



Συνειρμοί επωνυμίας: Η συνεισφορά τους στη λήψη της απόφασης συμμετοχής σε αγώνες ορεινού τρεξίματος

Σαββίδου, Ε.², Πολατίδου, Π.¹ & Μπαλάσκα, Π.²

¹Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

²Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Περίληψη

Οι αθλητικές διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος έχουν αποκτήσει τις τελευταίες δύο δεκαετίες ιδιαίτερη δυναμική και έντονη παρουσία στο χώρο του Ελληνικού ερασιτεχνικού αθλητισμού. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν α) η διερεύνηση των συνειρμών που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε μιας μικρή κλίμακας αθλητικής διοργάνωσης ορεινού τρεξίματος και β) η διερεύνηση του ρόλου που διαδραματίζουν οι συνειρμοί, οι οποίοι πηγάζουν από μια διοργάνωση, στη λήψη της απόφασης επανάληψης της συμμετοχής σε αυτήν. Εκατό εβδομήντα τέσσερις δρομείς που έλαβαν μέρος στη διοργάνωση Artemissio mountain running συμμετείχαν στην έρευνα. Το ερωτηματολόγιο που κλήθηκαν να συμπληρώσουν αποτελεί προσαρμογή της Team Association Scale των Gladden & Funk (2002) όπως αυτή εφαρμόστηκε στο χώρο διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα από την Πολατίδου (2015). Τα αποτελέσματα φανέρωσαν έξι παράγοντες συνειρμών: προσωπικότητα διοργάνωσης, προσωπικό της διοργάνωσης, απόδραση, ταύτιση – κοινωνικοποίηση, ελίτ αθλητές και ιστορία της διοργάνωσης. Οι συνειρμοί που πηγάζουν από τη διοργάνωση συνεισέφεραν θετικά στην πρόβλεψη της πρόθεσης της επανάληψης της συμμετοχής στη διοργάνωση ($R^2 = .48$, $F=25.58$, $p<.000$). Στην πρόβλεψη συνεισφεραν οι παράγοντες Ιστορία της διοργάνωσης ($t=3.88$, $p<.000$, 32% της μεταβλητότητας), Απόδραση ($t=3.29$, $p<.005$, 26% της μεταβλητότητας) και Προσωπικότητα της διοργάνωσης ($t=2.17$, $p<.05$, 19% της μεταβλητότητας). Συμπερασματικά, οι συνειρμοί που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε μια διοργάνωση μπορούν να διαμορφώσουν τη συμπεριφορά των συμμετεχόντων ως προς αυτές.

Λέξεις κλειδιά: Ορεινό τρέξιμο, συνειρμοί επωνυμίας, παράγοντες συνειρμών, αθλητές, πρόβλεψη πρόθεσης επανάληψης συμμετοχής, μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις

Εισαγωγή

Την τελευταία 20ετία οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» έχουν αποκτήσει μια δυναμική παρουσία στο χώρο του τρεξίματος σε παγκόσμια κλίμακα και το επιστημονικό ενδιαφέρον για τις επιδράσεις τους είναι ολοένα αυξανόμενο (Gibson, Willming, & Holdnak, 2002). Ο Higham (1999) αναφέρει πως οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» περιλαμβάνουν αθλήματα με αγωνιστικό χαρακτήρα, ενώ παράλληλα έχουν χαρακτηριστικά και κανονισμούς που ανταποκρίνονται στα δεδομένα μεγάλων διεθνών διοργανώσεων. Ωστόσο, πολλές έχουν εγχώριο χαρακτήρα. Υλοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και ελκύουν ένα μεγάλο ποσοστό ατόμων που συμμετέχουν καθώς και θεατών στην περιοχή υλοποίησής τους. Σύμφωνα με τους Berg, Braun & Otgaar, (2000) αποτελούν ένα πολύτιμο εργαλείο για την οικονομική και τουριστική ανάπτυξη της περιοχής που υλοποιούνται και μπορούν να παρατείνουν την τουριστική σεζόν. Ο Bale (1989) ανέφερε πως «ακόμα και πάρα πολύ μικρές αθλητικές διοργανώσεις μπορούν να παράγουν ουσιώδη ποσά εσόδων για τις κοινωνίες μέσα στις οποίες υλοποιούνται».

Οι Μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις στοχεύουν κυρίως στο κοινό της ευρύτερης περιοχής ή και της χώρας στην οποία υλοποιούνται. Ορισμένες από αυτές ωστόσο αναπτύσσονται και ξεφεύγουν από τα τοπικά όρια, λαμβάνοντας και διεθνείς προεκτάσεις. Οι διοργανώσεις αυτές ωφελούν οικονομικά τις τοπικές κοινωνίες, ενώ παράλληλα δίνουν κύρος, ενισχύουν την εικόνα της περιοχής και δυναμώνουν το αίσθημα της ενότητας. Υπάρχουν παραδείγματα όπου οι διοργανώσεις αυτές έχουν ενθαρρύνει και προωθήσει τη συμμετοχή στο άθλημα που φιλοξενούν και έχουν διαμορφώσει στάσεις προς αυτά. (OlympusMarathon, ParaneștiVFUT, ZagorimountainRunning, Hydratrail, Taygetoschallengeκ.α, Πολατίδου, 2015).

Οι διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα

Ο Ορειβατικός Μαραθώνιος Ολύμπου αποτέλεσε την πρώτη διοργάνωση ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα και υλοποιήθηκε το 1984 από τον Ε.Ο.Σ. Θεσσαλονίκης. Ο αγώνας αποτέλεσε για πολλά χρόνια τον μοναδικό αγώνα τους είδους στην Ελλάδα. Το 2002 υλοποιήθηκε αγώνας ορεινού τρεξίματος στο πλαίσιο της διοργάνωσης αγώνων περιπέτειας του Εύαθλου. Το 2004 πραγματοποιήθηκε ο 1ος Olympus Marathon, αγώνας ορεινού τρεξίματος 44 χιλιομέτρων με εκκίνηση τον αρχαιολογικό χώρο του Δίου, πέρασμα από το οροπέδιο των Μουσών και τα Ζωάρια και τερματισμό στο Λιτόχωρο. Το 2006 προστέθηκαν στο ελληνικό ημερολόγιο αγώνων ορεινού τρεξίματος οι αγώνες Μαραθώνιος Βίκου-Αώου και Χειμωνιάτικου Ενιπέα, ενώ το 2007 αποτελεί μια πολύ σημαντική χρονιά για το ελληνικό ορεινό τρέξιμο καθώς τόσο ο αριθμός των αγώνων όσο και ο αριθμός των συμμετεχόντων ξεκινά μεγαλώνει με υψηλούς ρυθμούς (Πολατίδου, 2015).

Σήμερα υλοποιούνται διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος σε όλη την Ελληνική επικράτεια με μια μεγάλη ποικιλία αγώνων τόσο σε βαθμό δυσκολίας, όσο και σε χιλιομετρικές αποστάσεις (Πολατίδου, 2015). Το 2017 πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα συνολικά 201 αθλητικές διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος με συνολικά 27.767 συμμετοχές και με 12.778 άτομα να έχουν λάβει μέρος σε τουλάχιστον μια διοργάνωση (adventure.com, 2017). Παρά τις ακυρώσεις διοργανώσεων, τις προσαρμογές στους αριθμούς συμμετοχών και τα πρωτόκολλα που χρειάστηκε πολλές από αυτές να υιοθετήσουν, εξαιτίας των συνθηκών της πανδημίας τα έτη 2020 και 2021, οι διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα ανέκαμψαν. Το δίμηνο Ιουνίου - Ιουλίου 2021 πραγματοποιήθηκαν 31 αγώνες (adventure.com, 2021), ενώ η ιστοσελίδα runningnews.gr (2022) αναφέρει αποτελέσματα 138 αγώνων ορεινού τρεξίματος από

τον Ιανουάριο ως και τον Αύγουστο του 2022, αριθμοί που καταδεικνύουν τη δυναμική των διοργανώσεων στον Ελλαδικό χώρο.

Επωνυμία – Καταναλωτικοί συνειρμοί

Σύμφωνα με τον (Kotler, 1991, p.442) η Επωνυμία ορίζεται ως «ένα όνομα, όρος, σύμβολο, σχέδιο ή ο συνδυασμός τους, ο οποίος έχει ως στόχο την αναγνώριση προϊόντων και υπηρεσιών από έναν πωλητή ή γκρουπ πωλητών και την διαφοροποίησή τους από τους ανταγωνιστές». Οι καταναλωτικοί συνειρμοί, η καταναλωτική πίστη, η αντιλαμβανόμενη ποιότητα και η καταναλωτική συναίσθηση αποτελούν τα στοιχεία της καταναλωτικής αξίας (brandequity) της Επωνυμίας (Aaker, 1996), τα στοιχεία που ο καταναλωτής φέρνει στη μνήμη τους και τα συνδέει με την Επωνυμία. Αποτελούν τις σκέψεις, τις ιδέες, τις αναμνήσεις ενός ατόμου για ένα αγαθό ή μια υπηρεσία (Aaker, 1991; Keller, 1993).

Οι Gladden και Funk (2001) παρουσίασαν το μοντέλο συνειρμών της ομάδας (Team associationsmodel - TAM). Η TAS αποτελείται από 16 διαστάσεις τις οποίες ενέταξαν στις τρεις κατηγορίες των καταναλωτικών συνειρμών του Keller (1993). Στην κατηγορία ιδιότητες – γνωρίσματα ενσωμάτωσαν τις διαστάσεις επιτυχία, διοίκηση, προπονητής, παίχτης σταρ, στάδιο, λογότυπα, παράδοση προϊόντος και παράδοση. Στην κατηγορία Οφέλη τις διαστάσεις αναγνώριση, νοσταλγία, απόδραση, περηφάνια για τον τόπο, αποδοχή στην ομάδα των φίλων. Στην κατηγορία στάσεις προς την επωνυμία τις διαστάσεις σημαντικότητα, αποδοχή και επίδραση.

Στη συνέχεια διερεύνησαν την εφαρμογή της TAS στην επωνυμία μιας ομάδας ομαδικού αθλήματος (Gladden & Funk, 2002) και υποστήριξαν πως 13 από τις διαστάσεις του μοντέλου μπορούν να συσχετιστούν με την επωνυμία. Μάλιστα υποστήριξαν πως οι συνειρμοί της νοσταλγίας, της απόδρασης, της παράδοσης, του κεντρικού παίχτη, και της αποδοχής στην ομάδα των φίλων συνέβαλλαν σημαντικά στην πρόβλεψη της πίστης προς την ομάδα.

Η Πολατίδου (2015) θέλησε να διαπιστώσει την εφαρμογή της TAS στο χώρο των μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων όπως αυτές αναφέρθηκαν από τους Gladden & Funk, (2002). Μετά από προσαρμογή των θεμάτων των 13 διαστάσεων της κλίμακας, ώστε να ανταποκρίνονται στη φύση των αθλητικών διοργανώσεων, και τη διεξαγωγή έρευνας σε συμμετέχοντες τριών διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος αναδείχθηκαν επτά διαστάσεις: η προσωπικότητα της διοργάνωσης, οι ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης, η ταύτιση – κοινωνικοποίηση, η απόδραση, οι ελίτ αθλητές, η ιστορία της διοργάνωσης και το σήμα- λογότυπα της διοργάνωσης. Όπως η ερευνήτρια ανέφερε, σε ορισμένες περιπτώσεις θέματα διαστάσεων των Gladden & Funk (2002) συνενώθηκαν και δημιούργησαν νέες διαστάσεις. Αυτό συνέβη καθώς το περιεχόμενο κάποιων θεμάτων γίνεται αντιληπτό με διαφορετικό τρόπο όταν αφορά συμμετοχή σε διοργανώσεις μικρής κλίμακας και διαφορετικά όταν αυτό αφορά τη θέαση μιας αθλητικής διοργάνωσης. Από τις επτά διαστάσεις των συνειρμών μόνο η διάσταση προσωπικότητα της διοργάνωσης προέβλεψε την πρόθεση επανάληψης της συμμετοχής στη διοργάνωση. Εν κατακλείδι, στην έρευνά της η Πολατίδου (2015), υποστήριξε ότι οι συνειρμοί συμμετεχόντων σε αγώνες ορεινού τρεξίματος μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα στη δημιουργία εμπιστοσύνης μεταξύ της αθλητικής υπηρεσίας που προσφέρει μια διοργάνωση και του συμμετέχοντα σε μια διοργάνωση.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση του ρόλου που διαδραματίζουν οι καταναλωτικοί συνειρμοί όπως αυτοί εκφράζονται ως συνειρμοί που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε «μικρής κλίμακας

αθλητικές διοργανώσεις» και πιο συγκεκριμένα σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας με επίκεντρο τους αγώνες ορεινού τρέξιματος. Ο στόχος ήταν η κατανόηση του ρόλου που μπορούν να διαδραματίσουν στην προώθηση των αθλητικών διοργανώσεων υπαίθριων δραστηριοτήτων μικρής κλίμακας και στην μεγαλύτερη συμμετοχή σε αυτές. Οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» μπορούν να αντιμετωπιστούν ως «επώνυμα προϊόντα» που προσελκύουν πελάτες. Εύλογα οι καταναλωτικοί συνειρμοί που αναπτύσσονται διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Ωστόσο, οι έρευνες για την επωνυμία των μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων είναι ελάχιστες (Πολατίδου, 2015), ενώ τα παραδείγματα στην αθλητική βιομηχανία που αντιμετωπίζουν αθλητικούς φορείς ως εμπορικές φέρμες αφορούν κυρίως ομαδικά αθλήματα (Funk & Cluden, 2002).

Δείγμα / Συλλογή Δεδομένων.

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 174 συμμετέχοντες της αθλητικής διοργάνωσης Artemissio Mountain Run (AMR). Στους συμμετέχοντες που έχουν λάβει μέρος στους αγώνες της διοργάνωσης στάλθηκε ηλεκτρονικός σύνδεσμος ο οποίος οδηγούσε σε φόρμα ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Η αποστολή των e-mail πραγματοποιήθηκε από την ίδια τη διοργάνωση για λόγους προσωπικού απόρρητου, ενώ παράλληλα τηρήθηκαν τα προσωπικά δεδομένα με βάση το GDPR (General Data Protection Regulation). Όλοι όσοι απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, συμμετείχαν εθελοντικά και πληρούσαν το κριτήριο της συμμετοχής τουλάχιστον μιας φορές στον δρομικό αγώνα.

Για την καταγραφή των συνειρμών προς τη διοργάνωση εφαρμόστηκε η προσαρμογή του ερωτηματολογίου Team Association Model (TAM) των Graden και Funk (2001), όπως αυτή δημοσιεύτηκε από την Πολατίδου (2015). Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από επτά διαστάσεις: Προσωπικότητα διοργάνωσης Ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης, Ταύτιση- Κοινωνικοποίηση, Απόδραση, Ελίτ αθλητές, Σήμα – Λογότυπα διοργάνωσης και Ιστορία Διοργάνωσης. Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκαν συνολικά 27 θέματα κατηγοριοποιημένα σε επτά διαστάσεις.

Για την καταγραφή της πρόθεσης επανάληψης της συμμετοχής τη διοργάνωση χρησιμοποιήθηκε η ερώτηση θα λάβω μέρος ξανά στη διοργάνωση ArtemisiomountainRunning. Στις απαντήσεις χρησιμοποιήθηκε 7βαθμια κλίμακα τύπου Likert. Η απάντηση 1 αντιστοιχούσε στο «διαφωνώ πάρα πολύ» ενώ η απάντηση 7 στο «συμφωνώ πάρα πολύ». Το ερωτηματολόγιο των δημογραφικών στοιχείων περιέλαβε ερωτήσεις που αφορούσαν το φύλο, την ηλικία και τον τόπο διαμονής.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Το δείγμα αποτέλεσαν 174 συμμετέχοντες (N=174) της διοργάνωσης ορεινού τρέξιματος Artemissiomountainrunning, που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα το 2022. Από αυτούς 122 ήταν άνδρες (70,1%) και 52 (29,9) γυναίκες. Ποσοστό 25,3% (n= 44) ανήκε στην ηλικιακή κατηγορία των 46 ως 50 ετών, ενώ το 26,4%(n= 46) είχαν εμπειρία 3-5 ετών στο τρέξιμο. Ογδόντα επτά από τους συμμετέχοντες (50%) συμμετείχαν πρώτη φορά στη διοργάνωση, ενώ 105 άτομα (60,3%) έλαβαν μέρος στον αγώνα των 12 χιλιομέτρων. Τέλος, πενήντα τρεις συμμετέχοντες (30,5%) δήλωσαν πως επισκέπτονται την περιοχή του Αρτεμισίου για τις προπονήσεις τους (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος.

Φύλο	Ηλικία	Έτη ενασχόλησης με το τρέξιμο	Συμμετοχές στο AMR	Επιλογή αγώνα
------	--------	-------------------------------	--------------------	---------------

Άνδρες 174 (70,1%)	-20, (6,3%) 21-29 (9,8 %, 30-35 (16,1%) 36-40 (13,8%)	1-2: 52,3% 3-5: 26,4% 6-7: 8% 8-9: 5,7%	1: 50% 2: 36,2% 3: 10,3% 4: 6%	26 χλμ: 39,6% 12 χλμ: 60,3%
Γυναίκες 52(29,9%)	41-45 (14,4%) 46-50 (25,3%) 51-55 (10,9%) 56+ (2,3%)	10+: (7,5%)		

Τεστ επάρκειας δείγματος

Η δομική εγκυρότητα της κλίμακας των συνειρμών εξετάστηκε με διερευνητική παραγοντική ανάλυση. Πραγματοποιήθηκε το τεστ ΚΜΟ για την επάρκεια του δείγματος και το τεστ σφαιρικότητας Bartlett's. Τα αποτελέσματα φανέρωσαν τιμές άνω του .50, ενώ το τεστ Bartlett ήταν στατιστικά σημαντικό. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται αναλυτικά στον πίνακα 2.

Πίνακας 2. Αποτελέσματα ΚΜΟ και τεστ σφαιρικότητας Bartlett's

	Συνειρμοί για την διοργάνωση
ΚΜΟ	.914
Bartlett's test	Chi-Square: 3366.58 p < .000

Συνειρμοί που πηγάζουν από τη διοργάνωση

Πραγματοποιήθηκε διερευνητική παραγοντική ανάλυση με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και στη συνέχεια ορθογώνια (Varimax) περιστροφή των αξόνων, με κριτήριο ιδιοτιμές μεγαλύτερες του 1.0. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης προέκυψαν έξι διαστάσεις: Προσωπικότητα διοργάνωσης (ΠΔ) με 5 θέματα, Μ.Ο: 5.97, Τ.Α: .64, Ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης (ΑΠΔ), με 5 θέματα Μ.Ο: 5.95, Τ.Α: .83, Ταύτιση- Κοινωνικοποίηση (ΤΚ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5.75, Τ.Α: .88, Απόδραση (ΑΠ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5.73, Τ.Α: .88, Ελίτ αθλητές (ΕΑ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5.37, Τ.Α: .98, Ιστορία Διοργάνωσης (ΙΔ), με 3 θέματα Μ.Ο: 5.68, Τ.Α: .89.

Πέντε θέματα δεν φόρτισαν σε κάποιον παράγοντα και για αυτό διαγράφησαν. Μάλιστα 3 από αυτά αφορούν το παράγοντα λογότυπα, ο οποίος ως παράγοντας δεν εμφανίστηκε στην ανάλυση. Οι έξι διαστάσεις εξήγησαν το 72.56% της συνολικής διακύμανσης (Πίνακας 3).

Πίνακας 3. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση των Συνειρμών της Διοργάνωσης και φορτίσεις παραγόντων

	ΠΔ	ΕΑ	ΑΠΔ	ΑΠ	ΙΔ	ΤΚ
Η οργανωτική ομάδα παίρνει σωστές αποφάσεις όσον αφορά τους συμμετέχοντες	.737					
Η οργανωτική ομάδα έχει ανταποκριθεί στις ανάγκες της διοργάνωσης ικανοποιητικά	.762					
Η οργανωτική ομάδα εργάζεται με γνώμονα μια υψηλής ποιότητας διοργάνωση	.749					
Οι εθελοντές της διοργάνωσης κάνουν πολύ σωστά τη δουλειά τους	.792					
Η παρουσία των ομάδων διάσωσης στους αγώνες ήταν πολύ σωστή	.722					
Μου αρέσει να βλέπω elite αθλητές στον αγώνα		.852				
Συμμετέχουν οι elite αθλητές που θα ήθελα να δω		.707				
Είναι σημαντικό να συμμετέχουν γνωστοί αθλητές του ορεινού τρεξίματος		.878				

Οι διαδρομές των αγώνων ενισχύουν την απόλαυση που νιώθεις όταν τρέχεις στο βουνό.			.677			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι συναρπαστική			.753			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι απαιτητική			.754			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι σωστά σηματοδοτημένες			.713			
Οι διαδρομές των αγώνων έχουν μεγάλη φυσική ομορφιά			.744			
Χαλαρώνω για λίγο από τις εντάσεις της καθημερινότητας μου όταν τρέχω και όταν συζητάω για τον συγκεκριμένο αγώνα .				.819		
Αφήνω πίσω τα προβλήματά της καθημερινότητας όσο τρέχω και συζητάω για τον συγκεκριμένο αγώνα				.766		
Νιώθω πως κάνω κάτι που πραγματικά μου αρέσει όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν				.760		
Ο αγώνας έχει να επιδείξει μια ιστορία από επιτυχημένες διοργανώσεις					.649	
Ο αγώνας έχει δημιουργήσει μια πολύ καλή εικόνα στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος					.750	
Πιστεύω ότι ο αγώνας; Είναι από τους καλύτερους στην Ελλάδα					.600	
Συμμετέχω στον συγκεκριμένο αγώνα με τους φίλους μου						.816
Ο συγκεκριμένος αγώνας είναι αποδεκτός από τους φίλους μου.						.703
Ο συγκεκριμένος αγώνας έχει θετική εικόνα (image) στους φίλους μου						.707
Ιδιοτιμές	12.069	2.262	1.825	1.502	1.322	1.199
% της συνολικής διακύμανσης	43,105	8.078	6.517	5.366	4.722	4.282

Αξιοπιστία των παραγόντων της κλίμακας των συνειρμών για τη διοργάνωση

Η εσωτερική συνοχή των υπο-κλιμάκων εξετάστηκε με βάση τις τιμές του δείκτη Cronbach α. Όλοι οι παράγοντες παρουσίασαν υψηλό βαθμό εσωτερικής συνοχής (>.70 και άνω). Οι τιμές alpha, οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις των υπο-κλιμάκων και ο αριθμός των θεμάτων κάθε παράγοντα παρουσιάζονται αναλυτικά στον Πίνακα 4.

Πίνακας 4. Cronbach's a, μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και αριθμός θεμάτων των συνειρμών για τη διοργάνωση

Συνειρμοί για την διοργάνωση	alpha	M.O	T.A	Αριθμός θεμάτων
Προσωπικότητα της διοργάνωσης	.764	5.97	.639	5
Ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης	.889	5.95	.828	5
Απόδραση	.909	5.74	.880	3
Ταύτιση - Κοινωνικοποίηση	.845	5.75	.876	3
Ιστορία διοργάνωσης	.838	5.69	.893	3
Ελίτ συμμετέχοντες	.858	5.37	1.132	3

Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση με βάση τους συνειρμούς που δημιουργήθηκαν από τη συμμετοχή στη διοργάνωση

Για την πρόβλεψη της επανάληψης της συμμετοχής στη διοργάνωση με βάσει τις διαστάσεις των συνειρμών από τη διοργάνωση πραγματοποιήθηκε ανάλυση πολλαπλής παλινδρόμησης, με τις διαστάσεις των συνειρμών από τη διοργάνωση ως ανεξάρτητες μεταβλητές και την πρόθεση της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση ως εξαρτημένη.

Στατιστικά σημαντική ήταν η πρόβλεψη της πρόθεσης επανάληψης της συμμετοχής στη διοργάνωση από τους συνειρμούς για την διοργάνωση ($R^2 = .48$, $F=25.58$, $p<.001$). Στην πρόβλεψη συνείσφεραν οι διαστάσεις Ιστορία της διοργάνωσης ($t=3.88$, $p<.001$), η οποία προσέφερε το 32% της μεταβλητότητας, Απόδραση ($t=3.29$, $p<.005$), η οποία προσέφερε το 26% της μεταβλητότητας και Προσωπικότητα της διοργάνωσης ($t=2.17$, $p<.05$), η οποία προσέφερε το 19% της μεταβλητότητας (Πίνακας 5).

Πίνακας 5. Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση

Επανάληψη συμμετοχής	B	Beta	t	p
Συνειρμοί για τη διοργάνωση				
<i>Ιστορία της διοργάνωσης</i>	.346	.316	3.88	.000
<i>Απόδραση</i>	.293	.264	3.91	.001
<i>Προσωπικότητα της διοργάνωσης</i>	.283	.185	2.17	.031
($R^2 = .48$, $F=25.58.10$, $p<.001$)				

Συζήτηση

Η παρούσα έρευνα υλοποιήθηκε στο Artemissio mountain running, διοργάνωση αγώνων ορεινού τρεξίματος που υλοποιείται σε διαδρομές του ομώνυμου όρους του νομού Αργολίδας. Η διοργάνωση, που το 2022 συμπλήρωσε τα επτά έτη παρουσίας της στο χώρο του Ελληνικού ορεινού τρεξίματος, φιλοξένησε στο πλαίσιο της αγώνα των 26 χιλιομέτρων, αγώνα 12 χιλιομέτρων, καθώς και παιδικό αγώνα ενός χιλιομέτρου.

Οι συμμετέχοντες στη διοργάνωση

Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος φάνηκε το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των συμμετεχόντων για τον «μικρό» αγώνα της διοργάνωσης, που έχει εισαγωγικό χαρακτήρα στο άθλημα του ορεινού τρεξίματος, καθώς το 60,3% του συνόλου του έλαβαν μέρος σε αυτόν. Μάλιστα το 75% των γυναικών που έλαβαν μέρος στη διοργάνωση ($n=39$) συμμετείχαν σε αυτόν, δείχνοντας τη διάθεση του γυναικείου φύλλου να γνωρίσει το άθλημα συμμετέχοντας σε μικρότερης χιλιομετρικής απόστασης αγώνες. Συνολικά το ποσοστό του 29,9% των γυναικών που έλαβαν μέρος στους δύο αγώνες (7,5% στα 26 χλμ και 22,4% στα 12 χλμ) δείχνουν την άνοδο του ενδιαφέροντος των γυναικών για το άθλημα σε ποσοστά που σταδιακά αυξάνονται σε σχέση με προηγούμενες μελέτες (Πολατίδου, 2015) και επιβεβαιώνουν τον ανοδικό ρυθμό ενασχόλησης των γυναικών με το άθλημα σε πανελλαδικό επίπεδο (adventure.com).

Ως διοργάνωση, το Artemissiomountainrunning φαίνεται πως αξιολογείται από τους συμμετέχοντες ως μια πολύ κατάλληλη διοργάνωση για μια πρώτη γνωριμία και εισαγωγή στο άθλημα του ορεινού τρεξίματος, καθώς το 52,3% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ασχολείται με το άθλημα ως δύο χρόνια. Παράλληλα, συγκέντρωσε και περισσότερο έμπειρους συμμετέχοντες (6+ χρόνων- 21,2%) με το 7,5% από αυτούς να δηλώνουν εμπειρία μεγαλύτερη των 10 ετών στο άθλημα. Το 16,3% των συμμετεχόντων μάλιστα δήλωσε πως έχει συμμετάσχει σε τουλάχιστον τρεις διοργανώσεις γεγονός που

καταδεικνύει την εμπιστοσύνη τους στη διοργάνωση, αν μάλιστα αναλογιστούμε πως μεσολάβησαν δύο έτη μη πραγματοποίησης της λόγω των μέτρων πρόληψης για τον SARS-CoV-2.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η ηλικιακή διασπορά των συμμετεχόντων στους δύο αγώνες. Πιο συγκεκριμένα οι ηλικιακές κατηγορίες ως 20 ετών και 21-29 ετών προτίμησαν τον αγώνα των 12 χλμ σε ποσοστό 81,8% & 70,6% αντίστοιχα, γεγονός που μπορεί να ερμηνευτεί σε συνδυασμό με μια μικρή εμπειρία στο άθλημα. Η προτίμηση ανάμεσα στους δύο αγώνες φαίνεται να ισορροπεί στις ηλικιακές κατηγορίες 30-35 και 36-40 ετών. Το 53,6% και το 54,2% των συμμετεχόντων αντίστοιχα προτιμά τον αγώνα των 12 χλμ, ωστόσο πλέον βλέπουμε πως σημαντικό ποσοστό (46,4% και 45,8% αντίστοιχα) αγωνίστηκε στον υψηλού βαθμού δυσκολίας αγώνα. Αν μάλιστα δούμε τη σημαντική υπεροχή της ηλικιακής κατηγορίας των 41-45 με 68% στον αγώνα των 26 χλμ μπορούμε να συμπεράνουμε πως οι συμμετέχοντες από 30 ως 45 ετών, με μεγαλύτερη έμφαση στους 41-45 ετών ήταν περισσότερο έμπειροι στο αγώνισμα, με αποτέλεσμα να επιλέξουν τον πιο δύσκολο αγώνα της διοργάνωσης. Στις ηλικιακές κατηγορίες 46 -50 και 51-55 τα ποσοστά γέρνουν υπέρ του αγώνα των 12 χλμ (70,5% και 73,7% αντίστοιχα) γεγονός που ερμηνεύεται με πολλαπλούς τρόπους, όπως η διάθεση για συμμετοχή σε έναν αγώνα μικρού βαθμού δυσκολίας πεζοπορικά, με σκοπό την απόλαυση της φύσης, τη συμμετοχή με παρέα και τη σωματική άσκηση, είτε ως αποφυγή της καταπόνησης των 26 χιλιομέτρων κυρίως για λόγους υγείας. Στην παρούσα έρευνα τρία από τα τέσσερα άτομα της ηλικιακής κατηγορίας 56+ ετών έλαβαν μέρος στον αγώνα των 26 χιλιομέτρων, γεγονός που καταδεικνύει την αφοσίωση δρομέων ορεινού τρεξίματος στο άθλημα, καθώς συνεχίζουν να ασχολούνται με μια δραστηριότητα που ενέχει υψηλό βαθμό δυσκολίας σε μια σειρά σωματικών, ψυχολογικών και νοητικών παραμέτρων.

Συνειρμοί που πηγάζουν από τη διοργάνωση

Τα αποτελέσματα τις έρευνας φανέρωσαν έξι διαστάσεις που αφορούν τους συνειρμούς τους οποίους πραγματοποίησαν οι συμμετέχοντες στο Artemissio mountain running, οι οποίοι συμφωνούν με έξι από τους επτά παράγοντες που ανέδειξε προηγούμενη έρευνα σε διοργανώσεις του ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα των Πολατίδου (2015). Πιο συγκεκριμένα, ο παράγοντας λογότυπα ήταν ο μοναδικός που δεν αναδείχτηκε στην παρούσα έρευνα.

Οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν υψηλότερα τον παράγοντα προσωπικότητα της διοργάνωσης, ο οποίος περιελάμβανε στοιχεία που αφορούν τα χαρακτηριστικά των διαδρομών στις οποίες έτρεξαν οι δρομείς. Με την αξιολόγησή τους αυτή έδειξαν τον καίριο ρόλο που διαδραματίζει σε μια διοργάνωση, μια σωστά σηματοδοτημένη, υψηλής φυσικής ομορφιάς διαδρομή, με ελκυστικά και συναρπαστικά χαρακτηριστικά. Αν μάλιστα αναλογιστούμε την πληθώρα διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος στη χώρα μας που διεκδικούν τη συμμετοχή ενός πολύ συγκεκριμένου πλήθους ατόμων, η αξιολόγηση τους παράγοντα χαρακτήρα της διοργάνωσης ως του σημαντικότερου από τους υπόλοιπους έξι δείχνει στους διοργανωτές τη σημασία που πρέπει να δώσουν στα χαρακτηριστικά των διαδρομών γενικότερα, ώστε να τις κάνουν ανταγωνιστικές..

Παράλληλα, υψηλή σημασία όπως φάνηκε στα αποτελέσματα προσδόθηκε στο προσωπικό της διοργάνωσης (οργανωτική ομάδα – εθελοντές), το οποίο κρίθηκε ως πολύ ικανοποιητικό. Ειδικότερα, όσον αφορά τον παράγοντα προσωπικό της διοργάνωσης επιβεβαιώθηκε και στην παρούσα έρευνα πως στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος τόσο οι οργανωτικές επιτροπές των αγώνων όσο και οι εθελοντές θεωρούνται ως ένας παράγοντας, παρά το διαφορετικό ρόλο τον οποίο καλούνται να διεκπεραιώσουν, συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε και η έρευνα των Πολατίδου και συν., (2017). Αντίθετα, η κλίμακα των συνειρμών των Gladden & Funk (2002) διαχωρίζει τον παράγοντα σε δύο

τμήματα, αυτόν της διοίκησης και των εθελοντών, μια διάκριση πολύ λογική, καθώς σε άλλα αθλήματα, και μάλιστα σε υψηλό επαγγελματικό επίπεδο, οι ρόλοι διοίκησης και εθελοντών είναι ξεκάθαρα διακριτοί. Το γεγονός της δημιουργίας ενός ενιαίου παράγοντα ερμηνεύεται από τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται και υλοποιείται το μεγαλύτερο ποσοστό των αγώνων βουνού στον Ελλαδικό χώρο. Οι πλειοψηφία τους δε πραγματοποιείται με καθαρά επαγγελματικό τρόπο, αλλά βασίζεται κυρίως σε εθελοντική βάση με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα. Έτσι, τις περισσότερες φορές δεν είναι ξεκάθαροι οι ρόλοι της διοίκησης και οι ρόλοι των εθελοντών, αφού και οι οργανωτικές επιτροπές εργάζονται σε εθελοντικό επίπεδο. Ως εκ τούτου οι συμμετέχοντες τους αντιμετωπίζουν ως μια ενιαία ομάδα.

Οι παράγοντες της απόδρασης (από την καθημερινότητα και τα προβλήματα), και της αποδοχής – συμμετοχής στη συγκεκριμένη διοργάνωση με φίλους αναδεικνύονται στα αποτελέσματα της έρευνας, γεγονός που αποδεικνύει πως η διοργάνωση, αν και τοπικού κυρίως χαρακτήρα, έχει μπορέσει στα χρόνια της υλοποίησής της να δίνει αποδεκτή και να παρέχει την αίσθηση της ελευθερίας – απόδρασης που οι αθλητές ορεινού τρεξίματος αποζητούν. Ωστόσο, δεν αναδύονται σημεία ανάπτυξης κάποιας μορφής ταύτισης μαζί της, όπως είχε προκύψει σε προηγούμενη μελέτη (Πολατίδου και συν., 2017). Μάλιστα, ο παράγοντας λογότυπα (αφορά τους συνειρμούς που σχηματίζονται με βάση την οπτική που σχηματίζεται από λογότυπα, αναμνηστικά, εικόνα στα media κ.α) που αναδείχτηκε στη ερευνά των Πολατίδου (2015), δεν επιβεβαιώθηκε. Όμως, η ανωτέρω μελέτη πραγματοποιήθηκε σε τρεις πολύ γνωστούς αγώνες ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα (Olympus Marathon, Taygetos Challenge & Alramayo trail), όπου τα χαρακτηριστικά που ορίζουν τον παράγοντα λογότυπα είναι ευρέως αναγνωρίσιμα και η ταύτιση δρομέων με τα βουνά που αυτοί υλοποιούνται ιδιαίτερα ισχυρή. Η διοργάνωση του Artemissiou mountain running, αν και υλοποιείται σε μονοπάτια ενός βουνού που το περιβάλλει μια ιδιαίτερη μυθολογία, φαίνεται πως δεν έχει μπορέσει ακόμα να δημιουργήσει μια οπτική εικόνα και ταύτιση με τους δρομείς της, το 50% των οποίων έλαβε μέρος στη διοργάνωση του 2022 για πρώτη φορά. Παρά το γεγονός ότι δεν φαίνεται να έχει δημιουργηθεί μια δυνατή οπτική εικόνα αλλά και ταύτιση των δρομέων με τη διοργάνωση, οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν θετικά τον παράγοντα ιστορία της διοργάνωσης. Ωστόσο, ο παράγοντας εκτιμήθηκε ως πέμπτος ανάμεσα στους συνολικά έξι που αναδείχτηκαν.

Η συμμετοχή ελίτ αθλητών στη διοργάνωση, ενώ κρίθηκε θετικά, ωστόσο δε φαίνεται να ικανοποίησε τους συμμετέχοντες. Αν και επισημάνθηκε ως παράγοντας ιδιαίτερου βάρους από τους συμμετέχοντες (δεύτερος αμέσως μετά τον παράγοντα προσωπικό της διοργάνωσης), ωστόσο στην πράξη δε φαίνεται να ικανοποίησε τους συμμετέχοντες. Αν αναλογιστούμε μάλιστα πως το ορεινό τρέξιμο αποτελεί ένα από τα ελάχιστα αθλήματα όπου ένας αθλούμενος μπορεί να σταθεί στην εκκίνηση ενός αγώνα μαζί με ελίτ αθλητές, να διαγωνίζεται στην ίδια διαδρομή και με τις ίδιες συνθήκες, τότε μπορούμε να καταλάβουμε τη σημασία που δίνει στον παράγοντα αυτού ένα μεγάλο σημαντικό μέρος των συμμετεχόντων.

Συνεισφορά των συνειρμών στην επανάληψη της συμμετοχής

Στην παρούσα έρευνα σημαντική και πολύπλευρη φάνηκε πως ήταν η συνεισφορά των συνειρμών που έχουν δημιουργήσει οι συμμετέχοντες από τη συμμετοχή τους στη διοργάνωση στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής τους σε αυτή. Μάλιστα, σε αντίθεση με την έρευνα της Πολατίδου (2015) όπου μόνο ο παράγοντας ιστορία της διοργάνωσης συνέβαλλε στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής, στην παρούσα εργασία σημαντική συμβολή στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής στη διοργάνωση είχαν επιπρόσθετα οι παράγοντες απόδραση και προσωπικότητα της διοργάνωσης.

Φαίνεται λοιπόν, πως ιδιαίτερο βάρος στην λήψη της απόφασης μιας μελλοντικής συμμετοχής στη διοργάνωση είχαν ένας παράγοντας που αφορά καθαρά τα φυσικά χαρακτηριστικά των διαδρομών των αγώνων, ένας παράγοντας που αφορά την ψυχολογική ανάγκη απόδρασης από την τυπική καθημερινότητα και τα προβλήματα της και ένας παράγοντας που αφορά την εικόνα που έχει δώσει προς τα έξω η διοργάνωση στην πορεία των χρόνων υλοποίησής της, έτσι ώστε να θεωρείται πετυχημένη.

Πιο συγκεκριμένα ο παράγοντας Ιστορία της διοργάνωσης συνείσφερε το μεγαλύτερο ποσοστό πρόβλεψης στη λήψη της απόφασης των συμμετεχόντων να λάβουν μέρος ξανά στη διοργάνωση. Αν και στους συνειρμούς που πραγματοποιήσαν οι συμμετέχοντες φέρνοντας στο μυαλό τους τη συγκεκριμένη διοργάνωση αυτοί που αφορούσαν την Ιστορία της διοργάνωσης υπερκεράστηκαν από τους υπόλοιπους πέντε, ωστόσο ήταν αυτοί που βάρυναν περισσότερο στην απόφασή τους για μια μελλοντική συμμετοχή. Βέβαια, αν αναλογιστούμε πως η δημιουργία θετικής ή αρνητικής ιστορίας μιας διοργάνωσης είναι αποτέλεσμα σύνθεσης πολλαπλών παραγόντων στο μυαλό του συμμετέχοντα, τότε μπορούμε να καταλάβουμε το λόγο για τον οποίο αναδεικνύεται, και στην παρούσα έρευνα, ως ο παράγοντας που ουσιαστικά επηρεάζει περισσότερο την λήψη της απόφασης για μια μελλοντική συμμετοχή.

Το τρέξιμο στο βουνό, άμεσα συνυφασμένο με τη φύση και την επαφή μαζί της, αποπνέει μια αίσθηση ελευθερίας όπως συχνά αναφέρουν δρομείς ορεινού τρεξίματος. Μια επαφή και μια αίσθηση που επιδιώκουν οι δρομείς τόσο για να ξεφύγουν από τη ρουτίνα της καθημερινότητας, αλλά και για να έχουν την ευκαιρία ενασχόλησης με μια φυσική δραστηριότητα που πραγματικά τους ευχαριστεί. Αυτή ακριβώς η ανάγκη αποτυπώθηκε στην παρούσα έρευνα, καθώς ο παράγοντας Απόδραση συνείσφερε σημαντικά στη λήψη της απόφασης των συμμετεχόντων να λάβουν μέρος ξανά στη διοργάνωση του Artemissiomountainrunning. Έτσι, πέρα από την ανάδειξη του παράγοντα Απόδραση ως ενός παράγοντα που έχει τη δύναμη να προβλέψει τη συμμετοχή σε αγώνες ορεινού τρεξίματος γενικότερα, φαίνεται πως η διοργάνωση του AMR μπόρεσε να δημιουργήσει στους συμμετέχοντες συνειρμούς απόδρασης, προσφέροντας τους ένα περιβάλλον που συνείσφερε στη χαλάρωσή τους από προβλήματα και παράλληλα παρείχε την ικανοποίηση που πηγάζει από την ενασχόληση με μια δραστηριότητα που προκαλεί ευχαρίστηση.

Τέλος, ο παράγοντας προσωπικότητα της διοργάνωσης προέβλεψε με τη σειρά του θετικά τη λήψη της απόφασης επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση. Η ομορφιά, η ελκυστικότητα και η συναρπαστικότητα της διαδρομής αποτελεί ένα από πιο σημαντικά στοιχεία μια διοργάνωσης ορεινού τρεξίματος, γεγονός που αναδεικνύεται στην παρούσα έρευνα. Παράλληλα, φαίνεται πως τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των διαδρομών της διοργάνωσης Artemissiomountainrunning έμειναν στο μυαλό των συμμετεχόντων, τόσο αυτών που συμμετείχαν για πρώτη φορά, όσο και των παλαιότερων δρομέων, προκαλώντας πολύ θετικούς συνειρμούς. Αν μάλιστα αναλογιστούμε πως ο παράγοντας αυτός συγκέντρωσε και τον υψηλότερο μέσο όρο βαθμολόγησης ανάμεσα στους έξι που αναδείχτηκαν στην παρούσα έρευνα, φαίνεται πως οι διαδρομές της διοργάνωσης κέρδισαν τους συμμετέχοντες.

Συμπεράσματα

Οι συνειρμοί που μια διοργάνωση μπορεί να προκαλέσει στη μνήμη ενός δρομέα ορεινού τρεξίματος, ο οποίος έχει ήδη τρέξει στο παρελθόν σε αυτήν, μπορούν να συντελέσουν στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής του σε αυτή. Στην παρούσα έρευνα φάνηκε πως η Ιστορία που έχει χτίσει μια διοργάνωση στα χρόνια υλοποίησής της δεν αποτελεί το μοναδικό παράγοντα που δημιουργεί

συνειρμούς ικανούς να οδηγήσουν σε μια εκ νέου συμμετοχή, όπως αναδείχτηκε στην έρευνα των Πολατίδου (2015). Ιδιαίτερα σε μικρότερες διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος, με τοπικό χαρακτήρα είναι πολύ σημαντικό οι διαδρομές που προσφέρονται να κερδίσουν τους συμμετέχοντες, συμβάλλοντας παράλληλα στην ικανοποίηση βαθύτερων εσωτερικών αναγκών, όπως αυτή της απόδρασης. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουν να εξασφαλίσουν όχι μόνο τη βιωσιμότητά τους, αλλά και θα αποκτήσουν τα εχέγγυα που μπορούν να συμβάλλουν σε μια μελλοντική ανάπτυξή τους.

Περιορισμοί της έρευνας

Η παρούσα εργασία υλοποιήθηκε αποκλειστικά στη διοργάνωση του Artemissiomountainrunning, μια διοργάνωση με τοπικά κυρίως χαρακτηριστικά που ωστόσο, μεσολαβούντος του διαστήματος 2019-2020 όπου στον ελληνικό χώρο δεν πραγματοποιήθηκε η συντριπτική πλειοψηφία των διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος, έχει συμπληρώσει επτά έτη ζωής. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν δε μπορούν να γενικευτούν στο σύνολο των ελληνικών διοργανώσεων, καθώς ερμήνευσαν αποκλειστικά πτυχές της συγκεκριμένης διοργάνωσης. Ωστόσο, καθώς σημαντικό ποσοστό των αποτελεσμάτων συμφωνεί και επιβεβαιώνει προηγούμενες έρευνες σε ελληνικές διοργανώσεις, θεωρούμε πως η παρούσα έρευνα προσφέρει μια επιπλέον οπτική στο πεδίο της μελέτης των συνειρμών που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε μια διοργάνωση και του ρόλου που δύναται να διαδραματίσουν για μελλοντική συμμετοχή σε αυτή. Η διερεύνηση των συνειρμών σε μια ευρύτερη κλίμακα μικρότερων ή μεγαλύτερων διοργανώσεων, με τοπικό αλλά και πανελλαδικό χαρακτήρα θα προσφέρει περαιτέρω στην κατανόηση της συμβολής τους στο πλαίσιο διοργανώσεων που υλοποιούνται στη φύση.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Aaker, D. (1991). *Managing brand equity*. New York: Free Press.

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*.

Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of consumer research*, 13(4), 411-454.

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

Chogahara, M., & Yamaguchi, Y. (1998). Resocialization and continuity of involvement in physical activity among elderly Japanese. *International review for the sociology of sport*, 33(3), 277-289.

Collins, A., Flynn, A., Munday, M., & Roberts, A. (2007), Assessing the environmental consequences of major sporting events: the 2003-04 FA Cup Final. *Urban Studies*, 457-476

Derom, I., & Ramshaw, G. (2016). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 263-283.

- Getz, D. (1997). Trends and Issues in Sport Event Tourism. *Tourism Recreation Research*, 61-66
- Gibson, H. J. (1998). Active sport tourism: Who participates? *Leisure studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, H., Willmington, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 181-190
- Gladden, J., Funk, D. (2001), Understanding broyalty in professional sport: Examining the link between brand association and brand loyalty, *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3, 67–94
- 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
- Higham, J. and Hinch, T. (2018). *Sport Tourism Development (3rd Edition)*. Bristol: Channel View Publications
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourism: The case of small-scale recurring sport events. *Journal of Sports Management*, 24(5), 544-566.
- 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.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer – based brand equity. *Journal of Marketing*. 57, 1-22
- Kotler, P. (1991), *Marketing Management*, (7th ed.). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Low, G., & Lamb Jr, C. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product & Brand Management*, 350 – 370
- Maslow, A. H. (1970). New introduction: Religions, values, and peak-experiences. *Journal of Transpersonal Psychology*, 2(2), 83-90.
- 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
- Soriano, F. I. (1995). *Conducting needs assessments: A multidisciplinary approach*. SAGE Publications
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific sociological review*, 25(2), 251-272.
- Schmidt, O. (2006). *Wood and tree fungi* (p. 334). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Wilkie, W. (1986). *Consumer Behavior*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Wipf, S., Rixen, C., Fischer, M., Schmid, B., & Stoeckli, V. (2005). Effects of ski piste preparation on alpine vegetation. *Journal of Applied Ecology*, 306–316
- VanBlarcom, B., & Kayahan, C. (2011). Assessing the economic impact of a UNESCO World Heritage designation. *Journal of Heritage Tourism*, 143-164
- Van den Berg, L., Braun, E., & Otgaar, A. H. (2000). City and enterprise: Corporate social responsibility in European and US cities.

Yair, G. (1992). What keeps them running? The 'circle of commitment' of long-distance runners. *Leisure Studies*, 11(3), 257-270.

Πολατίδου Π., (2015). Διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την επανάληψη της συμμετοχής σε διεθνείς διοργανώσεις υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλών απαιτήσεων. (Διδακτορική διατριβή). Διαθέσιμο από: Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών.

Πολατίδου Π., Αλεξανδρής Κ., Μπαλάσκα Π. & Πολατίδου Γ. (2017). 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. *Ελληνικό Περιοδικό Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής*, 13, 50 – 66