της συνολικής διασποράς και στο σχηματισμό του συμμετέχουν κοινωνικοί λόγοι και η πολυδιάστατη μορφή του αθλήματος. Η αξιοπιστία του παράγοντα είναι $a = 0,88$ και η Μ.Π.Τ. = 4,12 (Τ.Α. = 0,66).

Τέλος, ο 4^{ος} παράγοντας ερμηνεύει το 9,7% της συνολικής διασποράς και στο σχηματισμό του συμμετέχουν οι εξής 2 μεταβλητές: α) διαφυγή από την καθημερινότητα και β) αποφυγή του στρες. Η αξιοπιστία του παράγοντα είναι $a = 0,85$ και η Μ.Π.Τ. = 4,07 (Τ.Α. = 0,93).

Συμπεράσματα και προτάσεις

Η εργασία αυτή διερεύνησε τους λόγους για τους οποίους τα άτομα συμμετείχαν σε αγώνες προσανατολισμού. Κύριος στόχος της ήταν να προσπαθήσει να δημιουργήσει μία αξιόπιστη κλίμακα μέτρησης των λόγων συμμετοχής στους αγώνες αυτούς, πράγμα το οποίο επιτεύχθηκε, αφού η τιμή του Cronbach ($a = 0.9280$) ήταν ιδιαίτερα ικανοποιητική για πιλοτική - διερευνητική έρευνα. Δεύτερος στόχος ήταν να βρει τις παραγοντικές δομές των λόγων συμμετοχής στους αγώνες προσανατολισμού, πράγμα το οποίο επιτεύχθηκε με την ανάλυση σε κύριες συνιστώσες με περιστροφή των αξόνων (Varimax). Η ανάλυση έδωσε 4 παράγοντες - δομές, οι οποίοι ερμηνεύουν το 61,4% της συνολικής διασποράς. Τελευταίος στόχος της έρευνας ήταν να προταθούν αντλήσει πληροφορίες που μπορούν να φανούν χρήσιμες στο μάρκετινγκ των αγώνων αυτών, ώστε να προσελκυσθούν περισσότεροι αθλητές. Πιο συγκεκριμένα, μπορούν να τονιστούν όλες οι μεταβλητές του 1^{ου} παράγοντα (φορτίο $<0,70$), που σημαίνει ότι υπάρχουν περιθώρια για αύξηση της σύνδεσης μεταβλητής - παράγοντα. Από το 2^ο παράγοντα μπορεί να τονιστεί η ύπαρξη στόχου και η δοκιμασία του εαυτού σε «δύσκολες» καταστάσεις. Από τον 3^ο παράγοντα μπορεί να τονιστεί ότι ο προσανατολισμός είναι ένα πολυδιάστατο άθλημα με κοινωνικούς λόγους συμμετοχής. Τέλος, από τον 4^ο παράγοντα μπορεί να χρησιμοποιηθεί το γεγονός ότι το άθλημα συμβάλλει στη μείωση του στρες.

Βιβλιογραφία

- Christy, R. & Wood, M. (1999). Researching possibilities in marketing. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2(3): 189-196.
- Nickel, B., Berger, M., Schmidt, P. & Plies K. (1995). Qualitative sampling in a multi- method survey: practical problems of method triangulation in sexual behavior research. *Quality and Quantity*, 29: 223-240.
- Kinnear, P.R. & Gray, C.D. (1995). *SPSS for Windows Made Simple*. Erilbaum (U.K.), Taylor and Francis Publications.
- Sharma, S. (1996). *Applied multivariate techniques*. John Wiley and Sons Inc.
- Spector, P.E. (1992). *Summated rating scale construction: an introduction*. Sage University Paper Series No.82: On Quantitative Applications in the Social Sciences, Beverly Hills CA: Sage.

**ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ
ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**

Υφαντίδου, Γ., Κώστα, Γ. & Μιχαλοπούλου, Μ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

Εισαγωγή

Η μέχρι σήμερα αντίδραση από τους φορείς της πολιτείας, ή της τοπικής αυτοδιοίκησης (ΤΑ) όσον αφορά στα στοιχεία «αθλητισμός – αναψυχή - υγεία» είναι η δημιουργία προγραμμάτων μαζικής άθλησης, μέσω των Δημοτικών Οργανισμών Νεολαίας και Άθλησης (ΔΟΝΑ). Η ΤΑ έχει τη βασική ευθύνη για τη δημιουργία επαρκών ευκαιριών υπαίθριας αναψυχής. Γενικά, φαίνεται λογικό για τους μάνατζερ να ρωτούν περισσότερο για την ποιότητα υπηρεσιών παρά για την ικανοποίηση με την εμπειρία της υπηρεσίας, διότι εστιάζει τους πελάτες στην παροχή της υπηρεσίας (Lentell, 2000). Οι Triado et al (1996), προτείνουν οι μάνατζερ να ακολουθούν την εξής σειρά στις προσπάθειές τους για βελτίωση του δημοτικού αθλητικού κέντρου: άνθρωποι, εγκαταστάσεις, επικοινωνία και πολιτική κοστολόγησης. Η βελτίωση των παραγόντων αυτών προκαλεί συνολικά ικανοποίηση και, συνεπώς, διατήρηση των ασκούμενων πελατών. Σκοπός των ΔΟΝΑ είναι να προσφέρουν στους δημότες ευκαιρίες για βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου, ενώ παράλληλα, καλλιεργείται η αθλητική συνείδηση των δημοτών και αξιοποιείται ψυχαγωγικά ο ελεύθερος χρόνος τους (Αυθίνος, 1998). Δυστυχώς, όμως, η γενικότερη κουλτούρα του κράτους και το σύστημα που ακολουθεί είναι σε μεγάλο βαθμό γραφειοκρατικό, πράγμα που καθιστά τους κρατικούς οργανισμούς «αργούς» (Παπαδημητρίου, 2000). Σε αυτό συμφωνούν και οι Ρουσσέτη και συν. (2005), οι οποίοι αναφέρουν ότι η ανταπόκριση στους ΔΟΝΑ δεν είναι ικανοποιητική και συμβάλλει στο να γίνονται πιο δυσκίνητοι στην άμεση επίλυση προβλημάτων λόγω περίπλοκων γραφειοκρατικών δομών λειτουργίας και να δυσχεραίνουν την επικοινωνία με τους ασκούμενους.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 303 άτομα, 135 άντρες και 153 γυναίκες (παρουσιάστηκαν χαμένες τιμές σε άλλα 15 ερωτηματολόγια), όλων των ηλικιών, μέλη του ΔΟΝΑ, ή μη, της περιοχής του νομού Ροδόπης, τα οποία επιλέχθηκαν με τη μέθοδο της στρωσιγενούς δειγματοληψίας.

Ερωτηματολόγιο: Οι ασκούμενοι και μη, κάτοικοι του νομού Ροδόπης, συμπλήρωσαν ένα ερωτηματολόγιο που αξιολογεί τις προσφερόμενες υπηρεσίες του ΔΟΝΑ Κομοτηνής. Για τη διερεύνηση των απόψεών τους χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Μιχαλοπούλου, Αργυρόπουλου & Κώστα (1998), το οποίο περιελάμβανε 29 ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών και κλειστού τύπου.

Διαδικασία μέτρησης: Οι ασκούμενοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο αμέσως μετά τη λήξη του προγράμματός τους και σε κάποιες άλλες περιπτώσεις στην οικία τους και το επέστρεψαν στο γυμναστή του κάθε προγράμματος, ο οποίος τα παρέδιδε αμέσως μετά. Για τους μη ασκούμενους η συμπλήρωση έγινε κατά την προσέλευσή τους στη νομαρχία Ροδόπης. Σε άτομα τρίτης ηλικίας οι ερωτήσεις γίνονταν προφορικά, κατόπιν απαίτησης των ιδίων.

Η εξέταση της δομικής εγκυρότητας των ερωτηματολογίων έγινε μέσω της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης, με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και στη συνέχεια ακολούθησε η ορθογώνια (varimax) περιστροφή των αξόνων. Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με το κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1.00. Η μικρότερη φόρτιση που χρησιμοποιήθηκε για να διαμοιραστούν οι ερωτήσεις στους παράγοντες ήταν 0.40. Οι αναλύσεις έγιναν με το στατιστικό πακέτο SPSS.

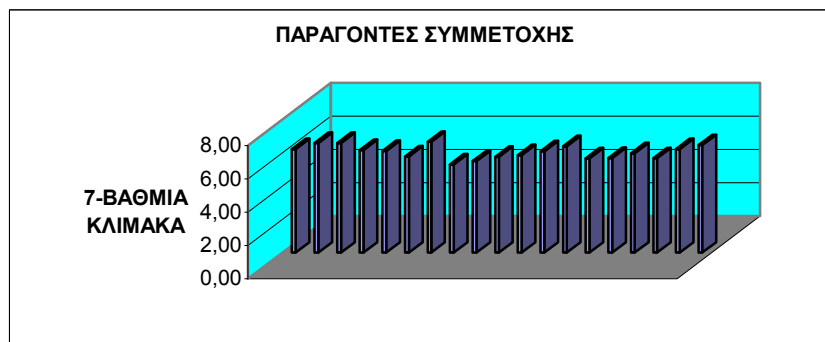
Αποτελέσματα

Η παραγοντική ανάλυση αποκάλυψε 5 παράγοντες (πίνακας 1). Τα αποτελέσματα φαίνεται ότι επιβεβαιώνουν τη δομική εγκυρότητα του ερωτηματολογίου της Μιχαλοπούλου και συν. (1998). Η αξιοπιστία όλου του ερωτηματολογίου ελέγχθηκε υπολογίζοντας το Cronbach α για όλα τα ερωτήματα. Το συνολικό α της κλίμακας ήταν .86.

Πίνακας 1: Αποτελέσματα της παραγοντικής ανάλυσης.

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ				
	1	2	3	4	5
Ποιότητα εκπαιδευτών					
Στο Δ.Ο.Ν.Α. πραγματοποιούν ότι υπόσχονται.	.68				
Το προσωπικό ανταποκρίνεται στα παράπονα των μελών.	.77				
Το προσωπικό ενδιαφέρεται για την πρόοδο των μελών.	.81				
Λειτουργικότητα					
Εμφάνιση και λειτουργικότητα χώρου.		.61			
Καθαριότητα χώρων – αποδυτηρίων.		.71			
Ευγένεια προσωπικού.		.79			
Γνώσεις προσωπικού.		.68			
Διαχειρίζονται καταστάσεις άμεσης ανάγκης & πληροφορούν.		.54			
Διαθεσιμότητα & παροχή προγραμμάτων					
Το προσωπικό διατηρεί καλό αρχείο πελατών.			.48		
Τα προσφερόμενα προγράμματα ανανεώνονται τακτικά.			.58		
Υπάρχει ποιότητα στον εξοπλισμό.			.83		
Υπάρχει ποιότητα στον οργανισμό.			.77		
Οι δραστηριότητες αρχίζουν-τελειώνουν στην ώρα τους.			.52		
Άλλες υπηρεσίες					
Ποικιλία προγραμμάτων και οργάνων.				.59	
Βολικό ωράριο προγραμμάτων.				.74	
Έλλειψη συνωστισμού στα όργανα / προγράμματα.				.77	
Ενημέρωση από το προσωπικό για προβλήματα / αλλαγές				.60	
Τοποθεσία / εγκαταστάσεις					
Τοποθεσία δημοτικού γυμναστηρίου.					.42
Κοινωνικότητα, γνωριμίες.					.77

Μελετήθηκαν οι μέσοι όροι κάθε υποερωτήματος των ερωτήσεων 19 και 20 του ερωτηματολογίου των υπηρεσιών. Η 19^η ερώτηση αφορούσε τα αίτια συμμετοχής και αντιστοιχούσε σε 6 υποερωτήματα, όπου η ερώτηση σε σχέση με την υγεία συγκέντρωσε τη μεγαλύτερη προτίμηση 65,3%. Η 20^η ερώτηση αναφέρονταν στους λόγους συμμετοχής και αντιστοιχούσε σε 19 υποερωτήματα, όπου όλες οι απαντήσεις ήταν ανάμεσα στο 6 και στο 7 της 7βάθμιας κλίμακας. Οι ερωτήσεις αυτές αφορούσαν στις χρονικές ζώνες, τη συχνότητα συμμετοχής, τη διατηρησιμότητα, την προώθηση των προγραμμάτων, την κοστολόγησή τους, τις εγκαταστάσεις και το σχεδιασμό. Στο παρακάτω σχήμα 1 απεικονίζονται οι Μ.Ο. των 19 υποερωτημάτων / παραγόντων της 20^{ης} ερώτησης.



Σχήμα 1: Οι μέσοι όροι των 19 υποερωτημάτων της 20^{ης} ερώτησης.

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Διατηρησιμότητα - Χρονικές ζώνες

Για να πετύχει το σκοπό του, κάθε ΔΟΝΑ πρέπει να διατηρηθούν οι υπάρχοντες ασκούμενοι και να προσελκυσθούν νέοι. Τα ποσοστά της συχνότητας επίσκεψης δείχνουν ότι οι περισσότεροι ασκούμενοι πηγαίνουν πάνω από 7 μήνες το χρόνο, πράγμα που σημαίνει πως οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι ικανές να τους κρατήσουν. Επίσης, ως επί το πλείστον, οι ασκούμενοι συμμετέχουν στα προγράμματα 3 φορές την εβδομάδα (συνήθως Δευτέρα – Τετάρτη – Παρασκευή), και ιδίως μετά το απόγευμα, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει να σχεδιαστούν περισσότερα απογευματινά προγράμματα. Με την αύξηση του αριθμού δραστηριοτήτων που προσφέρονται κατά τη διάρκεια των ανωτέρω χρονικών ζωνών ο ΔΟΝΑ θα είναι σε θέση να συγκεντρώσει περισσότερους πολίτες και οι ευέλικτες ώρες και ημέρες συμμετοχής στα προγράμματα θα επιφέρει περαιτέρω αύξηση.

Προώθηση

Τα περισσότερα μέλη ασκούνται μόνα, παρότι δηλώνουν ότι προτιμούν να ασκηθούν με κάποιο φίλο, ή συγγενή, γεγονός που μπορεί να αποδειχτεί αρκετά θετικό, αφού η προώθηση από «στόμα σε στόμα» είναι η καλύτερη για την προώθηση των δραστηριοτήτων (Bone, 1995). Μια ιδανική κατάσταση για τους ΔΟΝΑ είναι να συμπεριλάβουν στο ετήσιο πλάνο τους την «ημέρα του φίλου» για την πρώτη κάθε μήνα, όπου τα μέλη θα μπορούν να φέρουν μαζί τους στο γυμναστήριο ένα φίλο τους μη μέλος.

Χρέωση υπηρεσιών

Οι ασκούμενοι δήλωσαν ότι δε θα τους ενοχλούσε η συμμετοχή δημοτών άλλων δήμων, αν και αυτοί αντιμετωπίζονταν με την ίδια πολιτική κοστολόγησης. Το σημαντικότερο είναι η διάθεση που έδειξαν για να πληρώσουν έως και 15 € μηνιαία συνδρομή, γεγονός που λύνει το σημαντικότερο πρόβλημα του οργανισμού, που είναι το οικονομικό. Θα μπορούσε ο οργανισμός να κοστολογήσει επιλεκτικά τα ειδικά προγράμματα, τα οποία έχουν μεγαλύτερο κόστος λειτουργίας, ώστε να μην τα διακόπτει λόγω οικονομικών δυσχερειών και να συνεχίζει να καλύπτει τις ανάγκες όλων των δημοτών για άθληση και αναψυχή. Επίσης, οι υπεύθυνοι θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τεχνικές de-μάρκετινγκ αφήνοντας δωρεάν τη συμμετοχή στις ώρες που δεν υπάρχει μεγάλη συμμετοχή και χρεώνοντας τη συμμετοχή στις ώρες αιχμής.

Περιοχές / Εγκαταστάσεις

Από την ανάλυση συχνοτήτων για τις περιοχές διαμονής παρουσιάστηκε ισομερής συμμετοχή από όλες τις περιοχές με ένα προβάδισμα του Βορρά και των κατοίκων των περιφερειακών χωριών. Όμως, οι περισσότεροι θέλουν να διανύουν έως 1 χιλιόμετρο ως το γυμναστήριο και να πηγαίνουν με τα πόδια, ή το αυτοκίνητο σε σύντομο χρονικό διάστημα. Όλα αυτά δείχνουν πως ο ΔΟΝΑ πρέπει να

δημιουργήσει, ή να εκμισθώσει γυμναστήρια, ή να του παραχωρηθούν σχολικά γυμναστήρια σε διάφορα μέρη της πόλης και στα πιο κεντρικά χωριά, ώστε όλοι να έχουν στη «γειτονιά» τους το δικό τους γυμναστήριο.

Σχεδιασμός προγραμμάτων

Οι περισσότεροι πολίτες θέλουν να συμμετέχουν σε προγράμματα άσκησης εργαζόμενων, γυναικών, καρδιοπαθών και ιδίως σε προγράμματα που υλοποιούνται στο κολυμβητήριο, σε συνδυασμό με τη χρήση κυρίως βαρών, διαδρόμων και ποδηλάτων.

Βιβλιογραφία

- Αυθίνος, Ι. (1998). *Άσκηση – Άθληση – Κινητική Αναψυχή - Οργανωτική Διάσταση*. Αθήνα.
- Bone, P. (1995). Word-of-mouth effects on short-term and long-term product judgments. *Journal of Business Research*, 32: 213–223.
- Lentell, R. (2000). Untangling the tangibles: ‘physical evidence’ and customer satisfaction in local authority leisure centers. *Journal of Managing Leisure*, 5: 1–16.
- Μιχαλοπούλου, Μ., Αργυροπούλου, Τ., Κώστα, Γ., Τζέτζης, Γ. & Ντούλος Δ. (1998). Participation in recreation activities in Greece. *6th European Congress of Sports Management*, Portugal.
- Papadimitriou, D. (2000). Organisational size and effectiveness: the investigation of relation between size and effectiveness in the Greek athletic federations. *Journal of Athletic Output and Health*, 2(1): 9–22.
- Papadimitriou, D. & Taylor, P. (2000). Organisational effectiveness of Hellenic national sports organizations: a multiple constituency approach. *Sport Management Review*, 3: 23–46.
- Rousseti, M., Grammatikopoulos, V., Tsigilis, N. & Koustelios, A. (2005). Evaluation of programs of exercise: exercising people and quality of services. *1st Pan-Hellenic Congress of Recreation, Free Time and Sports Tourism*. Trikala: 113–115.
- Triado, X., Aparicio, P. & Rimbau, E. (1996). Identification of factors of customer satisfaction in municipal sport centers in Barcelona. Some suggestions for satisfaction improvement. *The Cyber-Journal of Sport Marketing*. <http://www.cjism.com/vol13/triado34.htm>
- Wisniewski, M. (2001). Perspectives: using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, 11(6): 380 – 388.

Αναρτημένες Ανακοινώσεις

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΘΗΓΗΤΩΝ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ

Πιντζοπούλου, Ε., Τσιγγίλης, Ν., Ζουρνατζή, Ε. & Κουστέλιος, Α.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η επαγγελματική ικανοποίηση είναι μία από τις δημοφιλέστερες έννοιες μεταξύ των ερευνητών, γεγονός που οδήγησε στην εκπόνηση ενός τεράστιου αριθμού σχετικών μελετών. Περισσότερες από 5.000 εργασίες / διατριβές (Granny, Smith & Stine, 1992) έχουν ανάγει την ικανοποίηση του προσωπικού σε κεντρικό αντικείμενο μελέτης, ενώ διάφοροι είναι οι ορισμοί που κατά καιρούς της έχουν δοθεί από τους ερευνητές. Έτσι, η επαγγελματική ικανοποίηση έχει οριστεί ως «μία ευχάριστη, ή θετική συναισθηματική κατάσταση, που απορρέει από την αποτίμηση της εργασίας κάποιου, ή από την εργασιακή εμπειρία» (Locke, 1976), ή ως «οι θετικές και αρνητικές στάσεις που έχει το άτομο για την εργασία του» (Baron, 1986).

Στην εκπαίδευση, ειδικότερα, το συγκεκριμένο οργανωσιακό φαινόμενο συνδέεται όχι μόνο με την παραμονή των εκπαιδευτικών στο σχολείο (Hall, Pearson & Carroll, 1992), αλλά και με την ποιότητα της διδασκαλίας την οργανωτική δέσμευση και την οργανωτική απόδοση των εκπαιδευτικών αναφορικά με τις ακόλουθες σχολικές περιοχές: ακαδημαϊκή επίδοση, συμπεριφορά μαθητών, ικανοποίηση μαθητών, αλλαγή εκπαιδευτικών και διοικητική απόδοση (Mathieu, 1991; Ostroff, 1992).

Αν και πλήθος ερευνών έχει ασχοληθεί τα τελευταία χρόνια με την επαγγελματική ικανοποίηση των εκπαιδευτικών, λίγες είναι οι έρευνες που έχουν μελετήσει το συγκεκριμένο φαινόμενο στους καθηγητές φυσικής αγωγής (Koustelios, 2005; Koustelios & Tsigilis, 2005). Ωστόσο, η φυσική αγωγή διαφοροποιείται από τα υπόλοιπα μαθήματα όχι μόνον εξαιτίας των αντιλήψεων που έχουν διαμορφώσει μαθητές, γονείς και άλλοι εκπαιδευτικοί, αλλά και εξαιτίας της κοινωνικής υπόστασης που έχει το ίδιο το μάθημα στο σχολείο.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τα επίπεδα επαγγελματικής ικανοποίησης μόνιμων εκπαιδευτικών φυσικής αγωγής στην Ελλάδα.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 442 μόνιμοι καθηγητές Φυσικής Αγωγής (ηλικίας 41.45 ± 5.29 έτη) της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης δημόσιων σχολείων, από ένα ευρύ φάσμα γεωγραφικών περιοχών. Από αυτούς, οι 254 ήταν άνδρες (57,6%) και οι 187 γυναίκες (42,4%), ενώ 209 υπηρετούσαν στην πρωτοβάθμια και 233 στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Όργανο μέτρησης: Η επαγγελματική ικανοποίηση των εκπαιδευτικών αξιολογήθηκε με το ερωτηματολόγιο καταγραφής της Επαγγελματικής Ικανοποίησης (Employee Satisfaction Inventory, ESI) (Koustelios & Bagiatis, 1997), η οποία αποτελείται από 24 ερωτήσεις που αξιολογούν τις ακόλουθες 6 διαστάσεις της ικανοποίησης από την εργασία: συνθήκες εργασίας (5 ερωτήσεις), αποδοχές (4 ερωτήσεις), προαγωγές (3 ερωτήσεις), φύση της ίδιας της εργασίας (4 ερωτήσεις), άμεσος προϊστάμενος (4 ερωτήσεις) και οργανισμός ως σύνολο (4 ερωτήσεις). Οι απαντήσεις δίνονταν σε 5βάθμια κλίμακα που κυμαίνονταν από 1 = διαφωνώ απόλυτα, έως 5 = συμφωνώ απόλυτα.

Διαδικασία μέτρησης: Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν στους χώρους εργασίας των εκπαιδευτικών και συμπληρώθηκαν από τους καθηγητές φυσικής αγωγής σε ήσυχο και άνετο περιβάλλον.

Αποτελέσματα

Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής, ο πίνακας συσχέτισης μεταξύ των εξεταζομένων μεταβλητών και οι συντελεστές εσωτερικής συνοχής α του Cronbach.

Πίνακας 1. Μέσες τιμές, τυπική απόκλιση, συντελεστής α και συσχετίσεις μεταξύ των εξεταζόμενων μεταβλητών.

	M.O.	T.A.	1	2	3	4	5	α
1. Συνθήκες εργασίας	3.52	0.85						.70
2. Αποδοχές	2.52	0.97	.133*					.76
3. Φύση εργασίας	4.30	0.73	.207*	-.029				.78
4. Άμεσος προϊστάμενος	4.33	0.82	.223*	-.046	.387*			.85
5. Οργανισμός ως σύνολο	3.01	0.93	.283*	.261*	.180*	.292*		.73

Σημείωση: * $p < .001$

Οι παράγοντες «συνθήκες εργασίας», «αποδοχές», «φύση εργασίας», «άμεσος προϊστάμενος» και «οργανισμός ως σύνολο» παρουσίασαν ικανοποιητική εσωτερική συνοχή (.70, .76, .78, .85 και .73 αντίστοιχα), σε αντίθεση με την υποκλίμακα «προαγωγές», η οποία εξαιρέθηκε από τις αναλύσεις συσχετίσεων λόγω της χαμηλής εσωτερικής συνοχής που παρουσίασε (.58). Όλοι οι συντελεστές συσχέτισης ήταν στατιστικά σημαντικοί. Στον πίνακα 2 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι της κάθε υποκλίμακας του ερωτηματολογίου, καθώς και οι μέσοι όροι του ίδιου ερωτηματολογίου από αντίστοιχη έρευνα (Koustelios & Tsigilis, 2005), ενώ στην παράγραφο που ακολουθεί αναλύονται οι σημαντικές διαφοροποιήσεις που βρέθηκαν μέσω ανάλυσης t-test ενός δείγματος.

Πίνακας 2. Σύγκριση των μέσων τιμών επαγγελματικής ικανοποίησης της παρούσας έρευνας με προγενέστερες και τη μέση τιμή της κλίμακας

	Παρούσα έρευνα M.O. (T.A.)	Μέση τιμή κλίμακας	Koustelios & Tsigilis (2005) M.O. (T.A.)
Συνθήκες εργασίας	3.52 (.85)	3	3.47 (.83)
Αποδοχές	2.52 (.97)	3	2.77 (.81)
Φύση της ίδιας της εργασίας	4.30 (.73)	3	4.17 (.54)
Άμεσος προϊστάμενος	4.33 (.82)	3	3.84 (.78)
Οργανισμός ως σύνολο	3.01 (.93)	3	2.82 (.79)

Στατιστικά σημαντικές διαφορές υπέρ των τιμών της παρούσας έρευνας σε σύγκριση με τη μέση τιμή της κλίμακας εμφανίζονται για τις «συνθήκες εργασίας» ($t_{417} = 12.450$; $p < .001$), τη «φύση της ίδιας της εργασίας» ($t_{419} = 36.709$; $p < .001$) και τον «άμεσο προϊστάμενο» ($t_{427} = 33.652$; $p < .001$). Η ανάλογη σύγκριση του μέσου όρου των ερωτήσεων για τις «αποδοχές» έδειξε ότι ο μέσος όρος είναι χαμηλότερος από τη μέση τιμή του ερωτηματολογίου ($t_{422} = -10.138$; $p < .001$), με τη διαφορά αυτή να εμφανίζεται στατιστικά σημαντική, ενώ όσον αφορά στον «οργανισμό ως σύνολο» δε βρέθηκε στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση ($t_{411} = .291$; $p < .05$).

Συζήτηση

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να ερευνηθεί η επαγγελματική ικανοποίηση μόνιμων εκπαιδευτικών φυσικής αγωγής στην Ελλάδα. Η επαγγελματική ικανοποίηση μετρήθηκε με το

ερωτηματολόγιο της ικανοποίησης εργαζόμενων (ESI) (Koustelios & Bagiatis, 1997), το οποίο δοκιμάστηκε στο παρελθόν στο Ελληνικό πολιτιστικό περιβάλλον και σε μια ποικιλία επαγγελματιών (Koustelios & Bagiatis, 1997; Togia, Koustelios & Tsigilis, 2004).

Οι μέσοι όροι των ερωτήσεων που αφορούν στην ικανοποίηση των εκπαιδευτικών από την εργασία τους στο σχολείο φανέρωσαν πως οι εκπαιδευτικοί είναι περισσότερο ικανοποιημένοι από τη «φύση της ίδιας της εργασίας» και τον «άμεσο προϊστάμενο» και λιγότερο ικανοποιημένοι από τις «συνθήκες εργασίας». Αντίθετα, οι εκπαιδευτικοί δήλωσαν ότι είναι ικανοποιημένοι σε μικρότερο βαθμό από τον «οργανισμό» στον οποίο δουλεύουν και τις «οικονομικές αποδοχές» που έχουν από τη δουλειά τους. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας συμφωνούν με αντίστοιχες έρευνες που αφορούσαν Έλληνες δασκάλους και καθηγητές (Koustelios & Kousteliou, 1998; Koustelios, 2001; Koustelios & Tsigilis, 2005).

Σύμφωνα με τις συσχετίσεις μεταξύ των υποκλιμάκων του ερωτηματολογίου επαγγελματικής ικανοποίησης, οι «συνθήκες εργασίας» ενός εκπαιδευτικού - όπως και όλων των εργαζόμενων - έχουν άμεση σχέση κατά σειρά προτεραιότητας με τον «οργανισμό» για τον οποίο δουλεύουν, τον «προϊστάμενό» τους, τη «φύση της εργασίας» τους και, τέλος, τις οικονομικές «αποδοχές». Η «φύση της εργασίας» σχετίζεται θετικά πρωτίστως με τον «άμεσο προϊστάμενο» και δευτερευόντως με τον «οργανισμό ως σύνολο», ενώ ο «προϊστάμενος» φάνηκε να έχει θετική σχέση και με τον «οργανισμό ως σύνολο».

Τα παραπάνω αποτελέσματα οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο «άμεσος προϊστάμενος» παίζει σημαντικό ρόλο στην εικόνα που διαμορφώνει ο εκπαιδευτικός για τη φύση της δουλειάς του και το σχολείο στο οποίο δουλεύει. Επομένως, η επιλογή των προϊστάμενων δεν θα πρέπει να γίνεται αβασάνιστα και με μοναδικό κριτήριο τα χρόνια προϋπηρεσίας. Επίσης, οι εκπαιδευτικοί εμφανίζονται ιδιαίτερα ικανοποιημένοι από τη «φύση της εργασίας» τους, μιας και η φυσική αγωγή αποτελεί αντικείμενο εξαιρετικά ενδιαφέρον και προκλητικό σε σχέση με το χαρακτήρα άλλων επαγγελματιών. Τέλος, ο «οργανισμός ως σύνολο», λόγω των υψηλών θετικών συσχετίσεων με όλες τις υποκλίμακες, αναδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο της πολιτείας αλλά και όλων των εμπλεκόμενων φορέων στον ευαίσθητο και πρωταρχικής σημασίας τομέα της Παιδείας.

Μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να ασχοληθούν περισσότερο με τους παράγοντες που αυξάνουν την επαγγελματική ικανοποίηση, τόσο στους εκπαιδευτικούς όσο και σε άλλες κατηγορίες επαγγελματιών.

Βιβλιογραφία

- Baron, R.M. & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 1173-1182.
- Granny, C., Smith, P. & Stone, E. (1992). *Job satisfaction: advances in research and application*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Koustelios, A. (2001). Personal characteristics and job satisfaction of Greek teachers. *The International Journal of Educational Management*, 15(7): 354-358.
- Koustelios, A. (2005). Physical education teachers in Greece: are they satisfied? *International Journal of Physical Education*, 42(2): 85 – 90.
- Koustelios, A. & Bagiatis, K. (1997). The employee satisfaction inventory (ESI): development of a scale to measure satisfaction of Greek employees. *Educational and Psychological Measurements*, 57: 469-476.
- Koustelios, A. & Kousteliou, I. (1998). Relations among measures of job satisfaction, role conflict, and role ambiguity for a sample of Greek teachers. *Psychological Reports* 82(1): 131-136.
- Koustelios, A. & Tsigilis, N. (2005). The relationship between burnout and job satisfaction among physical education teachers: a multivariate approach. *European Physical Education Review*, 11(2): 189-203.
- Locke, E. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology*, (pp. 1297-1349). Chicago: Rand McNally.

- Mathieu, J.E. (1991). A cross-level nonrecursive model of the antecedents of organizational commitment and satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 76: 607–618.
- Ostroff, C. (1992). The relationship between satisfaction, attitudes, and performance: an organizational level analysis. *Journal of Applied Psychology*, 77: 963–974.
- Togia, A., Koustelios, A. & Tsigilis, N. (2004). Job satisfaction among Greek librarians. *Library and Information Science Research*, 26(3): 373-383.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ «ΑΘΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ»
ΣΤΟ ΔΗΜΟ ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΩΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

Ρουσσέτι, Μ., Γραμματικόπουλος, Β. & Κουστέλιος, Α.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η οργάνωση των προγραμμάτων «Άθληση για Όλους» πραγματοποιείται από: α) τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, η οποία έχει την ευθύνη για τη δημιουργία του οργανωτικού τους πλαισίου, β) τους νομαρχιακούς υπεύθυνους που ενημερώνουν και συνεργάζονται με τους φορείς υλοποίησης και γ) τους Ο.Τ.Α. που τα υλοποιούν. Ο βαθμός εκπλήρωσης των στόχων ενός φορέα που οργανώνει και υλοποιεί αθλητικά προγράμματα μπορεί να αξιολογηθεί από τους προϋπολογισμούς, το χρονοδιάγραμμα, την ποικιλία προγραμμάτων, τα μέσα και τις εγκαταστάσεις, αλλά και από την αποτελεσματικότητα του προγράμματος (αξιολόγηση συμμετοχής, ικανοποίηση πολιτών, γνώμες, στάσεις, συμπεριφορές).

Η αξιολόγηση είναι ένας σημαντικός τρόπος για: α) να τεκμηριώσει ένας οργανισμός την αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων του (σημαντικό στοιχείο για την πραγματοποίησή της θεωρείται η αντίληψη που έχουν οι πελάτες γι' αυτά [Τζέτζης, 2000]), β) να εντοπίσει τα σημεία που χρειάζονται βελτιώσεις και γ) να προσφέρει τις απαραίτητες πληροφορίες για τη διεκδίκηση χρηματοδοτήσεων από χρηματοδότες (κράτος, Ευρωπαϊκή Ένωση, κλπ.), οι οποίοι απαιτούν αξιόπιστα στοιχεία από αντικειμενικές πηγές πληροφόρησης για την αξία της επένδυσης που πρόκειται να πραγματοποιήσουν (Stevenson, Florin, Mills & Andrade, 2002).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση των προγραμμάτων «Άθληση και Γυναίκα», «Άσκηση στην Τρίτη Ηλικία» και «Άσκηση Ενηλίκων» του Δήμου Αμπελοκήπων Θεσσαλονίκης.

Μεθοδολογία

Για την αξιολόγηση των παραπάνω προγραμμάτων επιλέχθηκε η μικτή μέθοδος αξιολόγησης, η οποία αποτελεί συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών τεχνικών (Frechtling, Sharp & Westat, 1997) και χρησιμοποιείται ευρέως στην εκπαίδευση (Stufflemean, 2001). Η μέθοδος αυτή θεωρείται έγκυρη πρόταση στη μεθοδολογία της αξιολόγησης διεθνώς, αλλά μέχρι σήμερα έχει εφαρμοστεί ελάχιστα στην Ελλάδα.

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 164 άτομα, 65.6% του συνόλου που συμμετείχαν στα προγράμματα «Άθληση για Όλους» που υλοποιήθηκαν από το Δήμο Αμπελοκήπων Θεσσαλονίκης, την περίοδο 2003 - 2004. Από αυτούς, οι 24 ήταν άνδρες και οι 140 γυναίκες. Η μέση ηλικία τους ήταν 45.3 έτη ($TA = 14.7$).

Όργανα μέτρησης

Ποιότητα υπηρεσιών: Για τη διερεύνηση της ποιότητας υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Ποιότητας Υπηρεσιών Αθλητισμού (Service Quality Scale) των Alexandris, Zaxariadis, Tsorbatzoudis & Grouios (2004).

Ικανοποίηση πελατών: Για τη διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Ικανοποίησης Πελατών (Customer Satisfaction Scale) των Alexandris, Papadopoulos, Palialia & Vasiliadis (1999).

Παρατήρηση: Για την αξιολόγηση της δουλειάς των γυμναστών του Δήμου που αποτελούσε το γενικό αντικείμενο αξιολόγησης, θα έπρεπε αρχικά να καθοριστούν τα κριτήρια (Γραμματικόπουλος, 2004;

Δημητρόπουλος, 2002). Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκε μία λίστα όπου καταγράφηκαν 5 κριτήρια αξιολόγησης.

Για την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ανάλυση συχνοτήτων, παραγοντική διερευνητική ανάλυση, καθώς και επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση.

Αποτελέσματα

Ποιότητα Υπηρεσιών. Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των παραγόντων του ερωτηματολογίου «Κλίμακα Ποιότητας Υπηρεσιών Αθλητισμού» (Service Quality Scale) των Alexandris et al. (2004). Όλες οι τιμές ήταν πάνω από την ενδιάμεση τιμή της κλίμακας (4), γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι αθλούμενοι αξιολογούν θετικά την ποιότητα των προγραμμάτων του Δήμου.

Πίνακας 1. Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις των παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών Αθλητισμού.

Παράγοντες ερωτηματολογίου	M.O.	T.A.
Ανταπόκριση	5.01	1.5
Προσδοκώμενα αποτελέσματα	6.21	.83
Προσωπικό	6.39	.79
Εγκαταστάσεις	4.83	1.3
Αξιοπιστία	6.34	.86

Ικανοποίηση πελατών. Στον πίνακα 2 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις των παραγόντων της «Κλίμακας Ικανοποίησης Πελατών» (Customer Satisfaction Scale) των Alexandris et al. (1999). Με βάση τις τιμές των παραγόντων της Κλίμακας θεωρείται ότι οι πελάτες έμειναν ικανοποιημένοι από τα συγκεκριμένα προγράμματα, αφού όλες οι τιμές ήταν αρκετά πάνω από την ενδιάμεση τιμή (3).

Πίνακας 2. Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις των παραγόντων της Κλίμακας Ικανοποίησης Πελατών.

Παράγοντες ερωτηματολογίου	M.O.	T.A.
Διανόηση	3.71	.92
Κοινωνικότητα	4.33	.66
Χαλάρωση	4.34	.59
Υγεία - Φυσική Κατάσταση	4.33	.69
Εγκαταστάσεις - Υπηρεσίες	3.51	1.13
Προσωπικό	4.64	.44

Στον πίνακα 3 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των κριτηρίων αντικειμένων αξιολόγησης. Όλες οι τιμές ήταν αρκετά πάνω από την ενδιάμεση τιμή (1.5).

Πίνακας 3. Μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις των κριτηρίων αξιολόγησης μέσω παρατήρησης.

Κριτήρια	M.O.	T.A.
Συνέπεια ωραρίου	1.59	.70
Γνώση αντικειμένου	1.81	.75
Ευγένεια, κοινωνικότητα	1.78	.63
Μεταδοτικότητα	2.00	.77
Εμφάνιση	1.84	.76

Συζήτηση

Στην κλίμακα ποιότητας υπηρεσιών, στην κλίμακα ικανοποίησης πελατών και στην παρατήρηση υπήρξαν κάποιοι κοινοί παράγοντες. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ο κοινός παράγοντας «προσωπικό» συγκέντρωσε υψηλές τιμές και στα θέματα που οι πελάτες εξέφρασαν τις αντιλήψεις τους (ποιότητα, ικανοποίηση) και στο κομμάτι της παρατήρησης που διεξήχθη από εξωτερικό παρατηρητή. Είναι σημαντικό, ότι με τη χρήση των 3 αυτών διαδικασιών επιβεβαιώνεται η ταύτιση των αποτελεσμάτων και ενισχύεται η εγκυρότητά τους. Αντίθετα, τις χαμηλότερες τιμές συγκέντρωσε ο κοινός παράγοντας «εγκαταστάσεις». Η αξιοπιστία της μικτής μεθόδου αξιολόγησης αναδεικνύεται και πάλι αφού τα αποτελέσματα συμπίπτουν και όταν οι πελάτες εκφράζουν αρνητικές αντιλήψεις. Η σύγκριση των συμπερασμάτων που αποκτήθηκαν από διαφορετικές διαδικασίες παρέχουν ένα πιο ισορροπημένο σύστημα ελέγχου.

Διαπιστώθηκε ότι ο παράγοντας της ποιότητας παρεχομένων υπηρεσιών «προσδοκώμενα αποτελέσματα» έχει κοινά στοιχεία με τους παράγοντες της ικανοποίησης πελατών «χαλάρωση», «κοινωνικότητα» και «υγεία - φυσική κατάσταση», οι τιμές των οποίων ήταν σχετικά υψηλές.

Παρατηρείται ότι έχουν εκπληρωθεί οι προσδοκίες των πελατών για τα αποτελέσματα της συμμετοχής τους, σε σχέση με την υγεία και τη φυσική και ψυχολογική τους κατάσταση. Αξιολογώντας παράλληλα τους προαναφερόμενους παράγοντες της ικανοποίησης, επιβεβαιώνονται αυτές οι προσδοκίες αφού οι πελάτες είναι αρκετά ικανοποιημένοι.

Κατά την αξιολόγηση δεν παρατηρήθηκαν αντικρουόμενα αποτελέσματα. Επιβεβαιώθηκε η ταύτιση των κοινών αποτελεσμάτων που η ταυτόχρονη μελέτη τους με τη χρήση ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων παρουσίασε μία πλούσια και αντιπροσωπευτική εικόνα των σκέψεων, των ανησυχιών και της εμπειρίας των πελατών. Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν τη χρηστικότητα της μικτής μεθόδου αξιολόγησης. Η χρήση οποιαδήποτε μονοδιάστατης αξιολόγησης θα είχε περιορίσει την μελέτη με τρόπον ώστε τα συμπεράσματα να μην ήταν ίσως τόσο αντιπροσωπευτικά. Αντίθετα, η ταυτόχρονη χρησιμοποίηση ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων για τη διαδικασία της αξιολόγησης των προγραμμάτων «Αθληση για Όλους» αποδείχθηκε ενδιαφέρουσα.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Papadopoulos, P., Palialia, E. & Vasiliadis, T. (1999). Customer satisfaction: a comparison between public and private sport and fitness clubs in Greece. *European Journal for Sport Management*, 6: 1-14.
- Alexandris, K., Zaxariadis, P., Tsorbatzoudis, C. & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4: 36-52.
- Γραμματικόπουλος, Β. (2004). *Αξιολόγηση καινοτόμων προγραμμάτων φυσικής αγωγής: εφαρμογή στο πρόγραμμα της Ολυμπιακής Παιδείας*. Δημοσίευτη διδακτορική διατριβή, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τ.Ε.Φ.Α.Α.
- Δημητρόπουλος, Ε. (2002). *Εκπαιδευτική αξιολόγηση: η αξιολόγηση της εκπαίδευσης και του εκπαιδευτικού έργου*. Αθήνα: Γρηγόρη.
- Frechtling, J., Sharp, L. & Westat. (1997). *User-friendly handbook for mixed method evaluations*. USA: National Science Foundation.
- Stevenson, J.F., Florin, P., Scott Mills, D. & Andrade, M. (2002). Building evaluation capacity in human service organizations: a case study. *Evaluation and Program Planning*, 25: 233-243
- Stufflemean, D.L. (2001). Evaluation model. *New Directions for Evaluation*, 89: 7-98.
- Τζέτζης, Γ. (2000). Οργάνωση και διοίκηση αθλητικών προγραμμάτων των Οργανισμών Τοπικής Αυτοδιοίκησης. *Πρακτικά από το 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών*. Αθήνα, Ελλάδα: Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.