

05-07
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ
2025

Grand Hotel Palace
Θεσσαλονίκη



ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ & ΑΝΑΨΥΧΗΣ
ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ MANAGEMENT
ΣΕ ΕΝΑΝ ΚΟΣΜΟ ΠΟΥ ΑΛΛΑΖΕΙ

ΠΡΑΚΤΙΚΑ

www.elleda.gr

www.jsrm.gr

Επιμέλεια πρακτικών:

Δρ. Αμαλία Δράκου, Δρ. Δημήτρης Γαργαλιάνος & Δρ. Θωμάς
Καραγιώργος

ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΣ

Με ιδιαίτερη ικανοποίηση παρουσιάζουμε τα Πρακτικά του 25ου Συνεδρίου Διοίκησης Αθλητισμού & Αναψυχής: το αθλητικό management σε έναν κόσμο που αλλάζει, το οποίο πραγματοποιήθηκε στις 5–7 Δεκεμβρίου 2025 στη Θεσσαλονίκη, στο ξενοδοχείο Grand Hotel Palace.

Το φετινό συνέδριο αποτέλεσε έναν ζωντανό χώρο ανταλλαγής επιστημονικών απόψεων, καινοτόμων ιδεών και δημιουργικής συζήτησης μεταξύ μελών της ακαδημαϊκής κοινότητας, επαγγελματιών του χώρου, ερευνητών και φοιτητών.

Το πρόγραμμα περιελάμβανε θεματικές συζητήσεις, παρουσιάσεις ερευνητικών εργασιών, αναγνωρισμένους ομιλητές από όλο το φάσμα του αθλητισμού, με τη συμμετοχή καταξιωμένων ακαδημαϊκών και στελεχών της αθλητικής διοίκησης. Παράλληλα, συνεχίστηκε με ιδιαίτερη επιτυχία το ανανεωμένο πρόγραμμα “Mentoring”, το οποίο για ακόμη μια χρονιά αποτέλεσε σημαντικό σημείο αναφοράς για τους συνέδρους.

Οι εργασίες επικεντρώθηκαν σε κρίσιμες εξελίξεις που διαμορφώνουν τον σύγχρονο χώρο της διοίκησης αθλητισμού και της αναψυχής, καθώς και στις νέες προκλήσεις και ευκαιρίες που δημιουργεί η αλληλεπίδραση του management με την ανθρώπινη κίνηση και δραστηριότητα.

Τα κείμενα που συγκεντρώνονται στα παρόντα Πρακτικά αποτυπώνουν το εύρος των εισηγήσεων και την ποιότητα της επιστημονικής συμβολής των συμμετεχόντων. Ευχόμαστε να αποτελέσουν εφελκύριο για νέες συνεργασίες, έρευνες και δημιουργικές πρωτοβουλίες στο πεδίο.

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όλους όσους συμμετείχαν ενεργά στην οργάνωση και υλοποίηση του συνεδρίου, καθώς και στους ομιλητές που τίμησαν την εκδήλωση με τη γνώση και την παρουσία τους. Η συμβολή όλων ήταν καθοριστική για την επιτυχή έκβασή του.

Για το ΔΣ της Ελλ.Ε.Ε.Δ.Α.Α

Η Πρόεδρος

Μαγδαληνή Ρουσσέτη

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Διοίκηση Αθλητισμού και Οργανισμών		
1	ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΚΑΚΙΣΤΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002–2024 Δριτσούλα, Ε. & Μανασής, Β.	6
2	Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ TEAM MANAGER ΣΤΗ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΜΙΑΣ ΟΜΑΔΑΣ Αστραπέλλος, Κ., Βήττα, Ε., Αστραπέλλου, Ξ., Μπασδέκης, Α. & Κώστα, Γ.	11
3	Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ MANAGEMENT ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ Καρακασίδου, Δ., Γκεμίσογλου, Ζ., Κορέλλα, Χ. & Λαϊλόγλου, Α.	12
4	ΕΜΦΥΛΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΙΣΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: Η ΥΠΟΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΕ ΘΕΣΕΙΣ ΗΓΕΣΙΑΣ Κυριάκου, Δ., Σταθάκη, Α., Γεωργάκα, Σ. & Λαϊλόγλου, Α.	13
5	ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΑΝΘΡΑΚΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΣΕΦΑΑ ΤΟΥ ΕΚΠΑ Τουρτουροπούλου, Ι., Κλώντζας, Ι., Θαμνόπουλος, Ι. & Μανασής, Β.	14
Διοίκηση Αθλητικών Διοργανώσεων		
6	Η ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΟΛΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΘΕΣΗΣ ΕΠΑΝΑΛΗΨΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ “IPROS FALL TOUR 2024” Ναλμπάντη, Ν., Γλυνιά, Ε., Ποζίδου, Μ. & Λόλα, Α.	18
7	ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΙΣΚΟΥ ΣΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ Αστραπέλλος, Κ., Πορτοκαλίδου, Ο., Ανθόπουλος, Ν. & Κώστα, Γ.	19
8	Η ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΔΡΟΜΕΩΝ: ΕΝΑ ΠΟΛΥΕΠΙΠΕΔΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΘΕΜΕΛΙΩΜΕΝΗ ΘΕΩΡΙΑ Αναστασιάδου, Κ., Θεοδωράκης, Ν., Αλεξανδρής, Κ., Κώστα, Γ. & Τσιώλης Γ.	20
9	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΜΕ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ISO/IEC25010 ΚΑΙ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ MOSCOW Καλλιτσάρη, Ζ. & Θεοδωράκης, Ν.	24
10	ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ: ΜΙΑ ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ Μυλωνάκη, Σ., Φουντούκη, Α. & Λιανόπουλος, Ι.	28
Αθλητικό Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Καταναλωτών		
11	Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Κορωνιός, Κ., Ντάσης, Λ., Παπαϊωάννου, Α., Παπαδόπουλος, Α. Κυπραίος, Γ. & Μπαλάσκα, Π.	29
12	ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΕΝΟΣ ΠΕΛΑΤΟ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ Αναστασιάδης Α., Ντοβόλη Α. & Αλεξανδρής Κ.	34

13	ΨΥΧΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ/ΜΙΚΡΩΝ ΟΜΑΔΩΝ Μπέη, Α. & Αυθίνος, Ι.	35
14	FITNESS USER SEGMENTATION BY LEVEL OF HUMAN-MACHINE INTERACTION AND FACTORS INFLUENCING APP ADOPTION Angosto, S., Grimaldi-Puyana, M., García-Fernández, J. & Tsitskari, E.,	39
15	THE IMPACT AI LITERACY ON SPORT SCIENCES UNIVERSITY STUDENTS' ATTITUDES, USAGE AND INTENTIONS Angosto, S., Tsitskari, E., Grimaldi-Puyana, M. & García-Fernández, J.	40
16	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΤΟΥΣ Μίλτσης, Γ., Λιανόπουλος, Ι., Καραγιώργος, Θ., Φουντούκη, Α. & Θεοδωράκης Ν.	41
Αθλητικός τουρισμός και Αναψυχή		
17	ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΛΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ Ιατρίδου, Ρ. & Γλυνιά, Ε.	45
18	ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΙΡΜΩΝ, ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΧΥΡΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΤΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ Αθανασίου, Χ., Αλεξανδρή, Κ. & Καραγιώργος, Θ.	46
19	ΚΑΤΑΛΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΑΛΙΑΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ Κιαχίδου, Ε. & Παπαδοπούλου, Γ.	47
20	WILD PEDAGOGIES – «ΑΓΡΙΕΣ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΕΣ»: ΕΝΑ ΝΕΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ Γλυνιά, Ε., Νασούλας, Α., Ποζίδου, Μ., Παπαδόπουλος, Ι.Α. & Μποτζώρης, Ν.	48
21	ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΑΝΑΨΥΧΗΣ Μπαλατσός, Κ., Καϊμακάμης Δ. & Σερβές, Μ.	49
22	ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΖΩΟΓΟΝΗΣΗ ΤΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΒΟΛΒΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ Καλαϊτζή Γ., Τσίτσικαρη, Ε., Κώστα, Γ. & Υφαντίδου, Γ.	50
23	ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: NUDGING2MOVE Γιαννακού, Ε., Καραγιώργος, Θ., Ντοβόλη, Α., Ανωρκάτη, Ε. & Αλεξανδρή, Κ.	52
Διοίκηση Αθλητικών και Media		
24	ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΜΕΤΑΔΟΣΕΩΝ ΜΠΑΣΚΕΤ Ναλμπάντης, Γ. & Μανασής, Β.	53
25	ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ: ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΘΕΤΙΚΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥΣ	54

	Τσιτσιού, Μ., Τσακτίρας, Ο. & Τζέτζης, Γ.	
	Ειδικά Θέματα Αθλητισμού	
26	SPEEDCUBING: ΕΝΑ ΑΘΛΗΜΑ ΗΔΗ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΟ, ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΠΙΟ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΟ. ΚΩΔΙΚΑΣ COLORADD. Λολίδης, Μ., Νείνα, Μ., Τεϊχεϊρα, Α., Αηδόνης, Δ. & Μπίμπασης, Φ.	55
27	ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ INSPIRATIONAL PORN ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΑ MEDIA ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ Σκούρα, Δ.	56
28	Η ΑΣΚΗΣΗ ΩΣ ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΘΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ Τσολακίδου, Μ., Νεστουρούδη, Μ. & Λαϊλόγλου, Α.	57
29	Η ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΤΗ ΦΥΣΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ Κακάνη, Χ., Κακάνη, Ν., Κνάβας, Α. & Λαϊλόγλου, Α.	58
30	ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΝΟΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΕΝΟΧΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΕ ΠΑΙΔΙΑ-ΑΘΛΗΤΕΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΑΦΗΓΗΣΗΣ Μαυροπούλου, Α., Λίλου, Ο., Δούκα, Σ., Τσιάτσος, Θ. & Σιάκου, Μ.	59

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΣΚΑΚΙΣΤΙΚΗΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002–2024

Δρίτσουλα, Ε.¹, Μανασής, Β.²

¹ Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

² ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

Περίληψη

Η εργασία αποτιμά τη διαχρονική οικονομική απόδοση της Ελληνικής Σκακιστικής Ομοσπονδίας (ΕΣΟ) για την περίοδο 2002–2024, αξιοποιώντας 15 εξειδικευμένους χρηματοοικονομικούς δείκτες του μοντέλου των Winand et al., (2012). Τα ετήσια οικονομικά στοιχεία της ΕΣΟ αποπληθωρίστηκαν (με βάση το 2020) και εξετάστηκαν με περιγραφική στατιστική, ανάλυση τάσης και συντελεστές συσχέτισης. Τα αποτελέσματα έδειξαν πολύ υψηλή, αλλά διαχρονικά μειούμενη εξάρτηση από την κρατική επιχορήγηση, σημαντική συρρίκνωση των συνολικών εσόδων, περιορισμένη ανάπτυξη ίδιων και εμπορικών πόρων και έντονη μείωση των επενδύσεων τόσο στην αγωνιστική ελίτ, όσο και στη βάση του αθλήματος.

Λέξεις - κλειδιά: Οικονομική απόδοση, Ελληνική Σκακιστική Ομοσπονδία, κρατική επιχορήγηση, οικονομικοί δείκτες, προσέλκυση πόρων.

Εισαγωγή

Η οικονομική διαχείριση των εθνικών αθλητικών Ομοσπονδιών αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη βιωσιμότητα, την αγωνιστική τους ανταγωνιστικότητα και τη δυνατότητα παροχής ποιοτικών υπηρεσιών προς τα μέλη τους. Στο ελληνικό αθλητικό σύστημα, όπου η δημόσια χρηματοδότηση εξακολουθεί να διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο, ζητήματα όπως η εξάρτηση από κρατικές επιχορηγήσεις, η ικανότητα προσέλκυσης ίδιων πόρων και η διατήρηση επαρκών επενδύσεων στο άθλημα αποκτούν ιδιαίτερη σημασία. Ως το κεντρικό θεσμικό όργανο για την ανάπτυξη και οργάνωση του σκακιού στην Ελλάδα, η ΕΣΟ λειτούργησε την περίοδο 2002–2024 σε ένα περιβάλλον έντονων οικονομικών διακυμάνσεων, που περιλαμβάνει την περίοδο της δημοσιονομικής κρίσης και τις επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19.

Παρά τη σημασία της οικονομικής διάστασης για τη λειτουργία και τη στρατηγική των αθλητικών οργανισμών, η συστηματική εμπειρική αποτίμηση της οικονομικής απόδοσης των ελληνικών αθλητικών Ομοσπονδιών παραμένει περιορισμένη. Σε διεθνές επίπεδο, η βιβλιογραφία αναδεικνύει ότι η αξιολόγηση των μη κερδοσκοπικών αθλητικών οργανισμών είναι πολυδιάστατη και συνδέεται τόσο με την οικονομική σταθερότητα και τη διαφοροποίηση των εσόδων, όσο και με την ικανότητα επένδυσης σε αγωνιστικά και αναπτυξιακά προγράμματα.

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν να: α) αναλύσει τη διαχρονική οικονομική απόδοση της ΕΣΟ για την περίοδο 2002–2024, β) προσφέρει ένα τεκμηριωμένο παράδειγμα οικονομικής ανάλυσης ελληνικής αθλητικής Ομοσπονδίας, γ) αναδείξει κρίσιμες τάσεις και τρωτά σημεία του υφιστάμενου οικονομικού μοντέλου και δ) συμβάλει στον σχεδιασμό πολιτικών που

ενισχύουν τη χρηματοοικονομική βιωσιμότητα και την αναπτυξιακή προοπτική του σκακιού στην Ελλάδα.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η διεθνής βιβλιογραφία τονίζει ότι η αξιολόγηση των αθλητικών Ομοσπονδιών είναι πολυδιάστατη, καθώς λειτουργούν σε μη κερδοσκοπικό πλαίσιο και επιδιώκουν τόσο οικονομικούς, όσο και κοινωνικούς σκοπούς. Οι Herman και Renz (1999), υπογραμμίζουν ότι η αποδοτικότητα δεν μπορεί να μετρηθεί με έναν μόνο δείκτη, ενώ οι Bayle και Madella (2002), προτείνουν ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο που περιλαμβάνει διαχείριση πόρων, λειτουργικές διαδικασίες και ικανοποίηση των μελών.

Στη χρηματοοικονομική αξιολόγηση, η βιβλιογραφία επισημαίνει ότι οι Ομοσπονδίες συχνά εξαρτώνται από δημόσια χρηματοδότηση και έχουν περιορισμένη δυνατότητα ανάπτυξης εμπορικών εσόδων. Η εξάρτηση αυτή επηρεάζει τη σταθερότητα και την ικανότητά τους να επενδύουν σε ανάπτυξη και αγωνιστικές δραστηριότητες. Μελέτες, όπως των Hull και Lio (2006), και Hall και Andrukow (2003), δείχνουν ότι η διαφοροποίηση πηγών εσόδων και η υιοθέτηση σύγχρονων διοικητικών πρακτικών ενισχύουν τη βιωσιμότητα των αθλητικών οργανισμών.

Σύγχρονες μελέτες δείχνουν ότι η εξάρτηση από δημόσιες χρηματοδοτήσεις μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική αστάθεια, εάν δεν συνοδεύεται από στρατηγική διαφοροποίηση πόρων (Winand et al., 2012). Το πιο εξειδικευμένο και ευρέως χρησιμοποιούμενο μοντέλο οικονομικής απόδοσης για αθλητικές Ομοσπονδίες είναι αυτό των Winand et al., (2012), το οποίο αξιολογεί τέσσερις βασικές κατηγορίες: α) εξάρτηση από κρατική χρηματοδότηση, β) οικονομική ισορροπία, γ) προσέλκυση πόρων και δ) επενδύσεις στο άθλημα. Το μοντέλο αυτό προσαρμόζεται καλά στις ιδιαιτερότητες των αθλητικών Ομοσπονδιών και έχει εφαρμοστεί σε ευρωπαϊκούς οργανισμούς για συστηματική αποτίμηση της οικονομικής τους κατάστασης. Επιπλέον, η ορθή διαχείριση κόστους και η αποδοτική χρήση τεχνολογιών πληροφορικής προτείνονται ως βασικά εργαλεία ενίσχυσης των οικονομικών επιδόσεων (Thibault et al., 2016).

Συνολικά, η βιβλιογραφία δείχνει ότι η οικονομική απόδοση των Ομοσπονδιών συνδέεται με τη σταθερότητα των εσόδων, την αποδοτική διαχείριση πόρων και την ικανότητά τους να επενδύουν σε ανάπτυξη και υπηρεσίες προς τα μέλη, στοιχεία που αποτελούν κρίσιμες παραμέτρους και για την παρούσα μελέτη.

Μεθοδολογία

Η μελέτη βασίστηκε στην ανάλυση των οικονομικών δεδομένων της ΕΣΟ για την περίοδο 2002–2024, με στόχο την αποτίμηση της οικονομικής της απόδοσης σύμφωνα με το μοντέλο των Winand et al., (2012). Το δείγμα περιλάμβανε τα ετήσια οικονομικά στοιχεία της Ομοσπονδίας, όπως εμφανίζονται στους απολογισμούς και τις οικονομικές καταστάσεις και εσωτερικά αρχεία. Για τη διασφάλιση της συγκρισιμότητας των οικονομικών μεγεθών, πραγματοποιήθηκε αποπληθωρισμός όλων των ποσών με βάση το 2020. Υπολογίστηκαν 15 εξειδικευμένοι δείκτες οικονομικής απόδοσης, οργανωμένοι στις κατηγορίες των Winand et al., (2012). Εφαρμόστηκε περιγραφική στατιστική, ανάλυση παλινδρόμησης για τον εντοπισμό μακροχρόνιων τάσεων και διερεύνηση συσχέτισης Pearson's r μεταξύ των δεικτών.

Αποτελέσματα

Η ανάλυση της περιόδου 2002–2024 έδειξε ότι η εξάρτηση της ΕΣΟ από την κρατική χρηματοδότηση υπήρξε διαχρονικά πολύ υψηλή, ιδιαίτερα στις πρώτες χρονιές οπότε κάλυπτε >85–90% των συνολικών εσόδων, με τα συνολικά ποσά να αγγίζουν το € 1 εκατ. το χρόνο. Στη συνέχεια, παρατηρείται μία σταθερή και σημαντική μείωση, με την κρατική χρηματοδότηση να υποχωρεί σωρευτικά κατά περίπου 85% σε πραγματικούς όρους. Η πτώση δεν ήταν ομοιόμορφη. Την περίοδο 2010–2012 καταγράφηκε η εντονότερη αρνητική μεταβολή, με μείωση της τάξης του 55% σε έναν μόλις χρόνο, αντανακλώντας τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Την περίοδο 2020–2021, υπό την πίεση της πανδημίας, η επιχορήγηση μειώθηκε εκ νέου σε διψήφιο ποσοστό. Η ανάλυση τάσης επιβεβαιώνει τη διαχρονική πτωτική πορεία, με την καμπύλη τάσης να δείχνει ισχυρή αρνητική κλίση και σημείο επιβράδυνσης της πτώσης μετά το 2018. Στα τελευταία χρόνια (2021–2024) παρατηρείται σταθεροποίηση γύρω από ένα νέο, χαμηλότερο επίπεδο χρηματοδότησης, χωρίς, ωστόσο, να υποδηλώνεται επιστροφή σε προγενέστερες υψηλές τιμές. Η συσχέτιση μεταξύ κρατικής χρηματοδότησης και συνολικών εσόδων ($r=0,965$) παραμένει υψηλή και θετική, επιβεβαιώνοντας ότι οι μεταβολές στη χρηματοδότηση από το κράτος μεταφέρονται σχεδόν εξολοκλήρου στη συνολική οικονομική εικόνα της Ομοσπονδίας. Αυτό καταδεικνύει ότι η ΕΣΟ λειτουργεί μέσα σε ένα έντονα επιχορηγοεξαρτώμενο μοντέλο, με περιορισμένη δυνατότητα απορρόφησης εξωγενών διακυμάνσεων.

Η ΕΣΟ διατήρησε κατά κανόνα λειτουργικό ισοσκελισμό, με τις δαπάνες να κινούνται σχεδόν κάθε χρόνο στο ύψος των διαθέσιμων πόρων. Τα συνολικά έσοδα κυμάνθηκαν μεταξύ € 1 εκατ. (πρώτα χρόνια) και € 300–450 χιλ. τη δεκαετία 2015–2024, μειωμένα κατά περίπου 75% σε πραγματικούς όρους. Τα καθαρά αποτελέσματα ήταν συνήθως χαμηλά (€ ±10–20 χιλ.), δείχνοντας ότι η Ομοσπονδία δεν παράγει διαχρονικά σημαντικά πλεονάσματα ή αποθέματα. Η ανάλυση τάσης δείχνει στατιστικά σημαντική πτώση στην πορεία των συνολικών εσόδων, με ελάχιστο σημείο γύρω στο 2019 και μία ήπια σταθεροποίηση στη συνέχεια. Ο συσχετισμός εσόδων–εξόδων είναι πολύ υψηλός ($r\approx 0,95$), στοιχείο που δείχνει ότι η ΕΣΟ προσαρμόζει άμεσα τις δαπάνες της σε κάθε διακύμανση των πόρων χωρίς δυνατότητα μεσοπρόθεσμου σχεδιασμού ή δημιουργίας αποθεματικού ασφάλειας.

Η προσέλκυση ίδιων πόρων εμφανίζεται ως η πιο αδύναμη διάσταση. Τα έσοδα από συνδρομές μελών κινήθηκαν για πολλά χρόνια στην περιοχή των € 4–8 χιλ., με ορισμένες πρόσφατες εξαιρέσεις (έως € ~11 χιλ., το 2024). Τα εμπορικά έσοδα, παρότι σε ορισμένες χρονιές έφτασαν ή ξεπέρασαν τις € 70–80 χιλ., έχουν μεγάλη μεταβλητότητα. Η ανάλυση τάσης των δεικτών αυτής της ομάδας δείχνει σταθερή πτωτική πορεία, με σημαντική μείωση των πόρων ανά μέλος. Ο συντελεστής συσχέτισης μεταξύ εσόδων ανά μέλος και συνολικών δαπανών είναι εξαιρετικά υψηλός ($r=0,957$), κάτι που επιβεβαιώνει ότι όταν μειώνονται τα έσοδα που παράγει η ίδια η ΕΣΟ, η πρώτη περιοχή που επηρεάζεται είναι το αγωνιστικό και αναπτυξιακό έργο. Συνολικά, το εύρημα αυτό δείχνει ότι η ΕΣΟ, πέραν της κρατικής επιχορήγησης, δεν έχει καταφέρει να αναπτύξει ένα σταθερό και διαφοροποιημένο μοντέλο χρηματοδότησης.

Η 4^η ομάδα δεικτών επενδύσεων στο άθλημα, η οποία αφορά άμεσα στην ανάπτυξη του σκακιού (εθνικές ομάδες, νεανικά πρωταθλήματα, αναπτυξιακά προγράμματα) παρουσιάζει σημαντική μείωση μέσα στην περίοδο έρευνας. Για παράδειγμα, οι δαπάνες των εθνικών ομάδων από επίπεδα € ~500–700 χιλ., στις πρώτες χρονιές του δείγματος, μειώθηκαν στα €

~60–100 χιλ., την περίοδο 2020–2024. Η ανάλυση τάσης για τους δείκτες αυτής της ομάδας δείχνει έντονη καθοδική πορεία, με ορισμένες τιμές να καταδεικνύουν σταθεροποίηση ή ήπια άνοδο μετά το 2019. Η συνολική μείωση σε βασικές επενδυτικές δαπάνες ξεπερνά το 70–90%, γεγονός που επηρεάζει άμεσα την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη του αθλήματος. Η ισχυρή σχέση μεταξύ των διαθέσιμων πόρων και των επενδύσεων στο άθλημα ($r=0,983$) δείχνει ότι η ΕΣΟ λειτουργεί με μοντέλο απόλυτα εσοδο-εξαρτώμενων επενδύσεων, χωρίς στρατηγικό επενδυτικό σχεδιασμό ανεξάρτητο της βραχυπρόθεσμης οικονομικής συγκυρίας. Επίσης, η συσχέτιση μεταξύ επενδύσεων ελίτ και επενδύσεων μελών ($r=0,112$, μη σημαντική) δείχνει ότι οι δύο κατηγορίες επενδύσεων δεν λειτουργούν συμπληρωματικά.

Συμπεράσματα

Παρά τη σταθεροποίηση της τάσης μείωσης τη δεκαετία 2015–2024, η ΕΣΟ παραμένει ένας οργανισμός με υψηλή εξάρτηση από δημόσια χρηματοδότηση. Η μείωση της κρατικής επιχορήγησης είχε άμεση επίδραση στα συνολικά έσοδα και στις επενδύσεις στο άθλημα, γεγονός που καθιστά την Ομοσπονδία ευάλωτη σε εξωγενείς οικονομικές κρίσεις.

Παρά τον περιορισμό των πόρων, η ΕΣΟ κατάφερε να διατηρεί λειτουργικό ισοσκελισμό. Ωστόσο, σύμφωνα με τις τάσεις, η συνεχής συρρίκνωση των εσόδων την αναγκάζει να λειτουργεί χωρίς αποθεματικά και χωρίς επενδυτική αυτονομία. Η σταθεροποίηση μετά το 2019 δεν υποδηλώνει ανάκαμψη, αλλά προσαρμογή σε χαμηλότερο επίπεδο πόρων. Η ανάλυση καταδεικνύει ότι η ΕΣΟ, αν και κάνει προσπάθειες, δεν έχει αναπτύξει πλήρως ένα σταθερό σύστημα παραγωγής ίδιων πόρων. Σύμφωνα με τα ευρήματα, η μειωμένη εισροή εμπορικών εσόδων και συνδρομών συνδέεται άμεσα με τη συρρίκνωση των δραστηριοτήτων και των επενδύσεων. Η πολύ υψηλή συσχέτιση εσόδων–δαπανών υπογραμμίζει την ανάγκη αλλαγής του οικονομικού μοντέλου.

Με βάση την ανάλυση, η μείωση των επενδύσεων στο άθλημα είναι άμεση συνέπεια της συρρίκνωσης των εσόδων. Η σταθεροποίηση τα τελευταία χρόνια, παρότι θετική, παραμένει σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό περιορίζει τη δυνατότητα ανάπτυξης αθλητικών δομών, ενίσχυσης σωματείων και στήριξης αγωνιστικής ελίτ. Επιπλέον, το ότι οι επενδύσεις ελίτ και μελών δεν σχετίζονται μεταξύ τους υποδηλώνει έλλειψη ενιαίου αναπτυξιακού σχεδιασμού. Η συρρίκνωση των επενδύσεων είναι δομική και άμεσα συνδεδεμένη με τη μείωση εσόδων. Μόνο στοχευμένες πολιτικές για αναπλήρωση πόρων (χορηγίες, εμπορικά) θα βοηθήσουν την ανάπτυξη υποδομών και τη στήριξη ταλέντων.

Τα ευρήματα υποδεικνύουν την ανάγκη ανάπτυξης στρατηγικών που ενισχύουν την οικονομική αυτονομία, όπως αύξηση εμπορικών εσόδων, αναδιάρθρωση συνδρομών, μείωση μη διαχειριστικών εξόδων και αυτοματοποίηση διαδικασιών. Επιπλέον, η συσχέτιση βασικών δεικτών δείχνει ότι η ΕΣΟ προσαρμόζει τα έξοδά της ανάλογα με τα διαθέσιμα έσοδα, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα μακροχρόνιου σχεδιασμού. Η ανάλυση της οικονομικής απόδοσης της Ομοσπονδίας για την περίοδο 2002-2024 επιβεβαιώνει τη σημασία της χρηματοοικονομικής βιωσιμότητας και της διαφοροποίησης των πόρων στον αθλητικό τομέα.

Η μελέτη αυτή μπορεί να αποτελέσει πολύτιμο εργαλείο για τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (ΓΓΑ), καθώς παρέχει εμπειριστατωμένη εικόνα των οικονομικών δεδομένων μίας αθλητικής Ομοσπονδίας και αναδεικνύει τις προκλήσεις και ευκαιρίες που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση, τη διαχείριση και την ανάπτυξη του αθλητισμού. Η χρήση της από τη ΓΓΑ μπορεί να στηρίξει τη χάραξη στρατηγικών για τη βελτίωση της οικονομικής

διαχείρισης των Ομοσπονδιών, την ενίσχυση πολιτικών που προάγουν τη διαφοροποίηση εσόδων, την προώθηση της λογοδοσίας και της διαφάνειας, καθώς και την υποστήριξη μέτρων που βελτιώνουν τη βιωσιμότητα και αποδοτικότητα των αθλητικών προγραμμάτων. Επιπλέον, η μελέτη μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως υπόδειγμα για την αξιολόγηση άλλων Ομοσπονδιών και να συμβάλει στην επιστημονική βάση τεκμηρίωσης που απαιτείται για την ανάπτυξη του ελληνικού αθλητικού οικοσυστήματος.

Βιβλιογραφία

- Bayle, E., & Madella, A. (2002). Development of a taxonomy of performance for national sport organizations. *European Journal of Sport Science*, 2(2), 1–21.
- Hall, M. H., & Andrukow, A. (2003). The capacity to serve: a qualitative study of the challenges facing Canada's non-profit and voluntary organizations. In *Canadian Ce. Canadian Centre for Philanthropy*. www.jsfd.org
- Herman, R. D., & Renz, D. O. (1999). Theses on non-profit organizational effectiveness. *Nonprofit & Voluntary Sector Quarterly*, 28(2), 107–126.
- Hull, C. E., & Lio, B. H. (2006). Innovation in non-profit and for-profit organizations: visionary, strategic, and financial considerations. *Journal of Change Management*, 6(1), 53–65.
- Winand, M., Zintz, T., & Scheerder, J. (2012). A financial management tool for sport federations. *Sport, Business & Management: An International Journal*, 2(3), 225–240.

2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ TEAM MANAGER ΣΤΗ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΜΙΑΣ ΟΜΑΔΑΣ

Αστραπέλλος, Κ., Βήττα, Ε., Αστραπέλλου, Ξ., Μπασδέκης, Α., Κώστα, Γ.

ΤΕΦΑΑ, Δ.Π.Θ.

Περίληψη

Ο ρόλος του Team Manager αποτελεί κρίσιμο στοιχείο στη λειτουργική και αγωνιστική αποδοτικότητα των σύγχρονων αθλητικών ομάδων. Επίσης, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη συνολική απόδοση και ανάπτυξη μίας ομάδας, ιδιαίτερα σε σύγχρονα περιβάλλοντα όπου οι απαιτήσεις για αποδοτική επικοινωνία, στρατηγική οργάνωση και διαχείριση πόρων είναι αυξημένες (Estrella, 2024). Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση της συμβολής του Team Manager στη βελτιστοποίηση της συνολικής απόδοσης μίας ομάδας, μέσω της ανάλυσης οργανωτικών, διαχειριστικών και επικοινωνιακών παραμέτρων που επηρεάζουν τόσο το αγωνιστικό περιβάλλον, όσο και την καθημερινή λειτουργία της. Εξετάζεται ο πολυδιάστατος χαρακτήρας της θέσης, αναλύοντας τις βασικές αρμοδιότητες που συνδέονται με τον συντονισμό ανθρώπινου δυναμικού, τη δημιουργία λειτουργικών διαδικασιών και την ενίσχυση της ομαδικής συνοχής (Stewart et al., 2024). Αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο ο Team Manager συντονίζει την επικοινωνία μεταξύ τεχνικού επιτελείου, αθλητών και διοίκησης, η διαχείριση πόρων και διαδικασιών, καθώς και η επίδραση της αποδοτικής διοικητικής υποστήριξης στην ψυχολογία και τη συγκέντρωση των αθλητών. Επιπλέον, παρουσιάζονται τα βασικά επαγγελματικά χαρακτηριστικά και οι δεξιότητες που απαιτούνται για την αποδοτική εκτέλεση του ρόλου, όπως η ηγεσία, ο στρατηγικός σχεδιασμός και η ικανότητα επίλυσης προβλημάτων και διαχείρισης κρίσεων. Μέσα από βιβλιογραφική επισκόπηση και ανάλυση πρακτικών παραδειγμάτων αναδεικνύεται ο τρόπος με τον οποίο ο Team Manager συμβάλλει στη βελτιστοποίηση της απόδοσης, στην επίτευξη στόχων και στη διαμόρφωση ενός περιβάλλοντος που προάγει την καινοτομία και την αποδοτική συνεργασία (Wang, Oh, Courtright, & Colbert, 2011). Τα αποτελέσματα αναδεικνύουν ότι ο Team Manager λειτουργεί ως κεντρικός συνδετικός κρίκος στο οργανωτικό σύστημα της ομάδας και η συμβολή του αποτελεί καθοριστικό παράγοντα τόσο για τη σταθερότητά της, όσο και για τη διαμόρφωση συνθηκών που επιτρέπουν τη μέγιστη αγωνιστική απόδοση.

3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ MANAGEMENT ΣΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΨΗΣ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Καρακασίδου, Δ., Γκεμίσογλου, Ζ., Κορέλλα, Χ., Λαϊλόγλου, Α.

Τμήμα Εκπαιδευτικής & Κοινωνικής Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Περίληψη

Σε έναν κόσμο που μεταβάλλεται ραγδαία υπό την επίδραση κοινωνικών, πολιτικών και πολιτισμικών εξελίξεων, το αθλητικό μάνατζμεντ αποκτά ολοένα και πιο πολυδιάστατο ρόλο. Ιδιαίτερα οι Παραολυμπιακοί Αγώνες συνιστούν έναν θεσμό με σημαντικό κοινωνικό αποτύπωμα, ο οποίος αποτελεί ένα μοναδικό πλαίσιο για την προώθηση αρχών κοινωνικής δικαιοσύνης, ισότητας και συμπερίληψης. Οι Παραολυμπιακοί Αγώνες λειτουργούν ως μοχλός προώθησης πολιτικών που ενισχύουν την προσβασιμότητα και επιδιώκουν να αναβαθμίσουν τη θέση των ατόμων με αναπηρία στην επαγγελματική και κοινωνική ζωή τους. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να γίνει μια βιβλιογραφική ανασκόπηση αναφορικά με την διερεύνηση πως οι Παραολυμπιακοί Αγώνες θεσμοθετούν συμπεριληπτικές πολιτικές υπό το πρίσμα του αθλητικού μάνατζμεντ. Η αναζήτηση των επιστημονικών άρθρων έγινε μέσω του Google Scholar και βασίστηκε σε εξειδικευμένα διαδικτυακά αποθετήρια, όπως αυτό της Διεθνούς Παραολυμπιακής Επιτροπής. Η ανασκόπηση επικεντρώνεται στους τρόπους με τους οποίους ο θεσμός λειτουργεί ως εργαλείο κοινωνικής ρύθμισης, αναδεικνύοντας πολιτικές που προάγουν την ισότητα. Οι ερευνητές υποστηρίζουν πως η συστηματική διερεύνηση των θεσμικών πλαισίων της αθλητικής διοίκησης συμβάλλει στη συγκρότηση των συμπεριληπτικών προσεγγίσεων (Goh, 2021). Η κατανόηση του ρόλου των Παραολυμπιακών Αγώνων ως εργαλείο κοινωνικής πολιτικής αναδεικνύει διαδικασίες, μέσω των οποίων ο θεσμός προάγει τη συγκρότηση ενός κοινωνικού πλαισίου ισότιμης συμμετοχής. Ερευνητές αναδεικνύουν τους τρόπους που το Παραολυμπιακό Κίνημα υπερβαίνει τα συμβατικά όρια του αθλητισμού, μετασχηματιζόμενο σε έναν πολυδιάστατο θεσμό κοινωνικής παρέμβασης και διαμόρφωσης δημόσιων πολιτικών (Mohammadi, Pashaie, Ghaffarisadr, & Rayner, 2025). Συμπερασματικά, η ανάλυση του ρόλου των Παραολυμπιακών Αγώνων καθίσταται ένα καίριο πεδίο διερεύνησης για το αθλητικό μάνατζμεντ, καθώς φωτίζει τους σύγχρονους μηχανισμούς που ενισχύουν τη συμπερίληψη, την κοινωνική ένταξη και την ισοτιμία. Η μελέτη του συγκεκριμένου θεσμικού πλαισίου αποκτά ύψιστη σημασία, καθώς συμβάλλει στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο ο αθλητισμός μπορεί να λειτουργήσει ως φορέας κοινωνικής μεταβολής.

4. ΕΜΦΥΛΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΙΣΟΤΗΤΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: Η ΥΠΟΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΕ ΘΕΣΕΙΣ ΗΓΕΣΙΑΣ

Κυριάκου, Δ., Σταθάκη, Α., Γεωργάκα, Σ., Λαϊλόγλου, Α.

Τμήμα Εκπαιδευτικής & Κοινωνικής Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Περίληψη

Σκοπός της εργασίας ήταν να εξετάσει τις έμφυλες διακρίσεις και ανισότητες στον χώρο του αθλητισμού, με έμφαση στην υποεκπροσώπηση των γυναικών σε θέσεις ηγεσίας και λήψης αποφάσεων. Η μελέτη βασίστηκε σε βιβλιογραφική ανασκόπηση δευτερογενών δεδομένων, αξιοποιώντας θεωρητικές προσεγγίσεις της κοινωνιολογίας του φύλου, όπως η κοινωνική κατασκευή του φύλου, η θεωρία των έμφυλων ρόλων και το μοντέλο της «γυάλινης οροφής», καθώς και σύγχρονες θεωρίες ηγεσίας και οργανωσιακής κουλτούρας. Εξετάστηκαν ποσοτικές μελέτες για την εκπροσώπηση των φύλων και τις μισθολογικές ανισότητες, καθώς και ποιοτικές μελέτες που ανέδειξαν εμπειρίες και εμπόδια των γυναικών στον αθλητισμό. Η ανασκόπηση κατέδειξε ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν περιορισμένη πρόσβαση σε αθλητικές υποδομές και ευκαιρίες επαγγελματικής ανάπτυξης, μειωμένη χρηματοδότηση και μισθολογική ανισότητα, καθώς και ελλιπή προβολή από τα μέσα ενημέρωσης (Acosta & Carpenter, 2014; Cooky, 2017). Επιπλέον, διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες στον αθλητισμό είναι πιο πιθανό να εκτεθούν σε περιστατικά σεξουαλικής παρενόχλησης ή βίας στο αθλητικό περιβάλλον (Fasting, 2011). Η ανισότητα εκφράζεται έντονα και σε θέσεις ηγεσίας, καθώς οι γυναίκες παραμένουν υποεκπροσωπούμενες στα διοικητικά συμβούλια και σε υψηλές διοικητικές βαθμίδες, γεγονός που ενισχύει τα στερεότυπα περί ανδρικής ηγεσίας (Δράκου et al., 2019). Παράλληλα, η συμμετοχή στον αθλητισμό αναδείχθηκε ως παράγοντας προσωπικής και κοινωνικής ενδυνάμωσης, καλλιεργώντας δεξιότητες που προάγουν την ηγεσία, με ιδιαίτερα εμφανή παρουσία αυτών των χαρακτηριστικών στις γυναίκες (Καμπερίδου, 2016).

Συμπερασματικά, η προώθηση της ισότητας στον αθλητισμό απαιτεί συντονισμένες πολιτικές, θεσμικές και εκπαιδευτικές δράσεις, καθώς και την ανάδειξη γυναικείων προτύπων ηγεσίας, προκειμένου να περιοριστούν οι κοινωνικές ανισότητες και να υπερβεί ο αθλητικός χώρος τα εμπόδια της «γυάλινης οροφής» που συνεχίζουν να αναπαράγουν τις έμφυλες ανισότητες στην ηγεσία (Pape, 2020). Προτάσεις για μελλοντική έρευνα περιλαμβάνουν τη συστηματική ποσοτική αποτύπωση της εκπροσώπησης των φύλων σε αθλητικούς οργανισμούς, την ανάπτυξη ποιοτικών μελετών που θα αναδείξουν τα εμπόδια και τις εμπειρίες των γυναικών στις δομές ηγεσίας, καθώς και συγκριτικές αναλύσεις μεταξύ χωρών, αθλημάτων ή επιπέδων διοίκησης. Επιπλέον, προτείνεται η αξιολόγηση της αποδοτικότητας των υφιστάμενων πολιτικών ισότητας και η διερεύνηση παραγόντων που ενισχύουν περαιτέρω τη συμμετοχή των γυναικών στη λήψη αποφάσεων.

5. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΑΝΘΡΑΚΙΚΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ ΤΩΝ ΦΟΙΤΗΤΩΝ ΤΗΣ ΣΕΦΑΑ ΤΟΥ ΕΚΠΑ

Τουρτουροπούλου, Ι., Κλώντζας, Ι., Θαμνόπουλος, Ι., Μανασής, Β.

ΣΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

Περίληψη

Σκοπός της έρευνας ήταν η εκτίμηση του ανθρακικού αποτυπώματος των φοιτητών/τριών της ΣΕΦΑΑ του ΕΚΠΑ που προκύπτει από τις μετακινήσεις τους, από και προς τις εγκαταστάσεις της Σχολής και η διερεύνηση των περιβαλλοντικών τους συνηθειών και στάσεων. Για την υλοποίηση της έρευνας, υιοθετήθηκε η ποσοτική μέθοδος με χρήση ερωτηματολογίου, που διανεμήθηκε μέσω Google Forms. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι παρά τη σχετικά υψηλή περιβαλλοντική ευαισθησία, εντοπίζεται χάσμα γνώσης-πράξης που απαιτεί στοχευμένες εκπαιδευτικές παρεμβάσεις και ανάπτυξη κατάλληλων υποδομών.

Λέξεις - κλειδιά: Ανθρακικό αποτύπωμα, βιωσιμότητα, περιβαλλοντική συμπεριφορά.

Εισαγωγή

Η κλιματική αλλαγή αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις του 21^{ου} αιώνα, με τις ανθρώπινες δραστηριότητες να ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για την αύξηση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου (IPCC, 2023). Παρά τα θετικά του οφέλη, ο αθλητισμός έχει σημαντικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, με τις μετακινήσεις να αποτελούν τον κυριότερο παράγοντα εκπομπών CO₂ (Triantafyllidis et al., 2018). Τα πανεπιστήμια, ως κέντρα γνώσης και καινοτομίας, καλούνται να ηγηθούν της προσπάθειας μείωσης του περιβαλλοντικού αποτυπώματος μέσω της εκπαίδευσης και της υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών (Klein-Banai & Theis, 2013). Η ΣΕΦΑΑ του ΕΚΠΑ, με 1212 ενεργούς φοιτητές, αποτελεί ιδανικό πεδίο μελέτης για την εκτίμηση του ανθρακικού αποτυπώματος και την καλλιέργεια περιβαλλοντικής συνείδησης στους μελλοντικούς επαγγελματίες της φυσικής αγωγής.

Σκοποί της έρευνας

Η έρευνα αποσκοπεί στην επίτευξη τριών βασικών στόχων: α) τον προσδιορισμό του δημογραφικού προφίλ των φοιτητών της ΣΕΦΑΑ που χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις της Σχολής, β) την αξιολόγηση του ανθρακικού τους αποτυπώματος που απορρέει από τις μετακινήσεις τους και γ) τη διερεύνηση των περιβαλλοντικών τους συνηθειών, στάσεων και προθέσεων.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Το ανθρακικό αποτύπωμα, που μετρά τις εκπομπές CO₂ και άλλων αερίων του θερμοκηπίου, αποτελεί το βασικό εργαλείο αξιολόγησης της περιβαλλοντικής επίδρασης (Wiedmann & Minx, 2008). Στον αθλητισμό, οι μετακινήσεις αθλητών, θεατών και προσωπικού ευθύνονται για 60-80% του συνολικού αποτυπώματος αθλητικών γεγονότων (Loewen & Wicker, 2021). Τα πανεπιστήμια, λειτουργώντας ως μικρές κοινωνίες, έχουν σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις, με τις μετακινήσεις και την κατανάλωση ενέργειας να αποτελούν τα κύρια προβλήματα (Genta et al., 2022). Η Θεωρία της Προγραμματισμένης Συμπεριφοράς (Ajzen,

1991) εξηγεί ότι η πρόθεση για περιβαλλοντικά υπεύθυνα συμπεριφορά επηρεάζεται από τη στάση, την κοινωνική πίεση και τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο. Ωστόσο, συχνά παρατηρείται χάσμα μεταξύ περιβαλλοντικής συνείδησης και πράξης, με τους φοιτητές να επιδεικνύουν υψηλή ευαισθησία, αλλά περιορισμένη υιοθέτηση βιώσιμων πρακτικών (Konstantopoulos et al., 2024).

Μεθοδολογία

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας ήταν η ποσοτική.

Δείγμα: Από τους 1212 ενεργούς φοιτητές/ριες βασικού πτυχίου ΣΕΦΑΑ ΕΚΠΑ στην έρευνα συμμετείχαν 217 (ποσοστό 17,9%).

Εργαλείο μέτρησης: Χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο Μέτρησης Ανθρακικού Αποτυπώματος Φιλάθλων, των Konstantopoulos et al., (2024), που περιλαμβάνει δημογραφικά χαρακτηριστικά, στοιχεία μετακίνησης και περιβαλλοντικές συνήθειες και στάσεις (5βάθμια κλίμακα Likert). Ο υπολογισμός του ανθρακικού αποτυπώματος βασίστηκε στον τύπο του GHG Protocol (2023): $CO_{2eq} = \text{Συνολική Απόσταση} \times \text{Συντελεστής Εκπομπών}$, χρησιμοποιώντας συντελεστές του DEFRA (2023), για κάθε μέσο μεταφοράς.

Συλλογή δεδομένων: Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω διαδικτύου, κωδικού QR και κοινωνικών δικτύων, τον Ιούλιο του 2025.

Στατιστική ανάλυση: Χρησιμοποιήθηκε έλεγχος χ^2 για τη διερεύνηση σχέσεων μεταξύ κατηγορικών μεταβλητών, με επίπεδο σημαντικότητας $p < 0,05$.

Αποτελέσματα

Από τους 217 συμμετέχοντες/ουσες το 52,5% ήταν άνδρες και το 47% γυναίκες, με το 89% να βρίσκεται στο εύρος ηλικίας 18-24 χρονών και το 48,4% να είναι πρωτοετείς φοιτητές/τριες. Οι περισσότεροι κατοικούν στο κέντρο Αθήνας (36,9%), στα Δυτικά (26,3%) και Νότια Προάστια (21,2%), ενώ το 33,6% διαμένει σε απόσταση μεγαλύτερη των 10 χλμ. από τη Σχολή. Το 60,8% των φοιτητών/τριών χρησιμοποιεί για τη μετακίνηση μετρό, 12,9% πεζοπορεί, 12% αυτοκίνητο, 7,4% λεωφορείο, 6% μηχανή και 0,9% ποδήλατο. Οι κύριοι λόγοι επιλογής είναι η ευκολία (34,1%), η εξοικονόμηση χρόνου (25,8%) και το κόστος (11,5%), ενώ μόνο το 1,8% επέλεξε τον τρόπο μετακίνησης από οικολογική συνείδηση. Το συνολικό ημερήσιο αποτύπωμα ήταν 259,22 kg CO_{2eq} , με μέσο όρο 1,19 kg ανά άτομο.

Η στατιστική ανάλυση ανέδειξε σημαντικά ευρήματα σχετικά με τις διαφορές φύλου. Ο έλεγχος χ^2 έδειξε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ φύλου και τρόπου μετακίνησης προς τη Σχολή ($\chi^2(5)=11,18$, $p=0,048$). Αν και οι δύο ομάδες βασίζονται κυρίως στο μετρό (55,7% των ανδρών και 66,7% των γυναικών), οι άνδρες χρησιμοποιούν συχνότερα μέσα υψηλότερου ανθρακικού αποτυπώματος, όπως το αυτοκίνητο (15,7%, έναντι 8,8%) και ιδιαίτερα τη μηχανή (9,6% έναντι 2,0%), ενώ οι γυναίκες καταφεύγουν συχνότερα στο λεωφορείο (9,8% έναντι 5,2%). Το μέγεθος της επίδρασης (Cramer's $V=0,23$) υποδηλώνει μία μικρή προς μέτρια διαφοροποίηση των προτύπων μετακίνησης ανάλογα με το φύλο.

Επιπλέον, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ φύλου και υιοθέτησης της δράσης «αγοράζω προϊόντα από βιώσιμα υλικά» στην καθημερινότητα ($\chi^2(2)=7,88$, $p=0,019$). Οι άνδρες δηλώνουν σε υψηλότερο ποσοστό ότι ήδη αγοράζουν προϊόντα από βιώσιμα υλικά

(47,0%) σε σύγκριση με τις γυναίκες (37,3%), ενώ οι γυναίκες εμφανίζουν υψηλότερο ποσοστό αβεβαιότητας (43,1%, έναντι 25,2% στους άνδρες). Το μέγεθος της επίδρασης (Cramer's $V=0,19$) υποδηλώνει μία μικρή προς μέτρια διαφοροποίηση.

Αντίθετα, δεν βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ φύλου και γνώσης του ανθρακικού αποτυπώματος ($\chi^2(1)=1,51$, $p=0,219$), παρότι οι άνδρες εμφανίζουν ελαφρώς υψηλότερο ποσοστό δήλωσης γνώσης (38,3%, έναντι 29,4%). Ομοίως, δεν βρέθηκε στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ γνώσης του ανθρακικού αποτυπώματος και υιοθέτησης της δράσης αγοράς βιώσιμων προϊόντων ($\chi^2(2)=5,35$, $p=0,069$), αν και περιγραφικά οι φοιτητές που δηλώνουν γνώση εμφανίζουν υψηλότερο ποσοστό υιοθέτησης (53,3%, έναντι 37,1%).

Όσον αφορά στην περιβαλλοντική γνώση, το 65,9% των συμμετεχόντων δε γνώριζε τι είναι το ανθρακικό αποτύπωμα, αλλά το 65,1% δήλωσε ότι γνώριζε τις αρνητικές επιδράσεις του αθλητισμού στο περιβάλλον και το 78,8% συμφώνησε ότι αυτές πρέπει να μειωθούν. Το 90,3% των συμμετεχόντων επιθυμεί να γίνονται περιβαλλοντικές δράσεις στη Σχολή, το 75% ήταν πρόθυμο να υιοθετήσει φιλικότερους τρόπους μετακίνησης και το 93% δήλωσε την πρόθεσή του να ανακυκλώνει. Η περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση είχε $MO=5,9$ (κλίμακα 1-10), η περιβαλλοντική συνείδηση $MO=6,03$, αλλά η ενεργή συμμετοχή σε δράσεις ήταν χαμηλή ($MO=3,7$). Το 87,1% δηλώνει ότι ο αθλητισμός πρέπει να αφήνει το περιβάλλον καλύτερο από ότι το παραλαμβάνει.

Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το ανθρακικό αποτύπωμα των φοιτητών της ΣΕΦΑΑ είναι σχετικά χαμηλό (1,19 kg CO₂eq/άτομο), κυρίως λόγω της υψηλής χρήσης του μετρό. Ωστόσο, η εγγύτητα του σταθμού μετρό στη Σχολή (περίπου 300 μέτρα) υποδηλώνει ότι η επιλογή αυτή είναι περισσότερο πρακτική, παρά απόρροια συνειδητής περιβαλλοντικής στάσης, γεγονός που επιβεβαιώνεται από το ότι μόνο το 1,8% επέλεξε τον τρόπο μετακίνησης από οικολογική συνείδηση. Η ελάχιστη χρήση ποδηλάτου (0,9%) υποδηλώνει την έλλειψη κατάλληλης υποδομής, ενώ το 12% που χρησιμοποιεί ιδιωτικά αυτοκίνητα, αντανακλά συνήθειες που θα μπορούσαν να αλλάξουν με κατάλληλα κίνητρα.

Οι διαφορές φύλου στα πρότυπα μετακίνησης αποτελούν σημαντικό εύρημα. Οι άνδρες εμφανίζουν μεγαλύτερη τάση προς μέσα μεταφοράς με υψηλότερο ανθρακικό αποτύπωμα, γεγονός που μπορεί να συνδέεται με διαφορετικές αντιλήψεις για την ασφάλεια, την ανεξαρτησία και τον κοινωνικό ρόλο. Η σημαντική σχέση μεταξύ φύλου και αγοράς βιώσιμων προϊόντων, με τους άνδρες να δηλώνουν υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης, αλλά και οι γυναίκες να εκφράζουν μεγαλύτερη αβεβαιότητα, υποδηλώνει την ανάγκη για περαιτέρω διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τις περιβαλλοντικές επιλογές ανά φύλο.

Η έλλειψη στατιστικά σημαντικής σχέσης μεταξύ γνώσης του ανθρακικού αποτυπώματος και υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών ($p=0,069$) αποτελεί σημαντικό εύρημα που επιβεβαιώνει το χάσμα αξίας-δράσης που περιγράφει ο Ajzen (1991). Η υψηλή άγνοια για το ανθρακικό αποτύπωμα (65,9%) επιβάλλει εκπαιδευτικές παρεμβάσεις, ενώ η υψηλή περιβαλλοντική ευαισθησία και η επιθυμία για περιβαλλοντικές δράσεις (90,3%) δείχνουν ότι υπάρχει πρόσφορο έδαφος για αλλαγή συμπεριφορών. Το χάσμα μεταξύ συνείδησης ($MO=6,03$) και ενεργής συμμετοχής ($MO=3,7$) υποδηλώνει ότι οι φοιτητές εκφράζουν προθέσεις, αλλά χρειάζονται υποδομές, εκπαίδευση και κοινωνική υποστήριξη για να τις υλοποιήσουν.

Προτάσεις

Υπάρχει σημαντικό περιθώριο βελτίωσης μέσω εκπαιδευτικών παρεμβάσεων ενημέρωσης για το ανθρακικό αποτύπωμα και την υιοθέτηση περιβαλλοντικών συνηθειών και δράσεων, αλλά και ανάπτυξης υποδομών (ποδηλατόδρομοι, χώροι στάθμευσης ποδηλάτων), θεσμοθέτησης Σχεδίου Βιώσιμης Κινητικότητας, δημιουργίας περιβαλλοντικών δράσεων με συμμετοχή φοιτητών και συστημάτων κινήτρων για βιώσιμες πρακτικές. Η ΣΕΦΑΑ του ΕΚΠΑ, ως εκπαιδευτικός φορέας μελλοντικών επαγγελματιών της φυσικής αγωγής, έχει τη δυνατότητα και την ευθύνη να λειτουργήσει ως πρότυπο βιωσιμότητας, μετατρέποντας την υψηλή περιβαλλοντική ευαισθησία των φοιτητών σε συγκεκριμένες δράσεις και συμπεριφορές που θα διαχυθούν στην ευρύτερη κοινωνία.

Βιβλιογραφικές

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Department for Energy Security and Net Zero (UK). (2023). *Greenhouse Gas Reporting: Conversion Factors 2023*.
- Genta, C., Favaro, S., Sonetti, G., Fracastoro, G. V., & Lombardi, P. (2022). Quantitative assessment of environmental impacts at the urban scale: the ecological footprint of a university campus. *Environment, Development & Sustainability*, 24(4), 5826-5845.
- GHG Protocol. (2023). *Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions*.
- IPCC. (2023). *Climate Change 2023: Synthesis Report*.
- Klein-Banai, C., & Theis, T. L. (2013). Quantitative analysis of factors affecting greenhouse gas emissions at institutions of higher education. *Journal of Cleaner Production*, 48, 29-38.
- Konstantopoulos, I., Manoli, A. E., Ntzoufras, I., Chantzi, E., & Thamnopoulos, I. (2024). Understanding fans' responses to sustainability: a segmentation of sport event goers' pro-environmental intentions and behaviours. *Journal of Strategic Marketing*, 1-15.
- Loewen, D., & Wicker, P. (2021). Travelling to Bundesliga matches: the carbon footprint of football fans. *Sport Management Review*, 24(3), 444-467.
- Triantafyllidis, S., Ries, R. J., & Kaplanidou, K. K. (2018). Carbon dioxide emissions of spectators' transportation in collegiate sporting events. *Sustainability*, 10(1), 241.
- Wiedmann, T., & Minx, J. (2008). A definition of 'carbon footprint'. *Ecological Economics Research Trends*.

6. ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ, ΕΙΚΟΝΑΣ ΠΟΛΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΘΕΣΗΣ ΕΠΑΝΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ “IPPOS FALL TOUR 2024”

Ναλμπάντη, Ν., Γλυνιά, Ε., Ποζίδου, Μ., Λόλα, Α.

ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εξετάζει τη σχέση μεταξύ ικανοποίησης από το γεγονός, εικόνας της πόλης και πρόθεσης επανεπίσκεψης, εστιάζοντας στην περίπτωση του IPPOS Fall Tour 2024 στη Θεσσαλονίκη. Σκοπός είναι η αξιολόγηση των οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων του γεγονότος, ενώ παράλληλα διερευνάται η συμβολή του στην ενίσχυση της ταυτότητας της πόλης ως προορισμού αθλητικού τουρισμού. Εφαρμόστηκε ποσοτική μεθοδολογία, με χρήση δομημένου διαδικτυακού ερωτηματολογίου που διανεμήθηκε σε αθλητές, επισκέπτες και διοργανωτές (n=41). Η ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το SPSS, χρησιμοποιώντας περιγραφική στατιστική, ελέγχους αξιοπιστίας (Cronbach's $\alpha > 0,70$), ανάλυση διακύμανσης (ANOVA), παλινδρόμηση και ανάλυση συσχετίσεων. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τόσο η πόλη, όσο και το γεγονός αξιολογήθηκαν θετικά από τους συμμετέχοντες, με τη μεγαλύτερη μέση τιμή να καταγράφεται για την εικόνα του IPPOS Fall Tour (M=5,97, TA=1,30). Υψηλή βαθμολόγηση έλαβε επίσης η κοινωνική εμπειρία του γεγονότος (M=5,35, TA=1,24). Η πρόθεση επανεπίσκεψης είχε χαμηλότερη, αλλά θετική, μέση τιμή (M=5,24, TA=1,63), υποδεικνύοντας μέτρια πρόθεση των συμμετεχόντων να παρακολουθήσουν μελλοντικά γεγονότα. Τα ευρήματα δείχνουν ότι η πρόθεση επανεπίσκεψης σχετίζεται πιο έντονα με τη συνολική εμπειρία από την πόλη ($r=.483$) και τις υποδομές/υπηρεσίες ($r=.476$), παρά με την εικόνα του ίδιου του γεγονότος. Αυτό αναδεικνύει τη σημασία των λειτουργικών χαρακτηριστικών της πόλης – όπως οι μεταφορές, η διαμονή και η ποιότητα των υπηρεσιών – στη διαμόρφωση της πιστότητας των επισκεπτών. Παρότι το IPPOS Fall Tour 2024 συνέβαλε επιτυχώς στην ενίσχυση της διεθνούς προβολής της Θεσσαλονίκης και της εικόνας της ως κέντρου ιππικού αθλητισμού, η βιώσιμη ανάπτυξη εξαρτάται από την ενοποίηση της προώθησης του γεγονότος με ουσιαστικές βελτιώσεις στις υποδομές και τις υπηρεσίες της πόλης. Αν και με μικρό δείγμα, η μελέτη συμβάλλει στην περιορισμένη βιβλιογραφία γύρω από ιππικά γεγονότα μικρής κλίμακας, παρέχοντας εμπειρικά δεδομένα από την Ελλάδα, και προσφέρει πρακτικές προτάσεις σε υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και διοργανωτές. Μέσω της ευθυγράμμισης της προώθησης των γεγονότων με στρατηγικές αστικής ανάπτυξης, η Θεσσαλονίκη μπορεί να ενισχύσει τη θέση της στην παγκόσμια αγορά του αθλητικού τουρισμού.

7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΡΙΣΚΟΥ ΣΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Αστραπέλλος, Κ., Πορτοκαλίδου, Ο., Ανθόπουλος, Ν., Κώστα, Γ.

ΤΕΦΑΑ, Δ.Π.Θ.

Περίληψη

Η ανάλυση ρίσκου αποτελεί κρίσιμη διαδικασία στη διοργάνωση και διεξαγωγή αθλητικών αγώνων, καθώς συμβάλλει στην πρόληψη ανεπιθύμητων συμβάντων και στη διασφάλιση της ασφάλειας αθλητών, θεατών και προσωπικού και είναι θεμελιώδη διαδικασία για την προστασία των αθλητών, των θεατών και των διοργανωτών, καθώς και για τη διασφάλιση της ομαλής διεξαγωγής των διοργανώσεων (Majd, Kashi, Abdolmaleki, & Khodayari, 2021). Η παρούσα εργασία εξετάζει τα βασικά συστατικά της ανάλυσης ρίσκου, τις κύριες κατηγορίες κινδύνων που σχετίζονται με αθλητικές εκδηλώσεις (π.χ. φυσικούς, τεχνικούς, υγειονομικούς, επιχειρησιακούς και περιβαλλοντικούς κινδύνους) και αναλύει τις μεθόδους εντοπισμού, αξιολόγησης και ιεράρχησης τους με στόχο την αναγνώριση, αξιολόγηση και διαχείριση πιθανών απειλών που μπορεί να προκύψουν πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά τη διεξαγωγή ενός αθλητικού γεγονότος. Αναλύονται κρίσιμοι παράγοντες, όπως οι περιβαλλοντικές συνθήκες, οι τεχνικές υποδομές, η συμπεριφορά του πλήθους, η ετοιμότητα του ανθρώπινου δυναμικού και η αποδοτικότητα των πρωτοκόλλων ασφάλειας. Επιπλέον, παρουσιάζονται μεθοδολογικές προσεγγίσεις και σύγχρονα μοντέλα και εργαλεία διαχείρισης ρίσκου, περιλαμβανομένων ποιοτικών και ποσοτικών εργαλείων, καθώς και σύγχρονων τεχνολογικών λύσεων, όπως προηγμένα συστήματα παρακολούθησης και ανάλυσης δεδομένων σε πραγματικό χρόνο. Τα αποτελέσματα της μελέτης αναδεικνύουν ότι η ολοκληρωμένη ανάλυση ρίσκου αποτελεί θεμελιώδη παράγοντα για την αποδοτική διαχείριση αθλητικών διοργανώσεων (Lee & Hughes, 2006), ενισχύοντας την ασφάλεια, τη λειτουργική σταθερότητα και την εμπειρία όλων των συμμετεχόντων και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της επιτυχημένης οργάνωσης αθλητικών αγώνων, ενισχύοντας την ασφάλεια, την αξιοπιστία και τη βιωσιμότητα των αθλητικών διοργανώσεων (Still, 2014). Συμπερασματικά, η εφαρμογή οργανωμένων διαδικασιών ανάλυσης ρίσκου επιτρέπει στους διοργανωτές να προσδιορίζουν εύαλωτα σημεία και να λαμβάνουν στοχευμένα μέτρα πρόληψης, συμβάλλοντας στη βιώσιμη και υπεύθυνη διαχείριση αθλητικών γεγονότων.

8. Η ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΩΝ ΔΡΟΜΕΩΝ: ΕΝΑ ΠΟΛΥΕΠΙΠΕΔΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΘΕΜΕΛΙΩΜΕΝΗ ΘΕΩΡΙΑ

Αναστασιάδου¹, Κ., Θεοδωράκης¹, Ν., Αλεξανδρή², Κ., Κώστα³, Γ., Τσιώλης⁴, Γ.

¹ ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ., Σέρρες

² ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

³ ΤΕΦΑΑ, Δ.Π.Θ.

⁴ Τμήμα Κοινωνιολογίας, Πανεπιστήμιο Κρήτης

Περίληψη

Η κατανόηση της πελατειακής εμπειρίας των δρομέων αποτελεί πρόκληση, καθώς η συμμετοχή σε δρομικά γεγονότα είναι μία πολύπλοκη, πολυδιάστατη και δυναμική διαδικασία. Η παρούσα έρευνα αξιοποιεί την Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία και τον Σχεδιασμό Υπηρεσιών για την ανάπτυξη ενός πολυεπίπεδου πλαισίου που αποτυπώνει ολιστικά την εμπειρία των δρομέων πριν, κατά και μετά τον αγώνα. Το προτεινόμενο πλαίσιο ενισχύει την κατανόηση της δρομικής εμπειρίας και παρέχει κατευθύνσεις για τον σχεδιασμό υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις πραγματικές ανάγκες των συμμετεχόντων.

Λέξεις - κλειδιά: πελατειακή εμπειρία, Σχεδιασμός Υπηρεσιών, Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία, δρομικά γεγονότα.

Εισαγωγή

Η πελατειακή εμπειρία αποτελεί μία πολυδιάστατη έννοια που περιλαμβάνει γνωστικές, συναισθηματικές, σωματικές, αισθητηριακές και κοινωνικές διαστάσεις (De Keyser et al., 2015), και κρίσιμο παράγοντα βιωσιμότητας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για οργανισμούς υπηρεσιών, περιλαμβανομένων των αθλητικών γεγονότων (Bolton et al., 2014). Στον χώρο των δρομικών γεγονότων, οι Armbrecht και Anderson (2020), αναδεικνύουν τον ρόλο της ποιότητας υπηρεσιών, της διασκέδασης και της ροής, ενώ οι Yamaguchi και Yoshida (2022), εξετάζουν την εμπειρία μέσω του βασικού προϊόντος, των υποστηρικτικών υπηρεσιών και του κοινωνικού δικτύου. Παρά την ερευνητική πρόοδο, η υπάρχουσα βιβλιογραφία συχνά εξετάζει επιμέρους διαστάσεις της εμπειρίας, χωρίς να αποτυπώνει την εμπειρία των δρομέων ως ενιαίο και πολυεπίπεδο φαινόμενο. Η απουσία ενός ολοκληρωμένου εννοιολογικού πλαισίου δυσχεραίνει την κατανόηση του ταξιδιού του δρομέα και τον αποδοτικό σχεδιασμό υπηρεσιών. Ο Σχεδιασμός Υπηρεσιών προσφέρει μία πολυεπίπεδη προσέγγιση αποτύπωσης της εμπειρίας, οργανώνοντας την αλληλεπίδραση του πελάτη σε τρία επίπεδα: τον “αστερισμό” αξίας, τα συστήματα υπηρεσιών και τα σημεία επαφής (Patrício et al., 2011). Η πολυεπίπεδη αυτή λογική αποτελεί κατάλληλο υπόβαθρο για τη μελέτη πολύπλοκων εμπειριών, όπως των δρομικών γεγονότων. Ωστόσο, δεν έχει συνδυαστεί συστηματικά με τη Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία για την παραγωγή θεωρίας ειδικά για τα δρομικά γεγονότα.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η ανάπτυξη ενός πολυεπίπεδου πλαισίου κατανόησης της εμπειρίας των δρομέων, ενσωματώνοντας τις αρχές της Εμπειρικά Θεμελιωμένης Θεωρίας και του Σχεδιασμού Υπηρεσιών.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Πελαταιακή εμπειρία

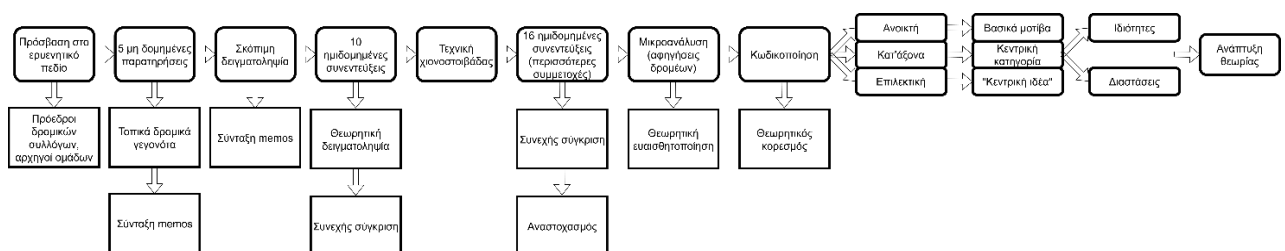
Σύμφωνα με τους Gentile et al., (2007), η πελαταιακή εμπειρία είναι προϊόν αλληλεπιδράσεων που προκαλούν γνωστικές και συναισθηματικές αντιδράσεις. Οι Zomerdijk και Voss (2009), υπογραμμίζουν την ολιστική φύση της, ενώ οι Lemon και Verhoef (2016), υποστηρίζουν ότι η εμπειρία αποτελεί μία εξελισσόμενη διαδικασία που αναπτύσσεται πριν, κατά την διάρκεια και μετά την κατανάλωση και η ολοκληρωμένη κατανόησή της απαιτεί μία προσέγγιση του ταξιδιού του καταναλωτή μέσα από πολλαπλά κανάλια και αλληλοεξαρτώμενες αλληλεπιδράσεις.

Σχεδιασμός Υπηρεσιών

Ο Σχεδιασμός Υπηρεσιών λειτουργεί πολυεπίπεδα (Patrício et al., 2011). Το μοντέλο «Μοντελοποίηση Πελαταιακής Εμπειρίας» που εφαρμόζει η παρούσα έρευνα περιλαμβάνει τέσσερα διαδοχικά βήματα: α) την κατανόηση της εμπειρίας σε τρία επίπεδα (“αστερισμό” αξίας, εμπειρία συστημάτων υπηρεσιών, εμπειρία σημείων επαφής), β) τον σχεδιασμό της έννοιας της υπηρεσίας, την αρχιτεκτονική των συστημάτων υπηρεσιών και γ) τον αναλυτικό σχεδιασμό των σημείων επαφής (Teixeira et al., 2012). Ο Σχεδιασμός Υπηρεσιών προσφέρει ένα δομημένο πλαίσιο για την κατανόηση και τη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας.

Μεθοδολογία - Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία

Η έρευνα υιοθέτησε την Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία (Strauss & Corbin, 2008), η οποία επέτρεψε τη σταδιακή ανάπτυξη κατηγοριών και σχέσεων που βασίζονται στα δεδομένα, μέσω της συνεχούς σύγκρισης και της θεωρητικού κορεσμού. Αρχικά, πραγματοποιήθηκε η προετοιμασία πρόσβασης στο πεδίο (δρομικά γεγονότα) μέσω ανθρώπων “κλειδιά” (π.χ. πρόεδρος Μαραθωνοδρόμων). Έπειτα, θεωρητική δειγματοληψία, όπου τα πρώτα ευρήματα καθόρισαν την επιλογή των επόμενων συμμετεχόντων που θα επιβεβαίωναν ή θα διεύρυναν τις αναδυόμενες κατηγορίες. Επίσης, αξιοποιήθηκε δειγματοληψία χιονοστιβάδας για τη συλλογή ποικίλων εμπειριών από δρομείς διαφορετικών προφίλ. Για την παραγωγή δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν 26 ημιδομημένες συνεντεύξεις και πέντε μη δομημένες παρατηρήσεις. Οι δρομείς ήταν ηλικίας 32–55 χρονών, από τους οποίους οι 14 ήταν άνδρες και οι 12 γυναίκες. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η προσέγγιση των Strauss και Corbin (2008), με τα τρία στάδια κωδικοποίησης: α) ανοικτή, β) κατ’ άξονα, γ) επιλεκτική έως τον θεωρητικό κορεσμό (εικόνα1). Οι αναδυόμενες κατηγορίες οργανώθηκαν με βάση τα τρία επίπεδα του Σχεδιασμού Υπηρεσιών (επίπεδο αξίας, συστήματα υπηρεσιών, σημεία επαφής), το οποίο λειτούργησε ως εννοιολογικό υπόβαθρο για τη σύνδεση των εμπειριών σε ένα συνεκτικό μοντέλο.



Εικόνα 1: Η Εμπειρικά Θεμελιωμένη Θεωρία στα δρομικά γεγονότα.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Η ανάλυση ανέδειξε ως κεντρικό εύρημα ότι οι δρομείς αναζητούν συνεχή, σαφή και αξιόπιστη υποστήριξη σε όλο το εύρος της συμμετοχής τους. Η εμπειρία τους διαμορφώνεται από το κατά πόσο οι υπηρεσίες, οι πληροφορίες και οι αλληλεπιδράσεις ανταποκρίνονται στις ανάγκες κάθε φάσης του αγώνα και τους βοηθούν να νιώθουν προετοιμασμένοι, ασφαλείς και υποστηριζόμενοι.

Πριν τον αγώνα, οι δρομείς δίνουν έμφαση στη σαφήνεια της ενημέρωσης, την αίσθηση προσανατολισμού και την αξιοπιστία της διοργάνωσης. Κατά τη διάρκεια του αγώνα, η λειτουργική επάρκεια, η φυσική ασφάλεια, η διαθεσιμότητα υποστήριξης και οι ανθρώπινες αλληλεπιδράσεις επηρεάζουν τη συναισθηματική και σωματική τους εμπειρία. Τα δεδομένα αυτά ευθυγραμμίζονται με προηγούμενες μελέτες που δείχνουν ότι οι συναισθηματικές και συμπεριφορικές αντιδράσεις των δρομέων διαμορφώνουν σε σημαντικό βαθμό την ικανοποίηση και την αντιλαμβανόμενη εικόνα του γεγονότος (Girish & Lee, 2019). Μετά τον τερματισμό, η αποθεραπεία, η ανατροφοδότηση και η ψηφιακή διατήρηση της εμπειρίας ενισχύουν τη νοηματοδότηση της συμμετοχής. Η σύνθεση των δεδομένων οδήγησε στην ανάπτυξη ενός πολυεπίπεδου πλαισίου που εναρμονίζεται με τη λογική του Σχεδιασμού Υπηρεσιών. Στο επίπεδο αξίας αποτυπώνονται τα προσωπικά κίνητρα, οι προσδοκίες και η σημασία που αποδίδουν οι δρομείς στη συμμετοχή τους. Στο επίπεδο των συστημάτων υπηρεσιών καταγράφονται οι δομές, οι λειτουργίες και οι πόροι που υποστηρίζουν τη σωματική, συναισθηματική και κοινωνική τους πορεία. Τέλος, στο επίπεδο των σημείων επαφής αναδεικνύονται οι αλληλεπιδράσεις με ανθρώπους, φυσικούς χώρους και ψηφιακές υποδομές, όπου η εμπειρία γίνεται άμεσα αντιληπτή. Κάθε επίπεδο της εμπειρίας αποτυπώνεται μέσω έξι διαστάσεων: 1) σωματική, 2) συναισθηματική, 3) γνωστική, 4) κοινωνική, 5) αισθητηριακή και 6) ψηφιακή. Οι διαστάσεις αυτές λειτουργούν παράλληλα και διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι δρομείς βιώνουν, αξιολογούν και νοηματοδοτούν κάθε στάδιο της συμμετοχής. Η πολυεπίπεδη αυτή προσέγγιση αναδεικνύει ότι η εμπειρία των δρομέων είναι ταυτόχρονα λειτουργική και βαθιά βιωματική.

Συμπεράσματα

Η παρούσα έρευνα ανέπτυξε ένα πολυεπίπεδο και συνεκτικό πλαίσιο κατανόησης της πελατειακής εμπειρίας των δρομέων, συνδυάζοντας τις αρχές της Εμπειρικά Θεμελιωμένης Θεωρίας με τη λογική του Σχεδιασμού Υπηρεσιών. Τα δεδομένα δείχνουν ότι η εμπειρία των δρομέων δεν αποτελείται από αποσπασματικές υπηρεσίες, αλλά διαμορφώνεται ως ένα συνεχές που εκτείνεται πριν, κατά και μετά τον αγώνα και ενσωματώνει λειτουργικά, συναισθηματικά και κοινωνικά στοιχεία. Το προτεινόμενο πλαίσιο περιλαμβάνει τρία επίπεδα της εμπειρίας και έξι διαστάσεις που φωτίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι δρομείς αποδίδουν νόημα σε όλο το εύρος της συμμετοχής τους. Από τα παραπάνω προκύπτει ο ακόλουθος ορισμός: *«Η πελατειακή εμπειρία του δρομέα είναι ένα πολυεπίπεδο και εξελισσόμενο σύνολο αλληλεπιδράσεων που εκτείνεται πριν, κατά και μετά τον αγώνα και μέσω του οποίου οι συμμετέχοντες συνδιαμορφώνουν αξία, νόημα και την ταυτότητα τους ως δρομείς».*

Το πλαίσιο αυτό μπορεί να αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για τον σχεδιασμό υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των δρομέων και ενισχύουν τη βιωσιμότητα των δρομικών διοργανώσεων. Επίσης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως «χάρτης εμπειρίας» για σχεδιασμό δρομικών διοργανώσεων από οργανωτές και χορηγούς.

Βιβλιογραφία

- Armbrecht, J., & Andersson, T. D. (2020). The event experience, hedonic and eudaimonic satisfaction and subjective well-being among sport event participants. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 12(3), 457–477.
- Bolton, R. N., Gustafsson, A., McColl-Kennedy, J., Sirianni, N. J., & Tse, D. K. (2014). Small details that make big differences: a radical approach to consumption experience as a firm's differentiating strategy. *Journal of Service Management*, 25(2), 253–274.
- De Keyser, A., Lemon, K. N., Klaus, P., & Keiningham, T. L. (2015). A framework for understanding and managing the customer experience. *Marketing Science Institute Working Paper Series*, 85–117.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: an overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395-410.
- Girish, V. G., & Lee, C. K. (2019). The relationships of brand experience, sports event image, and loyalty: case of Jeju International Ultramarathon Race. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 20(4), 567-582.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Patricio, L., Fisk, R. P., Cunha, J. F., & Constantine, L. (2011). Multilevel Service Design: from customer value constellation to service experience blueprinting. *Journal of Service Research*, 14(2), 180–200.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd ed.). Sage Publications.
- Teixeira, J., Patrício, L., Nunes, N. J., Nóbrega, L., Fisk, R. P., & Constantine, L. (2012). Customer experience modeling: from customer experience to service design. *Journal of Service Management*, 23(3), 362–376.
- Yamaguchi, S., & Yoshida, M. (2022). Effect of consumer experience quality on participant engagement in Japanese running events. *Sport Marketing Quarterly*, 31(4), 278–291.
- Zomerdiijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67–82.

9. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΔΡΟΜΙΚΩΝ ΓΕΓΟΝΟΤΩΝ ΜΕ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ISO/IEC25010 ΚΑΙ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ MOSCOW

Καλλιτσάρη, Ζ., Θεοδωράκης, Ν.

Εργαστήριο Αθλητικής Επιχειρηματικότητας & Καινοτομίας, ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ. Σέρρες

Περίληψη

Σκοπός της μελέτης ήταν να διερευνηθεί πώς βιώνουν οι δρομείς τη χρήση της εφαρμογής Athletopia⁺ για δρομικά γεγονότα και ποιες λειτουργίες επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά την εμπειρία τους. Εξετάστηκαν λειτουργίες που αξιολογούνται πριν και κατά τη διάρκεια ενός αγώνα, όπως η διαδικασία αυθεντικοποίησης, η πλοήγηση στην εφαρμογή, η πρόσβαση σε πληροφορίες διαδρομής, οι ειδοποιήσεις πραγματικού χρόνου και η ενότητα βοήθειας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η εφαρμογή θεωρήθηκε εύχρηστη και οργανωμένη, με τις ειδοποιήσεις να λειτουργούν υποστηρικτικά στην προετοιμασία των συμμετεχόντων. Η μελέτη συμβάλλει στην κατανόηση παραγόντων που διαμορφώνουν την εμπειρία χρήσης σε εφαρμογές δρομικών γεγονότων και προτείνει ένα σαφές πλαίσιο προτεραιοτήτων βελτίωσης, το οποίο μπορεί να αξιοποιηθεί από διοργανωτές με περιορισμένους πόρους για την ανάπτυξη πιο αποτελεσματικών και αξιόπιστων ψηφιακών υπηρεσιών.

Λέξεις - κλειδιά: εμπειρία χρήσης, δρομικά γεγονότα, ISO/IEC 25010, MoSCoW, χρηστικότητα.

Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια η χρήση εφαρμογών για δρομικά γεγονότα έχει ενταθεί, ακολουθώντας τη γενικότερη αύξηση της χρήσης mobile εφαρμογών ως βασικών εργαλείων ενημέρωσης και καθοδήγησης των χρηστών (Velasco & Acosta, 2024). Παράλληλα, οι προσδοκίες των χρηστών για εύχρηστες και αξιόπιστες ψηφιακές υπηρεσίες έχουν ενισχυθεί, καθώς η ποιότητα της αλληλεπίδρασης επηρεάζει άμεσα την εμπιστοσύνη, την αποδοχή και τη συνολική εμπειρία που προσφέρει ένα ψηφιακό περιβάλλον (Urban & Sultan, 2014). Παρά την αυξανόμενη χρήση mobile εφαρμογών σε αθλητικά γεγονότα, οι περισσότερες μελέτες εστιάζουν σε γενικές παραμέτρους ικανοποίησης ή τεχνικής ποιότητας και όχι στη συστηματική διερεύνηση της εμπειρίας χρήσης μέσα από αναγνωρισμένα ποιοτικά πρότυπα. Στο πεδίο των δρομικών γεγονότων η βιβλιογραφία εμφανίζει απουσία μεθοδολογικά δομημένων αξιολογήσεων εφαρμογών βασισμένων σε διεθνή πρότυπα ποιότητας λογισμικού. Επιπρόσθετα, αρκετές από τις εφαρμογές που χρησιμοποιούνται σε μικρές και μεσαίες διοργανώσεις αναπτύσσονται με περιορισμένους πόρους, γεγονός που συχνά οδηγεί σε ελλείψεις στη χρηστικότητα και στην πληροφόρηση.

Η εφαρμογή Athletopia⁺ επιλέχθηκε επειδή αποτελεί λειτουργικό πρωτότυπο που έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο ερευνητικού έργου του Εργαστηρίου Αθλητικής Επιχειρηματικότητας & Καινοτομίας, του ΤΕΦΑΑ Σερρών και ενσωματώνει τις βασικές λειτουργίες που συναντώνται συνήθως σε εφαρμογές ενημέρωσης δρομικών διοργανώσεων (π.χ. πρόγραμμα, πληροφορίες διαδρομής, ειδοποιήσεις, υποστήριξη). Η χρήση της στο πλαίσιο της παρούσας μελέτης επέτρεψε στους συμμετέχοντες να αλληλεπιδράσουν με ένα πλήρως λειτουργικό περιβάλλον και να παρέχουν ανατροφοδότηση για ένα υποθετικό δρομικό γεγονός, χωρίς την ανάγκη να έχει προηγηθεί πραγματική συμμετοχή σε αγώνα. Αυτό επέτρεψε τη συστηματική διερεύνηση της εμπειρίας χρήσης σε ελεγχόμενο αλλά

ρεαλιστικό πλαίσιο, διατηρώντας ταυτόχρονα την εγκυρότητα των ευρημάτων σε σχέση με τον τρόπο που αξιοποιούνται αντίστοιχες εφαρμογές σε πραγματικές διοργανώσεις.

Η συστηματική διερεύνηση της εμπειρίας χρήσης είναι σημαντική, καθώς συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας των ψηφιακών υπηρεσιών που λαμβάνουν οι δρομείς και, κατ' επέκταση, στην αποδοτικότητα και την οργάνωση των διοργανώσεων (Urban & Sultan, 2014; Velasco & Acosta, 2024). Τέλος, η μελέτη επιδιώκει να προσφέρει ένα τεχνικά τεκμηριωμένο αλλά εφαρμόσιμο εργαλείο αξιολόγησης για διοργανωτές δρομικών γεγονότων, καλύπτοντας ένα εμφανές κενό στη σχετική βιβλιογραφία.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθεί πώς βιώνουν οι δρομείς τη χρήση μίας εφαρμογής ενημέρωσης για δρομικά γεγονότα και να εντοπιστούν οι λειτουργίες που ενισχύουν ή δυσκολεύουν την εμπειρία τους.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

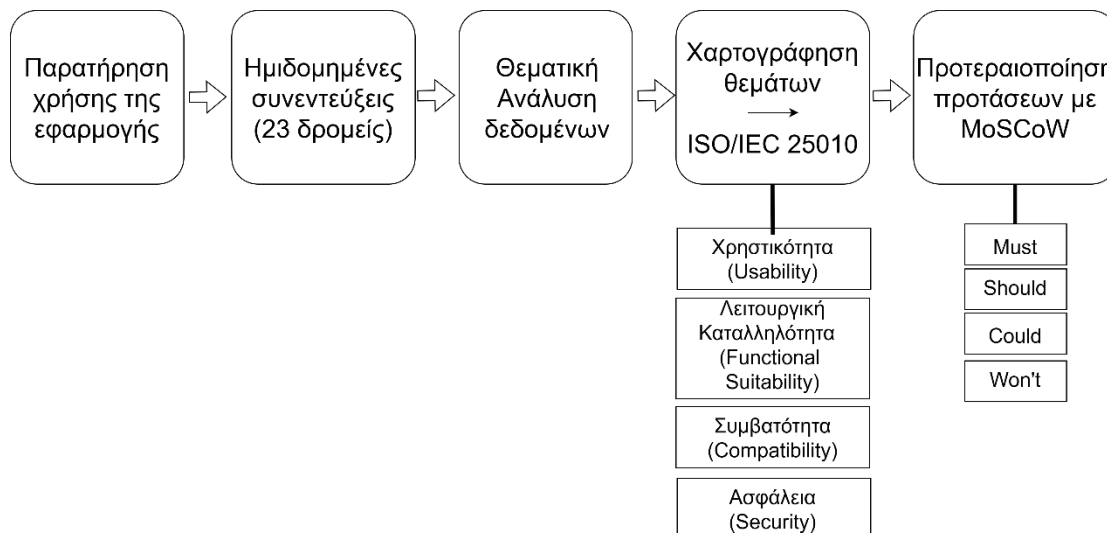
Η εμπειρία χρήσης έχει αναδειχθεί ως κρίσιμος παράγοντας για την αποδοτικότητα των ψηφιακών εφαρμογών, καθώς επηρεάζει την αποδοχή, την εμπιστοσύνη και τη συνολική ικανοποίηση των χρηστών (Urban & Sultan, 2014; Velasco & Acosta, 2024). Σε εφαρμογές όπου η αλληλεπίδραση του χρήστη προϋποθέτει συνεχή ενημέρωση, καθοδήγηση και άμεση λήψη αποφάσεων, όπως συμβαίνει στα δρομικά γεγονότα στα οποία οι συμμετέχοντες βασίζονται σε πληροφορίες διαδρομής, καιρού και αγωνιστικών ενεργειών, η ποιότητα της εμπειρίας χρήσης αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία (Tirana & Sfenrianto, 2023). Έρευνες για τη χρηστικότητα κινητών εφαρμογών δείχνουν ότι η πλοήγηση, η πληρότητα και η ακρίβεια των πληροφοριών, καθώς και η αξιοπιστία των λειτουργιών, επηρεάζουν καθοριστικά την αποδοχή και τη διατήρηση της χρήσης (Zuckerman & Gal-Oz, 2014).

Το πρότυπο ISO/IEC 25010 παρέχει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο αξιολόγησης της ποιότητας λογισμικού, ενσωματώνοντας διαστάσεις όπως λειτουργική καταλληλότητα, χρηστικότητα, συμβατότητα και ασφάλεια, και έχει χρησιμοποιηθεί σε προσεγγίσεις που εξετάζουν την ευθυγράμμιση των εφαρμογών με σύγχρονα πρότυπα ποιότητας (Luna-Perejon et al., 2019). Παράλληλα, η μέθοδος MoSCoW επιτρέπει τη στοχευμένη και ρεαλιστική προτεραιοποίηση απαιτήσεων ανάπτυξης, διαδικασία ιδιαίτερα σημαντική για οργανισμούς περιορισμένων πόρων και για εφαρμογές που απαιτούν ξεκάθαρη ιεράρχηση κρίσιμων λειτουργιών (Agile Business Consortium, 2022). Ο συνδυασμός των δύο πλαισίων διευκολύνει μία τεχνικά τεκμηριωμένη και ταυτόχρονα χρήστη-κεντρική αξιολόγηση της εμπειρίας χρήσης, προσφέροντας μία συνεκτική προσέγγιση για την ανάπτυξη και βελτίωση εφαρμογών δρομικών γεγονότων.

Η ταυτόχρονη χρήση του ISO/IEC 25010 και της μεθόδου MoSCoW δεν έχει εφαρμοστεί στην αξιολόγηση εφαρμογών δρομικών διοργανώσεων. Ο συνδυασμός τους επιτρέπει την ενσωμάτωση ενός τεχνικά θεμελιωμένου πλαισίου ποιότητας με μία πρακτική προσέγγιση προτεραιοποίησης, στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό για διοργανωτές με περιορισμένους πόρους.

Μεθοδολογία

Η έρευνα βασίστηκε σε 23 ημιδομημένες συνεντεύξεις με δρομείς ηλικίας 18–64 χρονών, οι οποίοι αλληλεπίδρασαν με βασικές λειτουργίες της εφαρμογής στο πλαίσιο ενός υποθετικού δρομικού γεγονότος. Η επιλογή ημιδομημένων συνεντεύξεων επέτρεψε την ανάδυση θεμάτων χωρίς θεματικό περιορισμό, ενώ η θεματική ανάλυση ακολούθησε διαδικασία έξι σταδίων (εξοικείωση με τα δεδομένα, κωδικοποίηση, αναζήτηση θεμάτων, ανασκόπηση, οριστικοποίηση και ονομασία θεμάτων, και τελική ερμηνεία), ενισχύοντας τη διαφάνεια και τη συστηματικότητα της ερμηνείας. Ο οδηγός συνεντεύξεων διαμορφώθηκε με τρόπο που επέτρεψε στους συμμετέχοντες να περιγράψουν ελεύθερα την εμπειρία τους, χωρίς να κατευθύνονται προς συγκεκριμένη θεματολογία. Το ISO/IEC 25010 αξιοποιήθηκε στη φάση της ανάλυσης ως εννοιολογικός οδηγός, βοηθώντας στη συστηματική ομαδοποίηση και ερμηνεία των θεμάτων που ανέφεραν οι συμμετέχοντες, με επίκεντρο ζητήματα χρηστικότητας, λειτουργικής καταλληλότητας και αξιοπιστίας που αναδύθηκαν από τα δεδομένα. Η θεματική ανάλυση ανέδειξε επαναλαμβανόμενα πρότυπα εμπειριών και σημεία τριβής, ενώ η μέθοδος MoSCoW χρησιμοποιήθηκε για την ιεράρχηση των προτάσεων βελτίωσης σύμφωνα με τις ανάγκες και τις προτεραιότητες που εξέφρασαν οι συμμετέχοντες.



Εικόνα 1: Μέθοδος αξιολόγησης εφαρμογής Athletopia⁺.

Αποτελέσματα – Συζήτηση

Οι χρήστες περιέγραψαν την εφαρμογή ως εύχρηστη και οπτικά καθαρή, επισημαίνοντας ότι ανταποκρίνεται αποδοτικά σε βασικές ανάγκες ενημέρωσης πριν τον αγώνα. Ιδιαίτερα θετική ήταν η αξιολόγηση των ειδοποιήσεων πραγματικού χρόνου, οι οποίες δημιούργησαν αίσθημα προετοιμασίας και οργάνωσης. Ωστόσο, αναδείχθηκαν σημαντικές αδυναμίες που επηρέασαν την ομαλή εμπειρία χρήσης. Η διαδικασία αυθεντικοποίησης παρουσίασε επαναλαμβανόμενα σφάλματα, δημιουργώντας καθυστερήσεις και μειώνοντας το αίσθημα αξιοπιστίας. Επιπλέον, η πληροφόρηση σχετικά με τη διαδρομή θεωρήθηκε ελλιπής, καθώς έλειπαν υψομετρικές καμπύλες και σαφείς τοποθετήσεις σταθμών τροφοδοσίας, στοιχεία κρίσιμα για την αγωνιστική προετοιμασία. Η ενότητα βοήθειας κρίθηκε ανεπαρκής, καθώς δεν προσέφερε δυνατότητα επιστροφής ή περιγραφής προβλήματος σε ελεύθερο κείμενο. Επίσης, δυσκολίες συμβατότητας αναφέρθηκαν μεταξύ συσκευών και απουσία ενσωμάτωσης με δημοφιλείς εφαρμογές άθλησης.

Η εφαρμογή της μεθόδου MoSCoW ανέδειξε ότι οι βελτιώσεις υψηλότερης προτεραιότητας αφορούν την αξιόπιστη αυθεντικοποίηση, την παροχή ολοκληρωμένων πληροφοριών διαδρομής και την ενίσχυση της ενότητας υποστήριξης. Σημαντικές, αλλά λιγότερο επείγουσες θεωρήθηκαν οι δυνατότητες σύνδεσης με εφαρμογές τρίτων και οι προηγμένες λειτουργίες αναζήτησης. Επιθυμητές, εφόσον υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι, κρίθηκαν λειτουργίες, όπως οι υπενθυμίσεις και οι ήπιες μορφές gamification, οι οποίες μπορούν να εμπλουτίσουν την εμπειρία χωρίς να αποτελούν βασική προϋπόθεση ομαλής λειτουργίας. Λειτουργίες κοινωνικής δικτύωσης μεταξύ χρηστών αξιολογήθηκαν ως χαμηλής προτεραιότητας για τον τρέχοντα κύκλο ανάπτυξης.

Συμπεράσματα

Η μελέτη ανέδειξε ότι η εμπειρία χρήσης στις εφαρμογές δρομικών γεγονότων καθορίζεται από την αξιοπιστία των βασικών λειτουργιών, την πληρότητα των πληροφοριών που προσφέρονται και τη φιλικότητα της διεπαφής. Ο συνδυασμός του ISO/IEC 25010 με τη μέθοδο MoSCoW παρείχε μία ολοκληρωμένη και τεχνικά θεμελιωμένη διαδικασία αξιολόγησης, οδηγώντας σε σαφείς και εφαρμόσιμες προτεραιότητες βελτίωσης για οργανισμούς με περιορισμένους πόρους. Τα ευρήματα προσφέρουν ένα πρακτικό πλαίσιο που μπορεί να αξιοποιηθεί από διοργανωτές δρομικών γεγονότων για τον ρεαλιστικό σχεδιασμό τεχνικών και λειτουργικών αναβαθμίσεων. Η υιοθέτηση αυτών των κατευθύνσεων μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία των εφαρμογών, να ευθυγραμμίσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες με τις προσδοκίες των χρηστών και τελικά να συμβάλει στη βελτίωση της συνολικής εμπειρίας συμμετοχής και της ποιότητας της διοργάνωσης.

Βιβλιογραφία

- Agile Business Consortium. (2022). *Chapter 10: MoSCoW Prioritisation*. Διαθέσιμο στο: <https://www.agilebusiness.org/dsdm-project-framework/moscow-prioritisation.html>
- Luna-Perejon, F., Malwade, S., Styliadis, C., Civit, J., Cascado-Caballero, D., Konstantinidis, E., Abdul, S. S., Bamidis, P. D., Civit, A., & Li, Y.-C. J. (2019). Evaluation of user satisfaction and usability of a mobile application for smoking cessation. *Computer Methods & Programs in Biomedicine*, 182, 105042.
- Tirana, Y., & Sfenrianto, S. (2023). Factors on mobile application user satisfaction in the largest Indonesian internet service provider (ISP). *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 17(2), 199–208.
- Urban, G. L., & Sultan, F. (2014, Spring). The case for “benevolent” mobile applications. *MIT Sloan Management Review*, 55(3). <https://sloanreview.mit.edu/article/the-case-for-benevolent-mobile-apps/>
- Velasco, M. N., & Acosta, M. L. C. (2024). Elevating Philippine tourism: a mobile app approach. In *Proceedings of the 2024 IEEE Conference on Informatics and Mobile Systems*. IEEE. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10636880/>
- Zuckerman, O., & Gal-Oz, A. (2014). Deconstructing gamification: evaluating the effectiveness of continuous measurement, virtual rewards, and social comparison for promoting physical activity. *Personal & Ubiquitous Computing*, 18, 1705–1719.

10. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ: ΜΙΑ ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Μυλωνάκη, Σ., Φουντούκη, Α., Λιανόπουλος, Ι.

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Περίληψη

Η αυξανόμενη αξιοποίηση μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων ως εργαλείων τοπικής ανάπτυξης και κοινωνικής ενδυνάμωσης έχει οδηγήσει την επιστημονική κοινότητα και τους φορείς χάραξης πολιτικής να επανεκτιμήσουν τη συμβολή τους στις τοπικές κοινωνίες (Ziakas & Costa, 2011). Στόχοι της παρούσας μελέτης ήταν: α) η διερεύνηση της αντίληψης των κατοίκων της Περιφέρειας Κρήτης αναφορικά με τον οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων, καθώς και β) η αξιολόγηση της σχέσης αυτών των διαστάσεων με δημογραφικά χαρακτηριστικά και την αναγνωρισιμότητα των διοργανώσεων. Στην έρευνα συμμετείχαν 222 άτομα, με τη συλλογή των δεδομένων να πραγματοποιείται μέσω δομημένου ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Το εργαλείο μέτρησης βασίστηκε σε σταθμισμένες κλίμακες αντίληψης των Wu και Chen (2015), καθώς και των Oshimi κ.α. (2021), οι οποίες προσαρμόστηκαν στο ελληνικό πλαίσιο. Για την αξιολόγηση των ερευνητικών υποθέσεων χρησιμοποιήθηκαν στατιστικές αναλύσεις, όπως το One Sample T-Test, η ανάλυση συσχέτισης Pearson, το Independent Samples T-Test και η ανάλυση διακύμανσης (One-Way ANOVA). Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν θετική στάση των κατοίκων ως προς τον κοινωνικό αντίκτυπο (M.O.=5,25), ο οποίος κρίθηκε ως ο σημαντικότερος παράγοντας υποστήριξης των διοργανώσεων. Παράγοντες, όπως η τοπική υπερηφάνεια και η κοινωνική συνοχή φάνηκε να ενισχύουν την ποιότητα ζωής, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τη σχετική βιβλιογραφία (Taks, 2013· Duan et al., 2021). Ο οικονομικός αντίκτυπος αξιολογήθηκε θετικά, αλλά συγκρατημένα (M.O.=4,55), ενώ ο περιβαλλοντικός αντίκτυπος παρουσίασε ενδιάμεσες τιμές (M.O.=4,87), με μεταβλητές όπως η μόλυνση να επισημαίνονται ως προβληματικές. Η ανάλυση συσχετίσεων έδειξε ότι η κοινωνική διάσταση λειτουργεί ως συνδετικός κρίκος μεταξύ των άλλων δύο, καθώς βρέθηκε θετική συσχέτιση μεταξύ κοινωνικού και οικονομικού ($r=0.374$, $p<0.001$), καθώς και μεταξύ κοινωνικού και περιβαλλοντικού αντίκτυπου ($r=0.370$, $p<0.001$), ενώ απουσίαζε συσχέτιση μεταξύ οικονομικού και περιβαλλοντικού ($r=0.020$, $p=0.772$). Ιδιαίτερη σημασία είχε ο παράγοντας αναγνωρισιμότητας των εκδηλώσεων. Η υψηλή αποδοχή του Ημιμαραθωνίου Κρήτης και του Final 8 Καλαθοσφαίρισης φανέρωσε τη σημασία της προβολής και της σύνδεσης των γεγονότων με την τοπική ταυτότητα. Η διαπίστωση αυτή υπογραμμίζει τη δυναμική των μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων ως μέσα ενίσχυσης της κοινωνικής συνοχής και της τουριστικής διαφοροποίησης της περιοχής. Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης παρέχουν χρήσιμες ενδείξεις για την ανάπτυξη στρατηγικών σχεδιασμού, προβολής και βιώσιμης διαχείρισης αθλητικών διοργανώσεων μικρής κλίμακας.

11. Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κορωνιός, Κ.¹, Ντάσης, Α.¹, Παπαϊωάννου, Α.², Παπαδόπουλος, Α.¹, Κυπραίος, Γ.¹, Μπαλάσκα, Π.³

¹ Τμήμα Οργάνωσης & Διαχείρισης Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

² Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

³ ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εξετάζει τον αντίκτυπο της αθλητικής χορηγίας στην «αξία» της επωνυμίας (Brand Equity) των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), καλύπτοντας το ερευνητικό κενό της βιβλιογραφίας που εστιάζει κυρίως σε πολυεθνικούς οργανισμούς. Κύριος στόχος είναι η ανάλυση του τρόπου με τον οποίο μεταβλητές, όπως η ανάμειξη με τον αθλητισμό, η συμβατότητα χορηγού-ομάδας και η αγωνιστική επίδοση διαμορφώνουν την αξία της επωνυμίας και, κατ' επέκταση, την αγοραστική συμπεριφορά και τη διάδοση φήμης (WOM). Υιοθετήθηκε ποσοτική μεθοδολογική προσέγγιση και η στατιστική επεξεργασία πραγματοποιήθηκε με τη μέθοδο των Μοντέλων Δομικών Εξισώσεων (SEM). Τα ευρήματα κατέδειξαν ότι η συμβατότητα αποτελεί τον ισχυρότερο προσδιοριστικό παράγοντα για την εικόνα της επωνυμίας, ενώ η αγωνιστική επίδοση επηρεάζει θετικά την αναγνωρισιμότητα και την πιστότητα, αλλά όχι την αντιλαμβανόμενη ποιότητα.

Εισαγωγή

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό γίγνεσθαι, το οποίο διακρίνεται από υψηλό βαθμό κορεσμού διαφημιστικών μηνυμάτων, οι οργανισμοί - και ειδικότερα οι ΜΜΕ - προσανατολίζονται σε εναλλακτικά κανάλια προβολής, όπως η αθλητική χορηγία, η οποία μπορεί να οριστεί ως μία στρατηγική συμμαχία μεταξύ επιχειρήσεων (B2B), η οποία συνάπτεται ανάμεσα σε μία χορηγό-επιχείρηση και έναν αθλητικό οργανισμό ή αθλητή, με γνώμονα την επίτευξη αμοιβαίου οφέλους (Farrelly & Quester, 2005). Οι επιχειρήσεις υιοθετούν χορηγικές δράσεις επιδιώκοντας πολλαπλούς στόχους, όπως την καλλιέργεια ισχυρότερων δεσμών με το καταναλωτικό κοινό, την ενίσχυση της εταιρικής αναγνωρισιμότητας και την επαύξηση της «αξίας» της επωνυμίας (brand equity) (Funk et al., 2016). Μολονότι οι χορηγικές δραστηριότητες υιοθετούνται από επιχειρήσεις παντός μεγέθους, η πλειονότητα της υφιστάμενης ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας έχει εστιάσει πρωτίστως στις πρακτικές των μεγάλων πολυεθνικών οργανισμών, παραβλέποντας εν πολλοίς τη δυναμική της χορηγίας στο πλαίσιο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Σκοπός της έρευνας

Η παρούσα μελέτη διερευνά τον αντίκτυπο της αθλητικής χορηγίας στην «αξία» της επωνυμίας των ΜΜΕ και την επακόλουθη επίδρασή της στην αγοραστική πρόθεση και την από στόμα σε στόμα επικοινωνία (word of mouth) των φιλάθλων-καταναλωτών.

Θεωρητικό υπόβαθρο

Η έννοια της ανάμειξης με τον αθλητισμό (sport involvement) αποτελεί κρίσιμη παράμετρο για την κατανόηση της συμπεριφοράς και των στάσεων των φιλάθλων, ενώ έχει συσχετιστεί

θετικά με τον βαθμό ικανοποίησης που αντλείται από ένα αθλητικό γεγονός. Στο πλαίσιο του αθλητικού μάρκετινγκ, έχει διαπιστωθεί ότι ο βαθμός ανάμειξης επιδρά καταλυτικά στην πρόθεση αγοράς των προϊόντων των χορηγών. Επιπρόσθετα, εμπειρικές μελέτες καταδεικνύουν ότι η δέσμευση (engagement) λειτουργεί ως ρυθμιστικός παράγοντας (moderating variable) στη σχέση μεταξύ του περιεχομένου που δημιουργείται από τους χρήστες (user-generated content) και της αντίληψης για την επωνυμία (Inoue et al., 2022).

Ο βαθμός συμβατότητας (congruence) - συχνά αναφερόμενος και ως βαθμός «ταύτισης» (fit) - μεταξύ χορηγού και αθλητικής ομάδας, ορίζεται ως η αντιληπτή ομοιότητα μεταξύ της εικόνας της εταιρικής εικόνας του χορηγού και της ταυτότητας του αθλητικού οργανισμού, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους φιλάθλους. Η ύπαρξη υψηλού βαθμού συμβατότητας διευκολύνει τη γνωστική επεξεργασία των σχετικών πληροφοριών από τους φιλάθλους και ενισχύει την ικανότητα ανάκλησης πληροφοριών σχετικά με τον χορηγό (brand recall) (Pradhan et al., 2020). Συνεπώς, οι χορηγοί που παρουσιάζουν υψηλή λειτουργική ή εικονική συμβατότητα με τον αθλητικό οργανισμό, εκλαμβάνονται ως λιγότερο παρεμβατικοί, μειώνοντας την αντιλαμβανόμενη εμπορική όχληση και αυξάνοντας τη νομιμοποίησή τους στη συνείδηση των φιλάθλων-καταναλωτών.

Η αγωνιστική επίδοση της χορηγούμενης ομάδας αποτελεί καθοριστικό παράγοντα βάσει του οποίου οι φίλαθλοι αξιολογούν τόσο τον αθλητικό οργανισμό, όσο και την εταιρεία - χορηγό. Αυτό εδράζεται στην παραδοχή ότι «*θεμελιώδης αρχή του αθλητισμού είναι η ύπαρξη νικητών και ηττημένων*» (Crompton, 2015, σελ. 27). Σύμφωνα με τον Crompton (2015), η έννοια της ήττας συσχετίζεται συνειρμικά με την αποτυχία και την ανεπάρκεια, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία και ποιότητα του χορηγού. Δεδομένου ότι η εμπιστοσύνη προς την επωνυμία (brand trust) είναι συνάρτηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας και αξιοπιστίας (Chaudhuri & Holbrook, 2001), τα ανεπιτυχή αποτελέσματα της ομάδας υπονομεύουν την εμπιστοσύνη που επιδεικνύουν οι καταναλωτές προς την εταιρεία-χορηγό.

Σύμφωνα με τον Farquhar (1989, σελ. 7), η «αξία» της επωνυμίας (brand equity) ορίζεται ως «*...η προστιθέμενη αξία που προσδίδει μία επωνυμία σε ένα προϊόν, διαφοροποιώντας το στη συνείδηση του καταναλωτή και καθιστώντας δυνατή την επιβολή υψηλότερης τιμολογιακής πολιτικής (premium pricing)*». Το εννοιολογικό πλαίσιο της αξίας της επωνυμίας συγκροτείται από τέσσερις θεμελιώδεις διαστάσεις: α) την αναγνωρισιμότητα της επωνυμίας, β) την εικόνα που διαμορφώνει ο καταναλωτής για αυτήν, γ) την αντιλαμβανόμενη ποιότητα και δ) την πιστότητα, οι οποίες συλλογικά διαμορφώνουν τη συνολική αντίληψη και ισχύ της επωνυμίας στην αγορά, όπως θεμελιώθηκε από τον Aaker (1991), ο οποίος ανέδειξε τη στενή διασύνδεση μεταξύ των αντιλήψεων του καταναλωτή και της εμπορικής αξίας της επωνυμίας.

Ειδικότερα, η αναγνωρισιμότητα (brand awareness) αφορά στην ικανότητα του καταναλωτή να αναγνωρίζει και να ανακαλεί μία επωνυμία, ενώ η εικόνα της επωνυμίας (brand image) συγκροτείται από το σύνολο των συσχετίσεων που είναι αποτυπωμένες στη μνήμη του καταναλωτή σχετικά με τη μάρκα. Η αντιλαμβανόμενη ποιότητα εκφράζει την αξιολογική κρίση του καταναλωτή αναφορικά με την αρτιότητα του προϊόντος, σε αντίθεση με την πιστότητα (brand loyalty), η οποία ορίζεται ως η τάση προσκόλλησης στην επωνυμία και η μειωμένη πιθανότητα μετάβασης σε ανταγωνιστικά προϊόντα – αλλαγή επωνυμίας.

Λαμβάνοντας υπόψη το θεωρητικό πλαίσιο που αναλύθηκε, προτείνεται το ακόλουθο σύνολο υποθέσεων προς έλεγχο:

- H₁: Η αθλητική ανάμειξη (sport involvement) επιδρά θετικά στην «αξία» της επωνυμίας (brand equity) των MME.
- H₂: Ο βαθμός συμβατότητας (congruence) μεταξύ χορηγού και ομάδας επιδρά θετικά στην «αξία» της επωνυμίας (brand equity) των MME.
- H₃: Η αγωνιστική επίδοση της ομάδας (team performance) επηρεάζει την «αξία» της επωνυμίας (brand equity) των MME.
- H₄: Η αξία της επωνυμίας (brand equity) του χορηγού επιδρά θετικά στην αγοραστική συμπεριφορά (purchase intention).
- H₅: Η αξία της επωνυμίας (brand equity) του χορηγού επιδρά θετικά στη συμπεριφορά διάδοσης φήμης «από στόμα σε στόμα» (word of mouth) των φιλάθλων-καταναλωτών

Μεθοδολογία

Για την επίτευξη των ερευνητικών στόχων υιοθετήθηκε η ποσοτική μεθοδολογική προσέγγιση.

Δείγμα: Το δείγμα αποτέλεσαν 1.152 θεατές αγώνων των ελληνικών επαγγελματικών κατηγοριών ποδοσφαίρου (Super League 1 και 2) κατά την αγωνιστική περίοδο 2024-2025.

Εργαλείο μέτρησης: Η παρούσα έρευνα βασίστηκε κυρίως στην Κλίμακα Στρατηγικής Αθλητικής Χορηγίας (Strategic Sport Sponsorship Scale - SSSSES), όπως αναπτύχθηκε από τους Koronios, Vrontis και Thrassou (2021), η οποία εμπλουτίστηκε με επιπρόσθετες μεταβλητές και στοιχεία (items) με στόχο τη διεξοδική εξέταση της «Αξίας» της Επωνυμίας (Brand Equity) των MME. Το ερευνητικό εργαλείο απαρτιζόταν από μεταβλητές της ανωτέρω κλίμακας (ήτοι: Ανάμειξη με τον Αθλητισμό, Αγωνιστική Επίδοση Ομάδας, Αναγνωρισιμότητα Χορηγών, Πιστότητα, Εικόνα, Αγοραστική Συμπεριφορά), ενώ προστέθηκαν δύο επιπλέον μεταβλητές (Βαθμός Συμβατότητας και Ποιότητα) για την κάλυψη των ερευνητικών ερωτημάτων. Οι μεταβλητές που άπτονται της αξίας της επωνυμίας βασίστηκαν στη μελέτη των Maanda κ.ά. (2020). Διενεργήθηκε έλεγχος εγκυρότητας περιεχομένου για τις δύο νέες μεταβλητές μέσω ομάδας εμπειρογνομόνων, καθώς και μέσω δοκιμής πεδίου. Το ερευνητικό εργαλείο αναμορφώθηκε με βάση την ανατροφοδότηση των ειδικών. Εφόσον τα ερωτήματα κρίνονταν έγκυρα από τους εμπειρογνώμονες σε ποσοστό 75%, διατηρούνταν στην κλίμακα. Η μετάφραση του ερωτηματολογίου από την αγγλική στην ελληνική γλώσσα πραγματοποιήθηκε ακολουθώντας τη διαδικασία της αντίστροφης μετάφρασης (back-to-back translation), με τη συνδρομή επιτροπής ειδικών. Το σύνολο των ερωτημάτων αποτιμήθηκε με τη χρήση πενταβάθμιας κλίμακας Likert, κυμαινόμενης από «διαφωνώ απόλυτα» (1) έως «συμφωνώ απόλυτα» (5).»

Συλλογή των δεδομένων: Πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτυακών ερωτηματολογίων.

Στατιστική ανάλυση: Για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων και τον έλεγχο των ερευνητικών υποθέσεων χρησιμοποιήθηκαν τα στατιστικά λογισμικά IBM SPSS και AMOS. Για την ανάλυση χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία των μοντέλων δομικών εξισώσεων (SEM).

Αποτελέσματα – Συζήτηση - Συμπεράσματα

Η Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση κατέδειξε υψηλή δειγματοληπτική επάρκεια ($KMO > 0.8$) και ικανοποιητική ερμηνευόμενη διακύμανση (18.3%–90.1%). Αντίστοιχα, η Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση επιβεβαίωσε την ευρωστία του μοντέλου μέτρησης, παρουσιάζοντας δείκτες υψηλής προσαρμογής ($Normed \chi^2 < 1$, $RMSEA < 0.1$, $CFI > 0.9$). Σε

επίπεδο δομικών σχέσεων, οι περισσότερες εκτιμήσεις αναδείχθηκαν στατιστικά σημαντικές, με υψηλές τιμές, όπως η επίδραση της συμβατότητας (Congruence) στην Εικόνα της Επωνυμίας (0.812) και της Αξίας Επωνυμίας στην Αγοραστική Συμπεριφορά (0.826) και στη Διάδοση φήμης από στόμα σε στόμα (0.891). Ορισμένες σχέσεις δεν επιβεβαιώθηκαν στατιστικά, υποδηλώνοντας περιορισμένη άμεση επίδραση. Συνολικά, τα αποτελέσματα υποστηρίζουν τη λειτουργική επάρκεια και την προβλεπτική ικανότητα του μοντέλου.

Η ανάλυση των ερευνητικών δεδομένων αναδεικνύει τον κομβικό ρόλο της «Αξίας» της Επωνυμίας (Brand Equity) ως κεντρικού μηχανισμού που μετατρέπει τη χορηγική επένδυση σε απτά εμπορικά αποτελέσματα για τις ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, η εξαιρετικά υψηλή στατιστική συσχέτιση που παρατηρήθηκε μεταξύ της συνολικής Αξίας της Επωνυμίας και της Αγοραστικής Συμπεριφοράς (0.826), καθώς και της Διάδοσης φήμης (Word of Mouth - 0.891), επιβεβαιώνει ότι η ενδυνάμωση του brand δεν αποτελεί απλώς δείκτη φήμης, αλλά άμεσο οδηγό οικονομικής αποδοτικότητας. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφοροποίηση στην επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών: η Συμβατότητα (Congruence) αναδεικνύεται ως ο ισχυρότερος προσδιοριστικός παράγοντας για τη βελτίωση της Εικόνας της επωνυμίας (0.812), γεγονός που υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές εκτιμούν περισσότερο τη λογική σύνδεση χορηγού-ομάδας παρά την αγωνιστική επιτυχία. Αντίθετα, η Αγωνιστική Επίδοση, ενώ ενισχύει σημαντικά την Αναγνωρισιμότητα και την Πιστότητα, αποτυγχάνει να επηρεάσει θετικά την αντιλαμβανόμενη Ποιότητα και την Εικόνα του χορηγού. Το εύρημα αυτό υποδεικνύει ότι οι φίλαθλοι διαθέτουν την ωριμότητα να διαχωρίζουν τα αγωνιστικά αποτελέσματα από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων του χορηγού, καθιστώντας σαφές στις ΜΜΕ ότι η επιλογή συνεργάτη πρέπει να βασίζεται στην ταιριαστή κουλτούρα και όχι αποκλειστικά στις νίκες της ομάδας.

Επηρεάζει			Εκτίμηση	P	S.E	Αποτέλεσμα	
H ₁	Βαθμός Ανάμειξης με Αθλητισμό	→	Αναγνωρισιμότητα	0.718	***	0.139	S
			Πιστότητα	0.804	***	0.112	S
			Ποιότητα	0.741	***	0.158	S
			Εικόνα	0.291	<.005	0.091	R
H ₂	Βαθμός Συμβατότητας	→	Αναγνωρισιμότητα	0.565	<.005	0.027	S
			Πιστότητα	0.254	<.005	0.006	R
			Ποιότητα	0.689	<.005	0.014	S
			Εικόνα	0.812	***	0.171	S
H ₃	Αγωνιστική Επίδοση	→	Αναγνωρισιμότητα	0.673	***	0.125	S
			Πιστότητα	0.759	***	0.167	S
			Ποιότητα	0.334	<.005	0.023	R
			Εικόνα	0.198	<.005	0.029	R
H ₄	«Αξία» Επωνυμίας	→	Αγοραστική Συμπεριφορά	0.826	***	0.102	S
H ₅	«Αξία» Επωνυμίας	→	Διάδοση φήμης «από στόμα σε στόμα»	0.891	***	0.135	S

S = Supported (Υποστηρίζεται), R = Rejected (Απορρίπτεται), SE = Standard Error, NFI = .943, CFI = .928, SRMR = .041, RMSEA = .05281.

Βιβλιογραφία

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. The Free Press.

- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Crompton, J. L. (2015). Potential negative outcomes from sports sponsorship. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 16(3), 20-34.
- Farquhar, P. (1989). Managing brand equity. *Marketing Research: A Magazine of Management & Applications*, 1, 24-33.
- Farrelly, F. J., & Quester, P. G. (2005). Examining important relationship quality constructs of the focal sponsorship exchange. *Industrial Marketing Management*, 34(3), 211-219.
- Funk, D., Lock, D., Karg, A., & Pritchard, M. (2016). Sport consumer behavior research: improving our game. *Journal of Sport Management*, 30(2), 113-116.
- Inoue, Y., Lock, D., Gillooly, L., Shipway, R., & Swanson, S. (2022). The organizational identification and well-being framework: theorizing about how sport organizations contribute to crisis response and recovery. *Sport Management Review*, 25(1), 1-30.
- Koronios, K., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2021). Strategic sport sponsorship management: a scale development and validation. *Journal of Business Research*, 130, 295–307.
- Maanda, P. M., Abratt, R., & Mingione, M. (2020). The influence of sport sponsorship on brand equity in South Africa. *Journal of Promotion Management*, 26(6), 812–835.
- Pradhan, D., Malhotra, R., & Moharana, T. R. (2020). When fan engagement with sports club brands matters in sponsorship: influence of fan–brand personality congruence. *Journal of Brand Management*, 27(1), 77–92.

12. ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΕΝΟΣ ΠΕΛΑΤΟ-ΚΕΝΤΡΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

Αναστασιάδης, Α., Ντοβόλη, Α., Αλεξανδρής, Κ.

ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Στόχος της εργασίας είναι η θεωρητική προσαρμογή ενός πελατοκεντρικού μοντέλου ανάπτυξης της αθλητικής χορηγίας. Οι Wakefield, Wakefield και Keller (2020), προτείνουν ένα εκτεταμένο πελατο-κεντρικό μοντέλο για την αποδοτικότητα της χορηγίας, την οποία θεωρεί ως μία σειρά ανταλλαγών μεταξύ του brand, των χορηγούμενων οργανισμών και των καταναλωτών για προκαθορισμένες χρονικές περιόδους, οι οποίες καθοδηγούνται από τη χρήση των επικοινωνιακών πόρων του χορηγούμενου οργανισμού μέσω του brand του, με σκοπό να επηρεάσουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα και τις ενέργειες των καταναλωτών προς πολλαπλούς και δυναμικούς στόχους μάρκετινγκ τόσο για το brand, όσο και για τον χορηγούμενο οργανισμό. Έτσι, αναδεικνύονται τρεις βασικοί άξονες που είναι τα χαρακτηριστικά: α) του καταναλωτή, β) του brand και γ) του χορηγούμενου οργανισμού. Οι παράγοντες αυτοί, καθώς και οι σχέσεις μεταξύ: καταναλωτή και brand, καταναλωτή και χορηγούμενου οργανισμού, brand και χορηγούμενου οργανισμού, λειτουργούν ως μία προ υπάρχουσα συνθήκη, με βάση την οποία διαμορφώνονται οι προσδοκίες, η διάθεση και η ικανότητα του καταναλωτή να επεξεργαστεί την χορηγία. Ιδιαίτερη έμφαση αποδίδεται στην σημασία: 1) των ψυχογραφικών χαρακτηριστικών (psychographics), 2) της αντιλαμβανόμενης συνάφειας (fit), 3) της διάρκειας της σχέσης (length of relationship), 4) της ενεργοποίησης (leveraging and activation) και 5) της αντιληπτής ταύτισης (self-congruity), παράγοντες που σε μεγάλο βαθμό παραμένουν χωρίς ιδιαίτερη έρευνα στην βιβλιογραφία. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση αποκαλύπτει πως η αποδοτικότητα της χορηγίας δεν μπορεί να προκύψει από μεμονωμένα στοιχεία, αλλά μέσω της αλληλεπίδρασης όλων των συνθηκών που αναφέρθηκαν παραπάνω. Το μοντέλο υπογραμμίζει ότι ο κεντρικός ρυθμιστικός παράγοντας είναι ο καταναλωτής και ότι η επιτυχία μίας χορηγικής δράσης εξαρτάται από την ικανότητα του brand και των χορηγούμενων οργανισμών να ευθυγραμμίζονται με τις ανάγκες, τα κίνητρα και τις προ υπάρχουσες αντιλήψεις του κοινού. Η αποτύπωση των προ υπάρχουσών αντιλήψεων του κοινού αποτελεί σημαντική συμβολή στην εξέλιξη της χορηγίας, καθώς προσφέρει ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο, το οποίο επιτρέπει την ανάπτυξη πιο στοχευμένων (πελατο-κεντρικών) και αποδοτικών στρατηγικών, καθώς και τη διαμόρφωση νέων ερευνητικών κατευθύνσεων.

13. ΨΥΧΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ / ΜΙΚΡΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

Μπέη, Α., Αυθίνος, Ι.

ΣΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

Περίληψη

Ένα κοινό στοιχείο που χαρακτηρίζει όλους τους ανθρώπους, ανεξάρτητα από δημογραφικές και κοινωνικές παραμέτρους, είναι η ιδιότητά τους ως καταναλωτές. Στο πλαίσιο των γυμναστηρίων, οι αθλητικοί καταναλωτές συνήθως βασίζουν τις επιλογές τους σε λειτουργικούς παράγοντες, όπως η τοποθεσία, το κόστος, το προσωπικό και ο διαθέσιμος εξοπλισμός. Ωστόσο, τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά και ιδιαίτερα η προσωπικότητα ενδέχεται να επηρεάσουν σημαντικά την προτίμηση για συγκεκριμένα περιβάλλοντα άσκησης. Σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθεί κατά πόσο τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας σχετίζονται με την επιλογή άσκησης σε γυμναστήρια προσωπικής άσκησης και μικρών ομάδων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά μπορούν να συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των προτιμήσεων και της συμπεριφοράς των ασκούμενων.

Λέξεις - κλειδιά: ταξινόμηση γυμναστηρίων, ψυχογραφικό προφίλ ασκούμενων, συμπεριφορά αθλητικού καταναλωτή.

Εισαγωγή

Παρά τον αυξανόμενο αριθμό ερευνών γύρω από τη συμπεριφορά των αθλητικών καταναλωτών, λίγες μελέτες έχουν εξετάσει τον ρόλο της προσωπικότητας στην επιλογή γυμναστηρίου. Οι περισσότερες έρευνες εστιάζουν σε δημογραφικά στοιχεία, κίνητρα άσκησης ή ικανοποίηση από τις παρεχόμενες υπηρεσίες, παραβλέποντας τις ατομικές ψυχολογικές διαστάσεις που ενδέχεται να επηρεάζουν σημαντικά τις προτιμήσεις των ασκούμενων.

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί κατά πόσο τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας συμβάλλουν στην σκιαγράφηση ψυχολογικών προφίλ ασκούμενων σε γυμναστήρια προσωπικής άσκησης και μικρών ομάδων.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Η συμπεριφορά του αθλητικού καταναλωτή διαφοροποιείται από άλλους μορφές κατανάλωσης, καθώς η αθλητική βιομηχανία χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητα και περιορισμένο έλεγχο στο τελικό αποτέλεσμα (Abdolmaleki et al., 2018). Η συμπεριφορά του αθλητικού καταναλωτή περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται, βιώνουν και αξιολογούν την αθλητική εμπειρία συνολικά (Dess et al., 2022). Μεταξύ των παραγόντων που επηρεάζουν τη συμπεριφορά αυτή συγκαταλέγονται οι ψυχολογικοί, όπως η παρακίνηση, οι πεποιθήσεις, οι στάσεις και η προσωπικότητα (Ramya & Ali, 2016). Στην παρούσα έρευνα σημείο εστίασης αποτελεί η προσωπικότητα, η οποία αποτελεί το μοναδικό τρόπο με τον οποίο το άτομο εκφράζει και ρυθμίζει την ψυχική του λειτουργία (Χασάπης,

1980). Στο παρόν πλαίσιο, εξετάστηκε μέσω του Μοντέλου των Πέντε Παραγόντων (McCrae & Costa, 1999), το οποίο περιλαμβάνει τον Νευρωτισμό (συναισθηματική αστάθεια, άγχος και νευρικότητα), την Εξωστρέφεια (κοινωνικότητα και ενεργητικότητα), τη Συγκαταβατικότητα (συνεργατικότητα και προθυμία για βοήθεια), την Ευσυνειδησία (οργάνωση, τήρηση προγραμμάτων και αυτοπειθαρχία) και τη Δεκτικότητα σε Εμπειρίες (φαντασία και δημιουργικότητα). Προηγούμενες έρευνες έδειξαν ότι η Ευσυνειδησία, η Εξωστρέφεια και η Συγκαταβατικότητα σχετίζονται με τις προτιμήσεις περιβάλλοντος άσκησης (Meira et al., 2019), ενώ ο Νευρωτισμός δεν φαίνεται να αποτελεί άμεσο προβλεπτικό παράγοντα για τη συμμετοχή στο γυμναστήριο (Wilson & Dishman, 2015).

Μεθοδολογία

Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος.

Εργαλείο μέτρησης: Η προσωπικότητα αξιολογήθηκε με το NEO – FFI, το οποίο παρουσίασε ικανοποιητική εσωτερική αξιοπιστία στις πέντε υποκλίμακες (Νευρωτισμός, $\alpha=.81$, Εξωστρέφεια, $\alpha=.75$, Δεκτικότητα, $\alpha=.76$), Συγκαταβατικότητα, $\alpha=.78$), Ευσυνειδησία, $\alpha=.85$).

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν $N=119$ ασκούμενοι ($M: 3.22$, $TA = 1.30$, 74% γυναίκες), που γυμνάζοντας σε έξι γυμναστήρια που ανήκαν στην κατηγορία «small group / personal training».

Συλλογή των δεδομένων: Τα δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω έντυπων και ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων, προσβάσιμο μέσω QR code ή σύνδεσμο.

Στατιστική ανάλυση: Έγινε με το IBM SPSS Statistics 30.0. Για την ανάλυση προφίλ εφαρμόστηκε αρχικά η ιεραρχική ανάλυση συστάδων, ώστε να διαπιστωθεί σε πρώτο στάδιο ο βέλτιστος αριθμός προφίλ που θα προκύψει, ακολουθούμενο από την ανάλυση μέσω $k - means$ (με μέθοδο Ward). Πριν από την ανάλυση οι τιμές μετατράπηκαν σε τυπικές τιμές (z).

Αποτελέσματα

Οι μέσες τιμές, οι τυπικές αποκλίσεις και οι συσχετίσεις των μεταβλητών αποτυπώνονται στον Πίνακα 1.

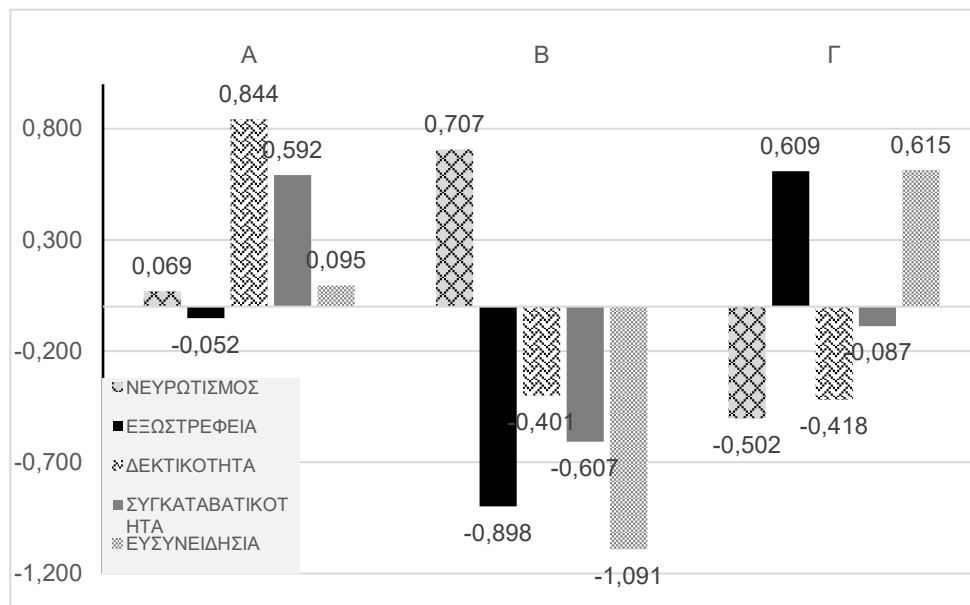
Πίνακας 1: Μέσες τιμές, τυπικές αποκλίσεις και συσχετίσεις των πέντε διαστάσεων της προσωπικότητας.

Μεταβλητές	M	(TA)	1	2	3	4	5
Νευρωτισμός	2.73	(0.55)	-				
Εξωστρέφεια	3.40	(0.43)	-.27**	-			
Δεκτικότητα σε Εμπειρίες	3.18	(0.37)	.01	-.04	-		
Συγκαταβατικότητα	3.48	(0.38)	-.18*	.04	-.01	-	
Ευσυνειδησία	4.01	(0.57)	-.31**	.31**	.02	.08	-

* $p < .05$, ** $p < .001$

Η ανάλυση συστάδων ανέδειξε τρία προφίλ ασκούμενων. Η πρώτη συστάδα “Α” ($n= 39$), χαρακτηρίζεται από μέτριο Νευρωτισμό, υψηλή Συγκαταβατικότητα, περιγράφοντας άτομα

ήρεμα και συνεργατικά, που εκτιμούν την κοινωνική αλληλεπίδραση στο χώρο άσκησης. Η δεύτερη συστάδα Β (n= 31), εμφάνισε υψηλό Νευρωτισμό και χαμηλή Εξωστρέφεια και Ευσυνειδησία, υποδηλώνοντας μία πιο ευάλωτη ψυχολογικά ομάδα, με αυξημένη ανάγκη για δομή, καθοδήγηση και υποστηρικτικό περιβάλλον κατά την άσκηση. Αντίθετα, η τρίτη συστάδα “Γ” (n= 49), συνδύαζε χαμηλό Νευρωτισμό, με υψηλή Εξωστρέφεια και Ευσυνειδησία, αποτελώντας ένα προφίλ συνεπών και κοινωνικών ασκούμενων, με έντονο προσανατολισμό στην αυτοβελτίωση και στην επίδοση. Η ταξινόμηση βασίστηκε στα τυποποιημένα σκορ (z-scores) των πέντε διαστάσεων της προσωπικότητας (Γράφημα 1)



Γράφημα 1: Αναλυτικές τυποποιημένες τιμές (z – score) διαστάσεων Προσωπικότητας

Η ανάλυση διακύμανσης (ANOVA, $p < .001$), έδειξε ότι οι τρεις συστάδες διαφέρουν στατιστικά σημαντικά σε όλες τις μεταβλητές (Πίνακας 2).

Πίνακας 2: Αναλυτικά τα χαρακτηριστικά των προφίλ.

Μεταβλητές	Προφίλ Α (n = 39)		Προφίλ Β (n = 31)		Προφίλ Γ (n = 49)		F(2, 116)	η ²
	M	(TA)	M	(TA)	M	(TA)		
Νευρωτισμός	2.79 _b	(0.48)	3.21 _a	(0.68)	2.42 _c	(0.57)	21.48**	.48
Εξωστρέφεια	3.53 _b	(0.38)	3.12 _c	(0.41)	3.85 _a	(0.36)	13.26**	.37
Δεκτικότητα	3.55 _a	(0.34)	2.99 _b	(0.42)	2.98 _b	(0.35)	5.77*	.20
Συγκαταβατικότητα	3.88 _a	(0.30)	3.28 _c	(0.49)	3.54 _b	(0.51)	18.93**	.45
Ευσυνειδησία	4.07 _b	(0.35)	3.39 _c	(0.47)	4.36 _a	(0.43)	14.55**	.39

* $p < .05$, ** $p < .001$

Συζήτηση – Συμπεράσματα

Η παρούσα μελέτη ανάδειξε τρία διακριτά προφίλ προσωπικότητας σε γυμναστήρια προσωπικής άσκησης / μικρών ομάδων. Η μεγαλύτερη ομάδα συμμετεχόντων “Γ”, περιλαμβάνει άτομα που αντιμετωπίζουν την άσκηση ως μέσω αυτοβελτίωσης, σημείο προόδου και επίδοσης. Το εύρημα αυτό έρχεται σε συμφωνία με τις μελέτες που υποστηρίζουν πως η Ευσυνειδησία και Εξωστρέφεια συνδέονται με την μακροχρόνια

προσήλωση στην άσκηση και τη συνέπεια στα προπονητικά προγράμματα (Wilson & Dishman, 2015). Στη δεύτερη σε μέγεθος ομάδα, την “Α”, παρουσιάζονται άτομα με προσανατολισμό στη θετική εμπειρία και συνεργατικότητα, γεγονός που συνάδει με τα αποτελέσματα των Dees και συν. (2022), που υποστηρίζουν πως σημαντικό ποσοστό ασκούμενων επιδιώκουν πρώτα τα ψυχοκοινωνικά οφέλη από την άσκηση. Τέλος, η μικρότερη ομάδα συμμετεχόντων, είναι η “Β”, που περιλαμβάνει άτομα που αναζητούν ασφαλές και υποστηρικτικό περιβάλλον άσκησης, μικρή έκθεση σε κοινωνικά πλαίσια και αυξημένη καθοδήγηση.

Συνολικά, τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι οι ασκούμενοι σε γυμναστήρια μικρών ομάδων/προσωπικής άσκησης δεν αποτελούν μία ομοιογενή ομάδα, αλλά διαφοροποιούνται σε προφίλ με ξεχωριστές ανάγκες και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Η κατανόηση των προφίλ τους μπορεί να αξιοποιηθεί στον σχεδιασμό εξατομικευμένων παρεμβάσεων, στην επικοινωνιακή και εμπορική στρατηγική των επιχειρήσεων fitness και στη βελτιστοποίηση της εμπειρίας άσκησης.

Βιβλιογραφία

- Χασάπης, Ι. (1980). *Ψυχολογία της προσωπικότητας*. Βασιλόπουλος.
- Dees, W., Walsh, P., McEvoy, C. D., McKelvey, S., Mullin, B. J., Hardy, S., & Sutton, W. A. (2022). *Sport marketing*. Human Kinetics Publishers.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (1999). A Five-Factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (2nd ed., pp. 139–153). Guilford Press.
- Meira, C. M., Junior, Gomes, A. C., Gomes, F. R. F., Santos, S. P., Basso, L., & Tani, G. (2019). Personality traits and gross motor performance in children from Muzambinho/MG. *Brazilian Journal of Motor Behavior*, 13(4), 124–132.
- Ramya, N., & Ali, S. M. (2016). Factors affecting consumer buying behavior. *International Journal of Applied Research*, 2(10), 76–80.
- Wilson, K. E., & Dishman, R. K. (2014). Personality and physical activity: A systematic review and meta-analysis. *Personality & Individual Differences*, 72, 230–242.

14. FITNESS USER SEGMENTATION BY LEVEL OF HUMAN-MACHINE INTERACTION AND FACTORS INFLUENCING APP ADOPTION

Angosto, S.¹, Grimaldi-Puyana, S.¹, García-Fernández, J.¹, Tsitskari, E.²

¹ Universidad de Sevilla

² Democritus University of Thrace

The mobile applications (apps) dedicated to sports and fitness have emerged as key tools for promoting exercise and well-being. The fitness industry has experienced substantial expansion with annual growth rates of 7.5% between 2022 and 2030 (3DLook, 2024). The successful adoption and use of these apps depend on a combination of technological and behavioural factors. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology v2 (UTAUT2; Venkatesh et al., 2012) identifies key variables, such as performance expectancy, effort expectancy, social influence, and facilitating conditions, habit or hedonic motivation that influence human behaviour. The aim of this study was to develop a cluster analysis to identify the profile of fitness users by their need for interaction according to the variables that influence in fitness app adoption and sociodemographic profile. The sample was formed by 342 fitness users of a sport centre of Andalusia, Spain (female 58.2%, male 41.8%), most of them with an age between 21 to 30 (27.5%), university studies (48.0%), and single (53.2%). The questionnaire was composed by total of 28 items corresponded to the UTAUT2 factors (Ferreira et al., 2022), and other 16 items from five factors (need for interaction, personal attachment, personal innovativeness, self-efficacy, attitude toward fitness apps). The scale showed high reliability ($\alpha = 0.96$). Microsoft Forms was used for data collection. A cluster analysis, manova and contingency tables were done using Jamovi 2.5. The cluster analysis revealed three user profiles: Human-centred seekers ($n=182$), Pragmatic hybrids ($n=90$), and Pro-technology entrepreneurs ($n=70$). Significant differences were found in attitude towards fitness apps ($F=24.10$, $p<.001$), intention to use ($F=26.43$, $p<.001$) and actual use ($F=19.56$, $p<.001$). The values were higher in Human-centred seekers, while Pro-technology entrepreneurs showed lower values in these dimensions. Differences were also observed in performance expectations, enabling conditions, and hedonic motivation ($p<.05$). In terms of sociodemographic characteristics, age ($\chi^2=25.79$, $p=.001$), and marital status ($\chi^2=18.49$, $p=.001$) showed significant associations, while gender and app usage variables did not show relevant differences. The profiles showed significant differences in attitude, intention to use, and actual use, reflecting that habit and performance expectations are prominent predictors in the adoption of technologies in education (Sergeeva et al., 2025). Hedonic motivation and facilitating conditions also varied between groups, which is consistent with meta-analyses that highlight their significant role in usage behaviour (Zheng et al., 2025). Finally, demographic variables such as age and marital status acted as relevant moderators, while sex/gender did not have a significant effect, which is consistent with studies that highlight the role of life cycle variables in technology adoption (Zheng et al., 2025). These findings suggest that attitudes and behaviours towards technology are more closely linked to psychological factors than to basic demographic variables.

15. THE IMPACT AI LITERACY ON SPORT SCIENCES UNIVERSITY STUDENTS' ATTITUDES, USAGE, AND INTENTIONS

Angosto, S.¹, Tsitskari, E.², Grimaldi-Puyana, S.¹, García-Fernández, J.¹

¹ Universidad de Sevilla

² Democritus University of Thrace

The integration of artificial intelligence (AI) in Higher Education is transforming the methods of teaching, learning, and evaluation (Adamakis & Rachiotis, 2025). Developing AI literacy skills is necessary in order to provide students with the means to correctly use new AI tools. In this context, AI literacy encompasses more than just the use of technological tools; it also involves understanding the implications of these tools and applying them responsibly in an educational context (Redecker & Punie, 2024). The aim of this study was to analyze the influence of AI competencies on the external variables of the need for interaction, attitude towards AI, intention to use AI, and job performance. The sample was composed of 291 Sport Sciences students of Democritus University of Thrace (male 52.2%, female 46.7%) with an average age of 24 years. The AI Literacy Scale was formulated by Tsitskari, Garcia-Fernandez, Grimaldi-Puyana and Angosto (2024), through an extensive literature review and two pilot study to Greek students of a Department of Physical Education and Sport. The confirmatory factor analyses and reliability analyses resulted in the formulation of a four-factor scale: three of its factors were taken from the Wang et al. (2023) questionnaire, and one factor, "ethics" from the Carrolus et al., (2023) questionnaire, as adapted from Ng et al., (2022). The scale thus consisted of: a) *Awareness*, with three items (e.g. *I can distinguish between smart devices and non-smart devices*), b) *Usage*, with three items (e.g. *I can skilfully use AI to help me in my daily work*), c) *Evaluation*, with three items (e.g. *I can evaluate the capabilities and limitations of an AI after using it for a while*), and d) *Ethics*, with three items (e.g. *I can weigh the consequences of using AI for society*). The scale showed high reliability ($\alpha = 0.92$). The questionnaires were distributed in different core classes of the Department. A multiple regression was performed using Jamovi 2.5. Four multiple regressions were performed, considering the AI competences as the independent variable and the others as the dependent variable. Collinearity was good in all regressions. Results showed differences in the influence of AILS in the different variables. The need for interaction ($R^2=0.09$) is significantly influenced by any AI competence, while job performance ($R^2=0.07$) is only significantly influenced by AI usage ($\beta=0.21$; $p=0.013$). The other two variables obtained better results. A significant influence was observed in attitude to AI ($R^2=0.39$) by usage of AI ($\beta=0.48$; $p=0.001$), evaluation of AI ($\beta=0.17$; $p=0.036$), and ethics of AI ($\beta=-0.21$; $p=0.002$). Finally, the intention to use AI ($R^2=0.27$) was influenced by usage of AI ($\beta=0.43$; $p=0.001$), and ethics of AI ($\beta=-0.16$; $p=0.025$). The results showed that attitudes toward AI were best predicted by AI use, evaluation, and ethics. This is consistent with previous findings indicating that AI literacy predicts positive attitudes toward these technologies (Adamakis & Rachiotis, 2025). Likewise, intention to use was associated with use and ethics, supporting studies that indicate that AI skills are determinants of future willingness to use these tools (Vinoth et al., 2025). In academic performance, only the effective use of AI showed a significant influence, suggesting that direct practice with AI tools has a more tangible impact (Baldrich et al., 2025). Finally, the need for interaction could not be explained by any AI competency, suggesting that external factors may be more significant.

16. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΤΟΥΣ

Μίλτσης, Γ.¹, Λιανόπουλος, Ι.², Καραγιώργος, Θ.³, Φουντούκη, Α.¹ & Θεοδωράκης Ν.²

¹ Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

² ΤΕΦΑΑ Α.Π.Θ., Σέρρες

³ ΤΕΦΑΑ Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη

Περίληψη

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο η ταύτιση με την αθλητική ομάδα και η ανάγκη για κοινωνικοποίηση σχετίζονται με διάφορες όψεις της ενασχόλησης των φιλάθλων με την ομάδα τους, όπως η πρόθεση παρακολούθησης αθλητικών αγώνων, η ενασχόληση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) της ομάδας, οι κοινωνικές σχέσεις μεταξύ των φιλάθλων και το φαινόμενο της αντανακλώμενης δόξας (Basking in Reflected Glory – BIRGing). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τόσο η ταύτιση, όσο και η κοινωνικοποίηση προέβλεπαν στατιστικά σημαντικά και θετικά κάθε μία από τις όψεις της ενασχόλησης.

Λέξεις – κλειδιά: ταύτιση με την αθλητική ομάδα, πρόθεση για παρακολούθηση, απόλαυση της αντανακλώμενης δόξας.

Εισαγωγή

Η έννοια της ενασχόλησης των φιλάθλων συνιστά μία ολιστική προσέγγιση της σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ ενός ατόμου και της αγαπημένης του ομάδας και περιλαμβάνει το σύνολο των ενεργειών και αλληλεπιδράσεων, μέσω των οποίων παράγεται αξία και για τα δύο εμπλεκόμενα μέρη (Huettermann et al., 2022; McDonald et al., 2022). Καθώς οι φίλαθλοι εκδηλώνουν ποικίλες μορφές ωφέλιμης ενασχόλησης με την ομάδα τους (Huettermann et al., 2022), οι ερευνητές έχουν επισημάνει τη σημαντικότητα εξέτασης των καθοριστικών της παραγόντων (McDonald et al., 2022). Δύο κεντρικές έννοιες διερεύνησης της συμπεριφοράς των φιλάθλων αποτελούν η ταύτιση με την αθλητική ομάδα και η ανάγκη για κοινωνικοποίηση. Παρότι η προβλεπτική ικανότητα των συγκεκριμένων παραγόντων σε διάφορες μορφές ενασχόλησης έχει επισημανθεί (McDonald et al., 2022), η ταυτόχρονη διερεύνηση της σχέσης τους με διαφορετικούς τρόπους ενασχόλησης των φιλάθλων δεν έχει ακόμη εξεταστεί. Σύμφωνα με τους McDonald et al., (2022), η ταύτιση και η κοινωνικοποίηση ενδέχεται να μην σχετίζονται με τον ίδιο βαθμό με τις διαφορετικές όψεις της ενασχόλησης.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η διερεύνηση των σχέσεων της ταύτισης με την αθλητική ομάδα και της ανάγκης για κοινωνικοποίηση με μία σειρά μορφών ενασχόλησης των φιλάθλων με την ομάδα τους, όπως η πρόθεση παρακολούθησης αθλητικών αγώνων, η ενασχόληση με τα ΜΚΔ της ομάδας, οι σχέσεις μεταξύ των φιλάθλων και το φαινόμενο της αντανακλώμενης δόξας (BIRGing).

Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Σύμφωνα με τους Yoshida et al., (2014), η ενασχόληση των φιλάθλων μπορεί να διακριθεί σε συναλλακτικές και μη συναλλακτικές συμπεριφορές. Οι συναλλακτικές αφορούν άμεσα οικονομικές δραστηριότητες και καταναλωτικές ενέργειες, ενώ οι μη συναλλακτικές αποτυπώνουν τη ψυχολογική και κοινωνική διάσταση της σχέσης φιλάθλου/ομάδας. Στην παρούσα έρευνα η πρόθεση παρακολούθησης αγώνων της ομάδας επιλέχθηκε ως συναλλακτικός τρόπος ενασχόλησης, ενώ το φαινόμενο BIRGing (π.χ. η τάση των φιλάθλων να δημοσιοποιούν τη σχέση με την ομάδα τους) (Trail et al., 2003), η δημιουργία σχέσεων με άλλους φιλάθλους της ομάδας και η ενεργή ενασχόληση με τα ΜΚΔ της ομάδας (π.χ. διαμοιρασμός περιεχομένου της ομάδας, δημιουργία πρωτότυπου περιεχομένου) (Yoshida et al., 2018), επιλέχθηκαν ως μη συναλλακτικοί τρόποι ενασχόλησης.

Η επιλογή της ταύτισης με την αθλητική ομάδα και της ανάγκης για κοινωνικοποίηση ως προβλεπτικών παραγόντων ενασχόλησης βασίζεται στο γεγονός ότι, παρά τη σημαντική συνεισφορά τους στην κατανόηση της συμπεριφοράς των φιλάθλων, η κοινή τους πρόβλεψη διαφορετικών διαστάσεων της ενασχόλησης δεν έχει διερευνηθεί εκτενώς. Όσον αφορά στην ταύτιση, οι Wann και Branscombe (1993), όρισαν την έννοια ως την ψυχολογική σύνδεση που αναπτύσσεται ανάμεσά στο άτομο και την αγαπημένη του αθλητική ομάδα. Η ανάγκη για κοινωνικοποίηση στην παρούσα έρευνα ορίζεται ως η ευχαρίστηση που αντλεί το άτομο από τη συναναστροφή του με άλλους φιλάθλους της ομάδας (Trail & James, 2001).

Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας ήταν η ποσοτική.

Δείγμα: Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 224 φιλάθλοι της ποδοσφαιρικής ομάδας του Π.Α.Ο.Κ.. Η πλειοψηφία ήταν άνδρες (86,2%), άγαμοι (51,8%), απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ (36,2%), υπάλληλοι στον ιδιωτικό τομέα (40,6%) και το μηνιαίο τους εισόδημα κυμαίνονταν μεταξύ 501€ και 1000€ (37,1%). Ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων ήταν τα 35,72 χρόνια ($T.A.=11,92$).

Όργανα μέτρησης: Για την μέτρηση των επιπέδων ταύτισης των φιλάθλων με την αγαπημένη τους αθλητική ομάδα χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα των Tsigilis et al., (2022) (10 ερωτήματα). Η μέτρηση της ανάγκης για κοινωνικοποίηση μετρήθηκε με την κλίμακα των Trail και James (2001) (3 ερωτήματα), η ενασχόληση των καταναλωτών με την ομάδα τους στα ΜΚΔ μετρήθηκε με την κλίμακα των Yoshida et al., (2018) (7 ερωτήματα), το φαινόμενο του BIRGing μετρήθηκε με την κλίμακα των Trail et al., (2003) (3 ερωτήματα), οι σχέσεις μεταξύ των φιλάθλων μετρήθηκαν με την κλίμακα των Ridings et al., (2002) (3 ερωτήματα) και η πρόθεση των φιλάθλων να παρακολουθήσουν αγώνες της ομάδας τους μετρήθηκε με την κλίμακα του Hedlund (2014) (3 ερωτήματα).

Διαδικασία συλλογής δεδομένων: Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου, το οποίο αναρτήθηκε σε δημοφιλείς σελίδες του Facebook που σχετίζονται με το ποδόσφαιρο και φιλοξενούν ενεργές κοινότητες φιλάθλων του Π.Α.Ο.Κ., από τις 27/03 έως 11/05/25.

Αποτελέσματα

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι, οι τυπικές αποκλίσεις και οι συντελεστές αξιοπιστίας για όλες τις λανθάνουσες μεταβλητές. Τα αποτελέσματα της ανάλυση συσχέτισης, έδειξαν ότι όλες οι μεταβλητές παρουσίασαν θετικές και στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις μεταξύ τους.

Πίνακας 1: Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και συντελεστές εσωτερικής συνοχής των λανθανουσών μεταβλητών.

Μεταβλητή	<i>M.O.</i>	<i>T.A.</i>	<i>α</i>
Ταύτιση	3.54	1.18	.94
Κοινωνικοποίηση	5.48	1.39	.94
Ενασχόληση με ΜΚΔ	3.96	1.95	.96
BIRGing	4.94	1,70	.97
Σχέσεις μεταξύ φιλάθλων	5.58	1.58	.96
Παρακολούθηση αγώνων	6.08	1.32	.97

Για τη διερεύνηση των σχέσεων της ταύτισης και της ανάγκης για κοινωνικοποίηση (οι οποίες ορίστηκαν ως ανεξάρτητες μεταβλητές) με τις όψεις της ενασχόλησης πραγματοποιήθηκαν τέσσερις αναλύσεις πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι η ταύτιση και η κοινωνικοποίηση προέβλεψαν το 48% της διακύμανσης της παρακολούθησης αγώνων, το 48% της διακύμανσης της ενασχόλησης με τα ΜΚΔ, το 71% της διακύμανσης των σχέσεων μεταξύ των φιλάθλων και το 56% της διακύμανσης του BIRGing. Αξίζει να σημειωθεί ότι τόσο η ταύτιση όσο και η κοινωνικοποίηση συνεισέφεραν στατιστικά σημαντικά και θετικά στην πρόβλεψη όλων των εξαρτημένων μεταβλητών (Πίνακας 2).

Πίνακας 2: Αναλύσεις γραμμικής παλινδρόμησης.

Εξαρτημένη μεταβλητή	Ανεξάρτητη μεταβλητή	β	<i>t</i>	Ποσοστό διακύμανσης
Παρακολούθηση αγώνων	Ταύτιση	.34*	5.31	$R^2 = .48$
	Κοινωνικοποίηση	.43*	6.68	
Ενασχόληση με ΜΚΔ	Ταύτιση	.58*	9.04	$R^2 = .48$
	Κοινωνικοποίηση	.16**	2.58	
Σχέσεις μεταξύ φιλάθλων	Ταύτιση	.42*	8.80	$R^2 = .71$
	Κοινωνικοποίηση	.50*	10.46	
BIRGing	Ταύτιση	.58*	9.86	$R^2 = 56$
	Κοινωνικοποίηση	.23*	3.99	

Σημείωση: * $p < .001$, ** $p < .05$

Συζήτηση – Συμπεράσματα

Τα ευρήματα της μελέτης επιβεβαίωσαν τη σημασία της ταύτισης με την αθλητική ομάδα και της ανάγκης για κοινωνικοποίηση στην κατανόηση της συμπεριφοράς των φιλάθλων, καθώς και οι δύο παράγοντες φάνηκαν να συνεισφέρουν σημαντικά στην πρόβλεψη όλων των εξεταζόμενων μορφών ενασχόλησης. Επιπλέον, καθώς η παρούσα έρευνα ήταν από τις λίγες

που διερεύνησαν τον καθοριστικό ρόλο των δύο παραγόντων ταυτόχρονα, τα αποτελέσματα ανέδειξαν, σε συμφωνία με τους McDonald et al., (2022), διαφοροποιήσεις στη δυναμική με την οποία οι δύο έννοιες συνδέονται με τις επιμέρους όψεις της ενασχόλησης. Πιο συγκεκριμένα, η κοινωνικοποίηση προέβλεψε ισχυρότερα την πρόθεση για παρακολούθηση αγώνων και τις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των φιλάθλων, ενώ η ταύτιση φάνηκε να έχει ισχυρότερη επίδραση στην ενασχόληση με τα ΜΚΔ και στο φαινόμενο BIRGing.

Σε θεωρητικό επίπεδο, τα ευρήματα της μελέτης ενισχύουν την υπάρχουσα βιβλιογραφία, συμβάλλοντας στην αποσαφήνιση της προβλεπτικής ικανότητας της ταύτισης και της κοινωνικοποίησης σε ένα εύρος συμπεριφορικών εκδηλώσεων της ενασχόλησης. Σε πρακτικό επίπεδο, τα διοικητικά στελέχη των αθλητικών ομάδων μπορούν να προσαρμόζουν τις στρατηγικές τους ανάλογα με τη μορφή ενασχόλησης που επιδιώκουν να ενισχύσουν. Για παράδειγμα, όταν ο στόχος είναι η αύξηση της προσέλευσης στο γήπεδο, μπορούν να υιοθετηθούν δράσεις, όπως η δημιουργία ειδικών ζωνών φιλάθλων ή η διοργάνωση οργανωμένων εκδρομών, ώστε να καλυφθεί με αυτόν τον τρόπο η ανάγκη για κοινωνικοποίηση. Αντίστοιχα, προωθητικές ενέργειες που ενθαρρύνουν τους φιλάθλους να κοινοποιούν στα ΜΚΔ προσωπικές εμπειρίες ή στιγμές με την ομάδα δύνανται να ενισχύσουν την ψυχολογική τους δέσμευση και, ως αποτέλεσμα, να αυξήσουν τη διαδικτυακή τους δραστηριότητα.

Βιβλιογραφία

- Hedlund, D. P. (2014). Creating value through membership and participation in sport fan consumption communities. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 50-71.
- Huettermann, M., Uhrich, S., & Koenigstorfer, J. (2022). Components and outcomes of fan engagement in team sports: the perspective of managers and fans components and outcomes of fan engagement in team sports: the perspective of managers and fans. *Journal of Global Sport Management*, 7(4), 447-478.
- McDonald, H., Biscaia, R., Yoshida, M., Conduit, J., & Doyle, J. P. (2022). Customer engagement in sport: an updated review and research agenda. *Journal of Sport Management*, 36(3), 289-304.
- Ridings, C. M., Gefen, D. & Arinze, B. (2002). Some antecedents and effects of trust in virtual communities. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11, 271-295.
- Trail, G. T., Fink, J. S., & Anderson, D. F. (2003). Sport spectator consumption behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 12(1), 8-17.
- Trail, G. T., & James, J. D. (2001). The Motivation Scale for Sport Consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Tsigilis, N., Lianopoulos, Y., Gardikiotis, A., & Theodorakis, N. D. (2022). Development and validation of sport team identification scale within social identity theory: an item response theory approach. *Hellenic Journal of Psychology*, 19(3), 231-253.
- Wann, D. L., & Branscombe, N. R. (1993). Sports fans: measuring degree of identification with their team. *International Journal of Sport Psychology*, 24(1), 1-17.
- Yoshida, M., Gordon, B., Nakazawa, M., & Biscaia, R. (2014). Conceptualization and measurement of fan engagement: empirical evidence from a professional sport context. *Journal of Sport Management*, 28(4), 399-417.
- Yoshida, M., Gordon, B., Nakazawa, M., Shibuya, S., & Fujiwara, N. (2018). Bridging the gap between social media and behavioral brand loyalty. *Electronic Commerce Research & Applications*, 28, 208-218.

17. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ιατρίδου, Ρ.¹, Γλονιά, Ε.²

¹ Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

² ΣΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Η Ελλάδα διεκδικεί σημαντικό μερίδιο από τα περίπου € 2 εκ., που διαθέτουν οι ευρωπαίοι καταδυτικοί τουρίστες κάθε χρόνο (Μοίρα & Μυλωνόπουλος, 2020). Στο πλαίσιο του στόχου για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ενίσχυση της βιωσιμότητας των τουριστικών προορισμών (Κανελάκη, 2022; Γαλαίος, 2025), το Ελληνικό Υπουργείο Τουρισμού (ΕΥΤ) ενέταξε στην εθνική τουριστική στρατηγική αποφάσεις και δράσεις για την ανάπτυξη του ελληνικού καταδυτικού τουρισμού (mintour.gov.gr, 2024). Το 2024, το ΕΥΤ δημοσίευσε πρόσκληση για την δράση «Ενισχύσεις Καταδυτικού Τουρισμού» (Υποέργο 7, [χ.η.]), προϋπολογισμού άνω των € 6 εκ., ώστε να επιχορηγήσει προτάσεις επενδύσεων σε καταδυτικά πάρκα, υλικοτεχνικό εξοπλισμό και υπηρεσίες. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνήσει τις στρατηγικές αποφάσεις και πολιτικές σχετικά με τον καταδυτικό τουρισμό (Λιάλιος, 2025), καθώς και τον βαθμό αξιοποίησης των επιχειρηματικών εργαλείων που είχαν στη διάθεση τους τοπικοί φορείς, επιχειρήσεις και επαγγελματίες της κατάδυσης. Στην εκτεταμένη δευτερογενή έρευνα πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση για την υφιστάμενη κατάσταση του καταδυτικού τουρισμού, των επιχειρήσεων, των υπό έγκριση και υπό υλοποίηση έργων και των πολιτικών για την προβολή της χώρας (mintour.gov.gr, 2021). Η πρωτογενής έρευνα πραγματοποιήθηκε με ερωτηματολόγιο σε δείγμα 194 επαγγελματιών, το οποίο απάντησαν 80. Ερευνητικοί στόχοι ήταν: α) η εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το προφίλ των επαγγελματιών (82,5% άνδρες - 17,5% γυναίκες, 77,4% >40 χρονών, με το 45% στην ηλικιακή κατηγορία 50-59 χρονών, 65,1% επίπεδο μόρφωσης την ΑΕΙ/ΑΤΕΙ ή μεταπτυχιακό), β) η αξιολόγηση της επιχειρηματικότητας στον καταδυτικό τουρισμό (60,8% ατομικές επιχειρήσεις κυρίως μικρού και πολύ μικρού μεγέθους, 72%, με σταθερό αριθμό εργαζομένων την τελευταία τριετία, μικρός αριθμός νέων επιχειρήσεων, αυξητική τάση των εσόδων ανά επισκέπτη και των αποδοχών των εργαζομένων) και γ) η αξιοποίηση των διαθέσιμων επιχειρηματικών εργαλείων (μόλις το 12,2% κατέθεσε φάκελο στο «υποέργο 7», το 10,7% αξιοποίησε το πρόγραμμα ψηφιακού μετασχηματισμού, το 59,5% δε συμμετέχει/παρακολουθεί τις εργασίες του ΣΚΤ, το 76% και 82,7% δε συμμετέχουν σε διεθνείς και εθνικές εκθέσεις προβολής του κλάδου αντίστοιχα. Η εργασία σκοπεύει να αναδείξει πεδία για μελλοντικές έρευνες, όπως η διερεύνηση της επιχειρηματικότητας σε περιοχές με νέα καταδυτικά πάρκα και ενάλιους αρχαιολογικούς χώρους, η μελέτη αντικτύπου στο θαλάσσιο και παράκτιο περιβάλλον, τη φέρουσα ικανότητα και τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και η αξιολόγηση των ενεργειών μάρκετινγκ για τη δημιουργία αφοσιωμένων αθλητικών τουριστικών καταναλωτών (δυτών).

18. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΣΥΝΕΙΡΜΩΝ, ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΣΧΥΡΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΤΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αθανασίου, Χ., Αλεξανδρή, Κ., Καραγιώργος, Θ.

ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Η Ελλάδα είναι μία χώρα στην οποία τα τελευταία χρόνια οι δραστηριότητες αναψυχής ακμάζουν ολοένα και περισσότερο. Όσον αφορά στην χειμερινή περίοδο, η αγορά της χιονοδρομίας είναι μία από τις πιο σημαντικές στον τομέα των υπαίθριων δραστηριοτήτων και του τουρισμού αναψυχής. Είναι σημαντικό τα χιονοδρομικά κέντρα να ενημερώνονται για τις απόψεις των καταναλωτών, ώστε να εντοπίζουν τις προτιμήσεις τους και να βελτιώνουν τις υπηρεσίες τους. Ωστόσο δεν υπάρχει κάποια έρευνα, η οποία να αφορά αποκλειστικά στους καταναλωτικούς συνειρμούς στην αγορά της χιονοδρομίας στην Ελλάδα. Η παρούσα έρευνα στοχεύει στη διερεύνηση της σχέσης της ποιότητας των υπηρεσιών και καταναλωτικών συνειρμών των χιονοδρομών ως προς την ανάπτυξη ισχυρής επωνυμίας των χιονοδρομικών κέντρων στην Ελλάδα. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 226 χιονοδρόμοι από όλη την Ελλάδα. Το όργανο μέτρησης αποτέλεσε ένας συνδυασμός δύο ερευνητικών εργαλείων: 1) των Brady και Cronin (2001), ως προς την μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών με επτά διαστάσεις: α) προσωπικό, β) χρόνος αναμονής, γ) ποιότητα εγκαταστάσεων, δ) τιμή, ε) εξοπλισμός, στ) πίστες και ζ) ποιότητα διοίκησης, καθώς και 2) των Gladden και Funk (2002) ως προς την μέτρηση των καταναλωτικών συνειρμών με 11 διαστάσεις: α) διοίκηση, β) ποιότητα εγκαταστάσεων, γ) παράδοση προϊόντος, δ) παράδοση, ε) διαφυγή, στ) αποδοχή από ομότιμους, ζ) νοσταλγία, η) τοπική υπερηφάνεια, θ) σημαντικότητα, ι) γνώση και κ) συναισθηματική επίδραση. Για τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ των δυο θεωρητικών εννοιών πραγματοποιήθηκαν στατιστικές αναλύσεις γραμμικής παλινδρόμησης. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι: α) οι διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών των χιονοδρομικών κέντρων επιδρούν θετικά στην ανάπτυξη καταναλωτικών συνειρμών στους χιονοδρόμους και β) το προσωπικό του χιονοδρομικού, καθώς και ο χρόνος αναμονής στους αναβατήρες αποτελούν κατά μέσο όρο τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την δημιουργία καταναλωτικών συνειρμών.

19. ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΑΛΙΑΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗΣ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ

Κιαχίδου, Ε., Παπαδοπούλου, Γ.

Τμήμα Οικονομικής & Διοίκησης Τουρισμού, Πανεπιστήμιο Αιγαίου

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη βασίζεται σε ενδεδειγμένη δευτερογενή έρευνα και εστιάζει στη διασταύρωση των καλών πρακτικών της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης με τις καινοτόμες τεχνολογίες, όπως η εικονική πραγματικότητα (VR) και η επαυξημένη πραγματικότητα (AR), στον υπεύθυνο τουρισμό. Εξετάζει τον αντίκτυπο των ψηφιακών τεχνολογιών στην καλλιέργεια ενός μεγαλύτερου αισθήματος ευθύνης απέναντι στη βιωσιμότητα και την ανθεκτικότητα ενός παράκτιου προορισμού. Η προώθηση της καινοτομίας στον τουρισμό με τη συμπερίληψη της τοπικής κοινωνίας δημιουργεί το δομικό πλαίσιο συνεργειών που η υλοποίησή τους απαντά στις προκλήσεις για την ορθολογική διαχείριση, προστασία, αποκατάσταση, διατήρηση και θωράκιση της ανθεκτικότητας υγιών παράκτιων και θαλάσσιων οικοσυστημάτων και των αποθεμάτων τους και στην προώθηση βιώσιμης και δίκαιης κοινωνικο-οικονομικής και περιβαλλοντικής ανάπτυξης χωρίς αποκλεισμούς. Συγκεκριμένα, η VR και η AR εμπλουτίζουν την προσφερόμενη τουριστική εμπειρία του επισκέπτη και επηρεάζουν την ευαισθητοποίησή του για τη διατήρηση και προστασία του θαλάσσιου περιβάλλοντος. Ο καταδυτικός τουρισμός, ως εναλλακτική μορφή τουρισμού, με υγρές και «ξηρές» καταδύσεις, προάγοντας την προσβασιμότητα, μπορεί να συμβάλλει στην αειφόρο παράκτια και θαλάσσια ανάπτυξη σε καιρούς έντονων προκλήσεων στο θαλάσσιο περιβάλλον, όπως η κλιματική αλλαγή και ο υπερτουρισμός, που πλήττουν τους παράκτιους προορισμούς. Μελετώντας περιπτώσεις συνεργειών στην περιοχή της Μεσογείου στο πλαίσιο των προγραμμάτων BlueMed και BlueMed Plus, σε Προσβάσιμους Ενάλιους Χώρους Πολιτιστικής Κληρονομιάς (AUCHS) και σε Θαλάσσιες Προστατευόμενες Περιοχές (MPAs) που βρίσκονται σε πιλοτικές τοποθεσίες σε Ιταλία, Κροατία, Μαυροβούνιο, Αλβανία και Ελλάδα, εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι προκλήσεις ενεργοποιούν τον οικονομικό και παραγωγικό ιστό των παράκτιων προορισμών και συμβάλλουν στην αειφόρο και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη του τουρισμού. Με επίκεντρο της μελέτης το πρώτο ενάλιο μουσείο της Ελλάδος στην Περιστέρα, ως AUCHS μέσα στη μεγαλύτερη MPA της Ευρώπης, σε συνδυασμό με τα υπέργεια Κέντρα Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης Κοινού (KACs) στην περιοχή, αποδεικνύεται πως η υιοθέτηση του έξυπνου τουρισμού στην προβολή και προώθηση βιώσιμων πρακτικών θέτει τις βάσεις για ένα νέο μοντέλο συλλογικής διαχείρισης της τουριστικής ανάπτυξης. Επιπλέον, το εικαστικό διεθνές έργο Art4Sea, στο πλαίσιο του προγράμματος της Ε.Ε. «Δημιουργική Ευρώπη», εντάσσει ένα σύμπλεγμα συνεργειών που προάγουν τη δημιουργικότητα, με φυσικά και ψηφιακά έργα, ως εφελκυστικό για τη συλλογική αφύπνιση στο θέμα της προστασίας των ωκεανών και των ενάλιων αποθεμάτων τους, αναγνωρισμένο από τα Ηνωμένα Έθνη (UN) στο πρόγραμμα «Δεκαετία της Επιστήμης των Ωκεανών για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη (2021-2030)» που συντονίζεται από την UNESCO. Ως πρωταγωνιστής σε διεθνή δρώμενα η τοπική κοινωνία διαχειρίζεται τους πόρους της με σεβασμό στη φέρουσα ικανότητα, επικοινωνώντας το μήνυμα πως ορθολογική διαχείριση επιτυγχάνεται μόνο με υιοθέτηση και προσαρμογή στις νέες τάσεις που επιβάλλονται σε έναν κόσμο που αλλάζει.

20. WILD PADAGOGIES - “ΑΓΡΙΕΣ ΠΑΙΔΑΓΩΓΙΚΕΣ”: ΕΝΑ ΝΕΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Γλονιά, Ε.¹, Νασούλας, Αλ.¹, Ποζίδου, Μ.², Παπαδόπουλος, Ι.Α.¹, Μποτζώρης, Ν.³

¹ ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

² 3^ο Δημοτικό Σχολείο Πανοράματος

³ ΤΕΦΑΑ, Δ.Π.Θ.

Περίληψη

Σκοπός της εργασίας να διερευνήσει την εξάπλωση της έννοιας της «άγριες παιδαγωγικές» διεθνώς. Η ιδέα είναι ότι το *ίδιο το άγριο περιβάλλον είναι ο δάσκαλος και η σχολική τάξη*. Εμφανίστηκε τα τελευταία 10 χρόνια στην Ελλάδα με την δημιουργία «Σχολείων της Φύσης» κυρίως στην Πρωτοβάθμια ιδιωτική εκπαίδευση, αλλά η τάση είναι αυξητική και ενσωματώνεται και στην δημόσια εκπαίδευση. Στον Καναδά και τις ΗΠΑ το 30% των δομών προσχολικής ηλικίας ενσωματώνουν καθημερινές ή εβδομαδιαίες δραστηριότητες «άγριας φύσης» σε πάρκα, δημόσιους κήπους και εθνικούς δρυμούς. Στην Ευρώπη η παρουσία είναι ισχυρότερη. Στο Ην. Βασίλειο και τις σκανδιναβικές χώρες (π.χ. 15% δημοτικά σχολεία στο Ηνωμένο Βασίλειο, ~10% Waldkindergärten στη Γερμανία, >40% παιδιά 3-5 χρονών, στην Εσθονία, στις Σκανδιναβικές χώρες σε άγρια περιβάλλοντα) και χαμηλότερη στη Νότια Ευρώπη. Ιδιαίτερη παρουσία έχει στις αφρικανικές χώρες Κένυα, Μαδαγασκάρη και Τανζανία, όπου οι μαθητές συμμετέχουν και σε προγράμματα διατήρησης της φύσης που χρηματοδοτούνται μέσω ΜΚΟ. Τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν μία ανισότητα: τα παιδιά σε σκανδιναβικά / ηπειρωτικά / γερμανόφωνα περιβάλλοντα έχουν πολύ μεγαλύτερη έκθεση στην άγρια μάθηση από ό,τι εκείνα στη Ν. Ευρώπη ή ακόμα και σε μέρη των ΗΠΑ με λιγότερες υποδομές πράσινων σχολείων. Τα σχολεία θα μπορούσαν να επανεξετάσουν τον χρόνο στην τάξη έναντι του «άγριου χρόνου», ορίζοντας εβδομαδιαίες συνεδρίες «άγριων παιδαγωγικών» σε χώρους πρασίνου ή σε κοντινά δάση και λειτουργία του σχολικού κήπου. Η κατάρτιση εκπαιδευτικών / η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη (CPD) θα μπορούσε να ενσωματώσει τις αρχές των άγριων παιδαγωγικών, ώστε οι εκπαιδευτικοί να αισθάνονται άνετα με την εξερεύνηση της φύσης με αποτέλεσμα την διαθεματική μάθηση και την πλούσια σε εμπειρίες σχολική ζωή.

21. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΕ ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Μπαλατσός, Κ., Καϊμακάμης, Δ., Σερβές, Μ.

ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Τα θεματικά πάρκα είναι οργανωμένοι χώροι αναψυχής που αναπτύσσονται γύρω από μία κεντρική θεματική ιδέα, προσφέροντας ολοκληρωμένες εμπειρίες ψυχαγωγίας (Rebori, 2007) και αποτελούν μία από τις πιο δημοφιλείς μορφές αναψυχής σε όλο τον κόσμο. Τα περισσότερα από αυτά έχουν ως κεντρική ιδέα ένα ή και περισσότερα θέματα, με έρευνες να δείχνουν πως τα επόμενα χρόνια θα δαπανώνται μεγάλα επενδυτικά ποσά (Grand View Research, Theme Park Market, 2023). Τα τελευταία χρόνια, η δημοτικότητά τους έχει αυξηθεί ραγδαία, αφού στα κορυφαία 25 θεματικά πάρκα, το 2008, κατεγράφησαν πάνω από 246 εκατομμύρια επισκέπτες (Themed Entertainment Association, 2024). Κύριος σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας ήταν να μελετήσει την επίδραση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και της ικανοποίησης των συμμετεχόντων σε θεματικό πάρκο αναψυχής. Στην έρευνα συμμετείχαν 96 παιδιά, ηλικίας 10 έως 15 χρονών (80,2% κορίτσια, 19,8% αγόρια), που πραγματοποίησαν διάφορες δραστηριότητες στο πάρκο αναψυχής του ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ, στο πλαίσιο ενός ερευνητικού προγράμματος του ΑΠΘ. Για την αξιολόγηση της ποιότητας και της ικανοποίησης πελατών χρησιμοποιήθηκε ένα ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο (Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis, & Grouios, 2004), το οποίο αποτελείται από δύο μέρη: το πρώτο περιλαμβάνει 25 ερωτήσεις, ενώ το δεύτερο έξι. Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου αναφέρεται στο επίπεδο της ποιότητας των υπηρεσιών του θεματικού πάρκου (π.χ. είναι ακριβής η περιγραφή του προγράμματος;), ενώ το δεύτερο αφορούσε στην ικανοποίηση και την συλλογή των δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων (π.χ. φύλο, ηλικία). Η εγκυρότητα των παραγόντων επιβεβαιώθηκε από το δείκτη α του Cronbach. Η ικανοποίηση ήταν ιδιαίτερα υψηλή: το 63,5% δήλωσε μέγιστη ικανοποίηση (βαθμός 6), ενώ ο μέσος όρος ανήλθε σε 5,6/6. Όλες οι διαστάσεις ποιότητας υπηρεσιών αξιολογήθηκαν θετικά, με υψηλότερες τιμές στο προσωπικό ($M=6,40$) και στην αξιοπιστία ($M=6,29$), ενώ οι εγκαταστάσεις ($M=6,08$), η ανταπόκριση ($M=6,12$) και τα αποτελέσματα/οφέλη ($M=5,97$) διατηρήθηκαν επίσης σε υψηλά επίπεδα. Η σύγκριση ικανοποίησης και ποιότητας δείχνει ότι οι κορυφαίες διαστάσεις του προσωπικού και της αξιοπιστίας συνδέονται άμεσα με τα εξαιρετικά υψηλά επίπεδα ικανοποίησης. Οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν θετικά την επαγγελματική συμπεριφορά, την ασφάλεια και την οργάνωση, παράγοντες που φαίνεται να διαμόρφωσαν καθοριστικά την εμπειρία τους. Συμπερασματικά, η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει ισχυρά την ικανοποίηση, επιβεβαιώνοντας τη σημασία της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης, της αξιοπιστίας και της λειτουργικής επάρκειας σε περιβάλλοντα αναψυχής για παιδιά.

22. ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΙΑΜΑΤΙΚΟΥ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΖΩΟΓΟΝΗΣΗ ΤΩΝ ΛΟΥΤΡΩΝ ΒΟΛΒΗΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

Καλαϊτζή, Γ., Τσίτσκαρη, Ε., Κώστα, Γ., Υφαντίδου, Γ.

ΤΕΦΑΑ, Δ.Π.Θ.

Περίληψη

Ο αθλητικός και ευεξιακός τουρισμός αναγνωρίζεται ως ένας από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας, καθώς συνδυάζει τη σωματική δραστηριότητα, την ψυχαγωγία και την προαγωγή της υγείας σε ένα ενιαίο, ολιστικό προϊόν (Weed, 2020), ενώ παράλληλα συμβάλλει σημαντικά στην τοπική ανάπτυξη (Higham & Hinch, 2018). Ο ιαματικός τουρισμός αξιοποιεί φυσικούς ιαματικούς πόρους για την πρόληψη και αποκατάσταση προβλημάτων υγείας, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στη τουριστική ανάπτυξη (Erfurt-Cooper, 2010). Η σύνδεση των ιαματικών υπηρεσιών με ήπιες μορφές άθλησης και δραστηριότητες ευεξίας, όπως πεζοπορία, γιόγκα ή ποδηλασία, αποτελεί μία καινοτόμο προσέγγιση που μπορεί να προσφέρει εμπειρίες υψηλής ποιότητας σε τουρίστες που αναζητούν συνδυασμό χαλάρωσης, υγείας και δραστηριότητας (Khunnikom et al., 2025).

Η Ελλάδα διαθέτει μακρά παράδοση ιαματικού τουρισμού (Voudouris, Soupios, Kallergis, & Papadopoulou, 2022), ωστόσο, η αξιοποίησή τους παραμένει περιορισμένη, λόγω γηρασμένων υποδομών, ελλιπούς προβολής και απουσίας σύνδεσης με άλλες μορφές τουρισμού (Beriatos & Parageorgiou, 2009). Αυτή είναι η κατάσταση επικρατεί και στα Λουτρά Βόλβης, τα οποία από το 2017 έχουν διακόψει τη λειτουργία τους (Thes.gr, 2019; Loutropoleis, 2020).

Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν, μέσω ποιοτικής προσέγγισης, να διερευνηθούν οι δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ ιαματικού και αθλητικού τουρισμού, με σκοπό τη βιώσιμη αναζωογόνηση των Λουτρών Βόλβης. Τρεις ημι-δομημένες συνεντεύξεις, δια ζώσης και διαδικτυακά, αποτέλεσαν την αρχική φάση συλλογής δεδομένων, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση των πρώτων θεματικών κατευθύνσεων. Επιπλέον, πραγματοποιήθηκε επιτόπια παρατήρηση στον χώρο των Λουτρών. Η επιλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε με σκοπούμενη δειγματοληψία και τεχνική χιονοστιβάδας. Ο οδηγός συνέντευξης σχεδιάστηκε ακολουθώντας τις αρχές ποιοτικής διερεύνησης των Creswell και Poth (2018), και τη διαδικασία θεματικής προσέγγισης των Braun και Clarke (2021), ώστε να αποτυπώνει αντιλήψεις σχετικά με την υφιστάμενη κατάσταση, τις δυνατότητες αξιοποίησης του ιαματικού πόρου, τις ευκαιρίες ανάπτυξης ήπιων αθλητικών δραστηριοτήτων και τα εμπόδια για την επανενεργοποίηση του προορισμού.

Τα δεδομένα αναλύθηκαν με θεματική ανάλυση σύμφωνα με το μοντέλο των Braun και Clarke (2021), η οποία ανέδειξε πέντε βασικά πεδία: α) η επαναλειτουργία των ιαματικών εγκαταστάσεων είναι προαπαιτούμενο για κάθε τουριστική ανάπτυξη, β) υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες σύνδεσης του ιαματικού τουρισμού με δραστηριότητες άθλησης και ευεξίας, αξιοποιώντας το φυσικό περιβάλλον της λίμνης. γ) υπάρχει ανάγκη στρατηγικής συνεργασίας μεταξύ Δήμου, επιχειρήσεων και φορέων προστασίας του περιβάλλοντος, δ) υπάρχουν προβλήματα, όπως εγκατάλειψη, ανεπαρκής προβολή και απουσία ταυτότητας

προορισμού και ε) το καθεστώς Ramsar αποτελεί ταυτόχρονα πρόκληση και ευκαιρία για την ανάπτυξη ενός μοντέλου τουρισμού χαμηλού περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι η συνέργεια ιαματικού και αθλητικού τουρισμού μπορεί να αποτελέσει ισχυρή και βιώσιμη κατεύθυνση για την αναζωογόνηση των Λουτρών Βόλβης. Η επιτυχής υλοποίηση προϋποθέτει ολοκληρωμένο σχεδιασμό, συμμετοχική διακυβέρνηση και προστασία του ευαίσθητου οικοσυστήματος. Η έρευνα συμβάλλει στην κατανόηση ενός σύγχρονου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, το οποίο συνδυάζει υγεία, άσκηση και ευεξία σε περιοχές υψηλής περιβαλλοντικής αξίας.

23. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΕΡΓΗΣ ΑΣΤΙΚΗΣ ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: NUDGING2MOVE

Γιαννακού, Ε.¹, Καραγιώργος, Θ.¹, Ντοβόλη, Α.², Ανωυρκάτη, Ε.³, Αλεξανδρής, Κ.¹

¹ Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

² University of Frederick

³ University of Coventry

Περίληψη

Το NUDGING2MOVE (N2M) είναι μία ευρωπαϊκή πρωτοβουλία που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+ Sports και στοχεύει στην προώθηση της ενεργητικής κινητικότητας και της αύξησης της καθημερινής σωματικής δραστηριότητας των αστικών πληθυσμών μέσω της εφαρμογής στρατηγικών αλλαγής συμπεριφοράς βασισμένων σε τεχνικές «ώθησης» (nudging). Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν ο προσδιορισμός του προφίλ του αστικού πληθυσμού για την κατανόηση των κοινωνικοδημογραφικών, επαγγελματικών και χωρικών χαρακτηριστικών που επηρεάζουν τις καθημερινές ανάγκες και τις επιλογές μετακίνησης των ατόμων, ώστε να καταστεί δυνατή η μετάβαση προς έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής στις πόλεις. Η μεθοδολογία για την παρούσα έρευνα ήταν ποσοτική μέσω ερωτηματολογίου που διαμοιράστηκε διαδικτυακά τους μήνες Απρίλιο με Ιούνιο του 2025, προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά δεδομένα σε σχέση με το προφίλ των συμμετεχόντων και την ενεργή κινητικότητα σε τρεις βασικές ομάδες-στόχους: α) μετακίνηση προς την εργασία, β) μετακίνηση προς εκπαιδευτικά ιδρύματα και γ) μετακίνηση για αναψυχή. Στην έρευνα συμμετείχαν άτομα 294 άτομα (N=294), ηλικίας 20 έως 70 χρονών (94 άνδρες [32%] και 200 γυναίκες [68%]) που κατοικούν στην Ελλάδα.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το προφίλ των συμμετεχόντων χαρακτηρίζεται από υψηλό μορφωτικό επίπεδο, κυρίως αστική διαβίωση και έντονη επαγγελματική δραστηριοποίηση, με την πλειονότητα να εργάζεται ως υπάλληλοι ή αυτοαπασχολούμενοι σε αστικά περιβάλλοντα. Η πλειονότητα επιλέγει συστηματικά το αυτοκίνητο ή τη μοτοσυκλέτα για την μετακίνησή τους (55,1%), ενώ η χρήση βιώσιμων μορφών μετακίνησης, όπως το περπάτημα, οι δημόσιες συγκοινωνίες και το ποδήλατο, παραμένουν εξαιρετικά χαμηλές, με χαρακτηριστικό παράδειγμα ότι το 90,1% των συμμετεχόντων δεν χρησιμοποιεί ποτέ το ποδήλατο ως μέσο μετακίνησης.

Τα ευρήματα υποδηλώνουν περιορισμένη ενσωμάτωση ενεργειακά αποδοτικών και περιβαλλοντικά φιλικών πρακτικών μετακίνησης στην καθημερινή ρουτίνα των συμμετεχόντων, αναδεικνύοντας την ανάγκη για παρεμβάσεις που θα ενισχύσουν τη βιώσιμη κινητικότητα. Το N2M είναι σημαντικό για την κοινωνία, καθώς συνάδει με τους σύγχρονους στόχους για τη δημόσια υγεία και τη βιωσιμότητα, με οικονομικά αποδοτικές παρεμβάσεις στις ατομικές επιλογές με προβλέψιμο, αλλά μη καταναγκαστικό τρόπο.

24. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΤΗΣ ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΜΕΤΑΔΟΣΕΩΝ ΜΠΑΣΚΕΤ

Ναλμπάντης, Γ.¹, Μανασής, Β.²

¹ University of Tübingen

² ΤΕΦΑΑ, ΕΚΠΑ

Περίληψη

Παρά τη ραγδαία εξάπλωση των υπηρεσιών μετάδοσης μέσω διαδικτύου (over-the-top, OTT) στον χώρο των αθλητικών μεταδόσεων, η εμπειρική έρευνα σχετικά με τη ζήτηση για τέτοιου είδους περιεχόμενο παραμένει περιορισμένη (Nalbantis & Kühne, 2024; Baecker et al., 2024). Ακόμη πιο περιορισμένη είναι η κατανόηση σχετικά με τη συμπεριφορά του κοινού ως προς την τηλεθέαση μπάσκετ, ιδιαίτερα στις ευρωπαϊκές αγορές (Di Mattia & Krumer, 2023; Schreyer & Ansari, 2022; Nalbantis & Pawlowski, 2016). Η παρούσα μελέτη επιχειρεί να καλύψει αυτό το κενό, αναλύοντας τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης για μεταδόσεις της Greek Basketball League (GBL) μέσω τηλεόρασης (EPT), live streaming (ERTFLIX) και video-on-demand (επίσημο κανάλι της EPT στο YouTube). Για πρώτη φορά στη βιβλιογραφία προσφέρεται μία συστηματική ανάλυση που εξετάζει το σύνολο των διαφορετικών καναλιών διάθεσης του οπτικοακουστικού περιεχομένου. Αξιοποιώντας λεπτομερή δεδομένα (τηλε)θέασης για τις περιόδους 2022-2023, 2023-2024 και 2024-2025, η μελέτη διερευνά ένα ευρύ φάσμα πιθανών προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης, όπως η ελκυστικότητα των αγώνων (π.χ. ανταγωνιστικότητα, ELO ratings) και τα χαρακτηριστικά προγραμματισμού (ημέρα και ώρα μετάδοσης). Ειδικότερη έμφαση δίνεται στον ανταγωνισμό με παράλληλες μεταδόσεις ποδοσφαιρικών αγώνων Superleague, καθώς και στην επίδραση της ταυτόχρονης προβολής του ίδιου αγώνα μέσω live streaming και τηλεόρασης. Η εμπειρική ανάλυση ξεκινά με την εκτίμηση ενός μοντέλου Poisson με σταθερές επιδράσεις υψηλής διάστασης (PPMLHDFE), το οποίο διερευνά τη συσχέτιση των παραγόντων αυτών με τα επίπεδα τηλεθέασης, θέασης μέσω live streaming και video-on-demand. Ως έλεγχοι ευρωστίας (robustness checks) χρησιμοποιούνται επιπλέον ένα μοντέλο Heckman και ένα μοντέλο endogenous treatment regression για τον έλεγχο της μη τυχαίοποιημένης κατανομής αγώνων με τηλεοπτική κάλυψη, καθώς και ένα μοντέλο γραμμικής παλινδρόμησης ελαχίστων τετραγώνων (OLS). Ανεξαρτήτως οικονομετρικού υποδείγματος, τα ευρήματα δείχνουν ότι οι θεατές προτιμούν ανταγωνιστικούς και αμφίρροπους αγώνες. Επιπλέον, τεκμηριώνονται ξεκάθαρα αποτελέσματα υποκατάστασης μεταξύ OTT και συμβατικής τηλεόρασης: οι αγώνες που μεταδίδονται ταυτόχρονα και από την τηλεόραση συγκεντρώνουν σημαντικά χαμηλότερη θέαση στην πλατφόρμα OTT. Τέλος, παρατηρείται ότι ποδοσφαιρικές μεταδόσεις δημοφιλών ομάδων της Superleague ασκούν σημαντική πίεση στη ζήτηση για αγώνες καλαθοσφαίρισης μέσω OTT και TV, γεγονός που αναδεικνύει φαινόμενα επικάλυψης στη βάση φιλάθλων-καταναλωτών και έντονο ανταγωνισμό για την προσέλκυση του εν λόγω κοινού όταν οι αγώνες συμπίπτουν χρονικά. Η παρούσα μελέτη συμβάλλει ουσιαστικά στην κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών στο πολυπαραγοντικό περιβάλλον των αθλητικών μεταδόσεων και προσφέρει χρήσιμα στρατηγικά ευρήματα για κατόχους δικαιωμάτων, παρόχους και διοργανώτριες αρχές που στοχεύουν στη βελτιστοποίηση του αθλητικού προϊόντος και την ενίσχυση της απήχυσής του σε ποικίλες πλατφόρμες μετάδοσης.

25. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ: ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΘΕΤΙΚΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥΣ

Τσιτσιού, Μ., Τσακτσίρας, Ο., Τζέτζης, Γ.

ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια, η τεχνολογική πρόοδος έχει αναδιαμορφώσει το τοπίο των ειδησεογραφικών μέσων σε όλες τις χώρες του κόσμου. Η δημοσιογραφική πρακτική βιώνει μετασχηματισμούς λόγω της εισαγωγής αυτόματων διαδικασιών τεχνητής νοημοσύνης (TN) σε διάφορες πτυχές της παραγωγής και διάδοσης ειδήσεων. Η TN αναλαμβάνει σημαντικό ρόλο στην παραγωγή περιεχομένου και των διεργασιών του επικοινωνιακού φορέα, αντικαθιστώντας τους δημοσιογράφους ως επικοινωνιακούς φορείς. Είναι σημαντικό να αναλυθεί ποιοι είναι οι παράγοντες που βοηθούν στη πρόθεση και τελική χρήση της TN στις δημοσιογραφικές πρακτικές και στα ειδησεογραφικά γραφεία. Για το λόγο αυτό 185 εν ενεργεία και εν δυνάμει αθλητικοί συντάκτες/τριες από αθλητικά ΜΜΕ ή/και τμήματα επικοινωνίας αθλητικών οργανισμών, καθώς και φοιτητές/τριες αθλητικής δημοσιογραφίας, από ολόκληρη την Ελλάδα συμπλήρωσαν δομημένα ερωτηματολόγια σχετικά το εάν: α) οι θετικές τους στάσεις για την χρήση της TN ως «ευκαιρία» και β) οι γενικές ή/και ειδικές γνώσεις τους για την TN επηρεάζει την πρόθεση και τελική χρήση της. Για την αξιολόγηση του ερωτήματος έγινε ανάλυση παλινδρόμησης, μελετώντας αν οι θετικές στάσεις για τη χρήση της TN «ως ευκαιρία», ή οι γενικές/ειδικές γνώσεις για την TN βοηθούν στις προθέσεις και στην τελική χρήση της TN στη δημοσιογραφική πρακτική.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η θετική στάση για τη χρήση της TN ως «ευκαιρία» και μόνον η γενική γνώση σχετικά με την TN και όχι η ειδική γνώση επηρεάζει θετικά την πρόθεση για την χρήση της. Επίσης η θετική στάση για τη χρήση της TN ως «ευκαιρία» επηρεάζει θετικά την τελική χρήση της στη δημοσιογραφική πρακτική. Συμπεραίνεται ότι το κοινό των δημοσιογράφων θεωρεί τη χρήση της TN ως ευκαιρία διότι πιστεύει ότι θα βοηθήσει στην καθημερινή τους εργασία. Επίσης, πιστεύει ότι οι γνώσεις για την TN μπορεί να βοηθήσουν στην εύρεση καινοτόμων θεμάτων, συνδυασμό πολλαπλών θεματικών πληροφοριών, αξιοπιστίας των δεδομένων, εξατομίκευση ειδήσεων, ανάλυσης μεγάλου όγκου δεδομένων και διαχείρισης σχολίων. Δεν πιστεύουν ότι η TN που σχετίζεται με την αθλητική δημοσιογραφία μπορεί να αυξήσει την ποσότητα των ειδήσεων, να προβλέψει την ιογενή μετάδοση ειδήσεων, την κάλυψη ειδήσεων ή και σε πραγματικό χρόνο την ανεξαρτησία της παραγωγής κινήσεων χωρίς ανθρώπινη παρέμβαση.

Φαίνεται ότι το κοινό των δημοσιογράφων έχει αποδεχτεί σε μεγάλο βαθμό την εφαρμογή της TN στον τομέα της επικοινωνίας και των ειδησεογραφικών μέσων, αν και το τρέχον επίπεδο αποδοχής χρειάζεται ακόμη βελτίωση. Τεκμαίρεται ότι η μεγαλύτερη εξοικείωση και γνώση των συστημάτων και εφαρμογών της TN θα βελτιώσει περαιτέρω τη χρήση της και η αξιοποίηση θα προσδώσει καλύτερα επίπεδα επικοινωνίας προς το δημοσιογραφικό κοινό.

26. SPEEDCUBING, ΕΝΑ ΑΘΛΗΜΑ ΗΔΗ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΟ, ΓΙΝΕΤΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΠΙΟ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΟ: ΚΩΔΙΚΑΣ COLORADD

Λολίδης, Μ., Neiva, Μ., Teicheira, Α., Αηδόνης, Δ., Μπίμπασης, Φ.

Περίληψη

Το 2025, ο κύβος του Ρούμπικ, το παζλ που εφηύρε ο Ούγγρος καθηγητής αρχιτεκτονικής, Έρνο Ρούμπικ, κλείνει 51 χρόνια, μία σημαντική εφεύρεση για την ανθρωπότητα. Υπολογίζεται ότι ένας στους επτά ανθρώπους στον κόσμο (που αντιστοιχεί σε 1 δις) έχει προσπαθήσει να λύσει τον κύβο, ο οποίος οδήγησε στη δημιουργία ενός νέου αθλήματος: του speedcubing που αφορά στην επίλυση διαφορετικών τύπων κύβων (π.χ. 2X2, 5X5, 7X7, κλπ.) όσο το δυνατόν γρηγορότερα. Όπως και το σκάκι, το speedcubing συνήθως θεωρείται περισσότερο μία νοητική δραστηριότητα, αλλά απαιτεί και σωματικές δεξιότητες (π.χ. συντονισμό χεριού-ματιού, μυϊκή μνήμη και λεπτές κινητικές δεξιότητες).

Στις μέρες μας, οι λύσεις κύβων 3X3 φτάνουν τις 10-12 στροφές ανά δευτερόλεπτο, γεγονός που καθιστά αυτό το άθλημα ένα άθλημα υψηλής ακρίβειας και η βελτίωση σε αυτό μία μεγάλη πρόκληση. Με 17 κατηγορίες αθλημάτων με όλους τους κορυφαίους λύτες να χρησιμοποιούν εξαιρετικά βελτιστοποιημένα στυλ επίλυσης και να κερδίζουν με διαφορά δέκατου του δευτερολέπτου πέραν των 4X4X4, 5X5X5, 6X6X6, 7X7X7 κύβους, με κατηγορίες επίλυσης «με κλειστά μάτια» και «με ένα χέρι». Η World Cube Association (WCA), είναι ο φορέας για το speedcubing με παρουσία σε 143 χώρες, με πάνω από 1.000 διαγωνισμούς κύβων παγκοσμίως, με Ηπειρωτικά Πρωταθλήματα κάθε χρόνο και ένα Παγκόσμιο Πρωτάθλημα κάθε δύο χρόνια.

Οι speedcubers είναι μία κοινότητα χωρίς αποκλεισμούς, εκτιμητική και αμοιβαία υποστηρικτική, που αποτελείται από ανθρώπους όλων των ηλικιών και σωματικών μορφών, χωρίς καμία μορφή διαίρεσης ή ιεράρχησης του ταχύτερου. Όποιος μπορεί να λύσει τον κύβο μπορεί να συμμετάσχει, ανεξάρτητα από ηλικία, φύλο, πολιτισμό, εθνικότητα, σεξουαλικό προσανατολισμό, ή οποιοδήποτε αναπηρίες. Όλοι είναι ίσοι και κανείς δεν είναι πολύ μεγάλος για να συμμετάσχει ή να αποκλείεται για άλλους λόγους.

Το χρώμα είναι σημαντικό θέμα για την ενασχόληση κάποιου/ας με το speedcubing. Τα έξι χρώματα (λευκό, μπλε, κόκκινο, πράσινο, πορτοκαλί, κίτρινο) πρέπει να είναι ορατά από όλους, οπότε η δυσχρωματοψία αποτελεί εμπόδιο. Εκτιμάται ότι 1 στους 12 άνδρες και 1 στις 200 γυναίκες (συνολικά περίπου 350 εκατομμύρια) έχουν κάποια μορφή δυσχρωματοψίας. Ο κώδικας coloradd που θεωρείται μία από τις πέντε πιο επιδραστικές εφευρέσεις της Πορτογαλίας διαχρονικά, έρχεται να καλύψει την ανάγκη αυτή. Είναι ένα απλό, αλλά έξυπνο γραφιστικό μοντέλο με artgraphs πάνω στα αντικείμενα, ώστε το χρώμα να είναι καταληπτό ισότιμα από όλους. Εκεί που το χρώμα είναι σήμα ταύτισης, επιλογής ή διάκρισης, το coloradd επιβάλλει την προσβασιμότητα. Ο κώδικας coloradd ενσωματώθηκε στο speedcubing και με σύγχρονα ΑΙ εργαλεία δημιουργήθηκαν τα Dalton Cubes που κάνουν το speedcubing συμπεριληπτικό, ώστε να παίζεται ισότιμα και από ανθρώπους με δυσχρωματοψία. Τα «Dalton Cubes 3X3-CR9-series» παρουσιάστηκαν για πρώτη φορά στο Εθνικό Πρωτάθλημα Πορτογαλίας (29/11.01/12.2025).

27. ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ INSPIRATIONAL PORN ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΑ MEDIA ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

Σκούρα, Δ.

Τμήμα Εκπαιδευτικής & Κοινωνικής Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Περίληψη

Σε μία κοινωνία όπου η τεχνολογία αναπτύσσεται με ραγδαίους ρυθμούς, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ) ασκούν επιρροή στον τρόπο που διαμορφώνεται η δημόσια εικόνα των ατόμων με αναπηρία (ΑμεΑ) γενικότερα και τον παραολυμπιονικών ειδικότερα. Οι αθλητές/τριες με αναπηρία μπορεί να γίνονται πηγές έμπνευσης και πρότυπα, αλλά συχνά μέσα από το πρίσμα του *inspirational porn*. Η παρούσα εργασία αποτελεί βιβλιογραφική ανασκόπηση και έχει σκοπό: α) να προσδιορίσει την έννοια του φαινομένου του *inspirational porn* (Ayers et al., 2018) και β) να εξετάσει την αναπαράσταση της αναπηρίας στον αθλητισμό μέσα από το πρίσμα του *inspirational porn* (Jang & Kwak, 2025). Η αναζήτηση της βιβλιογραφίας για την παρούσα ανασκόπηση πραγματοποιήθηκε σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων (Research Gate, Google Scholar), την χρονική περίοδο 2014 - 2025 και αξιοποιώντας λέξεις-κλειδιά σχετικές με το αντικείμενο έρευνας. Σύγχρονες πηγές τονίζουν τις αρνητικές συνέπειες που έχει το φαινόμενο του *inspirational porn* τόσο στον τρόπο διαμόρφωσης της εικόνας των θεατών για την αναπηρία, όσο και στα ίδια τα ΑμεΑ. Τα ΑμεΑ που αντιμετωπίζονται υπό το πρίσμα του *inspirational porn* και χρησιμοποιούνται για προωθητικές δράσεις, δεν αποζητούν ούτε επιθυμούν τη διάκριση, τον οίκτο ή τον θαυμασμό, αλλά τη συμπερίληψη και την ισότιμη πρόσβασή τους στην κοινωνία. Ωστόσο, εντοπίζονται κενά στη βιβλιογραφία γύρω από το θέμα (Burt & McCarty, 2024). Συμπερασματικά, τα ΜΜΕ μπορούν είτε να ενδυναμώσουν, είτε να παθολογικοποιήσουν την αναπηρία και τη σύνδεση της με τον αθλητισμό, πολλές φορές προβάλλοντας έναν αθλητή με αναπηρία υπό το πρίσμα του *inspirational porn* και είναι γεγονός ότι ο τρόπος με τον οποίο ορίζεται και αντιμετωπίζεται η αναπηρία, επηρεάζει τις αντιλήψεις, τις προσδοκίες και τις συμπεριφορές των ανθρώπων απέναντι στα ΑμεΑ.

28. Η ΑΣΚΗΣΗ ΩΣ ΑΝΤΙΣΤΑΘΜΙΣΤΙΚΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΘΙΣΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Τσολακίδου, Μ., Νεστορούδη, Μ., Λαϊόγλου, Α.

Τμήμα Εκπαιδευτικής και Κοινωνικής Πολιτικής

Περίληψη

Η καθιστική εργασία αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα κινδύνου για τον εργαζόμενο πληθυσμό. Η τακτική άσκηση προάγει την υγεία και την καλή φυσική κατάσταση και είναι μία απολύτως απαραίτητη παρέμβαση για τα άτομα με πολύωρη καθιστική εργασία. Ωστόσο, με τις σύγχρονες συνθήκες εργασίας, ο εργαζόμενος στερείται της κίνησης, αφού καλείται να πραγματοποιήσει τα εργασιακά του καθήκοντα επί πολλές ώρες καθήμενος στο γραφείο, με αποτέλεσμα να επέρχονται στον ίδιο σοβαρές συνέπειες στην σωματική και ψυχική του υγεία. Για το λόγο αυτό, ο εργασιακός αθλητισμός έχει σημαντικά οφέλη, μεταξύ των οποίων είναι ότι συμβάλλει στην αύξηση της ευεξίας και των κινήτρων των ατόμων στον χώρο εργασίας, ενώ παράλληλα ενισχύει ένα συνειδητά υγιή τρόπο ζωής των εργαζόμενων. Επιπλέον, βελτιώνει την εικόνα της επιχείρησης - φορέα μέσω νέων δράσεων προαγωγής υγείας στον εργασιακό χώρο (HOCSH, 2023). Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η ανασκόπηση βιβλιογραφίας για το πως η άσκηση λειτουργεί ως αντισταθμιστικός παράγοντας στις επιπτώσεις της καθιστικής εργασίας, για την υγεία και την ποιότητα ζωής των εργαζόμενων. Η αναζήτηση των επιστημονικών άρθρων έγινε από το Google Scholar, καθώς και από τη βιβλιοθήκη του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Σύγχρονοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι για φορείς διοίκησης, εταιρείες και επιχειρήσεις, η επένδυση στην ευεξία των εργαζόμενων μέσω της τακτικής άσκησης είναι μία στρατηγική απόφαση, καθώς ωφελούνται και οι εργαζόμενοι, αλλά και οι φορείς (Παιτσίνης-Κώστα, Ματσούκα, Τσίτσικαρη, & Τριγώνης, 2015). Για τους εργαζόμενους τα οφέλη είναι σωματική υγεία, μείωση κούρασης, ενέργεια, ισχυρότερο ανοσοποιητικό σύστημα, ψυχολογική ευημερία, μείωση άγχους, γνωστική λειτουργία, επίδοση, διάθεση (Κώστα και συν. 2015). Για τους φορείς τα οφέλη είναι αυξημένη παραγωγικότητα, βελτιωμένη εικόνα, λιγότερες απουσίες και απεργίες, μειωμένο κόστος ασφάλισης υγείας, υψηλότερο ηθικό, υψηλότερη δέσμευση των εργαζόμενων, καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών και βελτίωση προϊόντων, ενίσχυση συνεργασίας, ισχυρότερο εταιρικό πνεύμα (Τριγώνης και συν. 2023). Συμπερασματικά, η άσκηση στους χώρους εργασίας είναι ένας αποδοτικός τρόπος για την βελτίωση της ποιότητας ζωής των εργαζόμενων.

29. Η ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ ΚΑΙ ΤΗ ΦΥΣΙΚΗ ΑΣΚΗΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Κακάνη, Χ., Κακάνη, Ν., Κνάβας, Α., Λαϊλόγλου, Α.

Τμήμα Εκπαιδευτικής & Κοινωνικής Πολιτικής, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

Περίληψη

Η ταχεία εξάπλωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) συνεπάγεται την ευρεία διάδοση συμβουλών άσκησης και διατροφής από μη εξειδικευμένους χρήστες, με πιθανές επιπτώσεις στις αντιλήψεις του κοινού. Σκοπός της εργασίας ήταν η διερεύνηση του φαινομένου της πληροφόρησης που σχετίζεται με τη φυσική άσκηση και τη διατροφή από άτομα χωρίς την κατάλληλη ακαδημαϊκή ή επαγγελματική γνώση στα ΜΚΔ. Ακόμη, βασικό στοιχείο της εργασίας ήταν η ανάγκη για αποσαφήνιση της ακρίβειας και της ποιότητας των συμβουλών και η κατάδειξη των επιπτώσεων που προκύπτουν στη συμπεριφορά, τη στάση και την υγεία των χρηστών. Πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση σε μελέτες που αξιολογούν το περιεχόμενο των μη εξειδικευμένων δημιουργών περιεχομένου, αλλά και τις επιπτώσεις που παρουσιάζει αυτό στη συμπεριφορά και την υγεία των θεατών. Η αναζήτηση πραγματοποιήθηκε στις βάσεις δεδομένων PubMed, Scopus, Google Scholar για την περίοδο 2015-2025, με λέξεις κλειδιά, όπως «fitness influencers», «nutrition misinformation», «social media health content», «fitspiration». Η ανάλυση των δευτερογενών δεδομένων έγινε με θεματική ανάλυση. Αναδείχθηκε ότι η συχνότητα των μη τεκμηριωμένων ή υπερβολικά απλουστευμένων συμβουλών σε δημοφιλή περιεχόμενο άσκησης και διατροφής είναι υψηλή (Holland & Tiggemann, 2017). Οι δημιουργοί αυτοί συχνά προβάλλουν προσωπικές τους εμπειρίες ως γενικές οδηγίες, χωρίς αναφορές σε επιστημονικές πηγές ή σαφή προειδοποίηση για κινδύνους (Turner & Lefevre, 2017). Η θέαση τέτοιου περιεχομένου φαίνεται να επηρεάζει άμεσα τη συμπεριφορά και το ψυχολογικό και συναισθηματικό προφίλ των υπόλοιπων χρηστών (Raggatt et al., 2018). Ακόμη, το υλικό που παράγεται από μη εξειδικευμένους δημιουργούς φαίνεται να υπερισχύει εκείνου των επαγγελματιών ως προς την απήχηση στο κοινό. Συμπερασματικά, οι συμβουλές άσκησης και διατροφής από μη εξειδικευμένους στα ΜΚΔ αποτελούν σημαντική πηγή παραπληροφόρησης με πιθανούς κινδύνους για τη σωματική και ψυχική υγεία. Είναι ανάγκη να παρθούν μέτρα, όπως η ενίσχυση της επιστημονικής παρουσίας και να δοθεί χώρος στην εκπαίδευση του κοινού στην αξιολόγηση της εγκυρότητας και της ποιότητας των πληροφοριών που λαμβάνει. Η διαχείριση και ο έλεγχος της πληροφορίας στα ΜΚΔ αποτελεί κρίσιμο πεδίο δράσης στο χώρο του αθλητικού μάνατζμεντ, καθώς έτσι μπορεί να προστατευθεί η δημόσια υγεία και η ενίσχυση της αξιοπιστίας των φορέων και των επαγγελματιών του αθλητικού χώρου. Μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να εστιάσει στις επιπτώσεις που έχει η έκθεση μη εξειδικευμένου περιεχομένου άσκησης και διατροφής σε άτομα με ήδη υπάρχουσες διατροφικές διαταραχές.

30. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΝΟΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΕΝΟΧΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΚΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΕ ΠΑΙΔΙΑ-ΑΘΛΗΤΕΣ ΜΕΣΩ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΑΦΗΓΗΣΗΣ

Μαυροπούλου, Α.¹, Λίλου, Ο.¹, Δούκα, Σ.¹, Τσιάτσος, Θ.², Σιάκου, Μ.²

¹ **ΤΕΦΑΑ, Α.Π.Θ.**

² **Τμήμα Πληροφορικής, Α.Π.Θ.**

³ **Ευρωπαϊκό Πανεπιστήμιο Κύπρου**

Περίληψη

Το Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Erasmus+ HALT4Kids αποτελεί τη συνέχεια του προγράμματος Erasmus+ HALT και στοχεύει στην πρόληψη της παρενόχλησης και της κακοποίησης σε παιδιά-αθλητές ηλικίας 5–12 χρονών. Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η παρουσίαση του σχεδιασμού και της εφαρμογής ενός ψηφιακού εκπαιδευτικού εργαλείου, βασισμένου στην ψηφιακή αφήγηση, το οποίο επιδιώκει να ενισχύσει τη γνώση και την αναγνώριση ακατάλληλων συμπεριφορών στον αθλητισμό. Η μεθοδολογία περιλάμβανε συνεργασία ειδικών ψυχολογίας, τεχνολογίας και επιστήμης του αθλητισμού για τη δημιουργία μίας διαδραστικής ιστορίας με εικονογράφηση, ηχητικά εφέ και αφήγηση, προσαρμοσμένη στις αναπτυξιακές ανάγκες μικρών παιδιών. Η ψηφιακή αφήγηση ως παιδαγωγικό εργαλείο έχει τεκμηριωθεί διεθνώς για την ικανότητά της να ενισχύει τη γνωστική κατανόηση, την ενσυναίσθηση και την αναγνώριση κοινωνικών καταστάσεων σε παιδιά μικρής ηλικίας (Robin, 2016; Sadik, 2008). Παράλληλα, έρευνες δείχνουν ότι τα πολυτροπικά, διαδραστικά περιβάλλοντα μάθησης μπορούν να υποστηρίξουν αποδοτικά την εκπαίδευση σε θέματα ασφάλειας και προστασίας παιδιών, ενισχύοντας την αναγνώριση ορίων και την ανάπτυξη δεξιοτήτων αυτοπροστασίας (Roche et al., 2020; Livingstone & Stoilova, 2021). Η ιστορία «Το Μεγάλο Μυστικό του Μπίλυ» παρουσιάζει ένα ρεαλιστικό, αλλά παιδοκεντρικό σενάριο με στόχο την αναγνώριση ορίων, την κατανόηση των «καλών και κακών μυστικών» και την ενίσχυση της αναφοράς σε έναν έμπιστο ενήλικα. Τα πρώτα αποτελέσματα από τον ποιοτικό έλεγχο του εργαλείου δείχνουν υψηλή αποδοχή, αυξημένη κατανόηση βασικών εννοιών ασφάλειας και ενισχυμένη συναισθηματική εμπλοκή των παιδιών. Συμπερασματικά, η ψηφιακή αφήγηση φαίνεται να αποτελεί αποδοτικό και παιδαγωγικά κατάλληλο μέσο για την ενίσχυση της πρόληψης της παρενόχλησης στον παιδικό αθλητισμό και αναμένεται να συμβάλει ουσιαστικά στις δράσεις ενημέρωσης και προστασίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο.