




<p>Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής</p>	<p>Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής Τόμος 13 (1), 50 - 66 Δημοσιεύθηκε: Ιούνιος 2016</p> <p>Hellenic Journal of Sport & Recreation Management Volume 13 (1), 50-66 Released: July, 2016</p>  	 <p>ΕΛΛΕΔΑΑ Ελληνική Επιστημονική Εταιρία Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής</p> <p>HSASMR Hellenic Scientific Association for Sport Management & Recreation http://www.elleda.gr ISSN 1791-6933</p>
--	--	---



Διαφορές στην Αντίληψη της Ποιότητας Υπηρεσιών, το Βαθμό Ικανοποίησης και την Ανάπτυξη της από Στόμα σε Στόμα Επικοινωνίας Συμμετεχόντων σε Διοργανώσεις Ορεινού Τρεξίματος με Βάση το Επίπεδο Ανάμειξής τους με το Ορεινό Τρέξιμο.

Πολατίδου Π., Αλεξανδρής Κ., Μπαλάσκα Π. & Πολατίδου Γ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Περίληψη

Η ανάπτυξη των διοργανώσεων υπαίθριων δραστηριοτήτων μικρής κλίμακας παρουσιάζει αλματώδη ανάπτυξη στη χώρα μας τα τελευταία 7 χρόνια. Καθώς οι διοργανώσεις αυτές προσφέρουν αναπτυξιακά οφέλη στις τοπικές κοινωνίες, η διερεύνηση της συμπεριφοράς που αναπτύσσουν οι συμμετέχοντες μπορεί να προσφέρει σημαντική βοήθεια στον στρατηγικό σχεδιασμό τους. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν α) η κατηγοριοποίηση των συμμετεχόντων ανάλογα με τον βαθμό ανάμειξής τους με την δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος, β) η διερεύνηση των διαφορών στην αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρει η διοργάνωση, γ) η διερεύνηση του βαθμού ικανοποίησης τους από την διοργάνωση και δ) η διερεύνηση της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας που αναπτύσσουν με βάση τον βαθμό ανάμειξής τους. Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτέλεσαν 273 συμμετέχοντες σε τρεις διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος που υλοποιήθηκαν στην Ελλάδα. Για την διερεύνηση της ανάμειξης με το ορεινό τρέξιμο χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Kyle, Graefe, Manning, & Bacon (2004). Για την διερεύνηση της ποιότητας των υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκαν τα μοντέλα των Alexandris, Zahariadis, Tsozbatzoudis & Grouios (2004b) και Shonk & Chelladurai (2008). Για την καταγραφή της ικανοποίησης από την συμμετοχή χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Kouthouris & Alexandris (2005), ενώ για την διερεύνηση της ανεπίσημης επικοινωνίας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Tsiotsou & Alexandris (2009). Η δομική εγκυρότητα των κλιμάκων της ποιότητας των υπηρεσιών και της ανάμειξης εξετάστηκε επιτυχώς μέσω επιβεβαιωτικής παραγοντικής ανάλυσης. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης συστοιχιών φανέρωσαν τρία επίπεδα ανάμειξης με την δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος: υψηλό, μέτριο και χαμηλό. Οι συμμετέχοντες με την χαμηλότερη ανάμειξη στην δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος παρουσίασαν διαφορές στο επίπεδο ικανοποίησης, στην ανάπτυξη της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας και στην αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών της διοργάνωσης. Ωστόσο, αξιολόγησαν θετικά την ποιότητα των υπηρεσιών και ανέπτυξαν θετική από στόμα σε στόμα επικοινωνία. Συμπερασματικά, η υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών μιας διοργάνωσης μπορεί να αποτελέσει σημαντικό αναπτυξιακό παράγοντα για τις αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας, καθώς μπορεί να προσελκύσει συμμετέχοντες διαφορετικού βαθμού ανάμειξης με μια δραστηριότητα. Λέξεις κλειδιά: ανάμειξη, ποιότητα υπηρεσιών, ικανοποίηση, μικρής κλίμακας υπαίθριες διοργανώσεις, ορεινό τρέξιμο, ανάμειξη, από στόμα σε στόμα επικοινωνία

Ηλεκτρονική διεύθυνση επικοινωνίας: ppolatid@phed.auth.gr

Differences in service quality perceptions, satisfaction and word of mouth communication among participants at mountain running events, based on their involvement level with mountain running.

Polatidou, P., Alexandris K., Balaska P., & Polatidou G.

Department of Physical Education & Sport Sciences, University of Thessaloniki, Greece

Abstract

Small scale outdoor events have been rapidly expanding in Greece the past seven years. Small-scale outdoor events can offer much developmental potential at the local hosting communities. The cross examination of the participants behaviors based on their involvement level with the outdoor activity of the event can help create a strategic plan for the further development of outdoor events. The current research aimed a) to classify participants of small scale outdoor events based on their involvement level with the outdoor activity of the event, b) to cross examine the service quality perception, c) to estimate satisfaction and d) word of mouth communication based on their involvement level. In order to achieve the objectives of the study, data were collected from participants of three mountain running outdoor events held in Greece, with the use of the following questionnaires: The Leisure Involvement questionnaire (Kyle, Graefe, Manning, & Bacon, J., 2004), the Multi-dimensional service quality model (Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis & Grouios, 2004 and Shonk & Chelladurai, 2008), a Satisfaction scale (Kouthouris & Alexandris, 2005) and a scale measuring World of mouth (Tsiotsiou & Alexandris, 2009). The construct validity of the Service quality and Involvement questionnaires was tested with confirmatory factor analyses. The results showed three levels of Involvement among the participants: high, medium and low. Low involvement level participants presented differences at satisfaction, word of mouth communication and service quality perception. Although participants with low involvement presented the lowest mean scores, they scored positive at service quality, satisfaction and word of mouth communication. In conclusion service quality can play a crucial developmental role for small scale outdoor events, as it can attract participants with different involvement levels

Key words: small scale outdoor event, involvement, satisfaction, word of mouth, outdoor event participation, service quality, trail running

e - mail: ppolatid@phed.auth.gr

Εισαγωγή

Μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις

Την τελευταία δεκαετία το ενδιαφέρον για τις επιπτώσεις των «μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων» είναι ολοένα αυξανόμενο (Gibson, Willming, & Holdnak, 2002). Οι διοργανώσεις αυτές σύμφωνα με τον Higham (1999, p. 87) α) περιλαμβάνουν διαγωνισμούς - αγώνες αθλημάτων που πραγματοποιούνται κατά την διάρκεια του έτους, β) ενέχουν χαρακτηριστικά διεθνών αθλητικών διαγωνισμών, αν και αφορούν πολλές φορές εγχώριους διαγωνισμούς αθλημάτων και γ) ελκύουν ένα σημαντικό ποσοστό συμμετεχόντων και θεατών στην περιοχή που υλοποιούνται.

Οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας δεν πραγματοποιούνται πλέον αποκλειστικά και μόνο με αυτοσκοπό να προάγουν το άθλημα και να προσφέρουν έναν «καλό αγώνα». Αποτελούν ένα πολύτιμο εργαλείο για την τοπική και περιφερειακή οικονομική και τουριστική ανάπτυξη (Berg, Braun & Otgaar, 2000). Όπως τονίζουν πολλοί ερευνητές (Higham, 1999; Karlanidou & Gibson, 2010; Karlanidou & Vogt, 2010) οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας έχουν μεγαλύτερες θετικές επιπτώσεις στις περιοχές που τις φιλοξενούν από ότι η Μέγα διοργανώσεις. Απαιτούν ελάχιστες εγκαταστάσεις, καθώς υλοποιούνται σε ήδη υπάρχουσες, με αποτέλεσμα να μην χρειάζονται μεγάλες οικονομικές επενδύσεις, ενώ παράλληλα η διαχείριση τους είναι ευκολότερη σε σχέση με τα hallmark events. Ο Higham (1999, p. 87) υποστηρίζει επίσης πως υπάρχουν μεγαλύτερες προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης στις μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις. Το γεγονός αυτό έχει ήδη γίνει

αντιληπτό από πολλές κοινωνίες, οι οποίες, έχοντας συνειδητοποιήσει την θετική δυναμική τους αλλά και την εικόνα που μπορούν να κτίσουν (Ritchie, 2004), διοργανώνουν αθλητικές εκδηλώσεις (όπως μαραθώνιους, αγώνες ποδηλάτου) προσελκύνοντας με αυτό τον τρόπο συμμετέχοντες από όλο τον κόσμο (Karlanidou & Gibson, 2010). Μάλιστα, οι τοπικές κοινωνίες, που στο πλαίσιο τους έχουν υλοποιηθεί αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας γνωρίζουν πλέον, πως παρά τις όποιες αρνητικές επιπτώσεις αυτές προκαλούν, οι θετικές τους προεκτάσεις, όπως η προώθηση και προβολή του τόπου και η ενδυνάμωση της εικόνας του, υπερτερούν (Bull & Lovell, 2007).

Ποιότητα υπηρεσιών.

Ένα από τα ευρέως αποδεκτά μοντέλα μέτρησης της ποιότητας υπηρεσίας στο χώρο των υπηρεσιών αναψυχής έχει αναπτυχθεί από τους Brady και Cronin (2001). Το μοντέλο περιλαμβάνει τρεις παράγοντες: α) την ποιότητα αλληλεπίδρασης, η οποία αφορά τις σχέσεις αλληλεπίδρασης που αναπτύσσονται μεταξύ πελατών και προσωπικού, β) την ποιότητα του φυσικού-υλικού περιβάλλοντος, στην οποία περιλαμβάνονται οι υποδιαστάσεις σχεδιασμός εγκαταστάσεων, συνθήκες περιβάλλοντος και κοινωνικό περιβάλλον και γ) η ποιότητα του αποτελέσματος, η οποία αφορά χαρακτηριστικά με βάση τα οποία οι πελάτες θεωρούν ικανοποιητική ή όχι την ποιότητα υπηρεσιών που τους παρασχέθηκαν.

Βασίζόμενοι σε εργασία των Brady και Cronin (2001), οι Ko και Pastore (2005) ανέπτυξαν μια λεπτομερή κλίμακα μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών σε δραστηριότητες αθλητισμού αναψυχής (SSQRS). Η κλίμακα αυτή αποτελείται από 49 θέματα, τα οποία αφού ταξινομήθηκαν αρχικά σε 11 διαστάσεις, στη συνέχεια οδήγησαν σε τέσσερις τελικές παραμέτρους: α) την ποιότητα του προγράμματος, η οποία σχετίζεται με την αντίληψη του συμμετέχοντα ως προς την ποιότητα των προγραμμάτων που του προσφέρονται, β) την ποιότητα της αλληλεπίδρασης, η οποία αφορά την αντίληψη των πελατών για το πώς διανέμονται οι υπηρεσίες, αλλά και των αλληλεπιδράσεων που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια της παροχής των υπηρεσιών, γ) την ποιότητα του αποτελέσματος, η οποία αφορά την εκτίμηση του αποτελέσματος από τους πελάτες, τόσο σε θέματα φυσικής κατάστασης, αλλά και σε θέματα κοινωνικών οφελών που προκύπτουν μέσω των υπηρεσιών, και δ) την ποιότητα υλικού περιβάλλοντος, η οποία θεωρείται ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στην αντίληψη της ποιότητας και της αξιολόγησης των υπηρεσιών από τους πελάτες.

Με βάση το μοντέλο SERVQUAL οι Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis και Grouios (2004a) θέλησαν να διαπιστώσουν την αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια στην Ελλάδα. Στην έρευνά τους χρησιμοποίησαν τις πέντε διαστάσεις του μοντέλου, προσθέτοντας ωστόσο και έξι θέματα, ευρέως προτεινόμενα από την διεθνή βιβλιογραφία, που αφορούσαν την υγεία, τη φυσική κατάσταση, την εμφάνιση, τη αυξημένη ενέργεια, την ψυχολογική ευεξία και την βελτιωμένη διάθεση. Τα αποτελέσματα συμφώνησαν με το μοντέλο SERVQUAL μόνο ως προς τις τρεις διαστάσεις ανταπόκριση, αξιοπιστία και χειροπιαστό στοιχείο, ενώ οι παράγοντες φροντίδα και εμπιστοσύνη αποτέλεσαν από κοινού ένα νέο παράγοντα που ονομάστηκε προσωπικό. Από την έρευνα αυτή των Alexandris et al (2004a) προέκυψε και ένας νέος παράγοντας, ο οποίος ονομάστηκε αντιλαμβανόμενο αποτέλεσμα, που αφορά τους παράγοντες που σχετίζονται με τις προσδοκίες των πελατών (Αλεξανδρή, 2006). Πιο συγκεκριμένα, όπως αναπτύσσεται από τον Αλεξανδρή (2012) στο βιβλίο «Αρχές Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ Οργανισμών και Επιχειρήσεων Αθλητισμού και Αναψυχής» (Κεφάλαιο 15, σελ. 386), το τελικό μοντέλο που προτείνουν οι Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis και Grouios, (2004b) για την μέτρηση της ποιότητας έχει ως εξής: α) το προσωπικό, παράγοντας ο οποίος περιλαμβάνει στοιχεία που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά του προσωπικού και τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρά με τους πελάτες, β) η Αξιοπιστία, ο βαθμός δηλαδή στον οποίο τηρούνται οι υποσχέσεις από τη διοίκηση, γ) το Χειροπιαστό στοιχείο, όπου ανήκουν στοιχεία τα οποία σχετίζονται με το υλικό περιβάλλον του οργανισμού, δ) η Ανταπόκριση, ο βαθμός δηλαδή στον οποίο το προσωπικό και η διοίκηση είναι πρόθυμοι να λύσουν άμεσα τα προβλήματα των πελατών και ε) τα Προσδοκώμενα αποτελέσματα, τα οποία περιλαμβάνουν τη μέτρηση των παραγόντων που σχετίζονται με τις προσδοκίες των πελατών. Ο παράγοντας αυτός δεν είναι σταθερός για όλες τις αθλητικές υπηρεσίες, αλλά πρέπει να προσαρμόζεται κάθε φορά. Παραδείγματα τέτοιων προσδοκιών είναι η βελτίωση της φυσικής κατάστασης, η αναψυχή, η κοινωνικοποίηση κτλ.

Οι ερευνητές Alexandris et al. (2004b) εξέτασαν επίσης την εφαρμογή του μοντέλου των Brady και Cronin (2001) στο χώρο των γυμναστηρίων. Το μοντέλο αυτό, σε αντίθεση με προηγούμενα, λαμβάνει υπόψη και τον παράγοντα ποιότητα αποτελέσματος, παράγοντα που σχετίζεται με το τι έχει μείνει στον πελάτη αφού έχει χρησιμοποιήσει την υπηρεσία. Τα αποτελέσματα της έρευνας υποστήριξαν πως το μοντέλο των Brady και Cronin μπορεί να εφαρμοστεί επιτυχώς στον τομέα των αθλητικών υπηρεσιών. Οι Alexandris et al (2004b) υποστήριξαν επίσης πως ο παράγοντας ποιότητα αποτελέσματος πρέπει να προσαρμόζεται στο ειδικά χαρακτηριστικά του τομέα των αθλητικών υπηρεσιών στον οποίο εφαρμόζεται, καθώς τα προσδοκώμενα οφέλη ενός πελάτη διαφέρουν πολλές φορές ανάλογα με τον τομέα (άλλες προσδοκίες έχει κάποιος πελάτης γυμναστηρίου και άλλες ένας πελάτης εταιρίας δραστηριοτήτων αναψυχής).

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί στο χώρο της ποιότητας υπηρεσιών σε αθλητικές διοργανώσεις αφορά την διερεύνησή τους από την πλευρά των θεατών. Ωστόσο θεατές και συμμετέχοντες αντιλαμβάνονται την ποιότητα των υπηρεσιών διαφορετικά (Shonk & Chelladurai, 2008, Theodorakis, Kaplanidou & Karabaxoglou, 2015). Οι Shonk και Chelladurai (2008) παρουσίασαν ένα μοντέλο ποιότητας για τον τουρισμό αθλητικών διοργανώσεων, σύμφωνα με το οποίο η αντιλαμβανόμενη ποιότητα του αθλητικού τουρισμού επηρεάζει την ικανοποίηση των τουριστών, η οποία με την σειρά της επηρεάζει την πρόθεση των τουριστών να επιστρέψουν στην περιοχή όπου πραγματοποιήθηκε η διοργάνωση ή και στην ίδια την διοργάνωση. Οι ερευνητές όρισαν την ποιότητα του αθλητικού τουρισμού με 4 διαστάσεις κάθε μια από τις οποίες περιλαμβάνει δύο ή περισσότερες υποκατηγορίες: α) Ποιότητα της προσβασιμότητας (η ευκολία και η ταχύτητα με την οποία ο συμμετέχων - θεατής μπορεί να φτάσει στην τοποθεσία που επιθυμεί), β) Ποιότητα των καταλυμάτων (η ποιότητα των διαθέσιμων ξενοδοχειακών μονάδων, ξενώνων, καταφυγίων), γ) Ποιότητα εγκαταστάσεων (το σύνολο των εγκαταστάσεων τις οποίες χρησιμοποιεί η διοργάνωση) και δ) την Διαγωνιστική ποιότητα που αφορά το άθλημα - επίκεντρο της διοργάνωσης.

Παραμένοντας στο χώρο των θεατών των αθλητικών διοργανώσεων, οι Ko, Zhang, Cattani και Pastore (2011) ανέπτυξαν το μοντέλο SEQSS (Scale of event quality in spectators sports). Το μοντέλο τους ερμηνεύει την ποιότητα των υπηρεσιών βάση πέντε διαστάσεων: α) της ποιότητα του παιχνιδιού, η οποία περιλαμβάνει τις υποκατηγορίες απόδοση των ικανοτήτων, πληροφόρηση και λειτουργικός χρόνος, β) την προστιθέμενη (augmented) ποιότητα υπηρεσιών, που αφορά την διασκέδαση πριν τον αγώνα και την διαθεσιμότητα επιλογών διατροφής, γ) την ποιότητα αλληλεπίδρασης, δηλαδή την αλληλεπίδραση με το προσωπικό και την σχέση με τους άλλους φιλάθλους, δ) την ποιότητα αποτελέσματος που περιλαμβάνει την ανάπτυξη κοινωνικών σχέσεων και την αποτίμηση της συνολικής εμπειρίας και ε) την ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος που αναφέρεται στην ατμόσφαιρα της διοργάνωσης, τον σχεδιασμό των εγκαταστάσεων και την αισθητική των πινακίδων της εγκατάστασης.

Στον ελληνικό χώρο, οι Tzetzis, Alexandris και Kapsampeli (2014) θέλησαν να διαπιστώσουν αν το μοντέλο της ποιότητας των υπηρεσιών των Shonk και Chelladurai (2008) (δηλαδή η ποιότητα της προσβασιμότητας, η ποιότητα της εγκατάστασης και η Διαγωνιστική ποιότητα) μπορεί να εφαρμοστεί στον χώρο των αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους, η οποία πραγματοποιήθηκε επίσης σε θεατές επιβεβαίωσαν το μοντέλο των Shonk και Chelladurai (2008).

Οι Theodorakis, Kaplanidou και Karabaxoglou (2015) πραγματοποίησαν μια από τις ελάχιστες έρευνες της ποιότητας υπηρεσιών σε αθλητικές διοργανώσεις που πραγματοποιήθηκαν σε συμμετέχοντες. Πιο συγκεκριμένα η έρευνα διεξήχθη σε αθλητική διοργάνωση αγώνων δρόμου που πραγματοποιήθηκε στην Βόρειο Ελλάδα και περιελάμβανε τα αγωνίσματα του μαραθώνιου δρόμου, των αγώνων 10 και 5 χιλιομέτρων, καθώς και ποδικό αγώνα 1000 μέτρων. Οι ερευνητές είχαν ως στόχο να εξετάσουν αν η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει την συνολική ικανοποίηση των συμμετεχόντων από την διοργάνωση και την βιωματική τους ευτυχία. Για αυτό επέλεξαν ως δείγμα της έρευνάς τους συμμετέχοντες στους αγώνες των 10 και των 5 χιλιομέτρων, καθώς σκοπός τους ήταν να προσεγγίσουν άτομα που δεν εμπλέκονται με το άθλημα αγωνιστικά, αλλά εκτιμούν την συνολική ποιότητα της εμπειρίας. Για την μέτρηση της ποιότητας χρησιμοποιήθηκε προσαρμοσμένη η κλίμακα των Alexandris

και συν (2004b) η οποία περιελάμβανε τρεις διαστάσεις: την ποιότητα φυσικού περιβάλλοντος, της ποιότητας της αλληλεπίδρασης και την ποιότητα του αποτελέσματος. Τα αποτελέσματά φανέρωσαν πως η ποιότητα υπηρεσιών επιδρά θετικά στην ικανοποίηση από την διοργάνωση και επηρεάζει θετικά την βιωματική τους εμπειρία.

Ικανοποίηση

Ως Ικανοποίηση Πελατών ορίζεται η εκτίμηση μιας υπηρεσίας που γίνεται μετά τη χρήση της (μετά τη συμμετοχή), η οποία μπορεί να είναι μια συναισθηματική και υποκειμενική εκτίμηση, βασισμένη στις προσωπικές προσδοκίες των πελατών (Jones & Suh, 2000; McDougall & Levesque, 2000). Σύμφωνα με τους Beard και Ragheb (1980) η ικανοποίηση στην αναψυχή είναι η θετική αντίληψη ή τα συναισθήματα που ένα άτομο εκδηλώνει ή κερδίζει ως αποτέλεσμα της συμμετοχής του σε δραστηριότητες αναψυχής. Παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην ικανοποίηση μπορεί να είναι προσωπικοί παράγοντες όπως η διάθεση ή οι προσωπικές προσδοκίες, αλλά οι εξωτερικοί παράγοντες όπως οι καιρικές συνθήκες (Alexandris et al., 2004a). Οι Theodorakis et al., (2015) όρισαν την ικανοποίηση των δρομέων από την διοργάνωση ως μια απολαυστική εκπλήρωση των προσδοκιών από την συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις και τις συνοδές υπηρεσίες που παρέχονται κατά την διάρκεια της διοργάνωσης.

Από στόμα σε στόμα επικοινωνία

Η από Στόμα σε στόμα επικοινωνία αποτελεί μια πολύ σημαντική δύναμη στην αγορά των υπηρεσιών (Mangold, Miller, & Brockway, 1999), καθώς έχει ιδιαίτερα σημαντική επίδραση στην καταναλωτική συμπεριφορά. Σύμφωνα με τους Hawkins, Best και Coney (2004) ως από στόμα σε στόμα επικοινωνία περιγράφεται η διαδικασία η οποία επιτρέπει στους καταναλωτές να μοιράζονται πληροφορίες και απόψεις οι οποίες κατευθύνουν ή απωθούν τους αγοραστές σε συγκεκριμένα προϊόντα, μάρκες και υπηρεσίες. Η από στόμα σε στόμα επικοινωνία περιλαμβάνει οποιαδήποτε πληροφορία αφορά ένα συγκεκριμένο αντικείμενο στόχο και μεταφέρεται από ένα άτομο σε ένα άλλο ή με κάποιο άλλο μέσο επικοινωνίας. Ο Harrison- Walker (2001) όρισε την από στόμα σε στόμα επικοινωνία ως μια «ανεπίσημη άτομο προς άτομο επικοινωνία σχετικά με μια μάρκα, ένα προϊόν, έναν οργανισμό ή μια υπηρεσία η οποία πραγματοποιείται μεταξύ ενός ατόμου - μη διαφημιστή που γίνεται αντιληπτός ως επικοινωνός και ενός αποδέκτη» (σελ. 63).

Περιορισμένες είναι οι έρευνες που έχουν διερευνήσει την από στόμα σε στόμα επικοινωνία σε αθλητικές δραστηριότητες. Οι περισσότερες έχουν εφαρμοστεί στο χώρο των αθλητικών χορηγιών (Tsiotsiou & Laloutas, 2005, Gwinner & Swanson, 2003) και υποστήριξαν πως η από στόμα σε στόμα επικοινωνία, μαζί με μια σειρά άλλων εννοιών, αποτελεί ένα από τα αποτελέσματα της χορηγίας.

Οι Bush, Martin & Bush, (2004) υποστήριξαν πως οι γυναίκες φιλαθλοι χρησιμοποιούν την από στόμα σε στόμα θετική επικοινωνία (και μάλιστα σε υψηλότερο βαθμό από ότι οι άνδρες) σε θέματα που αφορούν μια εμπορική φίρμα την οποία υποστηρίζει κάποιος αγαπημένος τους αθλητής. Μάλιστα προτείνουν σε φίλους τους την αγορά προϊόντων ή την χρήση υπηρεσιών που προβάλλονται από τον αγαπημένο τους αθλητή. Σε πιο εξειδικευμένη έρευνά τους σε έφηβες κοπέλες οι Bush, Bush, Clark & Bush (2005) υποστήριξαν την θετική σχέση της από στόμα σε στόμα θετικής επικοινωνίας των εφήβων κοριτσιών σε θέματα που αφορούν γενικότερα τους αγαπημένους τους αθλητές.

Ανάμειξη

Ως ανάμειξη ορίζεται η προσωπική σύνδεση που δημιουργεί το άτομο με μια δραστηριότητα και ο βαθμός με τον οποίο εκφράζεται και επικοινωνεί μέσα από την συμμετοχή του σε αυτή (Kyle & Chick, 2004). Σύμφωνα με τον Zaichkowsky (1985) ως ανάμειξη ορίζεται «η προσωπική αντίληψη του ατόμου για την εμπλοκή του σε κάποια δραστηριότητα βασιζόμενη στις προσωπικές ανάγκες, τις αξίες και τα ενδιαφέροντα του» (p. 342).

Ερευνητές όπως ο McIntyre (1989), ο Schuett (1993) έχουν συμφωνήσει πως οι διαστάσεις ευχαρίστηση, σημαντικότητα και συμβολισμός, μαζί με την κεντρικότητα που διαδραματίζει στον τρόπο ζωής είναι αυτές που περιγράφουν καλύτερα την ανάμειξη της αναψυχής, ενώ ο Dimanche και οι συνεργάτες του (Dimanche, Havitz, Howard, 1991a; 1991b) περιλαμβάνουν, εκτός από τις τρεις

πρώτες διαστάσεις, και την διάσταση του ρίσκου των Laurent και Karferer (1985). Οι Havitz και Dimanche (1997) υποστήριξαν επίσης πως στην περίπτωση των δραστηριοτήτων αναψυχής θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και οι παράμετροι του φυσικού, κοινωνικού και οικονομικού ρίσκου, ενώ ερευνητές όπως οι Brannan, Condello, Stuckum, Vissers και Priest (1992) υποστήριξαν σε έρευνά τους πως το φυσικό και ψυχολογικό ρίσκο ήταν αυτά που συνεισέφεραν περισσότερο, αν και άλλες μορφές ρίσκου όπως το κοινωνικό και το οικονομικό ήταν επίσης παρούσες. Μετά από σειρά ερευνών (McIntyre & Pigram, 1992, Dimanche et al., 1991a,b; 1993, Havitz, Dimanche, Howard, 1993), που φανέρωσαν την τάση των διαστάσεων «σημαντικότητα της δραστηριότητας» και «ευχαρίστηση που πηγάζει από τη σημαντικότητα» να ενσωματώνονται σε μια διάσταση, δημιουργήθηκε η διάσταση έλξη.

Στις εργασίες του ο McIntyre (1982) περιέλαβε την διάσταση κεντρικότητα (που διαδραματίζει η δραστηριότητα στον τρόπο ζωής), αλλά και την διάσταση αυτοέκφραση, που συμφωνεί με τη διάσταση συμβολισμός των Laurent και Karferer (1985). Σε συνέχεια των εργασιών των ανώτερο ερευνητών, οι Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2004), υποστηρίζουν πως η ανάμειξη έχει τρεις διαστάσεις, την έλξη (η ευχαρίστηση που αντλεί το άτομο συμμετέχοντας σε μία δραστηριότητα αναψυχής), την κεντρικότητα (ο ρόλος που κατέχει η δραστηριότητα στη ζωή του ατόμου) και την Αυτο-έκφραση (η δυνατότητα επιβεβαίωσης του ατόμου μέσα από τη συμμετοχή του σε μία δραστηριότητα και η εικόνα που επιθυμεί να προβάλλει στους άλλους μέσα από τη συμμετοχή του αυτή).

Εξελίσσοντας περαιτέρω την κλίμακα ο Kyle οι συνεργάτες του (Kyle et al. 2004; Kyle, Absher, Hammit & Cavin, 2006), ανέπτυξαν την «Προσαρμοσμένη Κλίμακα Ανάμειξης» (Modified Involvement Scale). Στην νέα τροποποίηση της κλίμακας προστέθηκε η διάσταση «Κοινωνικότητα» (Social Bonding), όπου αναφέρεται στο βαθμό που το κοινωνικό δίκτυο/περιβάλλον επηρεάζει τη συμμετοχή του ατόμου στην δραστηριότητα. Σύμφωνα με τους Kyle και Chick (2002) το κοινωνικό περιβάλλον των ατόμων επηρεάζει σημαντικά τη συμμετοχή και τη συνέχιση της συμμετοχής σε μια δραστηριότητα. Ακόμη, στην τροποποιημένη κλίμακα η διάσταση της «Αυτό-έκφρασης» χωρίστηκε σε δύο άλλες διαστάσεις την «Επιβεβαίωση Ταυτότητας» (Identity Affirmation), όπου αναφέρεται στο βαθμό που η δραστηριότητα παρέχει την ευκαιρία στο άτομο για επιβεβαίωση του εαυτού του και την «Έκφραση Ταυτότητας» (Identity Expression), που αναφέρεται στο βαθμό που η δραστηριότητα δίνει την ευκαιρία στο άτομο να εκφράσει αυτό που αισθάνεται στους άλλους.

Η τελική μορφή της «Προσαρμοσμένη Κλίμακα Ανάμειξης» (MIS), των Kyle, Absher, Hammit και Cavin (2007) περιλαμβάνει πέντε διαστάσεις: Έλξη, Κεντρικότητα, Κοινωνικότητα, Επιβεβαίωση Ταυτότητας και Έκφραση Ταυτότητας. Πολλές έρευνες επιβεβαίωσαν την αξιοπιστία της κλίμακας (Alexandris et al. 2011; Kyle et al., 2007) και υποστήριξαν πως η ανάμειξη με την άσκηση σχετίζεται άμεσα με τα κίνητρα, τις προτιμήσεις και τους αντιλαμβανόμενους ανασταλτικούς παράγοντες ως προς την απόφαση για άσκηση (Beaton, Funk, Ridinger & Jordan, 2011).

Η ανάμειξη αποτελεί μια έννοια που έχει διερευνηθεί, περιορισμένα ωστόσο, στο χώρο των αθλητικών διοργανώσεων σε σχέση με τα κίνητρα συμμετοχής, την ποιότητα των υπηρεσιών, την ικανοποίηση, αλλά και την αφοσίωση (Funk, Jordan, Ridinger & Kaplanidou, 2011; Funk, Toohey & Bruun, 2007; Ko, Kim, Kim & Lee, 2010). Οι Funk, Toohey και Bruun (2007) διερεύνησαν την ανάμειξη σε αθλητική διοργάνωση αγώνων δρόμου. Την όρισαν ως έναν γενικό τρόπο μέτρησης ενός διηλεκτούς ενδιαφέροντος για το άθλημα (του τρεξίματος στην προκειμένη περίπτωση) και την ενέταξαν μαζί με την δύναμη της παρακίνησης (strength motivation) στο μοντέλο της παρακίνησης για το άθλημα που ανέπτυξαν. Στόχος τους ήταν να μελετήσουν την επίδραση της κουλτούρας και του φύλου των συμμετεχόντων στα ταξιδιωτικά κίνητρα και την εικόνα του προορισμού της περιοχής υλοποίησης της διοργάνωσης. Ωστόσο, αν και η ανάμειξη με την δραστηριότητα του τρεξίματος σχετίστηκε θετικά με την συμμετοχή σε οργανωμένες δρομικές διοργανώσεις, ούτε η κουλτούρα ούτε το φύλο επηρέασαν το επίπεδο αυτού του ενδιαφέροντος.

Σε έρευνά που πραγματοποιήθηκε σε φιλάθλους αθλητικής διοργάνωσης Ταεκβοντό οι Ko, Kim, Kim και Lee (2010) υποστήριξαν πως η ανάμειξη με το άθλημα επηρεάζει θετικά την αντίληψη της

ποιότητας. Παράλληλα τα αποτελέσματα της έρευνας τους έδειξαν πως ανάλογα με το επίπεδο της ανάμειξης τους με το άθλημα (υψηλό ή χαμηλό), η αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών παρουσίασε σημαντικές διαφορές. Πιο συγκεκριμένα οι φίλαθλοι που παρουσίασαν υψηλά επίπεδα ανάμειξης αντιλήφθηκαν την ποιότητα των υπηρεσιών περισσότερο θετικά.

Την σχέση που αναπτύσσουν οι μαραθωνοδρόμοι (συμμετέχοντες σε μαραθωνίους που πραγματοποιήθηκαν στις ΗΠΑ) μεταξύ της ανάμειξης με το τρέξιμο και της προσήλωσης σε αυτό διερευνήσαν οι Ridinger, Funk, Jordan και Karlanidou (2012). Οι ερευνητές διαπραγματεύτηκαν την ανάμειξη με το τρέξιμο με βάση τις διαστάσεις κεντρικότητα, αυτοέκφραση και ευχαρίστηση. Όμως σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας τους μόνο οι διαστάσεις κεντρικότητα και απόλαυση συνεισέφεραν στην πρόβλεψη της προσήλωσης στο άθλημα του τρεξίματος.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η κατηγοριοποίηση των συμμετεχόντων σε αγώνες ορεινού τρεξίματος με βάση το επίπεδο ανάμειξης τους με την δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος και η διερεύνηση των διαφορών που παρουσιάζουν, βάση του επιπέδου ανάμειξης τους, με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει μια διοργάνωση, την ικανοποίηση που αντλούν από αυτήν, καθώς και το βαθμό της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας που αναπτύσσουν μετά το τέλος της συμμετοχής τους.

Μεθοδολογία

Δείγμα της έρευνας

Το δείγμα αποτέλεσαν συμμετέχοντες τριών διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα. Στους συμμετέχοντες στάλθηκε με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σύνδεσμος ο οποίος οδηγούσε σε ηλεκτρονική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Η αποστολή πραγματοποιήθηκε από τις οργανωτικές επιτροπές των τριών διοργανώσεων, για λόγους προσωπικού απόρρητου. Συλλέχτηκαν 315 ερωτηματολόγια, εκ των οποίων τα 273 ολοκληρωμένα.

Όργανο μέτρησης

Για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκαν 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 της διοργάνωσης. Περιελήφθησαν 7 διαστάσεις: προσβασιμότητα, προσωπικό, Εγκαταστάσεις, Κόστος, Διαγωνιστική ποιότητα, Λειτουργικές διαδικασίες και Προσδοκώμενο αποτέλεσμα. Για την καταγραφή της ικανοποίησης από την συμμετοχή τη διοργάνωση χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο των Kouthouris & Alexandris (2005). Για την μέτρηση της ανάμειξης με το ορεινό τρέξιμο εφαρμόστηκε το ερωτηματολόγιο των Kyle, G. T., Graefe, A. R., Manning, R. E., & Bacon, J. (2004), το οποίο περιελάμβανε 3 διαστάσεις: Έλξη, Κεντρικότητα και Αυτοέκφραση. Τύλος, για την καταγραφή της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο των Tsiotsiou & Alexandris (2009).

Αποτελέσματα

Δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Το δείγμα αποτέλεσαν 273 συμμετέχοντες (N=273) από τρεις διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος που πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα το 2012. Από αυτούς 242 ήταν άνδρες (91%) και 31 (9%) γυναίκες. Ποσοστό 56,5% (n= 148) ανήκε στην ηλικιακή κατηγορία των 36 ως 45 ετών, ενώ το 63,4% (n= 166) ήταν έγγαμοι. Ενενήντα πέντε από τους συμμετέχοντες (36,8%) ήταν απόφοιτοι πανεπιστημιακών σχολών, ενώ σε ποσοστό 31,5% ανήλθαν οι εργαζόμενοι τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα. Εκατόν τριάντα τέσσερις από τους συμμετέχοντες χαρακτηρίσαν ως μέτρια την οικονομική τους κατάσταση, ενώ 116 ως καλή (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος.

Φύλο	Ηλικία	Μορφωτικό Επίπεδο	Επάγγελμα	Οικογενειακή Καταστ.
Άνδρες 242 (92%)	18-25, 5, (1,9%) 26-35,	Δημοτικό 1, (0,4%) Γυμνάσιο/Λύκειο	Φοιτητής 51, (19,6%) Ιδ. Υπάλληλος	Έγγαμοι 166 (63,4%) Άγαμοι

	59, (22,5%)	63, (24,4%)	82, (31,5%)	82 (31,3%)
Γυναίκες	36-45,	TEI	Δημ. Υπάλληλος	Άλλο
21 (8%)	148, (56,5%)	43, (16,7%)	82, (31,5%)	14 (5,3%)
	46-55,	ΑΕΙ	Ελεύθερος Επαγ.	
	46, (16,4%)	95, (36,8%)	40, (15,4%)	
	56-60,	Μεταπτυχιακό	Άνεργος	
	2 (0,8%)	56, (21,7%)	5, (1,9%)	
	60+,			
	2 (0,8%)			

Τεστ επάρκειας δείγματος

Πραγματοποιήθηκε το τεστ ΚΜΟ για την επάρκεια του δείγματος και το τεστ σφαιρικότητας Bartlett's. Τα αποτελέσματα φανέρωσαν τιμές άνω του .50 (.933), ενώ το τεστ Bartlett ήταν στατιστικά σημαντικό (Chi-Square: 8558.6, $p < .001$)

Επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση στην έννοια της Ανάμειξης με τη δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος:

Πραγματοποιήθηκε Επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση. Εξετάστηκαν οι τιμές λοξότητας και κύρτωσης των ερωτημάτων της κλίμακας. Οι τιμές λοξότητας εμφανίστηκαν από -.39 έως .06. Οι τιμές της κύρτωσης εμφανίστηκαν από -1.39 έως 1.44. Ο συντελεστής Mardia (Mardia, 1970) ήταν 49.24.0 δείχνοντας κανονική πολυ-μεταβλητή κατανομή των δεδομένων για τις 11 ερωτήσεις καθώς ήταν μικρότερη της τιμής 168 ως αποτέλεσμα του τύπου $p(p+2)$ όπου p ο αριθμός των ερωτήσεων της κλίμακας (Bollen, 1989).

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος υπολογισμού Maximum Likelihood. Οι δείκτες συμβατότητας έδειξαν συμβατότητα του μοντέλου με τα δεδομένα. Συγκεκριμένα ο δείκτης χ^2 ήταν στατιστικά σημαντικός ($\chi^2=187.8$, $df = 102$, $p < .001$) (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998; Kline, 1998). Στη συνέχεια εξετάστηκαν οι δείκτες: Normed Fit Index (NFI= 0.89), Non-Normed Fit Index (NNFI= 0.91), Comparative Fit Index (CFI= 0.92), Bollen Fit Index (IFI= 0.92), οι τιμές των οποίων ήταν ικανοποιητικές καθώς ήταν πάνω από την αποδεκτή τιμή 0.90 (Kelloway, 1998). Τέλος, εξετάστηκαν οι δείκτες: Standardized Route Mean Squared (SRMR=0.076) και Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA=0.056) που σημείωσαν ικανοποιητικές τιμές καθώς κυμάνθηκαν κάτω από την αποδεκτή τιμή 0.80 (Browne & Cudeck, 1993; Kenny & McCoach, 2003). Οι τιμές των δεικτών παρουσιάζονται στον Πίνακα 2.

Πίνακας 2. Δείκτες Επιβεβαιωτικής Παραγοντικής Ανάλυσης της Κλίμακας της Ανάμειξης

χ^2	df	p	N	N	C	IFI	$SRMR$	$RMSE$
			FI	NFI	FI		A	
1	10	0.0	0.8	0.9	0	0.92	0.076	0.056
87,8	2	00	9	4	.92			

Οι φορτίσεις των ερωτήσεων της κλίμακας κυμάνθηκαν από 0.90 έως 0.46 (Πίνακας 3). 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 (Churchill, 1979). Οι τιμές α , οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των υπο-κλιμάκων και ο αριθμός των θεμάτων κάθε παράγοντα παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 4.

Πίνακας 3. Φορτίσεις των ερωτήσεων της κλίμακας της Ανάμειξης.

	Φορτίσεις	r^2
Ελξη		
Οι αγώνες ορεινού τρεξίματος είναι από τις πιο συναρπαστικές δραστηριότητες	.562	.316
Οι αγώνες ορεινού τρεξίματος είναι πολύ σημαντικοί για μένα	.825	.680
Οι αγώνες ορεινού τρεξίματος είναι μια από τις δραστηριότητες που με ικανοποιούν περισσότερο	.905	.819

Κεντρικότητα		
Νομίζω ότι πολλά πράγματα στη ζωή μου είναι οργανωμένα γύρω από τους αγώνες ορεινού τρεξίματος	.677	.458
Οι αγώνες ορεινού τρεξίματος παίζουν σοβαρό ρόλο στην ζωή μου	.695	.483
Μου είναι δύσκολο το να αλλάξω τη συμμετοχή μου σε αγώνες ορεινού τρεξίματος με κάποια άλλη δραστηριότητα αναψυχής	.826	.682
Μου αρέσει να συζητάω για αγώνες ορεινού τρεξίματος τους φίλους μου	.667	.444
Οι περισσότεροι από τους φίλους μου είναι με κάποιο τρόπο συνδεδεμένοι με τους αγώνες ορεινού τρεξίματος	.467	.272
Αυτό-έκφραση		
Όταν τρέχω σε αγώνες ορεινού τρεξίματος νιώθω ότι είμαι ο εαυτός μου	.785	.617
Η ενασχόληση με τους αγώνες ορεινού τρεξίματος φανερώνει πολλά για το ποιος είμαι	.668	.447
Μπορείς να καταλάβεις πολλά πράγματα για κάποιον όταν βλέπεις πως τρέχει σε αγώνες ορεινού τρεξίματος	.494	.255

Πίνακας 4. Μέσοι όροι και δείκτες εσωτερικής συνοχής (Cronbach α) των διαστάσεων της Ανάμειξης

Διαστάσεις Ανάμειξης	ΜΟ	ΤΑ	alpha
Έλξη	5.75	.78	.842
Κεντρικότητα	4.30	.82	.787
Αυτό- έκφραση	4.51	.95	.707

Ανάλυση Συστοιχιών (Cluster Analysis) των συμμετεχόντων με βάση την Ανάμειξη με τις αθλητικές διοργανώσεις.

Για την ταξινόμηση των συμμετεχόντων εφαρμόστηκε η Ανάλυση Συστοιχιών (Cluster Analysis) στις διαστάσεις της Ανάμειξης. Σύμφωνα με την μέθοδο Ward και χρησιμοποιώντας K-means η ανάλυση ανέδειξε τρεις κατηγορίες Ανάμειξης: Χαμηλή, Μέτρια και Υψηλή. Τα αποτελέσματα υποστηρίχθηκαν και με την ανάλυση διακόμανσης (ANOVA) όπου σημειώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ και των τριών ομάδων που προέκυψαν. Η ομάδα Υψηλής Ανάμειξης (N=98) σημείωσε τους μεγαλύτερους μέσους όρους σε όλες τις διαστάσεις της Ανάμειξης. (Πίνακας 5).

Πίνακας 5. Ανάλυση Συστοιχιών των υπο-κλιμάκων της Ανάμειξης

Διαστάσεις Ανάμειξης	Χαμηλή Ανάμειξη N=68	Μέτρια Ανάμειξη N=77	Υψηλή Ανάμειξη N=122	F
Έλξη	5.02	5.74	6.44	107.89**
Κεντρικότητα	3.73	4.41	5.30	131.99**
Αυτό-έκφραση	3.41	4.52	5.47	225.60**

** $p < .001$

Επιβεβαιωτική παραγοντική ανάλυση στην έννοια της Ποιότητας των υπηρεσιών.

Εξετάστηκαν οι τιμές λοξότητας και κύρτωσης των ερωτημάτων της κλίμακας. Οι τιμές λοξότητας εμφανίστηκαν από -.39 έως .06. Οι τιμές της κύρτωσης εμφανίστηκαν από -1.18 έως 0.54. Ο συντελεστής Mardia ήταν 229.35 δείχνοντας κανονική πολυ-μεταβλητή κατανομή των δεδομένων για

τις 12 ερωτήσεις καθώς ήταν μικρότερη της τιμής 960 ως αποτέλεσμα του τύπου $p(p+2)$ όπου p ο αριθμός των ερωτήσεων της κλίμακας (Bollen, 1989).

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος υπολογισμού Maximum Likelihood. Οι δείκτες συμβατότητας έδειξαν συμβατότητα του μοντέλου με τα δεδομένα. Συγκεκριμένα ο δείκτης χ^2 ήταν στατιστικά σημαντικός ($\chi^2=717.07$, $df = 381$, $p < .001$) (Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998). Στη συνέχεια εξετάστηκαν οι δείκτες: Normed Fit Index (NFI= 0.81), Non-Normed Fit Index (NNFI= 0.91), Comparative Fit Index (CFI= 0.91), Bollen Fit Index (IFI= 0.91), οι τιμές των οποίων ήταν ικανοποιητικές καθώς ήταν πάνω από την αποδεκτή τιμή 0.90 (Kelloway, 1998). Τέλος, εξετάστηκαν οι δείκτες: Standardized Route Mean Squared (SRMR=0.097) και Root Mean Squared Error of Approximation (RMSEA=0.058) που σημείωσαν ικανοποιητικές τιμές καθώς κομάνθηκαν κάτω από την αποδεκτή τιμή 0.80 (Browne & Cudeck, 1993; Kenny & McCoach, 2003). Οι τιμές των δεικτών παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.

Πίνακας 6. Δείκτες Επιβεβαιωτικής Παραγοντικής Ανάλυσης της Κλίμακας της Ποιότητας Υπηρεσιών

χ^2	df	p	N	N	C	IFI	SRMR	RMSE
			FI	NFI	FI			A
7	38	0.0	0.8	0.9	0	0.91	0.097	0.058
17.07	1	00	1	0	.91			

Οι φορτίσεις των ερωτήσεων της κλίμακας κομάνθηκαν από .920 έως 0.45 (Πίνακας 7). 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 (Churchill, 1979). Οι τιμές α , οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των υπο-κλιμάκων και ο αριθμός των θεμάτων κάθε παράγοντα παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 8.

Πίνακας 7. Φορτίσεις των ερωτήσεων της κλίμακας της Ποιότητας Υπηρεσιών

	Φορτίσεις	r ²
Προσβασιμότητα		
Η πρόσβαση στην περιοχή που πραγματοποιείται ο αγώνας ήταν εύκολη	.790	.624
Η πρόσβαση στις εγκαταστάσεις που χρησιμοποίησε η διοργάνωση (χώρος εγγραφών, αποδυτήρια, expro area, πάρκινγκ κπλ) ήταν εύκολη	.913	.883
Η πρόσβαση στο χώρο εκκίνησης ήταν εύκολη	.878	.770
Ανθρώπινο δυναμικό		
Οι εθελοντές της διοργάνωσης ήταν έμπειροι	.792	.628
Οι εθελοντές της διοργάνωσης ανταποκρίθηκαν στις ανάγκες μου	.906	.820
Οι εθελοντές της διοργάνωσης ήταν φιλικοί	.853	.728
Τόπος διεξαγωγής		
Η διαδρομή του αγώνα είναι από τις πιο όμορφες σε φυσική ομορφιά που υπάρχουν.	.596	.356
Η διαδρομή είναι ασφαλής	.551	.304
Οι σταθμοί ανεφοδιασμού ήταν λειτουργικά τοποθετημένοι	.920	.847
Η τροφοδοσία στους σταθμούς ήταν επαρκής	.791	.626

Η σηματοδότηση της διαδρομής ήταν επαρκής	513	.263
Οι εγκαταστάσεις που χρησιμοποιήθηκαν (τουαλέτες, χώρος γευμάτων, χώροι αποδυτηρίων κ.π.λ) ικανοποίησαν απόλυτα τις ανάγκες μου	.479	.244
Κόστος		
Το κόστος της εγγραφής στη διοργάνωση είναι προσιτό	.615	.378
Το κόστος των καταλυμάτων ήταν προσιτό	.753	.567
Το κόστος των υπηρεσιών διατροφής (εστιατόρια, μπαρ, καφέ, fast food) ήταν προσιτό	.834	.695
Το κόστος των λοιπών υπηρεσιών στην περιοχή (τιμές πάρκινγκ, τιμές λεωφορείων τιμές ταξί, supermarket, φαρμακεία κπλ,) ήταν προσιτό,	.849	.720
Διαγωνιστική ποιότητα		
Ο αριθμός των συμμετεχόντων στη διοργάνωση ήταν ικανοποιητικός	.546	.298
Υπήρχαν πολλοί και καλοί ξένοι συμμετέχοντες στη διοργάνωση.	.576	.331
Υπήρχαν πολλοί και καλοί Έλληνες συμμετέχοντες στη διοργάνωση	.774	.598
Λειτουργικές διαδικασίες		
Υπήρχε σωστή ενημέρωση για θέματα που αφορούσαν τη διοργάνωση	.608	.370
Το πρόγραμμα της διοργάνωσης ήταν ακριβές	.654	.427
Οι εγγραφές μέσω διαδικτύου ήταν αξιόπιστες	.776	.601
Το σύστημα παρακολούθησης των αποτελεσμάτων ήταν αξιόπιστο	.710	504
Προσδοκώμενα Αποτελέσματα		
Πέρασα πολύ καλά συμμετέχοντας στον συγκεκριμένο αγώνα	.716	.513
Πέτυχα το στόχο μου	.457	.209
Γνώρισα καινούργιους ανθρώπους	.561	.314
Γνώρισα μια νέα διαδρομή	.524	.275
Αντιμετώπισα τα όριά μου	.639	.409
Γνώρισα περισσότερο τον εαυτό μου	.716	.513

Πίνακας 8. Μέσοι όροι και δείκτες εσωτερικής συνοχής (Cronbach α) των υπο-κλιμάκων της Ποιότητας Υπηρεσιών.

Υπο-κλίμακες Ποιότητας Υπηρεσιών	ΜΟ	ΤΑ	alpha
Προσβασιμότητα	5.95	.85	.880
Ανθρώπινο δυναμικό	5.92	.86	.877
Εγκαταστάσεις	5.47	.87	.806
Κόστος	4.54	.98	.839
Διαγωνιστική ποιότητα	5.26	.93	.680
Λειτουργικές διαδικασίες	5.71	.82	.778
Προσοδωκώμενα Αποτελέσματα	5.25	.89	.752

Ανάλυση διακύμανσης One way Anova.

Η ανάλυση διακύμανσης (ANOVA) για την διερεύνηση των διαφορών μεταξύ των τριών κατηγοριών της Ανάμειξης και της ποιότητας των υπηρεσιών της διοργάνωσης, της ικανοποίηση από τη διοργάνωση και της από στόμα σε στόμα επικοινωνίας φανέρωσε στατιστικά σημαντικές διαφορές:

α) στην ικανοποίηση από την διοργάνωση ($F=11.85, p<.001$). Για την διερεύνηση των διαφορών μεταξύ των κατηγοριών της ανάμειξης πραγματοποιήθηκε το τεστ Post Hoc Scheffe. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης φανέρωσαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των συμμετεχόντων με χαμηλή Ανάμειξη και των συμμετεχόντων με μεσαία ($p<.01$) και υψηλή Ανάμειξης ($p<.001$), με τους συμμετέχοντες με υψηλή Ανάμειξη να παρουσιάζει υψηλότερο μέσο όρο (6.41)

β) στην από στόμα με στόμα επικοινωνία ($F=9.95, p<.001$). Για την διερεύνηση των διαφορών μεταξύ των κατηγοριών της ανάμειξης πραγματοποιήθηκε το τεστ Post Hoc Scheffe. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης φανέρωσαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των συμμετεχόντων με χαμηλή Ανάμειξη και των συμμετεχόντων με μεσαία ($p<.005$) και υψηλή Ανάμειξης ($p<.001$), με τους συμμετέχοντες με υψηλή Ανάμειξη να παρουσιάζει υψηλότερο μέσο όρο (6.25)

γ) στην ποιότητα των υπηρεσιών και πιο συγκεκριμένα στις διαστάσεις προσβασιμότητα ($F=7.40, p<.005$), ανθρώπινο δυναμικό της διοργάνωσης ($F=7.55, p<.005$), τόπος διεξαγωγής ($F=6.70, p<.005$), διαγωνιστική ποιότητα ($F=5.87, p<.005$), λειτουργικές διαδικασίες ($F=5.87, p<.005$), προσοδωκώμενο αποτέλεσμα. ($F=9.11, p<.001$). Για την διερεύνηση των διαφορών μεταξύ των κατηγοριών της ανάμειξης πραγματοποιήθηκε το τεστ Post Hoc Scheffe. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης φαίνονται στον πίνακα 9.

Πίνακας 9. Ανάλυση διακύμανσης μεταξύ των τριών κατηγοριών της Ανάμειξης

	Υψηλή. Ανάμειξη (1)	Μέτρια Ανάμειξη (2)	Χαμηλή (3)	F	Post Hoc
Ικανοποίηση	6.41	6.15	5.67	$F_{(2,264)}=11.85, p<.000$	1-3, $p<.001$ 2-3, $p<.01$
Στόμα με στόμα επικοινωνία	6.26	5.07	5.56	$F_{(2,264)}=9.95, p<.000$	1-3, $p<.001$ 2-3, $P<.005$

Ποιότητα υπ Προσβασιμότητα	6.23	5.91	5.71	$F_{(2,264)}=7.40,$ $p<.005$	1-3, $p=.05$
Προσωπικό διοργάνωσης	6.21	5.87	5.68	$F_{(2,264)}=7.55,$ $p<.005$	1-3, $p<.005$
Τόπος διεξαγωγής	5.73	5.46	5.21	$F_{(2,264)}=6.70,$ $p<.005$	1-3, $p<.05$
Προϊόν διοργάνωσης	5.54	5.22	5.02	$F_{(2,264)}=5.87,$ $p<.005$	1-3, $p<.005$
Λειτουργικές διαδικασίες	6.00	5.70	5.43	$F_{(2,264)}=9.11,$ $p<.001$	1-3, $p=.001$
Προσδοκώμενο αποτέλεσμα	5.51	5.22	5.01	$F_{(2,264)}=5.86,$ $p<.005$	

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας οι συμμετέχοντες αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας ταξινομήθηκαν σε κατηγορίες, ανάλογα με το επιπέδου ανάμειξής τους με την δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος. Προέκυψαν τρεις κατηγορίες συμμετεχόντων: οι συμμετέχοντες με υψηλή ανάμειξη, οι συμμετέχοντες με μέτρια ανάμειξη και οι συμμετέχοντες με χαμηλή ανάμειξη. Πιο συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες με υψηλή ανάμειξη (ποσοστό 29%) παρουσίασαν τους υψηλότερους μέσους όρους και στις τρεις διαστάσεις της ανάμειξης. Η διάσταση έλξη είναι αυτή που φαίνεται πως αντιπροσωπεύει περισσότερο τους συμμετέχοντες με υψηλή ανάμειξη (μ.ο. 6.44), με τις διαστάσεις αυτοέκφραση και κεντρικότητα να ακολουθούν. Οι συμμετέχοντες με μέτρια ανάμειξη (ποσοστό 46%) παρουσίασαν μέσους όρους που κινήθηκαν λίγο πιο πάνω από το ουδέτερο, με εξαίρεση την διάσταση έλξη, η οποία, όπως και στους συμμετέχοντες με υψηλή παρακίνηση, αναδείχτηκε πιο σημαντική (μ.ο. 5.74). Τέλος, οι συμμετέχοντες με χαμηλή ανάμειξη, οι οποίοι συγκέντρωσαν και το χαμηλότερο ποσοστό (25%) παρουσίασαν μέσους όρους που κινήθηκαν κάτω από το ουδέτερο, με εξαίρεση και εδώ την διάσταση έλξη (μ.ο. 5,02). Ιδιαίτερα ενδιαφέρον και για τις τρεις κατηγορίες της ανάμειξης αποτελεί το γεγονός ότι η διάσταση έλξη, η οποία φανερώνει την σημαντικότητα που νιώθουν οι συμμετέχοντες για την δραστηριότητα, την συναρπαστικότητα που της προσδίδουν και την ευχαρίστηση που αντλούν από αυτή, αναδεικνύεται στην σημαντικότερη όλων.

Η Ποιότητα υπηρεσιών των αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας.

Για την διερεύνηση της ποιότητας υπηρεσιών δημιουργήθηκε μια νέα κλίμακα που περιλάμβανε διαστάσεις της κλίμακας ποιότητας υπηρεσιών των Shonk και Chelladurai (2009) και της κλίμακας των Alexandris et al. (2004). Τα αποτελέσματα της επιβεβαιωτικής ανάλυσης παραγόντων επιβεβαίωσαν την σχέση των 7 διαστάσεων της κλίμακας που αναπτύχθηκε με αυτές των 2 κλιμάκων που χρησιμοποιήθηκαν ως βάση ανάπτυξής της. Πιο συγκεκριμένα:

α) η διάσταση προσβασιμότητα (η οποία αφορούσε την ευκολία με την οποία οι συμμετέχοντες μπόρεαν να φτάσουν πρόσβασης στην περιοχή που υλοποιείται η διοργάνωση, στις εγκαταστάσεις της διοργάνωσης αλλά και στο χώρο εκκίνησης- τερματισμού) συμφωνεί με την διάσταση ποιότητα της προσβασιμότητας των Shonk & Chelladurai, β) η διάσταση ανθρώπινο δυναμικό (που αφορά την αξιολόγηση του προσωπικού της διοργάνωσης) συμφωνεί με την διάσταση ποιότητα αλληλεπίδρασης των Alexandris et al. (2004), γ) η διάσταση τόπος διεξαγωγής (που αφορά θέματα σχετικά με την διαδρομή του αγώνα και τις λοιπές εγκαταστάσεις που χρησιμοποιήθηκαν κατά την διάρκεια της διοργάνωσης) συμφωνεί με τις διαστάσεις ποιότητα των εγκαταστάσεων των Shonk και Chelladurai (2009) και ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος των Alexandris et al., (2004), δ) η διάσταση κόστος (που περιελάμβανε το κόστος μια σειράς υπηρεσιών που παρέχονται στην ευρύτερη περιοχή όπου το αθλητικό γεγονός λαμβάνει χώρα, αλλά και το κόστος συμμετοχής στο ίδιο το γεγονός) συμφωνεί με τις υποδιαστάσεις «αξία» των διαστάσεων ποιότητα καταλυμάτων και ποιότητα εγκαταστάσεων των Shonk και Chelladurai (2009), ε) η διάσταση διαγωνιστική ποιότητα της διοργάνωσης (που αφορά τον

αριθμό και την αγωνιστική αξία των συμμετεχόντων στον αγώνα) συμφωνεί με την διάσταση ποιότητα του διαγωνισμού των Shonk και Chelladurai (2009), στ) η διάσταση λειτουργικές διαδικασίες (που αφορά διαδικαστικά θέματα της διοργάνωσης σε σχέση με τους συμμετέχοντες, όπως ενημερώσεις, διαδικασία εγγραφών κ.α) συμφωνεί με τις διάσταση ποιότητα του διαγωνισμού των Shonk και Chelladurai (2009) και τέλος ζ) η διάσταση προσδοκώμενο αποτέλεσμα που συμφωνεί με την αντίστοιχη διάσταση ποιότητα προσδοκώμενου αποτελέσματος των Alexandris et al. (2004).

Συγκρίνοντας τους μέσους όρους των διαστάσεων της ποιότητας των υπηρεσιών στην παρούσα έρευνα βλέπουμε πως για τους συμμετέχοντες το σημαντικότερο για την συμμετοχή τους στην διοργάνωση ήταν η ευκολία της πρόσβασης στον χώρο υλοποίησής της, διάσταση που μάλιστα σημείωσε τον υψηλότερο μέσο όρο και στην έρευνα των Shonk και Chelladurai (2009). Ακολούθως, και με πολύ μικρή διαφορά στους μέσους όρους, ως πολύ σημαντική κρίθηκε η εμπειρία και φιλικότητα του ανθρώπινου δυναμικού της διοργάνωσης, παράγοντας που στο μοντέλο των Alexandris et al. (2004) διαδραμάτισε ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο. Πολύ σημαντικά κρίνονται τα ευρήματα που αφορούν το γενικότερο κόστος των διοργανώσεων. Οι συμμετέχοντες στις τρεις διοργανώσεις δεν φάνηκαν ευχαριστημένοι κυρίως από το κόστος των υπηρεσιών που είχαν κατά την διάρκεια της επίσκεψής τους στην περιοχή υλοποίησης της διοργάνωσης. Το γεγονός αυτό φαίνεται πως αντικατοπτρίζει, εκτός των άλλων και το κλίμα της γενικότερης οικονομικής κρίσης που, κατά τη διάρκεια υλοποίησης της έρευνας, είχε ήδη κάνει πάρα πολύ αισθητή την παρουσία της.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φανέρωσαν πως υπάρχουν διαφορές μεταξύ των συμμετεχόντων με διαφορετικά επίπεδα ανάμειξης με την δραστηριότητα του ορεινού τρεξίματος ως προς την αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει μια διοργάνωση. Μάλιστα, διαφορές παρουσιάστηκαν στην αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών όλων των διαστάσεων της ποιότητας των υπηρεσιών, εκτός από την διάσταση κόστος. Συνεπώς επαληθεύτηκε η ερευνητική υπόθεση.

Πιο συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες με υψηλά επίπεδα ανάμειξης παρουσίασαν σημαντικές διαφορές στην αντίληψη των διαστάσεων προσβασιμότητα, προσωπικό της διοργάνωσης, τόπος διεξαγωγής της διοργάνωσης, ανταγωνισμός στη διοργάνωση, λειτουργικές διαδικασίες και αντιλαμβανόμενο αποτέλεσμα σε σχέση με την αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών στις αντίστοιχες διαστάσεις από τους συμμετέχοντες με χαμηλό επίπεδο ανάμειξης. Οι συμμετέχοντες με υψηλή ανάμειξη αξιολόγησαν σε υψηλότερο βαθμό τις υπηρεσίες που έλαβαν από ότι οι συμμετέχοντες με χαμηλή ανάμειξη. Μάλιστα, οι διαστάσεις προσβασιμότητα και προσωπικό της διοργάνωσης ήταν αυτές που αξιολογήθηκαν υψηλότερα από τους συμμετέχοντες με υψηλή ανάμειξη, καταδεικνύοντας την σημαντικότητα που οι δύο αυτοί παράγοντες έχουν στην αντίληψή τους για μια ποιοτική διοργάνωση.

Οι συμμετέχοντες με υψηλά επίπεδα ανάμειξης παρουσιάζουν επίσης υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης από την διοργάνωση τόσο σε σχέση με τους συμμετέχοντες με μεσαία και χαμηλή ανάμειξη. Μάλιστα στην παρούσα έρευνα τα επίπεδα της ικανοποίησης των συμμετεχόντων με υψηλή ανάμειξη παρουσιάζονται ιδιαίτερα υψηλά. Παράλληλα τα αποτελέσματα φανέρωσαν πως οι συμμετέχοντες με υψηλά επίπεδα ανάμειξης αναπτύσσουν επίσης θετική ανεπίσημη επικοινωνία που αφορά την διοργάνωση περισσότερο από ότι οι συμμετέχοντες με μεσαία και χαμηλή ανάμειξη. Η θετική ανεπίσημη επικοινωνία που ανέπτυξαν οι συμμετέχοντες βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, γεγονός που καταδεικνύει την δυναμική που μπορούν να αναπτύξουν προωθώντας «ανεπίσημα» μια διοργάνωση σε άλλους ενδιαφερόμενους.

Περιορισμοί έρευνας – προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Στην παρούσα εργασία παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε με συγκεκριμένα δείγματα (συμμετέχοντες σε 3 αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας που πραγματοποιούνται στη φύση, στο άθλημα του ορεινού τρεξίματος). Ο αριθμός του συνολικού δείγματος ήταν περιορισμένος και η δειγματοληψία δεν ήταν ορισμού τυχαία. Ως εκ τούτου τα αποτελέσματα θα πρέπει να θεωρηθούν ενδεικτικά και όχι αντιπροσωπευτικά του σύνολο των συμμετεχόντων σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας. Μελλοντικές έρευνες με μεγαλύτερα

δείγματα και σε άλλες διοργανώσεις στην Ελλάδα θα μπορέσουν να συγκριθούν με την παρούσα έρευνα προκειμένου να έχουμε μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα. Συγκρίσεις τόσο της παρούσας έρευνας αλλά και μελλοντικών, με αντίστοιχες που αφορούν διεθνείς διοργανώσεις μικρής κλίμακας μπορούν να προσφέρουν επίσης μια πιο διεισδυτική ματιά σε έναν τομέα πολυδιάστατο, όπως αυτός των συμμετεχόντων σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας. Παράλληλα, εφαρμόστηκε ποσοτική μέθοδος με τη χρήση δομημένων ερωτηματολογίων, καθώς ήταν απαραίτητο προκειμένου να έχουμε ένα μεγάλο δείγμα ώστε να ελεγχθούν οι θεωρητικές υποθέσεις της έρευνας. Η συλλογή δεδομένων μέσω ποιοτικής έρευνας θα μπορούσε να προταθεί για το μέλλον προκειμένου να διερευνηθεί σε βάθος οι συμπεριφορά των συμμετεχόντων ως προς την επανάληψη της συμμετοχής.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K., Funk, D. C., & Pritchard, M. (2011). The impact of constraints on motivation, activity attachment, and skier intentions to continue. *Journal of Leisure Research*, 43(1), 56.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004a). An empirical investigation In to the role of the outcome dimension in measuring perceived service quality in a health club context, *International Journal of Sport Management*, 281-294.
- 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*, 36-52.
- [Beard, J. G., & Ragheb, M. G.](#) (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 20-33
- Berg, L. V. D., Braun, E., & Otgaar, A. (2000). Sports and city marketing in European cities. An international comparative research into the experiences of Barcelona, Helsinki, Manchester, Rotterdam and Turin.
- Bollen, K. A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 17(3), 303-316.
- Brady, M. K., & Cronin, J. Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach, *Journal of Marketing*, 65, 34-49.
- Brannan, L., Condello, C., Stuckum, N., Vissers, N., & Priest, S. (1992). Public perceptions of risk in recreational activities. *Journal of Applied Recreation Research*, 17, 144-157
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Sage Focus Editions*, 154, 136-136.
- Bull, C., & Lovell, J., (2007). The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: an Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France. *Journal of Sport & Tourism*, 229-248
- Bush, V., Bush, A., Clark, P., & Bush, R. (2005), Girl power and word-of-mouth behavior in the flourishing sports market. *Journal of Consumer Marketing*, 257-264
- Churchill Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of marketing research*, 64-73.
- Dimanche, E., Havitz, M.E., & Howard, D.R. (1991a). Testing the involvement profile scale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23, 51-66
- Dimanche, E., Havitz, M.E., & Howard, D.R. (1991b). Consumer involvement profiles as a tourist segmentation tool. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33-53
- Dimanche, E., Havitz, M.E., & Howard, D.R. (1993). Segmenting recreationalists and tourists using involvement profiles. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 33-52
- [Funk, D., Jordan, J., Ridinger, L., & Kaplanidou, K.](#) (2011). [Capacity of mass participant sport events for the development of activity commitment and future exercise intention.](#) *Leisure Sciences*, 250-268
- Funk, D.C., Ridinger, L., & Moorman, A. (2004). Exploring origins of involvement: Understanding the relationship between consumer motives and involvement with professional sport teams. *Leisure Sciences*, 26, 35-61.
- Funk, D.C., Toohey, K., & Bruun, T. (2007). International Sport Event Participation: Prior Sport Involvement, Destination Image and Travel Motives. *European Sport Management Quarterly*, 3, 227 - 248.
- [Gibson, H., Willming, C., & Holdnak, A.](#) (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. [Tourism Management](#), 181-190

- Gwinner, K., & Swanson, S. R. (2003). A model of fan identification: Antecedents and sponsorship outcomes. *Journal of services marketing*, 17(3), 275-294.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (1998). Black. 1998. *Multivariate data analysis*, 5, 87-135.
- Harrison-Walker, L. (2001). The Measurement of Word-of-Mouth Communication and an Investigation of Service Quality and Customer Commitment as Potential Antecedents. *Journal of Service Research*, 4 (1), 60-75
- Hawkins, D., Best, R., & Coney, K. (2004). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. (9th ed.) McGraw Hill,
- Havitz, M. E., Dimance, F. & Howard, D. R. (1993). A two sample comparison of the Personal Involvement Inventory (PII) and Involvement Profile (IP) scales using selected recreational activities. *Journal of Applied Recreation Research* 14, 331-364
- Havitz, M. E & Dimanche, F. (1997). Leisure involvement revisited: Conceptual conundrums and measurement advances. *Journal of Leisure Research*, 29, 245-278
- Higham, J., (1999). Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism. *Current issues in Tourism*, 82-90
- Gladden, J., Funk, D. (2001), Understanding brand loyalty in professional sport: Examining the link between brand association and brand loyalty, *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3, 67-94
- Jones, M. A., & Suh, J. (2000). Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis. *Journal of Services Marketing*, 14, 147-159.
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourism: The case of small-scale recurring sport events. *Journal of Sports and Tourism*, 163-179
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of Sport Management*, 24(5), 544-566.
- Kenny, D. A., & McCoach, D. B. (2003). Effect of the number of variables on measures of fit in structural equation modeling. *Structural equation modeling*, 10(3), 333-351.
- 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.
- Ko, Y.J., Zhang, J., Cattani, K., & Pastore, D. (2011). Assessment of event quality in major spectator sports. *Managing Service Quality: An International Journal*, 304 - 322
- Ko, Y.J., & Pastore D.L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, 84-97.
- 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 outdoors setting, *Journal of Sport & Tourism*, 101-111
- Kyle, G. T. & Chick, G. E. (2004). Enduring leisure involvement: the importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 243-266
- Kyle, G. T., Graefe, A. R., Manning, R. E. & Bacon, J. (2004). Predictors of behavioral loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences* 26, 99-118.
- Kyle, G., Absher, J., Hammitt, W., & Cavin, J. (2006). An examination of the motivation - involvement relationship. *Leisure Sciences*, 467-485.
- Kyle, G. T., Absher, J. D., Norman, W., Hammitt, W. E., & Jodice, L. (2007). A modified involvement scale. *Leisure Studies*, 26, 399-427.
- Kyle, G., Absher, J., Hammitt, W., & Cavin, J. (2006). An examination of the motivation - involvement relationship. *Leisure Sciences*, 28, 467-485.
- Kyle, G., Bricker, K., Graefe, A., & Wickham, T. (2004a). An examination of recreationists' relationships with activities and settings. *Leisure Sciences*, 26, 123-142.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2004b). Predictors of behavioural loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure Sciences*, 26, 99-118.
- Kyle, G., & Chick, G. (2004). Enduring leisure involvement: the importance of personal relationships. *Leisure Studies*, 243-266
- Laurent, G & Kapferer, J.N. (1985). Measuring consumer involvement profile. *Journal of Marketing Research*, 22, 41-53
- McIntyre, N. (1989). The personal meaning of participation: enduring involvement. *Journal of Leisure*

research, 21,167-179

- Mangold, W., Miller, F., & Brockway, G. (1999). Word-of-mouth communication in the service marketplace. *Journal of Services Marketing*, 13, 73-89
- McDougall, G.H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with service: Putting perceived value into equation. *Journal of Service Marketing*, 14, 392-410.
- Ridinger, L., Funk, D., Jordan, J., & Kaplanidou, K., (2012). Marathons for the Masses: Exploring the Role of Negotiation-Efficacy and Involvement on Running Commitment, *Journal of Leisure Research*, 155-178
- Ritchie, J.R.B., (1984). Assessing the impact of hallmark events. *Journal of Travel Research*, 2-11
- Schuett, M. A. (1993). Refining measures of adventure recreation involvement. *Leisure Sciences*, 205-216
- Shonk, D.J., & Chelladurai, P. (2008). Service quality, Satisfaction and intention to return in Event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22, 587-602
- [Theodorakis, N.](#), [Alexandris, K.](#), [Tsigilis, N.](#), & [Karvounis, S.](#) (2013). Predicting spectators' behavioral intentions in professional football: The role of satisfaction and service quality. *Sport Management Review*, 85-96
- Theodorakis, N., Kaplanidou, K., & Karabaxoglou, I. (2015). Effect of Event Service Quality and Satisfaction on Happiness Among Runners of a Recurring. *Sport Event Leisure Sciences*, 87-107.
- Tsiotsou, R., & Alexandris, K. (2009). Delineating the outcomes of sponsorships. Sponsor image, word of mouth and purchase intentions. *International Journal of retail & Distribution Management*, 358-369.
- Tsiotsu, R., & Laloutas, D. (2005). Applying event study analysis to assess the impact of marketing communication strategies: the case of sponsorship. *Applied Financial Economics Letters*, 259-262
- [Tzetzis, G.](#), [Alexandris, K.](#), & [Kapsampeli, S.](#) (2014). Predicting visitors' satisfaction and behavioral intentions from service quality in the context of a small-scale outdoor sport event, *International Journal of Event and Festival Management*, 4 - 21
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

Υπεύθυνος έκδοσης: Ελληνική Επιστημονική Εταιρεία Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής

Υπεύθυνος Συντακτικής Επιτροπής: Αλεξανδρής Κωνσταντίνος.

Συντάκτες: Αυθίνος Ιωάννης, Γαργαλιάνος Δημήτρης, Κριεμάδης Αθανάσιος, Κώστας Γεώργιος, Τζέτζης Γεώργιος, Κουθούρης Χαρίλαος, Κουστέλιος Αθανάσιος, Γουλιμάρης Δημήτριος, Θεοδωράκης Νικόλαος, Τσίτσου Ροδούλα, Τσίτσικαρη Ευθυμία, Παπαδημητρίου Δήμητρα, Γλυνιά Ελένη, Νάτσος Παντελής, Κιάφας Ζαχαρίας, Δράκου Αμαλία, Μπάρλας Αχιλλέας.

Τεχνική επεξεργασία και μορφοποίηση κειμένου: Δρ Ζαφειρούδη Αγλαΐα

.....