



Η Σχέση της ευημερίας μέσω της συμμετοχής σε αθλητικές δρομικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας με την αφοσίωση με τη δραστηριότητα

Καραγιώργος, Θ. & Ντοβόλη Απ., Αλεξανδρής, Κ.
Εργαστήριο 'Διοίκηση Αθλητισμού, Τουρισμού και Αναψυχής', Σ.Ε.Φ.Α.Α, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας μελέτης, είναι η διερεύνηση των επιδράσεων της ευημερίας, μέσω της αθλητικής συμμετοχής σε δρομικές διοργανώσεις, ως προς την ανάπτυξη της αφοσίωσης με το άθλημα του τρέξιματος. Η ευημερία αποτελεί μία νέα έννοια στον κλάδο του αθλητικού τουρισμού (Doyle, et al., 2016). Το δείγμα αποτέλεσαν 121 έλληνες δρομείς. Το όργανο μέτρησης της ευημερίας ήταν των Kern, et al., (2015) και της αφοσίωσης με το τρέξιμο του Alexandris (2016). Πραγματοποιήθηκε ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης ώστε να διερευνηθούν οι επιδράσεις των θετικών συναισθημάτων, δέσμευσης, σχέσεις, νόημα και επίτευξης ως προς την αφοσίωση με το τρέξιμο. Οι ερευνητικές υποθέσεις επιβεβαιώθηκαν μερικώς. Τα αποτελέσματα και η συζήτηση της έρευνας αναπτύσσονται παρακάτω.

Λέξεις κλειδιά Αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας, ευημερία, αφοσίωση με τη δραστηριότητα

Εισαγωγή

Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία εξελίσσεται με ραγδαίους ρυθμούς (Mason, 2015). Μία από τις πιο αναπτυσσόμενες εξειδικευμένες αγορές είναι οι αθλητικές δρομικές διοργανώσεις σε φυσικό περιβάλλον (Αλεξανδρής, 2018). Πλέον, πολλοί είναι οι οργανισμοί, οι φορείς και οι τοπικές κοινωνίες που προσφέρουν αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας στην περιοχή τους, με αντάλλαγμα την αύξηση της τουριστικής ζήτησης, τη μείωση της εποχικότητας και τη δημιουργία ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των άλλων (Getz, 2013). Οι Scheerder, Breedveld και Borgers (2015) διατύπωσαν ότι η αγορά των δρομέων της Ευρώπης εκτιμάται στους 45-55 εκ. συμμετέχοντες που δημιουργούν μία οικονομική δραστηριότητα της τάξεως των 8-11 δις. ευρώ ετησίως. Η συγκεκριμένη τάση της αθλητικής αγοράς, αποδεικνύεται ένας σημαντικός μοχλός τοπικής τουριστικής ανάπτυξης με άμεσο οικονομικό, κοινωνικό και τουριστικό αντίκτυπο στην τοπική κοινωνία (Higham, 1999). Επιπλέον, η βιβλιογραφία δείχνει ότι η ενεργή συμμετοχή των ανθρώπων σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας προσφέρει ευκαιρίες για κοινωνικοποίηση, προσωπική ανάπτυξη και αφορμή βίωσης νέων εμπειριών (Alexandris, Theodorakis, Karlanidou & Papadimitriou, 2017). Ακόμη, η συμμετοχή σε δρομικές εκδηλώσεις προσφέρει τη δυνατότητα για περεταίρω εμπλοκή με μία δραστηριότητα και αφοσίωση με αυτή (Alexandris, 2016). Φυσικά, ανάλογα με το βαθμό εμπλοκής, η ασχολία του ατόμου με μία δράση οδηγεί στην ικανοποίηση από τη ζωή και ενίσχυση της ποιότητας της (Theodorakis, Karlanidou & Karabaxoglou, 2015). Αν και το αντίκτυπο των αθλητικών δρομικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας έχει εξεταστεί σε ικανοποιητικό βαθμό (π.χ. Alexandris, 2016; Karlanidou & Gibson, 2010; Tzetzis, Alexandris & Kapsampeli, 2014), η διερεύνηση των παραγόντων που σχετίζονται με τη επίδραση της συμμετοχής στην ποιότητα ζωής των ατόμων και την αφοσίωση με τη δραστηριότητα, δεν έχει ερευνηθεί επαρκώς (Doyle, Filo, Lock, Funk & McDonald, 2016; Theodorakis, et al., 2015). Σε αυτό συμφωνούν και άλλοι ερευνητές που εφάρμοσαν νέα μοντέλα συμπεριφοράς καταναλωτή ως προς την ευημερία που νιώθει κάποιος μέσω της συμμετοχής του σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας (Doyle, et al., 2016; Kavetsos & Szymanski, 2010; Lu & Hu, 2005). Σκοπός της παρούσας έρευνας, είναι η διερεύνηση των επιδράσεων της ευημερίας που νιώθει κανείς, μέσω της αθλητικής συμμετοχής σε δρομικές διοργανώσεις, ως προς την ανάπτυξη της αφοσίωσης με το άθλημα του τρεξίματος. Βάσει των παραπάνω, η μελέτη επεκτείνει την ερευνητική γνώση στον αθλητικό τουρισμό, διερευνώντας την έννοια της ευημερίας σε δρομείς. Πιο αναλυτικά, εξετάζει τις πέντε διαστάσεις που συντελούν στην ευημερία του ατόμου, βάσει των Kern και συνεργατών (2015), καθώς αναδεικνύει τις άμεσες επιδράσεις που έχει η κάθε μία ξεχωριστά στην αφοσίωση με τη δραστηριότητα του τρεξίματος. Τέλος, εξετάζει μία νέα έννοια προς περεταίρω διερεύνηση, από τους ακαδημαϊκούς και επαγγελματίες του αθλητισμού, για τον ελλαδικό χώρο.

Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

Το δρομικό φαινόμενο

Τη σημερινή εποχή, το τρέξιμο ξέφυγε από τον αυστηρά δομημένο χώρο του αθλητισμού επιδόσεων σε γήπεδα και λογίζεται ως μία δραστηριότητα αναψυχής για όλους (Latham, 2015). Πλέον, είναι εύκολο, προσίτο και 'λογικό' κάποιος να φοράει τα αθλητικά του παπούτσια και την κατάλληλη περιβολή για να τρέξει σε άσφαλο, δάσος ή βουνό. Τη δεκαετία του 1960 η δραστηριότητα του τρεξίματος σε δημόσια θέα, κατά τον ελεύθερο χρόνο του ατόμου, έμοιαζε μία ασυνήθιστη δραστηριότητα εκγύμνασης

(Goffmann, 1971). Το γεγονός αυτό, άρχισε σταδιακά να αλλάζει με την ανάπτυξη των μαζικών δρομικών διοργανώσεων, π.χ. New York City Marathon, σε τουριστικές πόλεις της Αμερικής (Scheerder, et al., 2015). Σύμφωνα με τους Scheerder και συνεργάτες του (2015) από τις αρχές του 2000 διανύουμε το 'Δεύτερο κύμα' δρομέων, που δείχνει μαζικό και ελπιδοφόρο για μία νέα, πιο ενεργή στάση ζωής των ανθρώπων. Άλλωστε, η συμμετοχή σε δραστηριότητες, όπως το τρέξιμο σε φυσικό περιβάλλον συνδέεται με την ευημερία του ατόμου και την υιοθέτηση ενός ενεργού τρόπου ζωής (Scheerder, et al., 2015).

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις ερευνητών, 60 διοργανωτές μαραθωνίων δρόμων σε όλο τον κόσμο κατέχουν το 52% της συνολικής αγοράς του κλάδου (Scheerder, et al., 2015). Χαρακτηριστική είναι η επίσημη αναφορά των Stewart και Dwiarmein (2013), σχετικά με τους έξι πιο σημαντικούς μαραθώνιους πόλεων στον κόσμο - της Νέας Υόρκης, της Βοστώνης, του Σικάγο, του Λονδίνου, του Βερολίνου και του Τόκκου. Οι συγκεκριμένες διοργανώσεις επιλέχθηκαν βάσει του συνόλου των δρομέων που συμμετέχουν και της οικονομικής δραστηριότητας που δημιουργούν στις πόλεις που φιλοξενούνται. Αναλυτικότερα, το 2013 στο μαραθώνιο της Νέας Υόρκης συμμετείχαν πάνω από 50.000 συμμετοχές. Ακόμη, υπολογίζεται ότι περίπου 2 εκ. θεατές παρακολούθησαν ζωντανά τον αγώνα δημιουργώντας 340 εκ. ως οικονομικό αντίκτυπο στην πόλη. Στη συνέχεια, ο μαραθώνιος της Βοστώνης σημείωσε αύξηση κατά 50%, φτάνοντας τους 35.755 συμμετέχοντες, ο μαραθώνιος του Σικάγο, είχε αύξηση 60% με τους δρομείς να φτάνουν τους 40.802 στην εκκίνηση. Με τη λιγότερη αύξηση βρέθηκαν οι μαραθώνιοι του Βερολίνου και του Τόκκου που σημείωσαν 13% (36.755 δρομείς) και 17% (36.030) δρομείς αντίστοιχα. Τέλος, ο μαραθώνιος του Λονδίνου δεν παρουσίασε καμία αύξηση (36.621 δρομείς). Τα οφέλη που εγείρονται για τις διοργανώτριες πόλεις των μαραθωνίων, σχετίζονται με την ανάπτυξη της εικόνας τους, με τα έσοδα στην τοπική κοινωνία και με κοινωνικό-πολιτική ανάπτυξη (Αλεξανδρής, 2018).

Στην Ελλάδα, η έρευνα σχετικά με την αγορά των δρομέων και της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς βρίσκεται σε αναπτυξιακό στάδιο (Alexandris, 2016; Alexandris, et al., 2017; Theodorakis, et al., 2015; Tzetzis, et al., 2014). Σύμφωνα με τον Petridis (2015), το δρομικό κίνημα στη χώρα μας τα έτη 2006 με 2012 εκτοξεύτηκε κατακόρυφα, δημιουργώντας μία μαζική μορφή. Πιο συγκεκριμένα, ο ρυθμός ανάπτυξης των διοργανώσεων, σε αστικό περιβάλλον, σε ορεινό περιβάλλον και σε αγώνων υπέρ-αποστάσεων, σημείωσε 224% αύξηση φτάνοντας τις 204 διοργανώσεις το 2012 σε σχέση με τις 63 του 2006. Τη μεγαλύτερη ανάπτυξη είχαν οι υπαίθριες αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας σε ορεινό περιβάλλον (αύξηση 843%). Ακολουθούσαν οι μαραθώνιοι πόλεων με αύξηση 165%, ενώ σταθεροί έμειναν οι αγώνες υπέρ-αποστάσεων. Όσον αφορά τον μέσο όρο του συνόλου των συμμετεχόντων ανά διοργάνωση, το 2012 έφτασε τους 235 συμμετέχοντες σε σχέση με το 2006 που ήταν 154. Τέλος, η έρευνα ανέδειξε ότι το σύνολο των δρομέων στην Ελλάδα φτάνει τους 69.000 συμμετέχοντες για το 2012, όταν το 2006 ήταν μόλις 13.576. Συνεπώς, φανερώνατε η δυναμική αγορά των δρομέων ως μία νέα τάση για το μέλλον.

Αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας

Τα μικρής κλίμακας αθλητικά γεγονότα, ως τουριστικό προϊόν, έχουν ραγδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια (Konstantinidis, Karagiorgos & Alexandris, 2018). Σε αυτό συμφώνησαν οι Kaplanidou και Gibson (2010), διατυπώνοντας στο άρθρο τους, ότι οι τοπικές κοινωνίες, φορείς και οι διοργανωτές άρχισαν να αντιλαμβάνονται τα πολλαπλά οφέλη που προκύπτουν στον τόπο τους από τις υπαίθριες αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας. Οι Gibson και συνεργάτες (2003) όρισαν τις μικρής κλίμακας

αθλητικές διοργανώσεις ως «γεγονότα ετήσιας βάσης, με εγχώριο, εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα, κυρίως τοπικού επιπέδου θεατές, που προσελκύουν εθνική ή μικρή διεθνή προσοχή από ενδιαφερόμενους» (σελ. 3). Ο Αλεξανδρής (2018), ανέφερε ότι οι αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας αποτελούν την ελπίδα για το μέλλον του τουρισμού στη χώρα μας, καθώς συγκεντρώνουν πληθώρα συμμετεχόντων, ενδιαφερομένων (π.χ. χορηγών), τοπικών ΜΜΕ και δημιουργούν τουριστική αναγνωρισιμότητα. Αντίθετα, οι Higham & Hinch (2002) χαρακτήρισαν τα 'Μέγα' αθλητικά γεγονότα ως δύσκολα στο συντονισμό, τη διαχείριση και χωρίς ένα δημιουργικό περιεχόμενο.

Πολλές είναι οι μικρές διοργανώσεις που από μία φορά ή άτακτα χρονικά διαστήματα που λάμβαναν μέρος, μετατράπηκαν σε τακτικά γεγονότα, που πραγματοποιούνται κάθε χρόνο σε συγκεκριμένες ημερομηνίες, προσθέτοντας κύρος, φήμη και θετικό αντίκτυπο στις διοργανώτριες περιοχές (Karlanidou, Jordan, Funk, & Ridinger, 2012). Ο Higham (1999), υπογράμμισε ότι τέτοιου είδους διοργανώσεις δεν χρειάζονται μεγάλες επενδύσεις, καθώς χρησιμοποιούν τις υπάρχουσες εγκαταστάσεις ή το φυσικό περιβάλλον, σχεδιάζονται και υλοποιούνται πιο εύκολα, και τέλος, δεν υπάρχει μεγάλο ρίσκο για να διαχειριστεί κάποιος. Ακόμη, πρόσθεσε το γεγονός ότι δίνουν την αίσθηση της μείωσης της εποχικότητας σε μία περιοχή, καθώς υλοποιούνται μακριά από ημερομηνίες και μέρες σημαντικών γεγονότων με αποτέλεσμα να αποτελούν μία επιπλέον αφορμή για επίσκεψη της περιοχής από τουρίστες. Από την άλλη μεριά, οι θετικές επιπτώσεις των αθλητικών διοργανώσεων έχουν και προεκτάσεις στους ίδιους τους συμμετέχοντες, αλλά και στους θεατές (Doyle, et al., 2016). Η έρευνα των Funk και συνεργατών (2011), έδειξε ότι η συμμετοχή σε δρομικές διοργανώσεις μπορεί να ενισχύσει το αίσθημα της αφοσίωσης με τη δραστηριότητα, καθώς και να προβλέψει τις μελλοντικές προθέσεις για επανάληψη της συμμετοχής. Στα ίδια αποτελέσματα κατέληξε και ο Alexandris (2016) μελετώντας τη συμπεριφορά των ορεινών δρομέων μέσα από δυο αθλητικά γεγονότα που πραγματοποιήθηκαν σε ορεινό περιβάλλον. Τα ευρήματα έδειξαν ότι η συμμετοχή σε ορεινές διοργανώσεις μικρής κλίμακας συνεισφέρει σημαντικά στην ανάπτυξη της εμπλοκής με το άθλημα, καθώς και στην αύξηση της αφοσίωσης στη διοργάνωση. Σίγουρα, η συμμετοχή σε αθλητικά προγράμματα είναι κάτι θεμιτό που συνεισφέρει στην ποιότητα ζωής του ατόμου (Funk, et al., 2016). Στη βιβλιογραφία έχει αποτυπωθεί ότι η εμπλοκή με αθλητικές διοργανώσεις συμβάλει στη βίωση της ευημερίας και του αισθήματος της ικανοποίησης από τη ζωή (Kavetsos & Szymanski, 2010). Επίσης, η συμμετοχή σε δρομικές εκδηλώσεις αυξάνει την ευτυχία του ανθρώπου και την ποιότητα ζωής του (Theodorakis, et al., 2015). Επιπροσθέτως, στις έρευνες για τους θεατές αθλητικών γεγονότων έχει αναφερθεί ότι η θέαση αγώνων αυξάνει το αίσθημα της ευημερίας (Doyle, et al., 2016). Ωστόσο, η έρευνα σε δρομείς και η συμμετοχή τους σε αθλητικές εκδηλώσεις ως προς την ευημερία, δεν έχει αποτυπωθεί επαρκώς (Alexandris, 2016).

Ευημερία των συμμετεχόντων

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (World Health Organization) (1948), πρότεινε ότι "η υγεία δεν είναι η απλή απουσία ασθενειών αλλά μία συνολική κατάσταση ευημερίας του ατόμου". Ο Bradburn (1969) έδωσε έναν από τους πρώτους ορισμούς για την ευημερία: «ευημερία είναι η κατάσταση που νιώθει το άτομο όταν τα θετικά συναισθήματα υπερτερούν των αρνητικών συναισθημάτων μέσα από τις πράξεις του» (σελ. 9). Σε αυτό, ο ίδιος (1969), συμπλήρωσε ότι η ευημερία είναι το αγαθό που θα πρέπει κάποιος να επιδιώκει να έχει κατά τη διάρκεια της ζωής του. Γενικότερα, ευημερία θεωρείται η καλή ψυχολογική και σωματική κατάσταση του ατόμου που συνδέεται με μία μακροπρόθεσμα βιώσιμη εμπειρία (Diener & Seligman, 2004). Η λέξη ευημερία σχετίζεται με την ευζωία, την ευεξία, την ηδονή και την ευδαιμονία

(Goodman, Disabato, Kashdan & Kauffman, 2018). Άλλωστε, η προσφορά υπηρεσιών αναψυχής κατά τις διακοπές του ατόμου με απώτερο σκοπό τη βίωση της ευημερίας, έχει χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο μάρκετινγκ από αρκετούς φορείς και τουριστικούς προορισμούς (Pyke, Hartwell, Blake & Hemingway, 2016).

Στην βιβλιογραφία του τουρισμού, η έννοια της ευημερίας κατηγοριοποιείται σε δυο επιμέρους διαστάσεις (McMahan & Estes, 2011): α) *Ηδονική ευημερία* - περιγράφει τα πρόσκαιρα συναισθήματα που προκύπτουν από την αξιολόγηση των πράξεων του ατόμου και αναγνωρίζονται ως ευχάριστα ή δυσάρεστα και β) *Ευδαιμονική ευημερία* - περιγράφει το αίσθημα της αυτό-πραγμάτωσης του ατόμου, που μέσα από συγκεκριμένες πράξεις δίνει νόημα στην ζωή του. Σε αυτό τον διαχωρισμό συμφώνησαν αρκετοί ερευνητές του χώρου (Gallagher, Lopez & Preacher, 2009; Henderson & Knight, 2012). Ωστόσο, οι Rodríguez και συνεργάτες (2008), τόνισαν ότι δεν έχει καταστεί ακόμη σαφές πώς ο ελεύθερος χρόνος και η συμμετοχή σε δραστηριότητες βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των ατόμων και συνεπώς σύστησαν περισσότερη διερεύνηση στον τομέα αυτό.

Ερευνητές στον κλάδο της θετικής ψυχολογίας έχουν προτείνει ποικίλα όργανα μέτρησης της ευημερίας, με τα πολυδιάστατα να αποτελούν τα πιο δημοφιλή (Forgeard, Jayawickreme, Kern & Seligman, 2011). Ένα τέτοιο μοντέλο, μέτρησης της ευημερίας, παρουσιάστηκε από τον Seligman (2012) και είναι το PERMA-Positive Emotions, Engagement, Relationships, Meaning, Accomplishment. Βασιζόμενος στις αρχές της θετικής ψυχολογίας, που υποστηρίζει ότι η ευημερία περιέχει ηδονικά και ευδαιμονικά στοιχεία, ανέπτυξε ένα όργανο μέτρησης με πέντε διαστάσεις. Αναλυτικότερα για κάθε παράγοντα έχουμε:

- *Θετικά Συναισθήματα (Positive Emotions)*: περιγράφει τα ηδονικά συναισθήματα που λαμβάνει κάποιος εμπλεκόμενος με μία πράξη π.χ. χαρά, ψυχαγωγία, διασκέδαση, κ.ά..
- *Δέσμευση (Engagement)*: αναφέρεται στο βαθμό που ένα άτομο εμβραθύνει και εμπλέκεται με μία δραστηριότητα. Στην θετική ψυχολογία, η δέσμευση περιγράφει την απορρόφηση του ατόμου που προέρχεται από την αλληλεπίδραση του με ένα αντικείμενο (Seligman, 2011).
- *Θετικές Σχέσεις (Relationships)*: περιλαμβάνει αισθήματα κοινωνικής ολοκλήρωσης, όταν το άτομο νοιάζεται για τον κοινωνικό του περίγυρο και όταν νιώθει ικανοποιημένος από τους κοινωνικούς δεσμούς που έχει αναπτύξει στη ζωή του.
- *Νόημα (Meaning)*: είναι στοιχείο της ευδαιμονικής ευημερίας που περιγράφει τη σημασία και την πεποίθηση ότι η ζωή του ατόμου έχει σκοπό και νόημα (Seligman, 2011).
- *Επίτευξη (Accomplishment)*: αναφέρεται στην διαδικασία επίτευξης των στόχων και στο αίσθημα της ικανότητας να πετύχει κάποιος. Ο Seligman (2011), υπογράμμισε τη σημασία της επιτυχίας στην προσωπική ανάπτυξη του ατόμου και στην βελτίωση τη ευημερίας του.

Το μοντέλο PERMA έλαβε αρκετή απήχηση και εφαρμόστηκε σε διάφορους ερευνητικούς χώρους (Butler & Kern, 2016; Kun, Balogh & Krasz, 2017). Οι Kern και οι συνεργάτες (2015), εφάρμοσαν το μοντέλο σε 1300 μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Αυστραλία. Τα αποτελέσματα επιβεβαίωσαν το μοντέλο PERMA, δείχνοντας ότι η ευημερία επιδρά θετικά στο αίσθημα της ελπίδας για το μέλλον και στην ικανοποίηση από τη ζωή. Ωστόσο, στον χώρο του αθλητικού τουρισμού και της αναψυχής, η ευημερία αποτελεί μία νέα έννοια για έρευνα (Doyle, et al., 2016; Rodríguez, et al., 2008). Το μοντέλο PERMA εφαρμόστηκε, για πρώτη φορά, στα πλαίσια των αθλητικών θεατών. Οι Doyle και συνεργάτες

(2016) μέτρησαν το βαθμό που η συστηματική θέαση ενός αθλητικού πρωταθλήματος π.χ. rugby, συνεισφέρει στην ευημερία του ατόμου, καθώς και κατά πόσο αλλάζει το επίπεδο αίσθησης της ευημερίας στην κανονική σεζόν έναντι της καλοκαιρινής περιόδου (εκτός σεζόν). Τα αποτελέσματα έδειξαν τη σημαντική συνεισφορά των εμπειριών θέασης αθλητικών διοργανώσεων μόνο στους τέσσερις παράγοντες (Θετικά συναισθήματα, Θετικές σχέσεις, Νόημα, Επίτευξη). Επίσης, φάνηκε ότι τα επίπεδα αίσθησης της ευημερίας αυξάνονται όσο κορυφώνεται το πρωτάθλημα και μειώνονται όταν η ομάδα βρίσκεται στην καλοκαιρινή περίοδο. Σε μία άλλη έρευνα, οι Sato και συνεργάτες (2016), υπογράμμισαν την επίδραση που έχει ο βαθμός εμπλοκής με το τρέξιμο στη φύση στην ανάπτυξη θετικών προθέσεων και ενίσχυση του αισθήματος της ικανοποίησης από τη ζωή. Άλλωστε έχει αποδειχθεί ότι όσο περισσότερο χρόνο αξιοποιούμε στο φυσικό περιβάλλον κάνοντας δραστηριότητες, τόσο πιο πολύ νιώθουμε ευημερία στη ζωή μας (Korpela, et al., 2014). Πάρα ταύτα, πολλοί είναι η ερευνητές που ενθαρρύνουν την περαιτέρω διερεύνηση της έννοιας της ευημερίας σε σχέση με τις αθλητικές διοργανώσεις (Kavetsos & Szymanski, 2010; Korpela, et al., 2014). Εδώ, να προστεθεί και η προτροπή των Doyle και συνεργατών (2016) που τόνισαν την ανάγκη εξέτασης του μοντέλου PERMA σε διάφορους κλάδους του αθλητικού τουρισμού. Συνεπώς, καθώς η συμμετοχή σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας μπορεί να οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα, όπως αφοσίωση με μία διοργάνωση (Alexandris, 2016), κρίνεται επιτακτικό να διερευνηθεί η συνεισφορά της συμμετοχής στην ευημερία του ατόμου και στις μελλοντικές του στάσεις, μέσα από νέα θεωρητικά μοντέλα που θα προσθέσουν νέες πληροφορίες στην θεωρία της συμπεριφοράς καταναλωτή στον αθλητισμό. Βάσει των παραπάνω αναπτύχθηκαν οι ερευνητικές υποθέσεις της παρούσας μελέτης:

H1: Τα Θετικά Συναισθήματα προβλέπουν την αφοσίωση με το τρέξιμο

H2: Η Δέσμευση προβλέπει την αφοσίωση με το τρέξιμο

H3: Οι Κοινωνικές Σχέσεις προβλέπουν την αφοσίωση με το τρέξιμο

H4: Το Νόημα προβλέπει την αφοσίωση με το τρέξιμο

H5: Η Επίτευξη προβλέπει την αφοσίωση με το τρέξιμο

Μεθοδολογία

Δείγμα και Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Το συνολικό δείγμα της έρευνας ήταν 121 Έλληνες δρομείς. Οι 116 (95,9%) ήταν άνδρες και οι 5 (4,1%) γυναίκες. Το 44,6% ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα των 35-44. Ακολούθησαν με 25,6% η ομάδα 45-55, με 23,1% η ομάδα 25-34, με 4,1% η ομάδα >55 και μόλις με 2,5% η ομάδα των 18-24. Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση του δείγματος, οι περισσότεροι ήταν έγγαμοι (53,7%), ενώ με 40,5% αποτέλεσαν οι άγαμοι, καθώς και μόλις 5,8% οι διαζευγμένοι. Όσον αφορά το μορφωτικό τους επίπεδο, το 39,7% είχαν πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ, το 27,3% ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου, το 19% αποφοίτησαν από ΙΕΚ και με 14% ήταν οι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Τέλος, η επαγγελματική κατάσταση έδειξε ότι το 35,5% ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες και με λίγο μικρότερο ποσοστό (33,9%) ήταν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι. Επίσης, το 15,7% αποτέλεσαν οι δημόσιοι υπάλληλοι και με περίπου 7% ήταν οι ομάδες φοιτητές και άνεργοι. Τα ερωτηματολόγια συλλέχθηκαν σε διάστημα ενός μήνα από οργανωμένα club δρομέων, όπως συλλόγους, ιδιωτικές ομάδες, κ.ά., στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Όργανο μέτρησης

Για τη μέτρηση της ευημερίας των συμμετεχόντων υιοθετήθηκε το ερωτηματολόγιο των Kern, et al., (2015), που περιείχε πέντε διαστάσεις: Θετικά συναισθήματα, Δέσμευση, Σχέσεις, Νόημα, Επίτευξη. Για τη μέτρηση της εξαρτημένης μεταβλητής (αφοσίωση με το τρέξιμο), χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο πρόθεσης του Alexandris (2016) και περιείχε τρεις ερωτήσεις π.χ. σκοπεύω να συνεχίσω να τρέχω τα επόμενα χρόνια, είμαι αποφασισμένος να συνεχίσω να τρέχω, κ.ά. Η κλίμακα μέτρησης ήταν επταβάθμια Likert από το «Διαφωνώ Απόλυτα» μέχρι το «Συμφωνώ Απόλυτα».

Αποτελέσματα

Περιγραφικά στατιστικά και εσωτερική συνοχή

Ο πίνακας 1 περιγράφει το μέσο όρο, την τυπική απόκλιση, τη λοξότητα, την κύρτωση, τα θέματα και τον δείκτη alpha του Cronbach. Αναλυτικότερα, τον υψηλότερο μέσο όρο συγκέντρωσε ο παράγοντας αφοσίωση (Μ.Ο=6,3) και με μικρή διαφορά ακολούθησε η διάσταση θετικά συναισθήματα (Μ.Ο=6,1). Ο χαμηλότερος μέσος όρος ήταν στη διάσταση σχέσεις με 5,4. Ωστόσο, συνολικά το ερωτηματολόγιο ανέδειξε υψηλές τιμές για το μέσο όρο του κάθε παράγοντα. Ακόμη, η τυπική απόκλιση, η λοξότητα και η κύρτωση ήταν σε αποδεκτά επίπεδα (Field, 2013). Αναφορικά με το δείκτη alpha, οι αναλύσεις επιβεβαίωσαν την καλή εσωτερική συνοχή, παρουσιάζοντας .90 στην αφοσίωση ως πιο υψηλό σκορ και .84 στη δέσμευση ως το πιο χαμηλό.

Μεταβλητές	Μ.Ο	Τ.Α	Λοξότητα	Κύρτωση	Θέματα	α
Θετικά Συναισθήματα	6,1	0,98	1,63	2,78	3	.88
Δέσμευση	5,9	1,02	0,98	1,54	3	.84
Σχέσεις	5,4	1,19	1,01	0,59	3	.90
Νόημα	6,0	1,00	2,45	2,98	3	.89
Επίτευξη	5,6	1,11	1,02	2,63	3	.89
Αφοσίωση	6,3	0,93	1,28	1,63	3	.90

Πίνακας 1. Περιγραφικά στατιστικά και εσωτερική συνοχή.

Παραγοντική ανάλυση

Πραγματοποιήθηκε παραγοντική ανάλυση με την τεχνική των κύριων συνιστωσών προκειμένου να ελεγχθεί η περεταίρω αξιοπιστία του ερωτηματολογίου (Field, 2013). Τα αποτελέσματα έδειξαν τις πέντε διαστάσεις της ευημερίας, με τις φορτίσεις να κυμαίνονται σε ικανοποιητικά επίπεδα, από .54 μέχρι .89 για κάθε παράγοντα και χωρίς να παρουσιάζουν χιαστεί φορτίσεις (cross-loadings) μεταξύ τους. Το άθροισμα των διακυμάνσεων των παρατηρούμενων μεταβλητών εξηγεί το 76,02% του συνόλου και

σύμφωνα με τον δείκτη ΚΜΟ (ΚΜΟ=.88, Bartlett's test: Chi-square=3219,5, df=92, p<.001) τα δεδομένα ήταν κατάλληλα για εξέταση.

Οι επιδράσεις των διαστάσεων της ευημερίας στην αφοσίωση με τη δραστηριότητα

Για την διερεύνηση της πρόβλεψης της αφοσίωσης με το τρέξιμο από την ευημερία των συμμετεχόντων πραγματοποιήθηκε ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης με το στατιστικό πακέτο SPSS 22.0. Το συνολικό ανέδειξε τις άμεσες επιδράσεις που έχει η ευημερία μέσω της συμμετοχής σε αθλητικές διοργανώσεις στη μελλοντικές στάσεις των καταναλωτών μοντέλο (R²=.39, F=16,34, p<.001). Επιπλέον, η μήτρα συσχέτισης των παρατηρούμενων μεταβλητών έδειξε υψηλές τιμές σε όλες τις συσχετίσεις, από .494 (κοινωνικές σχέσεις - αφοσίωση) μέχρι .844 (θετικά συναισθήματα - δέσμευση). Έτσι, η προϋπόθεση για την ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης ικανοποιήθηκε (Field, 2013). Σχετικά με τις διαστάσεις, οι (H3) κοινωνικές σχέσεις (β=.17, t=1,88, p<.05), νόημα (H4) (β=.22, t=1,85, p<.05) και επίτευξη (H5) (β=.24, t=3,07, p<.05) πρόβλεπαν σημαντικά την εξαρτημένη μεταβλητή. Αντίθετα, τα θετικά συναισθήματα (H1) (β=.07, t=0,57, p>.05) και δέσμευση (H2) (β=.04, t=0,35, p>.05) δεν συνεισέφεραν στην πρόβλεψη του μοντέλου. Συνολικά, επιβεβαιώθηκαν μόνο οι ερευνητικές υποθέσεις H3, H4 και H5.

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Εξαρτημένη μεταβλητή: Αφοσίωση με το τρέξιμο				
	β	Beta	t	P	H
Θετικά Συναισθήματα	.07	.08	0,57	n/s	H1
Δέσμευση	.04	.05	0,35	n/s	H2
Σχέσεις	.17	.20	1,88	.05	H3
Νόημα	.22	.23	1,85	.05	H4
Επίτευξη	.24	.29	3,07	.05	H5

R²=.39, F=16,34, p<.001

Πίνακας 4. Ανάλυση παλινδρόμησης ανάμεσα στην ευημερία και την αφοσίωση

Συζήτηση

Σκοπός της παρούσας έρευνας, ήταν η διερεύνηση των επιδράσεων της ευημερίας, μέσω της αθλητικής συμμετοχής σε δρομικές διοργανώσεις, ως προς την ανάπτυξη της αφοσίωσης με το άθλημα. Συνολικά επιβεβαιώθηκαν μερικώς οι αρχικές ερευνητικές υποθέσεις, δείχνοντας τη δυναμική που έχει η ευημερία μέσω της συμμετοχής σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας ως προς την αφοσίωση με τη δραστηριότητα του τρεξίματος.

Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος, οι περισσότεροι ήταν άνδρες, ηλικίας 35 με 44 ετών, απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ελεύθεροι επαγγελματίες. Πολλές μελέτες επιβεβαιώνουν το παραπάνω προφίλ δρομέα (Alexandris, 2016; Theodorakis, et al., 2015). Ωστόσο, υπάρχει μικρή συμμετοχή του γυναικείου φύλου που τείνει να αλλάζει τα τελευταία χρόνια (Αλεξανδρής, 2018). Τα ευρήματα σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης και την επαγγελματική πορεία, δείχνουν να συμφωνούν με τις τοποθετήσεις ότι όσο πιο μορφωμένος είναι κάποιος και όσο περισσότερο χρόνο διαθέτει, είναι πιο πιθανό να εμπλακεί με δραστηριότητες αναψυχής, απολαμβάνοντας όλα τα δυνατικά οφέλη που προσφέρει η άσκηση στο σώμα και το πνεύμα (Funk, et al., 2016; Sato, et al., 2016).

Σχετικά με τα όργανα μέτρησης, αναδείχθηκε η αξιοπιστία τους μέσω της εσωτερικής συνοχής, καθώς και η λειτουργικότητα τους στον ελληνικό χώρο. Παλαιότερες έρευνες επιβεβαιώνουν την εγκυρότητα τους μέσα από μία σειρά ερευνών σε διαφορετικούς κλάδους και πληθυσμούς (Alexandris, 2016; Doyle, et al., 2016; Kern, et al., 2015; Kun, et al., 2017). Επίσης, βάσει των μέσων όρων, φάνηκε ότι οι συμμετέχοντες αθλητικών διοργανώσεων αναπτύσσουν θετικά συναισθήματα μέσα από το τρέξιμο, νιώθουν ότι εμπλέκονται με κάτι αξιόλογο, δίνοντας την ενέργεια και τον ελεύθερο τους χρόνο, καθώς και ότι ικανοποιούν τις ανάγκες για κοινωνικοποίηση κατά τη συμμετοχή τους σε μία διοργάνωση. Αυτό, τους προσφέρει προσωπική ολοκλήρωση και νιώθουν ότι ανήκουν σε μία κοινότητα με όμοια χαρακτηριστικά. Ακόμη, η συμμετοχή σε αθλητικά γεγονότα δίνει νόημα και σκοπό στη ζωής τους. Τέλος, ο τερματισμός, μικρών ή μεγάλων αποστάσεων, ενισχύει το αίσθημα της προσωπικής επίτευξης, αυξάνοντας την πεποίθηση της αφοσίωσης με το τρέξιμο για τα επόμενα χρόνια. Σε παρόμοια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Doyle και συνεργάτες (2016).

Όσον αφορά τις διαστάσεις που επιδρούν στην ανάπτυξη της αφοσίωσης με το τρέξιμο, μόνο οι σχέσεις, νόημα και επίτευξη είχαν σημαντική συνεισφορά στην πρόβλεψη. Άλλωστε, οι παραπάνω παράγοντες αναφέρονται σε ευδαιμονικά, κυρίως, συναισθήματα που θεωρούνται πιο ισχυρά ώστε να προσβλέψουν μία μελλοντική συμπεριφορά, καθώς δείχνουν την αξία τους σε μακροχρόνια βάση για την ευημερία (Doyle, et al., 2016; Kern, et al., 2016). Σε αυτό κατέληξαν και άλλες έρευνες που τόνισαν ότι η συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες στο φυσικό περιβάλλον έχει αντίκτυπο στην προσωπική ευημερία του καθενός, με άμεσο επακόλουθο τη βίωση της αυτοπραγμάτωσης και ικανοποίησης από τη ζωή (Korpela, et al., 2014). Πιο συγκεκριμένα, η ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων μέσω της συμμετοχής ενισχύει το αίσθημα της συμπόνιας για τον άλλο και της φιλίας (Coghlan & Filo, 2013). Σε αυτό συμφωνεί και η έρευνα των Funk και συνεργατών (2011), που τόνισε ότι η συμμετοχή σε αθλητικά δρομικά γεγονότα προσφέρει ευκαιρίες για συζητήσεις μεταξύ ανθρώπων με κοινά θέματα και νέες γνωριμίες, με άμεσο αντίκτυπο στην αυτό-πραγμάτωση και στο αίσθημα ότι μία πράξη δίνει νόημα στη ζωή τους. Τέλος, ο Seligman (2011) υπογράμμισε τη σημαντικότητα της αίσθησης της επίτευξης στην προσωπική ευημερία του ατόμου, ως ένα ευδαιμονικό στοιχείο. Το επίτευγμα του τερματισμού ή της συστηματικής προπόνησης για ένα στόχο, προσφέρει στο άτομο θετική ανατροφοδότηση και βοηθάει στη βίωση του συναγωνισμού με άλλους και του ανταγωνισμού με τον εαυτό του. Επομένως και ο παράγοντας επίτευξη συμβάλει ουσιαστικά στην ευημερία του συμμετέχοντα, ορίζοντας μακροχρόνιους στόχους και ενισχύοντας το αίσθημα της επίτευξης. Αντίθετα, τα θετικά συναισθήματα και η δέσμευση φάνηκε να μην συντελούν στην ανάπτυξη της αφοσίωσης με το τρέξιμο. Οι δυο παράγοντες περιγράφουν ηδονικά συναισθήματα που είναι πρόσκαιρα και παροδικά. Η βιβλιογραφία τονίζει το γεγονός ότι η ευημερία είναι μία μακροχρόνια προσπάθεια για να νιώσει κάποιος καλά και ικανοποιημένος από τη ζωή (Brajša-

Žganec, et al., 2011). Συνεπώς, τα ηδονικά συναισθήματα δεν ικανοποιούν πάντα τους μακροπρόθεσμους στόχους του ατόμου.

Συμπεράσματα, Περιορισμοί της έρευνας και Μελλοντικές προτάσεις

Συμπερασματικά, επιβεβαιώθηκαν μερικώς οι ερευνητικές υποθέσεις που τέθηκαν εξ αρχής, υποστηρίζοντας παράλληλα την υπάρχουσα βιβλιογραφία και προσδίδοντας νέα δεδομένα στην συμπεριφορά καταναλωτών αθλητικών υπηρεσιών. Η ευημερία είναι μία νέα έννοια, που πρέπει να διερευνηθεί διεξοδικά στον αθλητικό τουρισμό, καθώς προσδίδει νέα στοιχεία για τις στάσεις των αθλητικών τουριστών. Επιπλέον, μέσα από την ενίσχυση της αφοσίωσης με μία δραστηριότητα αναψυχής, οι άνθρωποι τείνουν να υιοθετούν έναν πιο ενεργό τρόπο ζωής. Συνεπώς, οι φορείς και διοργανωτές αθλητικών εκδηλώσεων μικρής κλίμακας θα πρέπει να επικεντρωθούν σε στρατηγικές μάρκετινγκ που να ενισχύουν τις θετικές προθέσεις συμπεριφοράς. Τέλος, προτείνεται η περαιτέρω εξέταση της ευημερίας σε άλλους κλάδους του αθλητικού τουρισμού, σε μεγαλύτερα δείγματα και διαφορετικές κουλτούρες.

Τους περιορισμούς της συγκεκριμένης μελέτης αποτέλεσαν: α) η μικρή διάρκεια της έρευνας, καθώς πραγματοποιήθηκε σε τρεις ημέρες και β) ο περιορισμένος αριθμός συμμετεχόντων, καθώς υλοποιήθηκε στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Αυτό, σε συνδυασμό με τη 'μη πιθανολογική' δειγματοληψία (δείγμα ευκολίας) που έλαβε χώρα, έχει ως αποτέλεσμα την αποφυγή γενίκευσης των αποτελεσμάτων στον ερευνητικό πληθυσμό των δρομέων.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Αλεξανδρή, Κ. (2018). Διοίκηση αθλητικού τουρισμού. Εκδόσεις: Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.

Alexandris, K. (2016). Testing the role of sport event personality on the development of event involvement and loyalty: The case of mountain running races. *International Journal of Event and Festival Management*, 7(1), 2-20.

Alexandris, K., Theodorakis, N., Kaplanidou, K., & Papadimitriou, D. (2017). Event quality and loyalty among runners with different running involvement levels: The case of "The Alexander the Great" International Marathon. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(3), 292-307.

Bradburn, N. M. (1969). *The structure of psychological well-being*. Oxford, England: Aldine.

Brajša-Žganec, A., Merkaš, M., & Šverko, I. (2011). Quality of life and leisure activities: How do leisure activities contribute to subjective well-being?. *Social Indicators Research*, 102(1), 81-91.

Butler, J., & Kern, M. L. (2016). The PERMA-Profil: A brief multidimensional measure of flourishing. *International Journal of Wellbeing*, 6(3).

Coghlan, A., & Filo, K. (2013). Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events. *Tourism management*, 35, 122-131.

Diener, E., & Seligman, M. E. (2004). Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological science in the public interest*, 5(1), 1-31.

Doyle, J. P., Filo, K., Lock, D., Funk, D. C., & McDonald, H. (2016). Exploring PERMA in spectator sport: Applying positive psychology to examine the individual-level benefits of sport consumption. *Sport Management Review*, 19(5), 506-519.

Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Pub.: Sage.

Forgeard, M. J., Jayawickreme, E., Kern, M. L., & Seligman, M. E. (2011). Doing the right thing: Measuring wellbeing for public policy. *International journal of wellbeing*, 1(1).

Funk, D., Alexandris, K., & McDonald, H. (2016). *Sport consumer behavior: Marketing strategies*. Routledge.

Gallagher, M. W., Lopez, S. J., & Preacher, K. J. (2009). The hierarchical structure of well-being. *Journal of personality*, 77(4), 1025-1050.

Getz, D. (2013). *Event tourism: Concepts, international case studies, and research*.

New York: Cognizant.

Gibson, H. J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: Fans as tourists. *Tourism Management*, 24(2), 181-190.

Goodman, F. R., Disabato, D. J., Kashdan, T. B., & Kauffman, S. B. (2018). Measuring well-being: A comparison of subjective well-being and PERMA. *The Journal of Positive Psychology*, 13(4), 321-332.

Goffman, E. (1971). *Relations in public: Microstudies of the social order*. London: Allen Lane.

Henderson, L. W., & Knight, T. (2012). Integrating the hedonic and eudaimonic perspectives to more comprehensively understand wellbeing and pathways to wellbeing. *International Journal of Wellbeing*, 2(3), 196-221.

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*, 2(1), 82-90.

Higham, J., & Hinch, T. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23(2), 175-185.

Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.

Kaplanidou, K., Jordan, J. S., Funk, D., & Ridinger, L. L. (2012). Recurring sport events and destination image perceptions: Impact on active sport tourist behavioral intentions and place attachment. *Journal of Sport Management*, 26(3), 237-248.

Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of economic psychology*, 31(2), 158-171.

Kern, M. L., Waters, L. E., Adler, A., & White, M. A. (2015). A multidimensional approach to measuring well-being in students: Application of the PERMA framework. *The journal of positive psychology*, 10(3), 262-271.

Konstantinidis, K., Karagiorgos, T., & Alexandris, K., (2018). Economic and tourism impact of small-scale sport events: The case of Oceanman, Greece. Proceedings in 'TOURMAN 2018' International Conference "In search of excellence in tourism, travel & hospitality" Rhodes, Greece, 25-28 October 2018.

Korpela, K., Borodulin, K., Neuvonen, M., Paronen, O., & Tyrväinen, L. (2014). Analyzing the mediators between nature-based outdoor recreation and emotional well-being. *Journal of environmental psychology*, 37, 1-7.

Κουθούρης, Χ. (2009). Υπαίθριες Δραστηριότητες Αναψυχής και Ακραία Αθλήματα: Μάνατζμεντ Υπηρεσιών & Εκπαίδευση Στελεχών. Εκδόσεις: Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη.

Kun, Á., Balogh, P., & Krasz, K. G. (2017). Development of the work-related well-being questionnaire based on Seligman's PERMA model. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 25(1), 56-63.

Latham, A. (2015). The history of a habit: jogging as a palliative to sedentariness in 1960s America. *Cultural Geographies*, 22(1), 103-126.

Lu, L., & Hu, C. H. (2005). Personality, leisure experiences and happiness. *Journal of happiness studies*, 6(3), 325-342.

Mason, P. (2015). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge

McMahan, E. A., & Estes, D. (2011). Hedonic versus eudaimonic conceptions of well-being: Evidence of differential associations with self-reported well-being. *Social Indicators Research*, 103(1), 93-108.

Petridis, L. (2015). Mass Running: A New Trend from Ancient Times?. in Scheerder, J., Breedveld, K., & Borgers, J. (Eds.). (2015) *Running across Europe: The Rise and Size of one of the Largest Sport Markets*, 140-162.

Pyke, S., Hartwell, H., Blake, A., & Hemingway, A. (2016). Exploring well-being as a tourism product resource. *Tourism Management*, 55, 94-105.

Rodríguez, A., Látková, P., & Sun, Y. Y. (2008). The relationship between leisure and life satisfaction: Application of activity and need theory. *Social Indicators Research*, 86(1), 163-172.

Seligman, M. E. (2012). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster.

Seligman, M. E. (2011). *Flourish: a visionary new understanding of happiness and well-being*. *Policy*, 27(3), 60-1.

Scheerder, J., Breedveld, K., & Borgers, J., (2015). *Running across Europe: the rise and size of one of the largest sport markets*. Publisher: Springer.

Stewart, C., & Dwiarmein, G. (2013). Rising participation, significant economic impact, and community engagement: major marathons and their contribution to host cities. *Sportcal Insight Report* (Sport Marketing Agency), London, 1-9.

Theodorakis, N. D., Tsigilis, N., & Alexandris, K. (2009). 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(3), 277-291.

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*, 5(1), 4-21.