



Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής
τόμος 8 (1), 1 - 9
Δημοσιεύτηκε: Σεπτέμβριος 30, 2011



Greek Society of Sport Management
Volume 8 (1), 1 - 9
Released: September 30, 2011

<http://www.elleda.gr/>

ISSN 1790-3041



Μέτρηση της Ποιότητας Υπηρεσιών ενός Φεστιβάλ Παραδοσιακών Χορών και Διερεύνηση της Σχέσης της με την Καταναλωτική Ανάμειξη

Παναγιώτα Μπαλάσκα¹, Στέλλα Δούκα¹, Σ., Κωνσταντίνος Αλεξανδρής¹, Τσιφτελίδου² Σ.

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

² Περιφέρεια Θεσσαλονίκης

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η ανάπτυξη ενός νέου μοντέλου αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών αναφορικά των φεστιβάλ παραδοσιακών χορών στη Ελλάδα και η διερεύνηση της δυνατότητας των διαστάσεων της νέας κλίμακας της ποιότητας υπηρεσιών, να προβλέψουν την καταναλωτική ανάμειξη των θεατών. Στην έρευνα συμμετείχαν 153 άτομα που συμμετείχαν σε φεστιβάλ παραδοσιακών χορών που διεξήχθη στην πόλη της Κατερίνης, ενώ συμπλήρωσαν αναφορικά της μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών μια νέα κλίμακα 30 θεμάτων η οποία προέκυψε από επιλογή θεμάτων των κλιμάκων Alexandris και συνεργατών (2004b) και Shonk και Chelladurai (2008). Αναφορικά της αξιολόγησης της ανάμειξης χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα των 3 διαστάσεων των Kyle, και συνεργατών (2004). Τα αποτελέσματα της έρευνας υποστήριξαν, ότι μετά την εφαρμογή παραγοντικής ανάλυσης στα νέα 30 θέματα που αναφέρονται στην ποιότητα των υπηρεσιών, την ύπαρξη πέντε διαστάσεων (Εγκαταστάσεις, Πρόγραμμα, Κόστος, Προσδοκώμενα Αποτελέσματα και Προσβασιμότητα). Η εφαρμογή της μεθόδου της ανάλυσης παλινδρόμησης απέδειξε ότι οι τρεις διαστάσεις της Ανάμειξης προβλέπονται σε σημαντικό βαθμό ($p < .01$) από τις νέες διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών. Οι πρακτικές εφαρμογές των ανωτέρω αποτελεσμάτων συζητούνται εκτενώς.

Λέξεις κλειδιά: φεστιβάλ παραδοσιακών χορών, ποιότητα υπηρεσιών, καταναλωτική ανάμειξη

Διεύθυνση επικοινωνίας: Παναγιώτα Μπαλάσκα, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, e - mail: pmpalask@phed.auth.gr

Measuring Service Quality in a Traditional Dance Festival and Exploring its Relationship with Consumer Involvement

P. Balaska¹, S. Douka¹, K. Alexandris¹, S, Tsiftelidou²

¹Aristotle University of Thessaloniki, Department of Physical Education and Sports

²Region of Central Macedonia, Thessaloniki

Abstract

This paper aimed to develop a model for evaluating service quality in the context of a traditional dance festival. Furthermore, the study aimed to explore if the service quality dimensions can predict spectators' involvement with the event. One hundred and fifty three spectators of a dance festival that took place in Katerini participated in the study and filled a new service quality scale with 30 items. This scale was developed based on Alexandris et al.'s (2004) and Shonk and Chelladurai's (2008). Leisure involvement was measured with the three dimensional scale of Kyle et al. (2004). The results of the exploratory factor analysis revealed five dimensions (Facilities, program, cost, outcomes, and accessibility). The results of the regression analysis indicated that the three dimensions of involvement were significantly predicted ($p < .01$) from the dimensions of service quality. The practical implications of these results are discussed. Key words: traditional dance festival, service quality, consumer involvement

Εισαγωγή

Υποστηρίζεται σήμερα ότι οι αθλητικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις και τα φεστιβάλ συνοδεύονται από οικονομικά, πολιτιστικά και κοινωνικά οφέλη για τις πόλεις και τις ευρύτερες περιοχές όπου λαμβάνουν χώρα (Getz, 2008; Lim & Lee, 2006; Mules & Dwyer, 2006). Η έννοια του «φεστιβαλικού τουρισμού» (festival tourism) έχει προστεθεί τα τελευταία χρόνια στο λεξικό των «τουριστικών όρων», και αναφέρεται ως η επίσκεψη σε ένα μέρος, με βασικό κίνητρο την παρακολούθηση φεστιβάλ ή εκδηλώσεων. Η επίσκεψη αυτή μπορεί να συνοδεύεται από διαμονή στην περιοχή όπου πραγματοποιείται το φεστιβάλ / εκδήλωση (Arnold, 2000; O'Sullivan & Jackson, 2002; Robinson et al., 2004).

Σύμφωνα με τους O'Sullivan και Jackson (2002), βασικός παράγοντας για την ανάπτυξη του φεστιβαλικού τουρισμού είναι η αποκόμιση θετικής εμπειρίας για τον θεατή. Απαραίτητη προϋπόθεση για την θετική αυτή εμπειρία είναι η επιλογή μιας καλής τοποθεσίας για την διεξαγωγή του φεστιβάλ, ο σχεδιασμός ενός ελκυστικού προγράμματος, αλλά και οι καλές εγκαταστάσεις και συνοδευτικές υπηρεσίες για τον επισκέπτη. Ενώ υπάρχουν αρκετές δημοσιευμένες έρευνες και θεωρητικά μοντέλα για τη μελέτη της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών στο χώρο του αθλητισμού και της αναψυχής (π.χ., Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis & Grouios, 2004; Kouthouris & Alexandris, 2005; Ko & Pastore, 2004; Thwaites & Chadwick, 2005), οι προσπάθειες για την ανάπτυξη ενός μοντέλου μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών σε πολιτιστικά φεστιβάλ είναι ακόμη περιορισμένες (Shonk & Chelladurai, 2008; Quinn, 2006).

Η Ελλάδα είναι από τις πρώτες ευρωπαϊκές χώρες στην ενασχόληση με τον παραδοσιακό χορό, με πάνω από 600.000 άτομα που ασχολούνται συστηματικά, συμμετέχοντας σε συλλόγους και σωματεία παραδοσιακών χορών (IDC, 2006). Κάθε χρόνο πραγματοποιούνται σε όλη την Ελλάδα δεκάδες παραστάσεις, χορευτικές βραδιές, πανηγύρια, εκθέσεις, φεστιβάλ και κάθε είδους εκδήλωση, με μεγάλη συμμετοχή του κοινού (Παράδοση και Τέχνη-Χορός, 2008). Τα φεστιβάλ παραδοσιακών χορών στην Ελλάδα έχουν μεγάλη ανταπόκριση και απήχηση στους πολίτες, λόγω των ισχυρών δεσμών τους με την παράδοση και την κουλτούρα της περιοχής από όπου κατάγονται (IDC, 2006). Η έρευνα όμως σε θέματα καταναλωτικής συμπεριφοράς στον χώρο των θεατών αυτών των φεστιβάλ είναι περιορισμένη στην Ελλάδα. Οι προγενέστερες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν στον χώρο αυτό είχαν ως αντικείμενο τη μελέτη φυσιολογικών χαρακτηριστικών των χορευτών (Πίτσι, Σμήλιο, Τοκμακίδης, Σερμπέζης & Γουλιμάρης, 2008), την ρυθμοκινητική ανάλυση και τα εθνογραφικά στοιχεία (Παπακώστας, Πραντσιδής & Πολλάτου, 2006) και την επίδραση των ανασταλτικών παραγόντων στην ανάμειξη των θεατών (Θεοδωράκης, Αλεξανδρής, Πανοπούλου & Βλαχόπουλος, 2008). Η ποιότητα των υπηρεσιών αποδεδειγμένα σχετίζεται θετικά με τις καταναλωτικές στάσεις, όπως την αφοσίωση, την ψυχολογική δέσμευση και την καταναλωτική ανάμειξη (Alexandris, Douka & Balaska, 2011; in press; Howat, Crilley & McGrath, 2010). Η σημασία της παρούσης έρευνας εστιάζεται στο ότι η αντίληψη των απόμων για την ποιότητα των υπηρεσιών ενός φεστιβάλ παραδοσιακών χορών και η αντίστοιχη ανάπτυξη θετικών καταναλωτικών στάσεων δεν έχει ακόμη διερευνηθεί στην Ελλάδα. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν: 1) η αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών ενός φεστιβάλ παραδοσιακών χορών, με την ανάπτυξη ενός προκαταρκτικού μοντέλου μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών 2) η διερεύνηση της σχέσης ανάμεσα στην αντίληψη των θεατών για την ποιότητα και την ανάπτυξη θετικών καταναλωτικών στάσεων.

Ποιότητα Υπηρεσιών στις Υπηρεσίες Αναψυχής

Σύμφωνα με τους MacKay και Crompton (σελ.46, 1988), ως ποιότητα υπηρεσιών ορίζεται «η διαφορά μεταξύ του τι αναμένεται από τις υπηρεσίες που παρέχονται και πώς τελικά τις αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής». Η πλειοψηφία των ερευνών για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών αναψυχής χρησιμοποίησε το μοντέλο SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ως αφετηρία, το οποίο προσάρμοσαν ανάλογα με το πεδίο εφαρμογής της μελέτης. Υπάρχουν σήμερα αναλυτικές ανασκοπικές έρευνες στο χώρο της αναψυχής, οι οποίες παρουσιάζουν αναλυτικά τα προσαρμοσμένα μοντέλα της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών σε κάθε πεδίο έρευνας (βλέπε Howat et al., 2010; Theodorakis & Alexandris, 2010; Yi-De, Taylor & Shibli, 2009).

Στον παρόν άρθρο θα παρουσιαστούν μόνο τα μοντέλα των Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis & Grouios (2004b) και Shonk & Chelladurai (2008), τα οποία χρησιμοποιήθηκαν ως βάση για την ανάπτυξη του ερωτηματολογίου για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών του φεστιβάλ της παρούσας έρευνας. Το μοντέλο των Alexandris et al., (2004b) είναι ένα από τα πιο ευρέως χρησιμοποιούμενα μοντέλα για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών αναψυχής στην Ελλάδα. Προτείνει τις ακόλουθες πέντε διαστάσεις: Εγκαταστάσεις: αναφέρεται στην ποιότητα των εγκαταστάσεων, του εξοπλισμού και γενικότερα του

χώρου όπου παρέχεται η υπηρεσία. Προσωπικό: αφορά τη γνώση και εμπειρία του προσωπικού (διοικητικούς, εκπαιδευτές, δασκάλους), καθώς και την επαγγελματική προσέγγισή τους. Ανταπόκριση: σχετίζεται με το βαθμό στον οποίο οι ατομικές ανάγκες των πελατών ικανοποιούνται, όπως η άμεση αντιμετώπιση κάποιου προβλήματος ή μιας καταγγελίας. Αξιοπιστία: αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο η διοίκηση του οργανισμού παρέχει ό,τι έχει υποσχεθεί, όπως η τήρηση του χρονοδιαγράμματος, η παροχή ασφαλούς περιβάλλοντος για αναψυχή και ποιότητα των προγραμμάτων. Αποτέλεσμα: αναφέρεται σε αυτό που τελικά έχει αποκομίσει ο πελάτης αφού έχει κάνει χρήση της υπηρεσίας. Η διάσταση αυτή έχει αποδειχθεί ως η πιο σημαντική για την ανάπτυξη θετικών καταναλωτικών προθέσεων (Alexandris et al., 2004a, b; Howat et al., 2010). Το μοντέλο των Alexandris, et al. (2004b) έχει εφαρμοσθεί και δοκιμασθεί σε μια σειρά ερευνών (π.χ., Alexandris, Douka, Papadopoulos & Kaltsatou, 2008; Theodorakis, Tsigilis & Alexandris, 2009), και έχει κριθεί ως έγκυρο και αξιόπιστο για την αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών στο χώρο της αναψυχής.

Το μοντέλο των Shonk & Chelladurai, (2008) έχει προταθεί συγκεκριμένα για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών μεγάλων αθλητικών εκδηλώσεων. Αποτελείται από τέσσερις διαστάσεις: α) την ποιότητα της Πρόσβασης, στον προορισμό ή στον τόπο διεξαγωγής της εκδήλωσης, όπως οδικό δίκτυο, χώρος στάθμευσης, μέσα μαζικής μεταφοράς κ.α. β) την ποιότητα του Καταλύματος, στο χώρο διαμονής και τη γενικότερη κτιριακή υποδομή όπως ξενοδοχεία ενοικιαζόμενα δωμάτια κ.α. γ) την ποιότητα στο Χώρο, όπου αναφέρεται στην ποιότητα της εγκατάστασης που φιλοξενείται η εκδήλωση, και στην σχέση της ποιότητας με την αξία και το κόστος, και τέλος δ) στην ποιότητα του Προγράμματος, όπου αναφέρεται στο επίπεδο και στην ποικιλία των συμμετεχόντων (π.χ., αθλητές, χορευτές κτλ). Είναι φανερό ότι το μοντέλο των Shonk & Chelladurai (2008) είναι εφαρμόσιμο κυρίως σε μεγάλες εκδηλώσεις, καθώς προϋποθέτει την διαμονή των επισκεπτών και την αξιολόγηση του καταλύματος. Είναι ακόμη σε προκαταρκτικό στάδιο και απαιτεί περαιτέρω έλεγχο της εγκυρότητας και αξιοπιστίας του, καθώς οι εμπειρικές μελέτες που το έχουν εφαρμόσει είναι ακόμη περιορισμένες (Dwyer & Fredline, 2008).

Καταναλωτική Ανάμειξη

Η ανάμειξη έχει συμπεριληφθεί στο μοντέλο λήψης απόφασης των Iwasaki & Havitz, (2004), ως παράγοντας που μπορεί να προβλέψει την καταναλωτική συμπεριφορά και τις καταναλωτικές προτιμήσεις. Σύμφωνα με τους Kyle και Chick (2004), η ανάμειξη στο χώρο της αναψυχής ορίζεται από την προσωπική σύνδεση που δημιουργεί το άτομο με την δραστηριότητα και τον βαθμό που εκφράζεται και επικοινωνεί μέσα από την συμμετοχή σε αυτή. Μία δραστηριότητα θεωρείται σημαντική για το άτομο και σχετική με αυτό, όταν οι στόχοι του, οι αξίες και τα ενδιαφέροντά του «σχετίζονται» με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της δραστηριότητας που συμμετέχει (Celci & Olson, 1998). Το πιο ευρέως διαδεδομένο μοντέλο αναπτύχθηκε από τους Kyle, Graefe, Manning & Bacon (2004 a, b), το οποίο περιλαμβάνει τρεις διαστάσεις: την Έλξη, όπου αναφέρεται στην ευχαρίστηση που αντλεί το άτομο συμμετέχοντας σε μία δραστηριότητα αναψυχής, αλλά και στο πόσο σημαντική είναι η δραστηριότητα αυτή για το άτομο, την Κεντρικότητα που αναφέρεται στο ρόλο που κατέχει η δραστηριότητα στη ζωή του ατόμου, και τέλος την Αυτο-έκφραση, που δηλώνει τη δυνατότητα επιβεβαίωσης του ατόμου μέσα από τη συμμετοχή του σε μία δραστηριότητα αναψυχής και στην εικόνα που επιθυμεί να προβάλλει στους άλλους μέσα από τη συμμετοχή του αυτή. Το μοντέλο των τριών διαστάσεων της Ανάμειξης έχει εφαρμοστεί ευρέως στον χώρο της αναψυχής και του τουρισμού (Alexandris et al., 2008; Gursoy & Gavcar, 2003; Kyle, Absher, & Graefe, 2003; Kyle & Chick, 2004; Kyle, et al., 2004). Η δομική εγκυρότητα και αξιοπιστία του στην Ελλάδα έχει ελεγχθεί από τους Θεοδωράκη, Πανοπούλου και Βλαχόπουλο (2007), με την εφαρμογή του σε συμμετέχοντες σε προγράμματα παραδοσιακών χορών. Το μοντέλο αυτό δεν έχει εφαρμοστεί σε θεατές φεστιβάλ παραδοσιακών χορών στην Ελλάδα.

Σχέση μεταξύ Ποιότητας Υπηρεσιών και Καταναλωτικής Ανάμειξης

Σε πρόσφατη έρευνα των Alexandris et al. (2011, in press) υποστηρίζεται ότι η ποιότητα των υπηρεσιών συνεισφέρει στην ανάπτυξη της καταναλωτικής ανάμειξης σε συμμετέχοντες σε προγράμματα αναψυχής. Η σχέση ανάμεσα στην ποιότητα υπηρεσιών και την καταναλωτική ανάμειξη μπορεί να εξηγηθεί από την θεωρητική ανάλυση της έννοιας τριών διαφορετικών διαστάσεων της ανάμειξης. Η Έλξη αναφέρεται στην ευχαρίστηση που αντλεί το άτομο συμμετέχοντας σε μία δραστηριότητα αναψυχής. Συνεπώς, όταν οι θεατές είναι ικανοποιημένοι από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, τότε αυξάνεται και η έλξη τους προς την δραστηριότητα, καθώς νιώθουν ευχαρίστηση και διασκεδάζουν από αυτή την συμμετοχή (Ko, Kim, Kim, Lee, 2010; McGinnis, Gentry & Gao, 2008; McIntyre & Pigram, 1992). Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών μπορεί επίσης να επηρεάσει την

Αυτό-έκφραση του συμμετέχοντα, καθώς η δραστηριότητα κατέχει ένα συμβολικό νόημα για το άτομο, το οποίο μέσα από την συμμετοχή του βιώνει την επιβεβαίωση και την ολοκλήρωση της εικόνας του προς το κοινωνικό περιβάλλον. Έχει προταθεί ότι οι καταναλωτές τείνουν να ταυτιστούν με «ποιοτικά» προϊόντα που έχουν κύρος, δυνατή επωνυμία, καλή εικόνα και κοινωνική αποδοχή (Alexandris et al., 2008; Piacentini & Mailer, 2004; Wattanasuwan, 2005). Επίσης η ποιότητα των υπηρεσιών επηρεάζει επίσης και τη διάσταση της Κεντρικότητας, η οποία αναφέρεται στο ρόλο που κατέχει η όποια δραστηριότητα στη ζωή του ατόμου και ειδικότερα στη συνειδητοποίηση της σημασίας που έχει η δραστηριότητα για το άτομο σε σχέση με το κοινωνικό περιβάλλον (Iwasaki & Havitz, 2004).

Αντικειμενικοί στόχοι της έρευνας

- Η αντίληψη για την ποιότητας των υπηρεσιών των θεατών του φεστιβάλ επηρεάζει θετικά την ανάπτυξη της διάστασης «Έλξη» της Καταναλωτικής Ανάμειξης
- Η αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών των θεατών του φεστιβάλ επηρεάζει θετικά την ανάπτυξη της διάστασης «Κεντρικότητα» της Καταναλωτικής Ανάμειξης
- Η αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών των θεατών του φεστιβάλ επηρεάζει θετικά την ανάπτυξη της διάστασης «Αυτό-έκφραση» της Καταναλωτικής Ανάμειξης

Μεθοδολογία

Συμμετέχοντες

Στην έρευνα συμμετείχαν οι θεατές ενός φεστιβάλ παραδοσιακών χορών που διεξήχθη στην πόλη της Κατερίνης του Ν. Πιερίας. Αναλυτικότερα, από τους 153 θεατές, οι γυναίκες ήταν το 66% (101) και οι άνδρες το 34% (52). Ως προς την ηλικία, η ομάδα 20-30 ετών ήταν η πολυπληθέστερη ηλικιακή υποομάδα με ποσοστό 39%. Ως προς την εκπαίδευση των συμμετεχόντων, οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ήταν πλειοψηφία στο δείγμα, με ποσοστό 43%. Όλα τα δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος παρουσιάζονται στους Πίνακες 1 α, β.

Πίνακας 1α. Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος

Φύλο		Ηλικία		
Γυναίκες	66% (n=103)	20-30	39.2%	(n=60)
Άνδρες	34% (n=52)	31-40	9.2%	(n=14)
		41-50	17.6%	(n=27)
		51-60	11.1%	(n=17)
		61>	2.6%	(n=4)
		Δεν απάντησε	20.3%	(n=31)

Πίνακας 1β. Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Οικογενειακή Κατάσταση		Μορφωτικό επίπεδο		Επαγγελματική κατάσταση	
Άγαμοι	49.7% (n=76)	Απόφοιτος Δημοτικού	3.9% (n=6)	Φοιτητής	15% (n=23)
Έγγαμοι	40.4% (n=62)	Απόφ. Γυμνασίου/Λυκείου	43.8% (n=67)	Ιδιωτικός Υπάλληλος	16% (n=25)
Διαζευγμένοι	0.7% (n=1)	ΙΕΚ	8.5% (n=13)	Δημόσιος Υπάλληλος	17% (n=26)
Δεν απάντησε	9.2% (n=14)	ΑΕΙ	32.7% (n=50)	Επιχειρηματίας	8.8% (n=13)
		Κάτοχος Μεταπτυχιακού	4.6% (n=7)	Άνεργος	2% (n=3)
		Δεν απάντησε	6.5% (n=10)	Νοικοκυρά	9.8% (n=15)
				Άλλο Επάγγελμα	20.9% (n=32)
				Δεν απάντησε	10.5% (n=16)

Όργανα μέτρησης

Κλίμακα Ποιότητας Παρεχόμενων Υπηρεσιών. Τα θέματα για την ανάπτυξη του ερωτηματολογίου για την αξιολόγηση της ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών του φεστιβάλ προήρθαν από τα ερωτηματολόγια των Alexandris et al. (2004b) και Shonk & Chelladurai (2008). Έγινε αρχικά μια λίστα 40 θεμάτων, τα οποία μετά από μια κριτική ανάλυση από τους συγγραφείς της έρευνας και τους διοργανωτές του φεστιβάλ περιορίστηκαν στα 30. Στόχος ήταν να αναπτυχθεί ένα ερωτηματολόγιο όσο το δυνατόν πιο σύντομο, προκειμένου να επιτευχθεί ένας καλός βαθμός ανταπόκρισης των συμμετεχόντων στην έρευνα, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες και της δυσκολίες της συλλογής των ερωτηματολογίων κατά την διάρκεια του φεστιβάλ. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert, από Διαφωνώ Απόλυτα (1) έως Συμφωνώ Απόλυτα (7).

Καταναλωτική Ανάμειξη. Για την αξιολόγηση της ανάμειξης χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2004), που περιλαμβάνει τρεις διαστάσεις: 1) Έλξη, 2) Κεντρικότητα και 3) Αυτό-έκφραση. Οι απαντήσεις δόθηκαν σε 7-βάθμια κλίμακα τύπου Likert, από Διαφωνώ Απόλυτα (1) έως Συμφωνώ Απόλυτα (7).

Αποτελέσματα

Παραγοντική ανάλυση για την αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών

Μετά την επιλογή των 30 θεμάτων τα οποία προήλθαν από ένωση επιλεγμένων θεμάτων των ερωτηματολογίων Alexandris και συνεργατών (2004b) και Shonk και Chelladurai (2008), πραγματοποιήθηκε παραγοντική ανάλυση με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis). Στη συνέχεια, ακολουθήθηκε ορθογώνια (Varimax) περιστροφή των αξόνων, όπου ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1.00. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης προέκυψαν 5 διαστάσεις, με ιδιοτιμή μεγαλύτερη από 1.0 (Πίνακας 2). Οι πέντε αυτές διαστάσεις εξηγούνε το 74% της συνολικής διακύμανσης. Επτά θέματα δεν παρουσίασαν υψηλές φορτίσεις (>.30) σε κανένα παράγοντα, ενώ αλλά δύο είχαν υψηλές διπλοφορτίσεις. Τα εννιά αυτά θέματα διαγράφηκαν. Οι πέντε παράγοντες, οι οποίοι προέκυψαν είναι οι ακόλουθοι:

- Εγκαταστάσεις: 6 θέματα φόρτισαν σε αυτήν την διάσταση, η οποία αφορά την ποιότητα των εγκαταστάσεων, στις οποίες το φεστιβάλ έλαβε χώρα.

- Πρόγραμμα: 5 θέματα φόρτωσαν σε αυτήν την διάσταση, τα οποία σχετίζονται με τα χορευτικά συγκροτήματα και το πρόγραμμα του φεστιβάλ.

- Κόστος: 4 θέματα φόρτωσαν στην συγκεκριμένη διάσταση, τα οποία σχετίζονται με τις εκτιμήσεις των θεατών ως προς το κόστος για την παρακολούθηση του φεστιβάλ και την κατανάλωση συνοδευτικών προϊόντων σε συνάρτηση με τα οφέλη.

- Προσδοκώμενα Αποτελέσματα: 3 θέματα φόρτωσαν στην διάσταση αυτή, τα οποία σχετίζονται με την ικανοποίηση των προσωπικών προσδοκιών των θεατών.

- Προσβασιμότητα: 3 θέματα φόρτωσαν στην συγκεκριμένη διάσταση, τα οποία σχετίζονται με την ευκολία πρόσβασης στην περιοχή στην οποία το φεστιβάλ έλαβε χώρα.

Αναλυτικά οι παράγοντες και οι φορτίσεις των θεμάτων σε αυτές παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.

Αξιοπιστία των παραγόντων της νέας κλίμακας της ποιότητας υπηρεσιών

Η εσωτερική συνοχή των υπο-κλιμάκων εξετάστηκε με βάση τις τιμές του δείκτη Cronbach α. Όλοι οι παράγοντες παρουσίασαν υψηλό βαθμό εσωτερικής συνοχής (>.70 και άνω). Οι τιμές alpha, οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των υπο-κλιμάκων παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 2.

Μέσοι όροι και Αξιοπιστία των διαστάσεων της Ανάμειξης

Η εσωτερική συνοχή για τις διαστάσεις της Ανάμειξης εξετάστηκε με βάση τον δείκτη α του Cronbach. Όλοι οι παράγοντες παρουσίασαν υψηλό βαθμό εσωτερικής συνοχής (από .87 έως .92). Η διάσταση Έλξη (MO=5.35) σημείωσε τον υψηλότερο μέσο όρο ενώ η διάσταση Κεντρικότητα (MO=4.83) τον χαμηλότερο (Πίνακας 3).

Πρόβλεψη της Ανάμειξης από τους παράγοντες της Ποιότητας Υπηρεσιών

Για την πρόβλεψη της ανάμειξης των θεατών από τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών και των έλεγχου των τριών ερευνητικών υποθέσεων έγιναν τρεις αναλύσεις παλινδρόμησης, με τις 3 διαστάσεις της

Ανάμειξης ως εξαρτημένες μεταβλητές και τις πέντε διαστάσεις της Ποιότητας Υπηρεσιών ως ανεξάρτητες.

α) Στην πρόβλεψη της διάστασης Έλξη ($F=18.7$, $p<.001$, $R^2=.40$), στατιστικά σημαντική συνεισφορά είχαν οι παράγοντες: «Εγκαταστάσεις» ($t=2.4$, $p<.05$), «Πρόγραμμα» ($t=2.4$, $p<.05$) και «Κόστος» ($t=2.2$, $p<.005$) (Πίνακας 4).

β) Στην πρόβλεψη της διάστασης Κεντρικότητα ($F=10.2$, $p<.001$, $R^2=.27$), στατιστικά σημαντική συνεισφορά είχαν οι παράγοντες: «Εγκαταστάσεις» ($t=3.8$, $p<.001$) και «Προσβασιμότητα» ($t=2.9$, $p<.005$) (Πίνακας 5).

γ) Στην πρόβλεψη της διάστασης Αυτό-έκφραση ($F=21.0$, $p<.001$, $R^2=.43$) στατιστικά σημαντική συνεισφορά είχαν οι παράγοντες «Εγκαταστάσεις» ($t=2.8$, $p<.005$) και «Προσβασιμότητα» ($t=3.5$, $p<.001$) (Πίνακας 6).

Συζήτηση

Στην παρούσα έρευνα αναπτύχθηκε ένα μοντέλο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών ενός φεστιβάλ παραδοσιακών χορών και μελετήθηκε κατά πόσο η αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να προβλέψει την ανάπτυξη καταναλωτικής ανάμειξης ενώ και οι τρεις αντικειμενικοί στόχοι υποστηρίχθηκαν από τα αποτελέσματα των αναλύσεων παλινδρόμησης.

Ως προς την αξιολόγηση της ποιότητας, η παραγοντική ανάλυση ανέδειξε την ύπαρξη πέντε διαστάσεων, δύο από τις οποίες (εγκαταστάσεις και προσδοκώμενα αποτελέσματα) είναι κοινές με το μοντέλο των Alexandris et al., (2004), ενώ οι άλλες τρεις (προσβασιμότητα, κόστος και πρόγραμμα) είναι παρόμοιες με αντίστοιχες, οι οποίες περιλαμβάνονται στο μοντέλο των Shonk & Chelladurai (2008). Το μοντέλο των πέντε διαστάσεων, που προτείνεται στην παρούσα έρευνα, αποτελεί ένα πρώτο βήμα για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών φεστιβάλ και μικρών εκδηλώσεων. Θα πρέπει να τονιστεί πως οι ερωτήσεις οι οποίες σχετιζόνταν με τη μέτρηση της ποιότητας των καταλυμάτων δεν φόρτωσαν σε καμία διάσταση, καθώς ένας μεγάλος αριθμός των θεατών ήταν απλοί επισκέπτες, οι οποίοι δεν διανυκτέρευσαν στην πόλη διεξαγωγής του φεστιβάλ. Αυτό είναι ένα σημαντικό θέμα το οποίο θα πρέπει να προβληματίσει τους διοργανωτές του φεστιβάλ και την τοπική αναπτυξιακή τουριστική εταιρία. Θα πρέπει να δίνονται κίνητρα στους επισκέπτες των φεστιβάλ προκειμένου να κάνουν τουλάχιστον μία διανυκτέρευση στην περιοχή, έτσι ώστε να πολλαπλασιαστούν τα οικονομικά οφέλη για την περιοχή. Η διανυκτέρευση συνοδεύεται από έξοδα διαμονής, φαγητού, διασκέδασης κτλ., τα οποία θα ενισχύσουν την τοπική κοινωνία. Για να γίνει κάτι τέτοιο είναι όμως απαραίτητος ο σχεδιασμός ενός ολοκληρωμένου πακέτου διασκέδασης και αναψυχής για τους επισκέπτες, βασικό κομμάτι του οποίου θα είναι το φεστιβάλ, το οποίο όμως θα πρέπει να συνοδεύεται και από παράπλευρες εκδηλώσεις προκειμένου να δοθούν στους επισκέπτες κίνητρα διαμονής στην περιοχή.

Ως προς τους μέσους όρους των πέντε διαστάσεων της ποιότητας, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η διάσταση «Εγκαταστάσεις» είχε τον χαμηλότερο μέσο όρο (4.76), ακολουθημένοι από την διάσταση «Κόστος» (4.92). Ο χαμηλός μέσος όρος της διάστασης εγκαταστάσεις οφείλεται στην φύση των συγκεκριμένων τοπικών φεστιβάλ, τα οποία διεξάγονται συνήθως σε ανοιχτούς υπαίθριους χώρους και θερινά θέατρα, τα οποία είναι δημοτικά ή δημόσια, και η ποιότητα των εγκαταστάσεων τους δεν είναι συνήθως πολύ υψηλή. Οι θεατές αυτών των φεστιβάλ όμως, όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, γίνονται όλο και πιο απαιτητικοί και είναι απαραίτητη η αναβάθμιση των εγκαταστάσεων οι οποίες χρησιμοποιούνται. Το χαμηλό σκορ της διάστασης «Κόστος», οφείλεται προφανώς στην παρούσα οικονομική κρίση, η οποία οδηγεί σήμερα τους καταναλωτές υπηρεσιών αναψυχής και τους τουρίστες σε μια ορθολογιστική αξιολόγηση της σχέσης ποιότητας προς κόστος σε κάθε τους επιλογή. Είναι ενθαρρυντικό ότι οι θεατές του φεστιβάλ έδωσαν υψηλά σκορ στην διάσταση «Προσδοκώμενα Αποτελέσματα», το οποίο δείχνει ότι οι προσδοκίες τους από την παρακολούθηση του φεστιβάλ ως προς την διασκέδαση, εκπαίδευση και αναψυχή ικανοποιήθηκαν σε μεγάλο βαθμό. Αυτό είναι θετικό και δείχνει το σημαντικό έργο που προσφέρουν οι τοπικοί πολιτιστικοί φορείς, σύλλογοι και σωματεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, τα οποία διοργανώνουν τα φεστιβάλ, έστω και με χαμηλούς συνήθως προϋπολογισμούς. Τέλος, το υψηλό σκορ στην διάσταση «Προσβασιμότητα» οφείλεται στο γεγονός ότι το φεστιβάλ έλαβε χώρα μέσα στην πόλη της Κατερίνης, η πρόσβαση στην οποία σήμερα είναι εύκολη.

Ως προς την καταναλωτική ανάμειξη, οι θεατές σημείωσαν υψηλότερα σκορ στις διαστάσεις «Έλξη» και «Αυτό-έκφραση» και μικρότερο σκορ στη διάσταση «Κεντρικότητα». Όπως προαναφέρθηκε, η ανάμειξη ορίζεται από την «προσωπική σύνδεση» που δημιουργεί το άτομο με την δραστηριότητα και

τον βαθμό που εκφράζεται και επικοινωνεί μέσα από αυτή την συμμετοχή (Kyle & Chick, 2004). Ειδικότερα, η διάσταση «Έλξη» αναφέρεται στην ευχαρίστηση που αντλεί το άτομο συμμετέχοντας σε μία δραστηριότητα αναψυχής, αλλά και στο πόσο σημαντική είναι η δραστηριότητα αυτή για το άτομο (Kyle & Chick, 2004). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι θεατές του φεστιβάλ έχουν έντονο ενδιαφέρον για τα πολιτιστικά φεστιβάλ και τα θεωρούν ως σημαντικό κομμάτι της αναψυχής τους. Είναι φανερό ότι η θετική εμπειρία από την παρακολούθηση του φεστιβάλ είναι απαραίτητη προϋπόθεση προκειμένου να αναπτυχθεί αυτήν η διάσταση (Kyle & Chick, 2004; Kyle et al., 2003). Συνεπώς, οι διοργανωτές των φεστιβάλ θα πρέπει να αποβλέπουν στον να παρέχουν μια συνολικά θετική εμπειρία στους θεατές, με το κύριο πρόγραμμα του φεστιβάλ αλλά και τις συνοδευτικές υπηρεσίες και εκδηλώσεις. Η διάσταση της «Αυτό-έκφρασης» αναφέρεται στον συμβολικό χαρακτήρα της συμμετοχής μέσα από την οποία βιώνεται η επιβεβαίωση και η ολοκλήρωση της εικόνας προς το κοινωνικό περιβάλλον, εκφράζοντας προσωπικές σκέψεις και πεποιθήσεις (Kyle, et al. 2003). Οι θεατές, μέσα από την παρακολούθηση του φεστιβάλ, υποστηρίζεται ότι «συμμετέχουν» σε μια εκδήλωση με έμφαση στις παραδόσεις, την κουλτούρα, τα ήθη και τα έθιμα, τα οποία είναι πολύ ισχυρά λόγω βιωματικών εμπειριών» των συμμετεχόντων. Η διατήρηση και προώθηση της παράδοσης μέσω των φεστιβάλ θα πρέπει να αποτελεί βασική στρατηγική των διοργανωτών των φεστιβάλ, όπως και η ταύτιση των θεατών με τα θέματα του φεστιβάλ.

Ως προς την δυνατότητα πρόβλεψης της ανάμειξης από τις διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών, τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν τις ερευνητικές μας υποθέσεις, καθώς οι διαστάσεις της Ποιότητας Υπηρεσιών προέβλεψαν και τις τρεις διαστάσεις της Ανάμειξης. Συγκεκριμένα, η διάσταση «Εγκαταστάσεις» συμμετείχε στην πρόβλεψη και των τριών διαστάσεων της Ανάμειξης, η διάσταση «Προσβασιμότητα» στην πρόβλεψη των διαστάσεων της «Κεντρικότητας» και «Αυτό-έκφρασης», και οι διαστάσεις «Πρόγραμμα» και «Κόστος» στην πρόβλεψη της διάστασης της «Έλξης». Τα αποτελέσματα αυτά προτείνουν, ότι οι διοργανωτές των τοπικών παραδοσιακών φεστιβάλ και εκδηλώσεων θα πρέπει να αρχίσουν να επενδύουν στην συνολική ποιότητα των φεστιβάλ, καθώς κάτι τέτοιο θα συνεισφέρει στην ανάπτυξη θετικών καταναλωτικών στάσεων. Όπως συζητήθηκε στην ανασκοπική ενότητα του άρθρου, η καταναλωτική ανάμειξη συνοδεύεται από θετική πρόθεση για επαναλαμβανόμενη επίσκεψη και φυσικά καταναλωτική αφοσίωση (Moutinho, 2001; O'Sullivan & Jackson, 2002). Ο επαναλαμβανόμενος τουρισμός είναι σήμερα ζητούμενο προκειμένου να υπάρξει βιώσιμη τοπική τουριστική ανάπτυξη. Έχει επίσης προταθεί ότι θετική αποτίμηση για την ποιότητα των υπηρεσιών παραδοσιακών φεστιβάλ και υψηλή ανάμειξη προς αυτά, συνοδεύεται από την ανάπτυξη θετικής εικόνας για την περιοχή στην οποία πραγματοποιείται το φεστιβάλ, κάτι το οποίο είναι πάντα ζητούμενο για την τοπική τουριστική ανάπτυξη (Lee, 2009; Quinn, 2006).

Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντικές Έρευνες

Το μικρό δείγμα της έρευνας δεν επιτρέπει γενικεύσεις και τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να θεωρηθούν μόνο ως ενδεικτικά και όχι αντιπροσωπευτικά των πολυάριθμων τοπικών φεστιβάλ που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα. Επιπλέον, το μοντέλο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών που προτάθηκε στην παρούσα έρευνα είναι ακόμη σε προκαταρκτικό στάδιο και απαιτείται περαιτέρω ανάπτυξη, εφαρμογή και δοκιμασία προκειμένου να αποτελέσει ένα αξιόπιστο εργαλείο προς χρήση από τους διοργανωτές των φεστιβάλ. Όπως τονίστηκε, διαστάσεις σχετικά με την μέτρηση της ποιότητας των συνοδευτικών του φεστιβάλ υπηρεσιών, που σχετίζονται με την περιοχή στην οποία λαμβάνει χώρα και την διαμονή των επισκεπτών δεν συμπεριλήφθηκαν στην παρούσα έρευνα, καθώς η πλειοψηφία των επισκεπτών δεν διανυκτέρευσε στην περιοχή. Προτείνεται σε μελλοντικές έρευνες να γίνει ταξινόμηση των φεστιβάλ και εκδηλώσεων ανάλογα με το μέγεθός τους, όπως προτείνεται στην σχετική βιβλιογραφία (π.χ., IDC, 2006; CIOFF HELLAS, 2011; CIOFF, 2011; Γενικός Τουριστικός Οδηγός του Νομού Πιερίας, 2010, κτλ.), έτσι ώστε να μελετηθούν καλύτερα οι παράγοντες που δομούν το συνολικό μοντέλο μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών. Τέλος, προτείνεται η μελέτη της επίδρασης της ποιότητας των υπηρεσιών σε άλλες μεταβλητές των καταναλωτικών στάσεων, όπως η αφοσίωση, η πρόθεση για επαναλαμβανόμενη επίσκεψη, η προσκόλληση κτλ., προκειμένου να αναπτυχθεί ένα συνολικό μοντέλο διαδικασίας λήψης απόφασης για την παρακολούθηση τοπικών παραδοσιακών φεστιβάλ.

Βιβλιογραφία

Alexandris, K., Douka, S., & Balaska P. (2011, in press). Involvement with active leisure participation:

- Does service quality have a role? *Managing Leisure*.
- Alexandris, K., Douka, S., Papadopoulos, P., & Kaltsatou A. (2008). Testing the Role of Service Quality on the Development of Brand Associations and Brand Loyalty. *Managing Service Quality*, 18, 239-255.
- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, E., & Chatziagianni, E. (2008). Examining the relationships among leisure constraints, involvement and attitudinal loyalty among Greek recreational skiers. *European Sport Management Quarterly*, 8 (3), 247-264.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004a). An empirical investigation into the role of the outcome dimension in measuring perceived service quality in a health club context. *International Journal of Sport Management*, 5, 281-299.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004b). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4, 36-52.
- Arnold, N. (2000). Festival tourism: Recognizing the challenges; linking multiple pathways between global villages of the new century. In B. Faulkner, G. Moscardo and E. Laws (Ed.) *Tourism in the 21st Century. Reflections on Experience*. London and New York: McGraw Hill.
- Celsi, R. K. & Olson, J. C. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 15, 210-224.
- Γενικός Τουριστικός Οδηγός του Νομού Πιερίας. Διεθνές Φολκλωρικό Φεστιβάλ. <http://www.pieria-tourism.gr/festival-diethnes.html>
- Διεθνές Συμβούλιο των οργανωτών εκδηλώσεων λαϊκού πολιτισμού και των παραδοσιακών τεχνών. Ελληνικό εθνικό τμήμα. <http://www.cioffhellas.gr/>
- Δούκα, Σ. (2004). Η παρουσία της όρχησης μέσα από την τέχνη του μιμητισμού στον αρχαίο κόσμο. *Αρχαιολογία και Τέχνες*, 90, 53.
- Dwyer, L. & Fredline, L. (2008). Special Sport Events – Part II. *Journal of Sport Management*, 22, 495-500.
- Funk, D. & James, J. (2006). Consumer loyalty: the meaning of attachment in the development of sport team allegiance. *Journal of Sport Management*, 20, 189-217.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29,403-428.
- Gursoy, D. & Gavcar, E. (2003). International leisure tourists' involvement profile. *Annals of Tourism Research*, 30, 906-926.
- Howat, G., Crilley, G., & McGrath, R. (2010). A focused service quality, benefits, overall satisfaction and loyalty model for public aquatic centres, In K. Alexandris (Ed.). *Performance Measurement and Leisure Management*, (pp. 5-27), London: Routledge.
- Θεοδωράκης, Ν.Δ., Πανοπούλου, Κ., & Βλαχόπουλος, Σ. (2007). Παραγοντική δομή και εγκυρότητα πρόβλεψης της Κλίμακας Ανάμιξης στην αναψυχή. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και στον Αθλητισμό*, 5, 405-413.
- International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Arts. <http://www.cioff.org/>
- International Dance Council. <http://www.cid-unesco.org>

- Iwasaki, Y. & Havitz, M.E. (2004). Examining relationships between leisure involvement, psychological commitment and loyalty to a recreation agency. *Journal of Leisure Research*, 36, 45-72.
- Ko, Y.J. & Pastore, D. (2004). Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 13, 159-167.
- Ko, Y.J., Kim, Y. K., Kim, M. K., & Lee, H. J. (2010). The role of involvement and identification on event quality perceptions and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 22, 25-39.
- Kouthouris, C. & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoor setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10, 101-111.
- Kyle, G. & Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: the importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 23 (3), 243-266.
- Kyle, G., Absher, J. & Graefe, A. (2003). The moderating role of place attachment on the relationship between attitudes toward fees and spending preferences. *Leisure Sciences*, 25, 33-50.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J. (2004a). Effect of activity involvement and place attachment on recreationists' perceptions of setting density. *Journal of Leisure Research*, 36 (2), 209-231.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004b). Predictors of behavioural loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26, 99-118.
- Lee, T. (2009). A Structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists. *Leisure Sciences*, 31, 215-236.
- Lim, S. & Lee, J. (2006). Host population perceptions of the impact of mega-events. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(4), 407-421.
- McIntyre, N. & Pigram, J. J. (1992). Recreation specialization re-examined: The case vehicle-based campers. *Leisure Sciences*, 14 (1), 3-15.
- Mules, T. & Dwyer, L. (2006). Public sector support for sport tourism events: The role of cost-benefit assessment. In H. Gibson (Ed.), *Sport Tourism: Concepts and theories* (pp. 206-223) London: Routledge.
- O'Sullivan, D. & Jackson, M.J. (2002). Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development? *Journal of Sustainable Tourism* 10 (4), 325-42.
- Παπακόστας, Χ., Πραντσιδης, Ι., & Πολλάτου, Ε. (2006). Ο παραδοσιακός χορός στα χωριά του Νομού Δράμας: Εθνογραφικά στοιχεία και ρυθμοκινητική ανάλυση. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό*, 4(3), 430-441.
- Παράδοση και Τέχνη-Χορός, (2008). Διεθνής οργάνωση λαϊκής τέχνης, 102, 5-6.
- Πίτση, Α., Σμήλιος, Η., Τοκμακίδης, Σ., Σερμιπέζης, Β., & Γουλιμάρης, Δ. (2008). Καρδιακή Συχνότητα και Πρόσληψη Οξυγόνου Ατόμων Μέσης Ηλικίας κατά την Εκτέλεση Ελληνικών Παραδοσιακών Χορών. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό*, 6(3), 329-339.
- Quinn, B. (2006). Problematising 'Festival Tourism': Arts festivals and sustainable development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288-306.
- Robinson, M., Picard, D., & Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). *Event Management*, 8, 187-199.
- Shonk, J. D. & Chelladurai, P. (2008). Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22, 587-602.
- Theodorakis, N., Tsiggilis, N., & Alexandris, K. (2009). Can the mediating role of place attachment on the relationship between service quality and loyalty in the context of skiing. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6, 277-291.
- Thwaites, D. & Chadwick, S. (2005). Service quality perspectives in sport tourism. *Sport in Society*, 8, 321-337.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2006). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.