

3^ο ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ



Οργάνωση: ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΥΟΣΜΟΥ

Επιμέλεια πρακτικών

Γαργαλιάνος Δημήτρης, Θεοδωράκης Νίκος, Κώστα Γιώργος, Τζέτζης Γιώργος

e-mail: dak@evosmos.gr/www.evosmosdhmos.gr

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>Ενότητα 1: Ολυμπιακοί Αγώνες</u>	
ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΣΙΑΝΕΪ 2000: Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΝΟΤΙΑΣ ΟΥΑΛΙΑΣ (NNO) Θαμνόπουλος, Ι., Χαβιάρα, Α., Χριστοδουλάτου, Μ., Τσιάλλας, Π. & Παναγιωτακοπούλου, Π.	5
ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ: ΕΞΕΤΑΣΗ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΤΟΥΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ Σαλέπη, Π.	7
Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΓΙΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ ΤΟΥ 2004 Τσιγγίλης, Ν., Κουστέλιου, Ι., Γραμματικόπουλος, Β. & Κουστέλιος, Α.	9
Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ: ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ Βασιλικού, Χ.	12
ΠΡΟΤΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΤΟΥ ΓΡΑΠΤΟΥ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ Γρηγοράκη, Μ.	13
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΛΗΘΟΥΣ ΣΕ ΜΕΓΑΛΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΤΟΥ ΣΙΑΝΕΪ 2000 Μιχελάκης, Μ.	15
<u>Ενότητα 2: Επαγγελματικός – ερασιτεχνικός αθλητισμός</u>	
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΘΛΗΤΩΝ ΟΜΑΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΜΑΤΩΝ Μαργαρίτης, Η., Μοσκόφογλου, Ε., Μπεμπέτσος, Ε. & Θεοδωράκης, Ν.	17
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΙΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ Τόλκα, Β. & Τζέτζης, Γ.	19
ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΑΡΚΑΣ (BRAND EXTENSION): ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΑ ΣΩΜΑΤΕΙΑ Αναγνώστου, Μ.	23
Η ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ Αντωνιάδου, Σ. & Νικολαΐδης, Δ.	26
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ Τζέτζης, Γ. & Τάχης, Σ.	29
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ Τάχης, Σ. & Τζέτζης, Γ.	30
ΑΠΟ ΤΟ LICENSE FEE ΕΩΣ ΤΟ DIGITAL VIRTUAL PUBLICITY: ΤΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ Γαργαλιάνος, Σ.	31
Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΤΙΠΤΕΡΙΣΗΣ (BADMINTON) ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ ΤΟΥ 2004 Μαυρίδης, Θ., Ξουργιάς, Ι., Παπαθανασίου, Ι. & Αντωνίου, Π.	35

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΗ ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ Κριεμάδης, Θ., Puronaho, K. & Emery, P.	36
ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥΣ Δράκου, Α., Τζέτζης, γ., Αναγνώστου, Μ. & Κιουμουρτζόγλου, Ε.	39
<u>Ενότητα 3: Αναψυχή – Γυμναστήρια – Προγράμματα ΑγΟ</u>	
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΕ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ Γκιουζελιάν, Π., Θεοδωράκης, Ν., Κώστα, Γ. & Γαργαλιάνος, Δ.	42
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΝΟΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΛΥΤΕΛΟΥΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ Κούλη, Ε., Καμπίτσης, Χ. & Θεοδωράκης, Ν.	45
ΘΕΣΗ ΚΑΙ ΡΟΛΟΙ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΣΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΘΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν.	48
ΠΟΛΥΜΕΤΑΒΛΗΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ Μασμανίδης, Θ., Κουστέλιου, Ι., Τσιγγίλης, Ν. & Κουστέλιος, Α.	52
ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΘΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ Σταύρου, Ν. & Κάκκος, Β.	55
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ ΟΤΑ Γραμματικόπουλος, Β., Τσιγγίλης, Ν. & Κουστέλιος, Α.	59
Ο ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ Θεοδώρου, Ε.	62
ΑΝΑΓΚΕΣ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΩΝ ΕΜΨΥΧΩΤΩΝ (ANIMATER) ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ Καρατζέτζου, Ζ., Γλυνιά, Ε. & Κώστα, Γ.	65
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΧΩΡΕΣ: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΑΘΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ Όκκας, Σ. & Βεϊνόγλου, Ν.	68
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΩΝ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1998 – 2002 Ρουσσέτη, Μ. & Χατζηγιάννη, Ε.	72
ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ Τοσουνίδης, Α. & Ζαρώτης, Γ.	76
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ Χατζηγιάννη, Ε., Ρουσσέτη, Μ. & Τζέτζης, Γ.	78
ΑΠΟ ΤΟ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΜΙΑ ΕΝΝΟΙΑ, ΠΟΛΛΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ Ευθυμίου, Ν. & Καδόγλου, Ν.	80
ΠΑΡΟΧΗ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΘΕΡΙΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΟΔΟ Κοντζιά, Μ., Τριγώνης, Χ. & Τζέτζης, Γ.	81

ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΚΟΛΥΜΒΗΣΗΣ ΣΕ ΠΑΙΔΙΑ 6-10 ΧΡΟΝΩΝ Τριγώνης, Χ., Κοντζιά, Μ. & Τζέτζης, Γ.	82
<u>Ενότητα 4: Διάφορα θέματα</u>	
ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ Βεϊνόγλου, Ν. & Οκκας, Σ.	83
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΡΟΥΝ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥ 20^{ου} ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΣΙΑΝΕΥ Σπυρόπουλος, Σ. & Γαργαλιάνος, Δ.	86
ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΣΠΟΡ: ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ Νικολαΐδης, Β., Τζέτζης, Γ. & Αντωνιάδου, Σ.	89
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ Παπαγεωργίου, Π., Μαυρομάτης, Γ. & Κώστα, Γ.	92
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΜΙΝΙ ΜΠΑΣΚΕΤ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΣΧΟΛΕΙΩΝ ΚΑΒΑΛΑΣ Παπαδόπουλος, Δ.	96
ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΕΝΟΣ ΚΑΤΑΔΥΤΗ Μπούρου, Σ. & Γκέσιου, Α.	100
GOALBALL: ΕΝΑ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΑΘΛΗΜΑ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΟΡΑΣΗΣ Ανάστος, Α.	101
ΠΛΑΙΣΙΟ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΑΝΑΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ ΤΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΣΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΔΟΚΙΜΩΝ ΑΣΤΥΦΥΛΑΚΩΝ Ξουργιάς, Ι., Μαυρίδης, Θ. & Χαραλαμπίδου, Σ.	102
Στρογγυλές τράπεζες	107

**ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΑΓΩΝΕΣ ΣΙΔΝΕΪ 2000:
Η ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΝΟΤΙΑΣ ΟΥΑΛΙΑΣ (NNO)**

Θαμνόνπουλος, Ι., Χαβιάρα, Α., Χριστοδουλάτου, Μ., Τσιάλλας, Π. & Παναγιωτακοπούλου, Π.
University of Technology Sydney

Εισαγωγή

Από άποψη έκτασης και σημασίας, οι Ολυμπιακοί Αγώνες (ΟΑ) είναι το μεγαλύτερο, γεγονός που οργανώνεται σε καιρό ειρήνης στη σύγχρονη εποχή. Πρόκειται για ένα πολυσύνθετο και πολύπλοκο γεγονός που είναι μεν κατά βάση αθλητικό, αλλά ταυτόχρονα είναι κοινωνικό, πολιτικό, πολιτιστικό, με εμφανείς προεκτάσεις και επιδράσεις στον οικονομικό τομέα και στο περιβάλλον. Δηλαδή επιδρά και επηρεάζει το σύνολο των λειτουργιών της διοργανώτριας πόλης, ή και της χώρας ολόκληρης όταν το μέγεθός της είναι σχετικά μικρό. Ως εκ τούτου, η εκάστοτε Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων (ΟΕΟΑ) που αναλαμβάνει τη διοργάνωση των Αγώνων δεν είναι δυνατόν να οργανώσει και να υλοποιήσει επιτυχώς όλες τις δράσεις που σχετίζονται με αυτούς χωρίς τη συμβολή της πολιτείας και των τοπικών κοινωνιών, αλλά και των ίδιων των πολιτών.

Σκοποί της έρευνας

Σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) η καταγραφή της συμμετοχής των Δήμων και των τοπικών κοινωνιών της πολιτείας της NNO στους ΟΑ του Σίδνεϊ το 2000, β) η αναζήτηση των κινήτρων τους για τη συμμετοχή αυτή, γ) η ανάλυση της συνεισφοράς τους στην επιτυχία της διοργάνωσης των Αγώνων και δ) η αξιοποίηση των αποτελεσμάτων από τους Δήμους μέλη της, Τοπικής Ένωσης Δήμων & Κοινοτήτων Νομού Αττικής (ΤΕΔΚΝΑ (για λογαριασμό της οποίας πραγματοποιήθηκε), ώστε να προετοιμαστούν κατάλληλα και να οργανώσουν τη δική τους δράση για να καταστήσουν τη συμμετοχή και τη συνεισφορά τους στους ΟΑ της Αθήνας το 2004 σημαντική και επιτυχημένη όχι μόνο για τη διοργάνωση, αλλά και για την ανάπτυξη ολόκληρης της περιοχής.

Μεθοδολογία

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Αυστραλία, το διάστημα μεταξύ Νοεμβρίου 1999 – Οκτωβρίου 2000 και περιελάμβανε βιβλιογραφική ανασκόπηση, ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις και προσωπική παρατήρηση.

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση περιλάμβανε τη μελέτη: α) φακέλων της ΟΕΟΑ του Σίδνεϊ, οι οποίοι αφορούσαν στους Δήμους της NNO και περιείχαν στατιστικά στοιχεία, δημογραφικά στοιχεία και πληροφορίες για τις υποδομές (αθλητικές και άλλες) των Δήμων, β) δημοσιευμάτων του Αυστραλιανού Τύπου σχετικά με τις Ολυμπιακές δραστηριότητες των Δήμων, γ) εσωτερικών κειμένων των 2 διευθύνσεων της ΟΕΟΑ που ασχολούνταν με τις σχέσεις και τη συνεργασία μεταξύ των Δήμων και την ΟΕΟΑ (Government Relations & Communication and Community Relations), δ) σχετικών άρθρων από τη βιβλιοθήκη του UTS, ε) εκδόσεων των ίδιων των Δήμων (εφημερίδων, περιοδικών, newsletters) και στ) των ιστοσελίδων των Δήμων.

Τα ερωτηματολόγια περιλάμβαναν κλειστές και ανοιχτές ερωτήσεις και δόθηκαν σε όλους τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) της Πολιτείας της NNO (177), από τους οποίους ανταποκρίθηκαν οι 65 (37%).

Οι συνεντεύξεις (4) έγιναν με δήμαρχους και γενικούς διευθυντές μεγάλων Δήμων της περιοχής του Σίδνεϊ, που επελέγησαν με κριτήρια: α) το μέγεθός τους, β) την ύπαρξη Ολυμπιακών εγκαταστάσεων στη περιοχή δικαιοδοσίας τους και γ) τη γενικότερη συμμετοχή τους στα Ολυμπιακά δρώμενα. Η έρευνα ολοκληρώθηκε με βιβλιογραφική μελέτη των επιχειρησιακών σχεδίων των παραπάνω Δήμων και με προσωπική παρατήρηση.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 77% των Δήμων του Σίδνεϊ είχε ενεργητική συμμετοχή στους ΟΑ. Οι σπουδαιότερες δραστηριότητες που ανέπτυξαν σχετιζόταν με την Προ-Ολυμπιακή προετοιμασία των αθλητών, τις εκδηλώσεις για την Ολυμπιακή Λαμπαδηδρομία, το μάρκετινγκ και τις διαφημίσεις, την οικονομική ανάπτυξη, τις πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, τα κοινωνικά προγράμματα (εθελοντισμός, φιλοξενία, αδελφοποίηση πόλεων), τις περιβαλλοντικές δράσεις και τα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Το 96% των Δήμων που ενεπλάκησαν δήλωσαν ότι είχαν συνεργασία με την ΟΕΟΑ, το επίπεδο της οποίας χαρακτήρισαν πολύ καλό, ενώ το 54% δήλωσαν ότι είχαν εξασφαλίσει κάποια μορφή χορηγίας για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων τους. Οι σημαντικότεροι λόγοι για την εμπλοκή των Δήμων (με σειρά σημαντικότητας), ήταν η βελτίωση: α) της δημόσιας εικόνας τους (82%) β) του βιοτικού επιπέδου των πολιτών τους (52%) και γ) της υπάρχουσας υποδομής (50%), ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας θεωρήθηκε η αποκόμιση κέρδους (38%). Οι Δήμοι δεν ανέμεναν να δημιουργηθούν ιδιαίτερα προβλήματα κατά τη διάρκεια των Αγώνων στους τομείς της καθαριότητας (8% ναι - 72% όχι), της διαμονής - φιλοξενίας (14% ναι - 66% όχι) και της στάθμευσης (26% ναι - 54% όχι), ενώ προβληματίστηκαν μόνο για το κυκλοφοριακό (52% ναι - 30% όχι).

Η συμβολή των Δήμων στους τομείς του εθελοντισμού, της φιλοξενίας και υποδοχής των αθλητών, αλλά και των επισκεπτών, της διοργάνωσης εκδηλώσεων για τη Λαμπαδηδρομία ήταν σημαντικότερη, επιτυχημένη και αναγνωρίστηκε από όλους.

Συμπεράσματα

Η συμμετοχή των Δήμων της ΝΝΟ ήταν καλά σχεδιασμένη και οργανωμένη και κρίθηκε ως απόλυτα επιτυχημένη, συμβάλλοντας αποφασιστικά τόσο στην επιτυχία των Αγώνων, όσο και στην ανάπτυξη της ίδιας της περιοχής, αφήνοντας μια μεγάλη κληρονομιά στην πόλη του Σίδνεϊ σε όλους σχεδόν τους τομείς.

Βιβλιογραφία

- Beikoff, K. (2000). Where you can see the Olympians. *The Daily Telegraph*, June 13: 4.
Bankstown, City Council. (1999). *Bankstown Olympic Strategy. Final Report*.
Blacktown, City Council. (1997). *Annual Report*.
Liverpool, City Council. (1999). *Liverpool Olympic Strategy*.
Sydney, City Council. (1997). *Central Sydney Development Control Plan*.
Sydney Organising Committee For The Olympic Games. (1999). *Communications - Government Relations - Local Government*. City Councils of Sydney, Liverpool, Parrammatta, Penrith, Bankstown, Blacktown, Ryde.

Δικτυακοί τόποι

www.bankstowncity.nsw.gov.au
www.nsw.gov.au
www.cityofsydney.nsw.gov.au
www.penrithcity.nsw.gov.au
www.blacktown.nsw.gov.au
www.parracity.nsw.gov.au
www.liverpool.nsw.gov.au
www.ryde.nsw.gov.au
www.newcastle.nsw.gov.au

**ΟΛΥΜΠΙΑΚΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ:
ΕΞΕΤΑΣΗ ΥΠΟ ΤΟ ΠΡΙΣΜΑ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΤΟΥΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ**

Σαλέπη, Π.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Στο διεθνές Ολυμπιακό Κίνημα υπάρχει ένας αξιόλογος αριθμός εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, όπως είναι οι Εθνικές Ολυμπιακές Ακαδημίες (ΕθνΟΑ), τα Κέντρα Ολυμπιακών Σπουδών (ΚΟΣ), διάφορα εκπαιδευτικά Ιδρύματα που υπάρχουν σε πανεπιστήμια, κλπ., τα οποία παρέχουν Ολυμπιακή Εκπαίδευση. Υπό την αιγίδα της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (ΔΟΕ) βρίσκονται η Διεθνής Ολυμπιακή Ακαδημία (ΔΟΑ) και το ΚΟΣ του Ολυμπιακού Μουσείου της Λωζάννης.

Σκοπός της εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να ερευνηθεί: α) τον εκπαιδευτικό ρόλο της ΔΟΑ και του ΚΟΣ σε ό,τι αφορά στην Ολυμπιακή Εκπαίδευση και στη δυνατότητά τους για έρευνα, β) τις σχέσεις μεταξύ των 2 ιδρυμάτων και γ) τη θέση τους στο Ολυμπιακό Κίνημα.

Μεθοδολογία

Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας συλλέχθηκαν πρωτογενείς πληροφορίες με τη μέθοδο της μη κατευθυνόμενης συνέντευξης από άτομα που σχετίζονται με τα 2 ιδρύματα (πρόεδρος, κοσμήτορας και αντιπρόεδρος της ΔΟΑ, υπεύθυνη εξωτερικών σχέσεων του ΚΟΣ), καθώς και από άτομα ανεξάρτητα από τα υπό εξέταση εκπαιδευτικά Ιδρύματα, αλλά που σχετίζονται άμεσα με το Ολυμπιακό Κίνημα, όπως είναι ο κ. Pere Miro (Διευθυντής της Ολυμπιακής Αλληλεγγύης), ο κ. Sam Ramsamy (Μέλος ΔΟΕ για τη Νότια Αφρική) και ο Δρ. Holger Preuss (αναλυτής οικονομικών θεμάτων των Ολυμπιακών Αγώνων). Όλες οι συνεντεύξεις μαγνητοφωνήθηκαν και καταγράφηκαν σε κείμενο. Επίσης χρησιμοποιήθηκαν και δευτερογενείς πληροφορίες από σχετικά άρθρα, ετήσιες αναφορές, ενημερωτικά φυλλάδια και διάφορα άλλα έγγραφα.

Το θεωρητικό μοντέλο όπου στηρίζεται η παρούσα έρευνα είναι η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού για δημόσιους και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς του Bryson (1993), η οποία αποτελείται από 8 βήματα. Από την ανάλυση των στοιχείων δημιουργήθηκαν μεταβλητές που να συμπίπτουν με τα στάδια του μοντέλου αυτού. Οι απόψεις όσων συμμετείχαν στις συνεντεύξεις ταξινομήθηκαν σε ευρύτερα πλαίσια αναφοράς. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν το 2001.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν ότι τόσο η ΔΟΑ όσο και το ΚΟΣ αποτελούν μοναδικά εκπαιδευτικά Ιδρύματα μέσα στο Ολυμπιακό Κίνημα, με συμπληρωματικούς, αλλά όχι ταυτσημένους στόχους και δραστηριότητες. Η ΔΟΕ διατηρεί πολύ καλές σχέσεις και με τα 2 Ιδρύματα.

Η ΔΟΑ είναι ένα εκπαιδευτικό Ίδρυμα, οι δραστηριότητες του οποίου επικεντρώνονται στις ετήσιες διεθνείς συνόδους, το ετήσιο Διεθνές Μεταπτυχιακό Σεμινάριο Ολυμπιακών Σπουδών, τα συνέδρια και διάφορες άλλες συναντήσεις. Κάθε χρόνο οργανώνει μια σειρά από διεθνή εκπαιδευτικά σεμινάρια και συνόδους και αποτελεί τόπο συνάντησης φοιτητών, Ολυμπιονικών, ερευνητών του Ολυμπιακού Κινήματος, ακαδημαϊκών, μελών της ΔΟΕ, μελών των Διεθνών Ομοσπονδιών, κλπ. Τα μειονεκτήματά της είναι η έλλειψη οικονομικών πόρων, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, καθώς και το γεγονός ότι το έργο της περιορίζεται στη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών.

Το ΚΟΣ είναι βασικά ένα ερευνητικό κέντρο. Τα πλεονεκτήματά του είναι η βιβλιοθήκη (όπου υπάρχουν τα αρχεία της ΔΟΕ), το τμήμα ήχου και εικόνας, το τμήμα τεκμηρίωσης, το εξειδικευμένο προσωπικό του, το γεγονός ότι βρίσκεται στην Ολυμπιακή πρωτεύουσα και το γεγονός ότι λειτουργεί

όλο το χρόνο. Το κύριο μειονέκτημά του είναι ότι λόγω τοποθεσίας δεν είναι εύκολη η πρόσβαση σε αυτό, γεγονός που δεν επιτρέπει σε πολλούς ερευνητές να το επισκεφτούν.

Βιβλιογραφία

- Bauer, M. & Gaskell, G. (2000). *Qualitative researching*. London, Sage Publications.
- Boynd, K.B. & Reuning, E. (1998). Research notes and communicators. a measurement model of strategic planning. *Strategic Management Journal*, 19: 181-192.
- Bryman, A. (2001). *Social research methods*. UK, Oxford University Press.
- Bryson, J.M. (1993). *A strategic planning process for public and non-profit organizations*. Oxford: Pergamon Press.
- Durantez, C. (1999). The Olympic Academy today. *Olympic Review*, 28: August- September.
- Huczynski, A. & Buchanan, D. (2001). *Organizational behaviour: an introductory text*. 4th edition, London, Prentice Hall.
- IOC. (1994). *IOC – 100 years*, II.
- Olympic Museum Study Centre. (2000). *Annual report*. Lausanne, Switzerland.
- The International Olympic Academy. (2000). *Ancient Olympia*. Greece.

**Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΤΟΜΙΚΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ
ΣΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΓΙΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ
ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΓΕΣ ΤΟΥ 2004**

**Τσιγγίλης, Ν., Κουστέλιου, Ι., Γραμματικόπουλος, Β. & Κουστέλιος, Α.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας**

Εισαγωγή

Κατά καιρούς έχουν προταθεί διάφορα μοντέλα για την κατανόηση των στάσεων, από τα οποία η πλειονότητα των ερευνητών φαίνεται να υιοθετεί και να εφαρμόζει το Μοντέλο της Σχεδιασμένης Συμπεριφοράς (ΜΣΣ) (Ajzen, 1988; Ajzen & Madden, 1986), σύμφωνα με το οποίο η συμπεριφορά μπορεί να προβλεφθεί από την πρόθεση για εκτέλεσή της. Με τη σειρά της, η διαμόρφωση της πρόθεσης επηρεάζεται βασικά από 3 παράγοντες: α) τις στάσεις προς τη συμπεριφορά, β) το κοινωνικό πρότυπο (την κοινωνική πίεση από σημαντικούς άλλους που δέχεται το άτομο για την εκτέλεση της συμπεριφοράς) και γ) τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο της συμπεριφοράς (τον έλεγχο που έχει το άτομο για την εκτέλεση της συμπεριφοράς). Ο Ajzen (1988), επισήμανε ότι μία σειρά από μεταβλητές (π.χ., ατομικές διαφορές, προσωπικά χαρακτηριστικά, γνώση, πληροφορίες, κλπ.) μπορούν να έχουν επίδραση στην ακρίβεια της πρόβλεψης της συμπεριφοράς.

Το ΜΣΣ έχει χρησιμοποιηθεί εκτενώς για τη μελέτη διάφορων συμπεριφορών, μερικές από τις οποίες είναι η συμμετοχή σε φυσικές δραστηριότητες (Dzewaltowski, Noble & Shaw, 1990; Theodorakis, 1994), η χαμηλή σε λιπαρά δίαιτα (Armitage & Conner, 1999) και η εθελοντική προσφορά αίματος (Giles & Cairns, 1995), αλλά όχι επαρκώς για την εφαρμογή του στον εθελοντισμό σε αθλητικές διοργανώσεις.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να μελετήσει τη συνεισφορά του ΜΣΣ στην πρόβλεψη της πρόθεσης για εθελοντική προσφορά εργασίας στους Ολυμπιακούς Αγώνες (ΟΑ) του 2004.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 118 φοιτητές και 187 φοιτήτριες, από τους οποίους 147 φοιτούσαν στα ΤΕΦΑΑ Τρικάλων και Κομοτηνής (ηλικίας 21.2 ± 1.45 ετών), ενώ 158 στο Πανεπιστήμιο Μακεδονίας ηλικίας (21.06 ± 1.76 ετών).

Όργανα μέτρησης: Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν ειδικά σχεδιασμένα ερωτηματολόγια. Οι στάσεις των φοιτητών/τριών για εθελοντική προσφορά μετρήθηκαν με την ερώτηση «Για μένα το να προσφέρω εθελοντικά τις υπηρεσίες μου στους ΟΑ τους 2004 για 12 ημέρες επί 8 ώρες την ημέρα είναι:....» Οι απαντήσεις δίνονταν σε 6 αντίθετα επίθετα (καλό - κακό, έξυπνο - ανόητο, ξεκούραστο - κουραστικό, ελκυστικό - απωθητικό, ευχάριστο - δυσάρεστο, χρήσιμο - άχρηστο) ($\alpha = .86$). Η μεταβλητή Κοινωνικό Πρότυπο μετρήθηκε με τη χρήση 3 ερωτήσεων. Οι απαντήσεις των ερωτήσεων αυτών πολλαπλασιάστηκαν με την ερώτηση για την παρακίνηση προς συμμόρφωση με το κοινωνικό πρότυπο. Ο αντιλαμβανόμενος έλεγχος συμπεριφοράς μετρήθηκε με 3 ερωτήσεις (π.χ., «Για μένα το να προσφέρω εθελοντικά τις υπηρεσίες μου στους ΟΑ τους 2004 για 12 ημέρες επί 8 ώρες την ημέρα είναι: πολύ εύκολο έως πολύ δύσκολο» ($\alpha = .91$). Η πρόθεση για εθελοντική προσφορά στους ΟΑ υπολογίστηκε από τη μέση τιμή των απαντήσεων σε 3 ερωτήσεις (π.χ., «Είμαι αποφασισμένος να προσφέρω εθελοντικά τις υπηρεσίες μου στους ΟΑ του 2004 για 12 ημέρες επί 8 ώρες την ημέρα») ($\alpha = .95$). Όλες οι απαντήσεις δίνονταν σε 7βάθμια κλίμακα τύπου Likert.

Αποτελέσματα

Η ιεραρχική ανάλυση παλινδρόμησης χρησιμοποιήθηκε για την πρόβλεψη της πρόθεσης για εθελοντική προσφορά στους ΟΑ του 2004, από τις μεταβλητές Στάσεις, Κοινωνικό Πρότυπο, Αντιλαμβανόμενος Έλεγχος Συμπεριφοράς (ΑΕΣ). Σύμφωνα με τους Ajzen & Madden (1986), για την πρόβλεψη της πρόθεσης για εθελοντική προσφορά εργασίας οι μεταβλητές Στάσεις ως προς την εθελοντική προσφορά εργασίας και Κοινωνικό Πρότυπο εισήχθησαν πρώτες και ακολούθησε ο ΑΕΣ. Η ίδια ανάλυση επαναλήφθηκε ξεχωριστά για τα 2 φύλα, την εμπειρία σε εθελοντική δραστηριότητα και την ειδικότητα των φοιτητών.

Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ιεραρχικής ανάλυσης παλινδρόμησης. Οι τυποποιημένοι συντελεστές παλινδρόμησης φαίνεται να έχουν παρόμοιες τιμές για όλες τις μεταβλητές του ΜΣΣ. Η μεγαλύτερη διαφορά εντοπίζεται στον ΑΕΣ ανάμεσα στους άνδρες (.71) και τις γυναίκες (.62). Το ποσοστό πρόβλεψης της πρόθεσης για εθελοντική προσφορά στους ΟΑ κυμαίνεται από .71 έως .81. Η μεγαλύτερη διαφορά εντοπίζεται ανάμεσα στους φοιτητές με προηγούμενη εθελοντική προσφορά σε διάφορες οργανώσεις και στους φοιτητές χωρίς καμία προηγούμενη εθελοντική προσφορά.

Πίνακας 1. Τυποποιημένοι συντελεστές παλινδρόμησης, συντελεστές συσχέτισης και γενικευμένοι συντελεστές συσχέτισης

	Αριθμός δείγματος	Στάσεις προς τον εθελοντισμό	Κοινωνικό Πρότυπο	ΑΕΣ	Πρόθεση για εθελοντισμό R	Πρόθεση για εθελοντισμό R ²
ΜΣΣ	305	.27*	.06	.66*	.88	.78
Άνδρες	118	.24*	.02	.71*	.89	.79
Γυναίκες	187	.30*	.07	.62*	.87	.75
Εθελοντής	149	.25*	.08	.67*	.90	.81
Μη εθελοντής	156	.30*	.03	.62*	.85	.71
ΤΕΦΑΑ	147	.25*	.08	.67*	.84	.71
Παν. Μακεδον.	158	.33*	.02	.65*	.85	.73

* $p < .01$

Συζήτηση

Από την ανάλυση των δεδομένων φάνηκε ότι οι 3 μεταβλητές του ΜΣΣ εξηγούν ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό της διακύμανσης της πρόθεσης των φοιτητών για προσφορά εθελοντικής εργασίας. Τα αποτελέσματα αυτά συμφωνούν με προηγούμενες έρευνες, αφού επιβεβαιώνουν τη χρησιμότητα του μοντέλου στη μελέτη των στάσεων και παρέχουν ισχυρές ενδείξεις για την εφαρμογή του στη μελέτη του εθελοντισμού. Οι φοιτητές φαίνεται να αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν λιγότερα εμπόδια για τη συμμετοχή τους ως εθελοντές στους ΟΑ σε σχέση με τις φοιτήτριες. Η μεγάλη διαφορά στην πρόβλεψη της πρόθεσης για εθελοντισμό μεταξύ των φοιτητών που υπήρξαν στο παρελθόν εθελοντές σε διάφορες δραστηριότητες και οργανώσεις και αυτών που δεν είχαν καμία εμπειρία στον εθελοντισμό δείχνει ότι η προηγούμενη εμπειρία ως εθελοντής είναι μία σημαντική παράμετρος που επηρεάζει την πρόθεση των φοιτητών για προσφορά εθελοντικής εργασίας στους ΟΑ του 2004.

Βιβλιογραφία

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior*. Bristol, Eng., Open University Press.
- Ajzen, I. & Madden, T.J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: attitudes and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22: 453-474.
- Armitage, C.J. & Conner, M. (1995). The theory of planned behavior: assessment predictive validity and “perceived control”. *British Journal of Social Psychology*, 38: 35-54.
- Giles, M. & Cairns, E. (1995). Blood donation and Ajzen’s theory of planned behaviour: an examination of perceived behavioral control. *British Journal of Social Psychology*, 34: 173-188.
- Dzewaltowski, A.D., Noble, J.M. & Shaw, J.M. (1990). Physical activity participation: social cognitive theory versus the theories of reasoned action and planned behavior. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 12: 388-405.
- Theodorakis, Y. (1994). Planned behavior, attitude strength, role identity and the prediction of exercise behavior. *The Sport Psychologist*, 8: 149-165.

**Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ:
ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΥΨΗ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ**

Βασιλικού, Χ.

Οργανωτική Επιτροπή Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες (ΟΑ) θεωρούνται το μεγαλύτερο και σημαντικότερο αθλητικό, αλλά συνάμα πολιτιστικό, κοινωνικό και οικονομικό γεγονός του πλανήτη. Πρόκειται για τη διοργάνωση που συγκεντρώνει το ενδιαφέρον όλου του κόσμου και προσελκύει την υψηλότερη τηλεθέαση. Η πόλη που αναλαμβάνει τη διοργάνωση των Αγώνων αναλαμβάνει πολλές ευθύνες, αλλά ταυτόχρονα δημιουργούνται γι' αυτήν πολλές ευκαιρίες ανάπτυξης. Μία τέτοια (ευθύνη και ευκαιρία) είναι η υποδοχή των μελών της Ολυμπιακής Οικογένειας –αθλητές, συνοδούς, κριτές, εκπρόσωπους των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ), χορηγούς, εκπρόσωπους της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής (ΔΟΕ) και των Εθνικών Ολυμπιακών Επιτροπών (ΕΟΕ), επίσημους κρατών, καθώς και θεατές από όλο τον κόσμο. Αυτή η ξαφνική και βραχυχρόνια αύξηση του πληθυσμού της πόλης επηρεάζει πολλούς τομείς της κοινωνίας της, ο σημαντικότερος από τους οποίους είναι η φιλοξενία - διαμονή.

Συνήθως, μια πόλη διαθέτει αρκετά καταλύματα για να καλύψει τις ανάγκες του μόνιμου πληθυσμού και του τουρισμού, τα οποία, όμως, δεν επαρκούν για την κάλυψη των αυξημένων αναγκών των ΟΑ. Επομένως, η διοργανώτρια πόλη καλείται να επιλέξει τη λύση που ταιριάζει καλύτερα στα δικά της δεδομένα. Οι πιο συνήθεις εναλλακτικές λύσεις για την αντιμετώπιση αυτής της κατάστασης είναι η κατασκευή νέων ξενοδοχείων, η χρήση κρουαζιερόπλοιων (όπου είναι εφικτό) και η εφαρμογή προγραμμάτων ενοικίασης ιδιωτικών κατοικιών. Στις περιπτώσεις κατά τις οποίες οι λύσεις αυτές δεν επαρκούν, ενδέχεται να προκριθεί ως λύση η δημιουργία και η λειτουργία κάποιου «Χωριού», το οποίο απευθύνεται σε μια συγκεκριμένη κατηγορία ανθρώπων με κοινές ανάγκες και συνήθειες, όπως, για παράδειγμα, αυτή των αθλητών ή των εκπροσώπων των ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, συνοικίες με νέες κατοικίες, νεόδμητα κτήρια, παλαιά νοσοκομεία και ξενοδοχεία, πανεπιστημιακές εστίες, προσωρινά κτίσματα, κλπ., μπορούν να προσαρμοστούν στις συγκεκριμένες απαιτήσεις και να χρησιμοποιηθούν για το σκοπό αυτό.

Παρόλα αυτά, οι αρμόδιες αρχές πρέπει να συνυπολογίσουν πολυάριθμα κριτήρια προτού καταλήξουν στην καταλληλότερη επιλογή. Από τη μία πλευρά, οφείλουν να εξετάσουν τις τρέχουσες και μελλοντικές ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και από την άλλη, εφόσον καταλήξουν στην ομάδα ανθρώπων που θα φιλοξενηθούν στο χώρο αυτό, να μελετήσουν την τοποθεσία, το κόστος, τις προσφερόμενες υπηρεσίες και παροχές, την προσβασιμότητα, αλλά και τη μετά-Ολυμπιακή χρήση που αντιστοιχεί σε κάθε πρόταση.

Οι ΟΑ είναι ένα πολυδιάστατο γεγονός, το οποίο εφόσον η διοργανώτρια πόλη καταφέρει να χειριστεί προς όφελός της, θα συντελέσει στη συνολική αναβάθμιση του τόπου. Ο τομέας της φιλοξενίας είναι κρίσιμος για την επίτευξη του στόχου αυτού και απαιτεί την ανάλογη προσοχή και μελέτη.

**ΠΡΟΤΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΜΜΕ
ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΤΟΥ ΓΡΑΠΤΟΥ ΚΑΙ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ
ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ**

**Γρηγοράκη, Μ.
ΟΕΟΑ «Αθήνα 2004»**

Εισαγωγή

Ως η μεγαλύτερη αθλητική διοργάνωση, οι Ολυμπιακοί Αγώνες (ΟΑ) αποτελούν πόλο έλξης για εκατομμύρια ανθρώπους από όλο τον κόσμο. Καμία άλλη αθλητική διοργάνωση δεν απασχολεί τόσο πολύ τον παγκόσμιο Τύπο και δεν προσελκύει τόσους πολλούς τηλεθεατές ζωντανών και μη αναμεταδόσεων. Σύμφωνα με στοιχεία από τη Διεθνή Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ), 3,7 δισεκατομμύρια άνθρωποι από 220 χώρες παρακολούθησαν τους ΟΑ του Σίδνεϊ.

Η τηλεόραση, οι εφημερίδες, τα περιοδικά, οι φωτογραφίες, αλλά και τα νέα μέσα ενημέρωσης (διαδύκτιο) παρακολουθούν και καταγράφουν όχι μόνο τις 16 μέρες των ΟΑ, αλλά και όλα τα παρασκήνια και την προετοιμασία της κάθε ΟΕΟΑ και του κράτους που φιλοξενεί το μεγάλο αυτό αθλητικό γεγονός. Λίγο πριν, αλλά και κατά την περίοδο των Αγώνων η προσφορά και η ζήτηση θεμάτων και εικόνων σχετικών με αυτούς αυξάνονται θεαματικά. Στο Σίδνεϊ τις μέρες εκείνες εργάζονταν 17.000 εκπρόσωποι των ΜΜΕ, από τους οποίους 5.000 ήταν του γραπτού και του φωτογραφικού τύπου. Στην Αθήνα αναμένονται 21.000 εκπρόσωποι ΜΜΕ, από τους οποίους οι 5.500 θα είναι δημοσιογράφοι και φωτογράφοι.

Γραπτός και Φωτογραφικός Τύπος

Οι εκπρόσωποι του γραπτού τύπου διαμορφώνουν μία άποψη για το θέμα που τους απασχολεί και τη μεταφέρουν στους αναγνώστες τους. Η δύναμη που έχουν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης είναι μεγάλη. Ο Juan Antonio Samaranch, πρώην πρόεδρος της ΔΟΕ, έλεγε πως: «...τα διεθνή ΜΜΕ μπορούν, περισσότερο από τον καθένα, να μετρήσουν την επιτυχία των Ολυμπιακών Αγώνων» και «...τα ΜΜΕ είναι οι τελευταίοι κριτές των Αγώνων».

Όπως οι αθλητές, έτσι και οι δημοσιογράφοι και οι φωτογράφοι θεωρούν αποκορύφωμα της καριέρας τους τη συμμετοχή τους σε ΟΑ και τα φωτοειδησεογραφικά πρακτορεία (Reuters, the Associated Press, Agence France Press, EFE, USA Today, Sports Illustrated, the Washington Post, SID, L'Equipe, Le Figaro, Asahi Thimbun, Yomiuri Shimbun, TIME International, Newsweek, The Times, Kyodo News, εκπρόσωποι από την KODAK, NIKON, CANON, European Press Photo Agency All Sport), στέλνουν τους καλύτερους δημοσιογράφους και φωτογράφους για να καλύψουν το γεγονός.

Αντιλαμβανόμενη την επιρροή του γραπτού και φωτογραφικού τύπου στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης η εκάστοτε ΟΕΟΑ, και κατ' επέκταση η διοργανώτρια χώρα, προσπαθεί να συνεργάζεται μαζί τους όσο το δυνατόν καλύτερα, να ακούει και να ικανοποιεί τα αιτήματά τους κατά τη διάρκεια των Αγώνων.

Ιδανικές συνθήκες εργασίας και διαβίωσης κατά την διάρκεια των Αγώνων

Κατά τη διάρκεια των Αγώνων, το Βασικό Κέντρο Τύπου αποτελεί «το σπίτι, μακριά από το σπίτι» για όλους τους εκπροσώπους του γραπτού και φωτογραφικού Τύπου. Είναι ανοικτό όλο το 24ωρο και τους παρέχει ό,τι χρειάζονται για να κάνουν σωστά τη δουλειά τους. Τα μεγαλύτερα ειδησεογραφικά πρακτορεία έχουν τη δυνατότητα να νοικιάσουν χώρους μέσα σε αυτό που λειτουργούν ως ιδιωτικά γραφεία.

Εκτός από το Βασικό Κέντρο Τύπου, η ΟΕΟΑ είναι υποχρεωμένη να λειτουργεί ένα υπό-Κέντρο Τύπου σε κάθε αγωνιστική εγκατάσταση, καθώς και σε ορισμένες μη αγωνιστικές (όπως το Ολυμπιακό Χωριό). Κάθε ένα από αυτά περιλαμβάνει την κερκίδα του τύπου, μία αίθουσα εργασίας,

μία αίθουσα συνέντευξης τύπου και την περιοχή της «μικτής ζώνης», όπου οι δημοσιογράφοι καταγράφουν τις πρώτες δηλώσεις των αθλητών αμέσως μετά το τέλος του αγωνίσματός τους. Επίσης, καθορίζει κάποιες διακεκριμένες θέσεις φωτογράφισης.

Πέραν, όμως, από τους χώρους και τις συνθήκες εργασίας τους, οι εκπρόσωποι των ΜΜΕ θεωρούν επίσης πολύ σημαντική τη διαμονή τους και τη μετακίνησή τους. Καθότι εργάζονται πάρα πολλές – αλλά και παράξενες – ώρες, περιμένουν άνετα καταλύματα, κοντά στο Βασικό Κέντρο Τύπου αλλά και στις εγκαταστάσεις.

Σκοπός της έρευνας

Με αφορμή τους ΟΑ της Αθήνας το 2004, η προτεινόμενη έρευνα θα επιχειρήσει να προσδιορίσει την επιρροή των δημοσιογράφων και των φωτογράφων στην επιτυχία των ΟΑ.

Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί θα αποτελείται τόσο από ποιοτική όσο και από ποσοτική ανάλυση. Ερωτηματολόγια θα μοιραστούν σε εκπρόσωπους από μεγάλα ειδησεογραφικά πρακτορεία, κατά τη συμμετοχή τους σε ενημερωτικές συναντήσεις που θα διοργανώνει η αρμόδια Διεύθυνση της ΟΕΟΑ από τώρα μέχρι και το 2004, αλλά και στις προολυμπιακές δοκιμαστικές διοργανώσεις (test events), η πλειοψηφία των οποίων θα γίνει το 2003. Επίσης, θα πραγματοποιηθούν συνεντεύξεις σε βάθος με ανθρώπους-κλειδιά, μέλη των ΟΕΟΑ της Αθήνας, αλλά και του Σίδνεϊ, επαγγελματίες έλληνες και ξένους δημοσιογράφους και φωτογράφους με μεγάλη Ολυμπιακή εμπειρία και βασικά στελέχη της Διεύθυνσης Υπηρεσιών Τύπου του ΑΘΗΝΑ 2004.

Βιβλιογραφία

- Gratton, R. (1999). *Staging the Olympics: the event and its impact*. Chapter: “The Media”. New South Wales, Press LTD
- Verdier, M. (1996). The Olympic Games and the media. *Olympic Review*, 25(9): 57-63.
- Palfreyman, R. (2000). The Media. *Olympic Review*, Aug-Sept.

Δικτυακός τόπος: www.olympics.com/uk/organisation/facts/broadcasting.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΛΗΘΟΥΣ ΣΕ ΜΕΓΑΛΑ ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΓΕΓΟΝΟΤΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΤΟΥ ΣΙΔΝΕΪ 2000

Μιχελάκης, Μ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Διαχείριση και Έλεγχος Πλήθους (ΔΕΠ) είναι το σύνολο των ενεργειών που έχουν στόχο να εξασφαλίσουν την άνετη και ασφαλή είσοδο, παραμονή και έξοδο των φίλαθλων σε μια αθλητική εγκατάσταση, ώστε να ευχαριστηθούν και να ψυχαγωγηθούν όσο το δυνατόν περισσότερο. Κατά τη διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων (ΟΑ) στο παρελθόν συνέβαιναν επεισόδια μεταξύ οπαδών διάφορων ομάδων, οπότε η εφαρμογή μίας τακτικής ελέγχου του «πλήθους» και η παρουσία ειδικά εκπαιδευμένων ανθρώπων για τη διατήρηση της «τάξης» ήταν απαραίτητη για την ομαλή τέλεσή τους (Lammer, 1983).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εντοπίσει τις ενέργειες ΔΕΠ που γίνονται κατά τη διάρκεια ΟΑ.

Μεθοδολογία

Για την υλοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της παρατήρησης με συμμετοχή στο Τμήμα των Υπηρεσιών Θεατών (Spectators Services) στους ΟΑ του Σίδνεϊ, την περίοδο 19 Ιουλίου έως 2 Οκτωβρίου 2000.

Αποτελέσματα

Οι ενέργειες ΔΕΠ ξεκινούν από την κατανόηση του βασικού τους στόχου, ο οποίος είναι να έχουν οι θεατές ενός γεγονότος μια ευχάριστη εμπειρία. Κάθε στοιχείο της διοργάνωσης, από το σχεδιασμό της εγκατάστασης έως τη διεξαγωγή ενός γεγονότος, αποτελεί μέρος της ΔΕΠ (Antee & Swinburn, 1990; Farmer, Γαργαλιάνος & Αυθίνος, 1997). Πριν ξεκινήσει ο σχεδιασμός της ΔΕΠ πρέπει να αναλυθούν ξεχωριστά τα εξής: 1) τα χαρακτηριστικά του γεγονότος (π.χ., είδος αθλητικού γεγονότος), 2) τα χαρακτηριστικά και οι δυνατότητες των εγκαταστάσεων (υπηρεσίες που προσφέρει, τεχνολογία, κλπ.), 3) ο αριθμός και η ενδεχόμενη συμπεριφορά των θεατών, 4) οι τρόποι επικοινωνίας μέσα στην εγκατάσταση, 5) τα σενάρια ΔΕΠ (crisis management), 6) η ροή των φίλαθλων προς και από το γήπεδο, 7) οι «υπηρεσίες θεατών» και 8) η εκπαίδευση των στελεχών και των εθελοντών που ασχολούνται με τη ΔΕΠ.

Στους ΟΑ του Σίδνεϊ, υπό την επίβλεψη και καθοδήγηση του Venue Manager, κάθε εγκατάσταση στελεχωθήκε από 5 ειδικούς μάντζερ (Site, Operations, Competition, Venue Staffing και House Manager). Ο τελευταίος ήταν αρμόδιος και για τον τομέα των Υπηρεσιών Θεατών., ο οποίος χωριζόταν στα εξής μικρότερα τμήματα: Επόπτες Θεατών, Ελεγκτές Εισιτηρίων, Ταξιθέτες και Στελέχη Περιπτέρων Ενημέρωσης. Ο κάθε υποτομέας είχε ένα προϊστάμενο (supervisor) με υφιστάμενους αρχηγούς ομάδας (team leaders), οι οποίοι με τη σειρά τους διοικούσαν ομάδες 10 ατόμων. Τα στελέχη του τομέα αυτού είχαν άμεση επαφή με τους θεατές, τους οποίους θεωρούσαν καλεσμένους. Αυτή η επαφή ήταν ζωτικής σημασίας για τη διαμόρφωση της εμπειρίας και της εικόνας των θεατών. Οι εθελοντές στο τμήμα αυτό έπρεπε να παρέχουν πληροφόρηση και βοήθεια στο κοινό. Με αυτή την οργανωτική μορφή υπήρξε άριστο κλίμα συνεργασίας μεταξύ των τμημάτων, με αποτέλεσμα οι Αγώνες να στεφθούν με επιτυχία.

Συζήτηση

Στη σύγχρονη εποχή η ανάπτυξη του αθλητισμού είναι αλματώδης. Τα χρηματικά ποσά που επενδύονται στον αθλητισμό και οι «φανατικοί» του αθλητικού θεάματος πολλαπλασιάζονται καθημερινά. Από οικονομικής πλευράς οι Υπηρεσιών Θεατών είναι πολύ σημαντικές, επειδή οι χορηγοί που επενδύουν σε αθλητικές ομάδες – επιχειρήσεις (για παράδειγμα, η Adidas επενδύει σε αθλητικές χορηγίες το 13% του κύκλου εργασιών της) δεν επιθυμούν να συνδυάζεται το όνομα και η φήμη τους με την άσχημη εμπειρία των φίλαθλων σε ένα αφιλόξενο και ανοργάνωτο γήπεδο. Επιβάλλεται, λοιπόν, οι ομάδες να υιοθετήσουν μια αποδεκτή πολιτική ΔΕΠ που θα ενεργεί με επίκεντρο τις ανάγκες και απαιτήσεις του φίλαθλου κοινού.

Συμπέρασμα

Η προσφορά της ΔΕΠ στα αθλητικά γεγονότα είναι σημαντική. Η ανάγκη του θεατή να αισθανθεί ότι συμμετέχει ενεργά σε κάθε αθλητικό γεγονός μπορεί να ικανοποιηθεί μόνο εάν οι υπηρεσίες που του προσφέρονται στην εγκατάσταση είναι υψηλής ποιότητας.

Βιβλιογραφία

- Farmer, P. (1999). Risk management: a threat to the management of sport and leisure in the USA and Australia. 7th Congress of E.A.S.M., Thessaloniki, Greece.
- Farmer, P., Γαργαλιάνος, Δ. & Αυθίνος, Ι. (1997). *Αθλητικές εγκαταστάσεις*, Κεφάλαιο «Διαχείριση Πλήθους», (σελ: 114-116).
- Lammer, M. (1988). Spectators and their behavior at contests in Ancient Greece. *International Journal of Physical Education*: 18-21.

ΛΙΠΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΘΛΗΤΩΝ ΟΜΑΔΙΚΩΝ ΑΘΛΗΜΑΤΩΝ

Μαργαρίτης, Η., Μοσκόφογλου, Ε., Μπεμπέτσος, Ε. & Θεοδωράκης, Ν.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Ερευνητές από διαφορετικές επιστήμες και ιδιαίτερα από αυτή του αθλητικού μάνατζμεντ έχουν δημοσιεύσει πολλές μελέτες σχετικά με την έννοια της «ικανοποίησης». Το ενδιαφέρον τους στράφηκε περισσότερο στη γενικότερη έννοια της ικανοποίησης στον αθλητικό χώρο και λιγότερο στην ικανοποίηση των αθλητών. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζεται και από τους Chelladurai & Riemer (1997), οι οποίοι αναφέρουν ότι οι αθλητές αποτελούν το σημαντικότερο παράγοντα του αθλητικού συστήματος. Η έννοια της ικανοποίησης του αθλητή, η οποία ορίζεται ως η θετική συναισθηματική κατάσταση που προέρχεται από διάφορα γεγονότα, όπως είναι οι προηγούμενες εμπειρίες και οι προσδοκίες του αθλητή (Chelladurai & Riemer, 1997), αναφέρθηκε ως ανεξάρτητη, ή εξαρτημένη μεταβλητή σε διάφορα θεωρητικά μοντέλα στο χώρο του αθλητισμού.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει το επίπεδο ικανοποίησης αθλητών ομαδικών αθλημάτων από την προσωπική τους αγωνιστική απόδοση και από τον προπονητή/τρια τους.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 76 αθλητές και 68 αθλήτριες (N = 144), οι οποίοι συμμετείχαν σε 4 αθλήματα (μπάσκετ, βόλεϊ, ποδόσφαιρο και πόλο). Ο μέσος όρος της ηλικίας τους ήταν ± 17.7 χρόνων. Οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε 3 ομάδες εμπειρίας: α) 1-4 χρόνια, β) 5-8 χρόνια και γ) >8 χρόνια.

Όργανα μέτρησης: Για την υλοποίηση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η «Κλίμακα Ικανοποίησης Αθλητών» του Chelladurai, Inamura, Yamaguchi, Oinuma & Miyauchi (1988), η οποία μεταφράστηκε στα ελληνικά με τη μέθοδο της διπλής κατευθύνσης. Η κλίμακα αποτελούνταν από 10 ερωτήματα, χωρισμένα σε 2 διαστάσεις: 1) Ηγεσία (7 ερωτήματα) και 2) Προσωπική Απόδοση («personal outcome», 3 ερωτήματα). Οι αθλητές/τριες μπορούσαν να απαντήσουν σε κάθε ερώτημα μέσα από μία 7βάθμια κλίμακα, όπου 1 = απόλυτα δυσαρεστημένος/η και 7 = απόλυτα ικανοποιημένος/η. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε και ερωτήματα σχετικά με την ηλικία, το φύλο, την αγωνιστική εμπειρία, την αγωνιστική κατηγορία και τις ώρες προπόνησης / εβδομάδα.

Διαδικασία: Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε στο τέλος της αγωνιστικής περιόδου από φοιτητές/τριες του ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ. Οι αθλητές ενημερώθηκαν για το σκοπό της έρευνας και η συμμετοχή τους ήταν εθελοντική.

Αποτελέσματα

Η ανάλυση της αξιοπιστίας έδειξε ότι ο συντελεστής α του Cronbach για τον παράγοντα Ηγεσία ήταν .95 (στον παράγοντα αυτό δεν βρέθηκαν διαφορές μεταξύ αθλητών και αθλητριών), ενώ για τον παράγοντα Προσωπική Απόδοση ήταν .83 (στον παράγοντα αυτό διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ αθλητών και αθλητριών [$t=2,26$, $p<0,05$], αφού οι αθλητές [$M=5,54$] ήταν περισσότερο ικανοποιημένοι από την απόδοσή τους από ό,τι οι αθλήτριες [$M=5,09$]).

Για να εξεταστεί αν υπήρχαν διαφορές μεταξύ των 3 κατηγοριών αθλητικής εμπειρίας χρησιμοποιήθηκε η ανάλυση διακύμανσης με 1 παράγοντα και βρέθηκε ότι η αθλητική εμπειρία επηρέασε στατιστικά σημαντικά την ικανοποίηση των αθλητών και στους 2 παράγοντες. Για να ελεγχθεί μεταξύ ποιων κατηγοριών αθλητικής εμπειρίας υπήρχαν διαφορές στον παράγοντα Ηγεσία

χρησιμοποιήθηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων του Sheffe post hoc. Βρέθηκε ότι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των αθλητών/τριών με τη μεγαλύτερη αθλητική εμπειρία (>8 χρόνια, M=4,7) και αυτών που ανήκαν στις άλλες 2 κατηγορίες αθλητικής εμπειρίας (5-8 χρόνια, M=5,4 και 1-4 χρόνια, M=6,1). Αποτελέσματα του ίδιου τεστ στον παράγοντα Προσωπική Απόδοση έδειξε ότι και πάλι υπήρχαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των αθλητών/τριών που είχαν μεγαλύτερη αθλητική εμπειρία (>8 χρόνια, M=4,7) και των άλλων 2 κατηγοριών (5-8 χρόνια, M=5,2 και 1-4 χρόνια, M=5,9).

Συζήτηση

Η παρούσα έρευνα ήταν μια πρώτη προσέγγιση στη διερεύνηση της ικανοποίησης των αθλητών από τον εαυτό τους και από τον προπονητή/τρια τους. Η απουσία παρόμοιων ερευνών στην Ελλάδα και το μικρό δείγμα αποτελούν παράγοντες που καθιστούν αναγκαία την με επιφύλαξη ερμηνεία των αποτελεσμάτων.

Γενικά μπορεί να ειπωθεί ότι οι αθλητές/τριες έδειξαν ότι είναι μάλλον ικανοποιημένοι τόσο από την ηγετική συμπεριφορά του προπονητή, όσο και από την προσωπική τους απόδοση. Το άθλημα δεν επηρέασε το επίπεδο ικανοποίησής τους τόσο ως προς τον παράγοντα Ηγεσία, όσο και ως προς τον παράγοντα Προσωπική Απόδοση. Επίσης, φάνηκε ότι οι αθλητές ήταν περισσότερο ικανοποιημένοι από τις αθλήτριες από την προσωπική τους απόδοση, γεγονός που ενδεχόμενα να σημαίνει ότι οι αθλήτριες κρίνουν αυστηρότερα τους εαυτούς τους. Επιπλέον, η αθλητική εμπειρία φαίνεται ότι επηρεάζει τα επίπεδα ικανοποίησης των αθλητών/τριών. Αναλυτικότερα, οι αθλητές/τριες με μεγαλύτερη αθλητική εμπειρία ασκούν αυστηρότερη κριτική στην ηγετική συμπεριφορά του προπονητή/τρια τους από ό,τι οι αθλητές/τριες με μικρότερη αγωνιστική εμπειρία. Όμοια, οι πιο έμπειροι αθλητές/τριες φαίνεται ότι είναι λιγότεροι ικανοποιημένοι από την απόδοσή τους.

Συμπεράσματα

Η έννοια της ικανοποίησης αθλητών έχει απασχολήσει ελάχιστα τους ερευνητές τόσο από το χώρο του αθλητικού μάντζμεντ, όσο και τα διοικητικά στελέχη και τους προπονητές των ομάδων. Ειδικότερα στον ερασιτεχνικό αθλητισμό, η διερεύνηση της ικανοποίησης των αθλητών είναι απαραίτητη όχι μόνο για τη βελτίωση των προγραμμάτων, αλλά και για την αύξηση του αριθμού των συμμετεχόντων σε αυτά (Θεοδωράκης & Μπεμπέτσος, 2002).

Βιβλιογραφία

- Chelladurai, P., Inamura, H., Yamaguchi, Y., Oinuma, Y. & Miyauchi, T. (1988). Sport leadership in a cross-national setting: the case of Japanese and Canadian university athletes. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 10: 374-389.
- Chelladurai, P. & Riemer, H.A. (1997). A classification of facets of athlete satisfaction. *Journal of Sport Management*, 11: 133-159.
- Θεοδωράκης, Ν. & Μπεμπέτσος, Ε. (2002). Διερεύνηση της ικανοποίησης αθλητών: μία πρώτη προσέγγιση. *Φυσική Δραστηριότητα και Ποιότητα Ζωής*, (ηλεκτρονικό περιοδικό), (προς δημοσίευση).

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΙΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΩΣ ΜΕΣΟ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ

Τόλκα, Β. & Τζέτζης, Γ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Η επιχειρησιακή χορηγία αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων στο χώρο του αθλητισμού. Στοιχεία που προέρχονται κυρίως από Ευρωπαϊκές και Αμερικανικές πηγές δείχνουν ότι διεθνώς δαπανώνται τεράστια ποσά για αθλητικές χορηγίες. Στις ΗΠΑ, όπου ο θεσμός της χορηγίας βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη, τα μεγέθη είναι εντυπωσιακά: το 1991, οι χορηγίες των επιχειρήσεων της Βόρειας Αμερικής υπολογίζονται ότι ανήλθαν σε \$4.1 δις, ποσό που το 2000 έφτασε τα \$8.7 δις (The Special Events Report). Παρόμοια, το 1999, το συνολικό ποσό που δαπανήθηκε από ευρωπαϊκές επιχειρήσεις ήταν της τάξης των \$6.5 δις, ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο έφτασε τα \$28.2 δις (Institute of Sports Sponsorship).

Στην Ελλάδα, ο θεσμός της χορηγίας του αθλητισμού ξεκίνησε από τα αρχαία χρόνια, όταν επιφανείς Αθηναίοι πολίτες αναλάμβαναν τις δαπάνες διοργάνωσης αθλητικών και άλλων πολιτιστικών εκδηλώσεων. Στη σύγχρονη εποχή, πρόσφατες μελέτες αναφέρουν ότι τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες επιχειρήσεις συμμετέχουν ως χορηγοί σε αθλητικές εκδηλώσεις. Οι κυριότεροι λόγοι της ανάπτυξης αυτής, είναι: 1) η τάση των κυβερνήσεων σε περιόδους οικονομικής κρίσης να περικοπτούν τον προϋπολογισμό για τον αθλητισμό και να καθιστούν αναγκαίες άλλες πηγές πόρων για τη στήριξή του, 2) ο κορεσμός του χώρου της διαφήμισης, 3) η εξέλιξη τόσο του επαγγελματικού, όσο και του μαζικού λαϊκού αθλητισμού, 4) ο αυξημένος ανταγωνισμός των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση η ανάγκη για image advertising και επικοινωνία με νέες αγορές-στόχους, 5) η ανάπτυξη της εμπορικότητας των διοργανώσεων, 6) οι ανακατατάξεις στα ραδιοτηλεοπτικά μέσα ενημέρωσης με κύριες αιχμές τη δημιουργία ελεύθερης ραδιοφωνίας και τη λειτουργία ιδιωτικής και δορυφορικής τηλεόρασης και 7) η ευρωπαϊκή οικονομική ενοποίηση και η αναμενόμενη αλλαγή της νομοθεσίας

Με δεδομένα τα παραπάνω στοιχεία, πολλοί επιχειρηματίες επιλέγουν την αθλητική χορηγία ως τρόπο προώθησης των προϊόντων / εταιριών τους για να: 1) παρουσιάσουν ως «καλοί πολίτες» στην κοινωνία, 2) εκδηλώσουν το ενδιαφέρον τους για την κοινωνία και τις δραστηριότητές της, 3) σταθεροποιήσουν και να αυξήσουν τη γνώση του ονόματος της εταιρίας τους (brand awareness), 4) επικοινωνήσουν με νέες αγορές - στόχους, 5) δημιουργήσουν μία θετική εικόνα της επιχείρησης, 6) διαφημιστούν, 7) προβληθούν και 8) να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.

Το 1^ο βήμα στη διαδικασία ανεύρεσης χορηγών από ένα αθλητικό σωματείο θα πρέπει να είναι η συγκρότηση μίας ολοκληρωμένης πρότασης χορηγίας, η οποία αυξάνει την αξιοπιστία των στοιχείων που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια των διαπραγματεύσεων. Στη συνέχεια, και αφόσον επιτευχθεί συμφωνία συνεργασίας, θα πρέπει να δοθεί έμφαση στη λεπτομερή εκτέλεση του χορηγικού προγράμματος. Από τις πιο σημαντικές ενέργειες που επιβάλλεται να γίνουν στη φάση αυτή, είναι: α) η υπογραφή συμβολαίων που θα βασίζονται σε αναλυτικό σχεδιασμό, β) η πρόβλεψη και η εφαρμογή συστημάτων ελέγχου για την εφαρμογή του συνολικού προγράμματος χορηγίας, γ) η εκπαίδευση όλων των στελεχών του οργανισμού πάνω στο ρόλο της χορηγίας και δ) η πρόσληψη ειδικών επαγγελματιών. Τέλος, μετά την εκτέλεση, η απαραίτητη διοικητική διαδικασία που πρέπει να υπάρχει σε κάθε πρόγραμμα χορηγίας είναι ένας αναλυτικός απολογισμός, στο πλαίσιο του οποίου θα πρέπει να γίνεται και μία αξιολόγηση της αποδοτικότητας του όλου προγράμματος.

Η αντικειμενική αξιολόγηση της αξίας της χορηγίας μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους. Ένας από αυτούς είναι με τη μέτρηση της αποτελεσματικότητάς της όσον αφορά στην επίτευξη των επικοινωνιακών στόχων του χορηγού. Η διαδικασία αυτή είναι εξαιρετικά σημαντική για το χορηγό διότι του δίνει τη δυνατότητα να γνωρίζει πόσο σωστά επενδύονται τα χρήματα που επενδύει. Κατ' επέκταση, είναι εξίσου σημαντική και για τη μακροβιότητα της συμφωνίας χορηγίας, καθώς εκφράζει

επαγγελματισμό, συνέπεια και καλή οργάνωση στη συνεργασία του αθλητικού οργανισμού με την επιχείρηση - χορηγό.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των χορηγιών ποδοσφαίρου, ως μέσο υλοποίησης των επικοινωνιακών στόχων των χορηγών.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε αντιπροσωπευτικό δείγμα φιλάθλων επαγγελματικών ομάδων ποδοσφαίρου, οι οποίοι παρακολουθούσαν τους αγώνες στο γήπεδο και ήταν εγγεγραμμένοι στις βάσεις δεδομένων των ομάδων. Συμμετείχαν 110 άτομα, όλοι άνδρες και σε ποσοστό 90% κάτοχοι εισιτηρίων διαρκείας, οι οποίοι επιλέχθηκαν με τη μέθοδο της απλής τυχαίας δειγματοληψίας. Προκειμένου να εξισορροπηθούν τυχόν παράγοντες μεροληψίας το δείγμα σταθμίστηκε εκ των υστέρων ως προς την περιοχή κατοικίας των ερωτώμενων όπως καταγράφηκε από τη βάση δεδομένων.

Όργανο μέτρησης: Η έρευνα έγινε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, το οποίο εξέταζε τους παρακάτω παράγοντες: α) την άποψη των φιλάθλων για το θεσμό της χορηγίας, β) το ποσοστό της «αυθόρμητης αναγνωρισιμότητας» (ανάκλησης) της εταιρίας - χορηγού και των προϊόντων της από την αγορά - στόχο, γ) την αντιλαμβανόμενη εικόνα της εταιρίας - χορηγού (μεγάλη, κερδοφόρα, αναπτυσσόμενη, με κοινωνική προσφορά, αξιόπιστη, κλπ.), δ) την αντιλαμβανόμενη συμβατότητα της εταιρίας - χορηγού με το σπορ και την ομάδα, ε) τη δυναμική διείσδυσης των προϊόντων του χορηγού στην αγορά - στόχο και στ) τη δυναμική προτίμησης προϊόντων / υπηρεσιών licencing από τους φιλάθλους. Οι επιμέρους παράγοντες που διερευνήθηκαν, ήταν: α) το δημογραφικό και κοινωνικο-οικονομικό προφίλ των φιλάθλων και β) οι βασικές παράμετροι lifestyle τους. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν ανώνυμα. Η συμπλήρωσή τους από τους φιλάθλους γινόταν κατά την προσέλευση, ή την αποχώρησή τους από το γήπεδο.

Διαδικασία μέτρησης: Για την κατασκευή του ερωτηματολογίου, τη στάθμισή του, τη διανομή και τη συλλογή του, την κωδικοποίηση και την ανάλυση με το στατιστικό πακέτο SPSS και, τέλος, για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων εργάστηκε εξειδικευμένο ερευνητικό προσωπικό του ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ.

Αποτελέσματα

Βρέθηκε ότι το 65% των συμμετεχόντων στην έρευνα είχε θετική γνώμη για το θεσμό της χορηγίας και το 25% μάλλον θετική, αθροίζοντας ένα ποσοστό θετικών απόψεων 90% (το 10% δεν εξέφρασε άποψη). Σχετικά με το ποσοστό αυθόρμητης αναγνωρισιμότητας της εταιρίας - χορηγού και των προϊόντων της από την αγορά - στόχο, βρέθηκε ότι το 80% όσων πήγαιναν στο γήπεδο αναγνώριζαν αυθόρμητα το χορηγό της ομάδας τους. Όσον αφορά στην αντιλαμβανόμενη εικόνα της εταιρίας - χορηγού, το 65% των ερωτώμενων θεωρούσε ότι μία εταιρεία που γίνεται χορηγός είναι κερδοφόρα, το 74% ότι είναι μεγάλη, το 26% ότι είναι αναπτυσσόμενη, το 42% ότι έχει κοινωνική προσφορά και το 48% ότι διαθέτει τα καλύτερα και πιο αξιόπιστα προϊόντα.

Αναφορικά με την αντιλαμβανόμενη συμβατότητα 4 διαφορετικών κλάδων επιχειρήσεων με την ομάδα, βρέθηκε ότι οι κλάδοι των ασφαλειών / τραπεζών, ηλεκτρονικών / τηλεπικοινωνιών και αυτοκινήτου γίνονται περισσότερο αντιληπτοί ως πιθανοί χορηγοί της ομάδας σε ποσοστά που κινούνταν στα επίπεδα του 77% (85%, 75% και 70% αντίστοιχα απάντησαν ότι θα ταίριαζε πολύ, ή αρκετά). Ακολουθούσε ο κλάδος των τροφίμων / ποτών με 45%.

Σχετικά με τη δυναμική διείσδυσης των προϊόντων των χορηγών στην αγορά - στόχο, βρέθηκε ότι η πιθανότητα να επιλέξουν οι φιλάθλοι ένα προϊόν / υπηρεσία του χορηγού ήταν 90% για είδη ένδυσης (πολύ και αρκετά πιθανό), 60% για ποτά και τρόφιμα, 45% για ηλεκτρονικά είδη, 34% για αυτοκίνητα και 33% για ασφαλιστικές / τραπεζικές υπηρεσίες. Τέλος, βρέθηκε ότι το 95% περίπου των φιλάθλων

ήταν πολύ πιθανόν να προτιμήσουν κάποια προϊόντα (όπως ποτά, αναψυκτικά, casual ρούχα, κλπ.), ή υπηρεσίες (π.χ., ταξιδιωτικές, κλπ.) που φέρουν τη φήμη της ομάδας τους, αν αυτά έχουν την ίδια, ή καλύτερη ποιότητα και κόστος με άλλα προϊόντα της αγοράς και αν με την αγορά τους έχουν τη δυνατότητα να βοηθήσουν οικονομικά την ομάδα.

Όσον αφορά στην οικογενειακή τους κατάσταση, βρέθηκε ότι το 66% ήταν παντρεμένοι, το 31% ανύπαντροι και το 3% χωρισμένοι. Από αυτούς, το 44% είχαν παιδιά κάτω των 16 ετών, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό είχαν παιδιά μεγαλύτερης ηλικίας, ή δεν είχαν καθόλου παιδιά. Το 61% όσων είχαν παιδιά, τα έπαιρναν μαζί τους στο γήπεδο. Οι παράγοντες που βρέθηκε ότι λειτουργούσαν ανασταλτικά στο να φέρουν τα παιδιά τους στο γήπεδο ήταν η βία, η έλλειψη ασφάλειας, οι κακές γηπεδικές εγκαταστάσεις και το νεαρό της ηλικίας τους. Το 85% δήλωσαν ότι θα ήθελαν να τα παίρνουν μαζί τους εάν εξέλειπαν οι παραπάνω παράγοντες.

Σχετικά με τον τομέα απασχόλησής τους, βρέθηκε ότι το 55% ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες, το 35% ιδιωτικοί υπάλληλοι και το υπόλοιπο 10% δημόσιοι υπάλληλοι. Στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (25%) είχαν μηνιαίο εισόδημα από 1174 έως 1467 ευρώ, με δεύτερο μεγαλύτερο (22%) αυτό της τάξεως των 880-1174 ευρώ.

Σχετικά με τη βαθμίδα εκπαίδευσής τους, βρέθηκε ότι το 14% διέθεταν μεταπτυχιακό, το 40% είχαν τελειώσει το πανεπιστήμιο, το 36% το λύκειο και το 10% το γυμνάσιο. Σε ό,τι αφορά στα βασικά χαρακτηριστικά του τρόπου ζωής τους (lifestyle) βρέθηκε ότι: 1) το 85% πήγαιναν στο γήπεδο με ιδιωτικό μέσο, το 68% κατείχαν δικό τους αυτοκίνητο, το 25% οδηγούσαν δίκυκλο ή μηχανή, 2) περίπου το 60% σκεφτόταν να αγοράσει αυτοκίνητο και το 27% δίκυκλο, ή μηχανή τους επόμενους 12 μήνες, 3) πήγαιναν στον κινηματογράφο κατά μέσο όρο 1 φορά την εβδομάδα, 4) έτρωγαν σε εστιατόρια και ταβέρνες 2 φορές την εβδομάδα, 5) διασκεδάζαν σε μπαρ, ή κλαμπ 2,5 φορές την εβδομάδα, 6) αθλούνταν 3 φορές την εβδομάδα, 7) αγόραζαν είδη ένδυσης τουλάχιστον 1 φορά το μήνα, 8) κατανάλωναν αναψυκτικά 4 φορές την εβδομάδα, αλκοολούχα ποτά (όπως μπίρα / κρασί) 3 φορές την εβδομάδα και αλκοολούχα ποτά (όπως ούισκι / βότκα) 1,5 φορές την εβδομάδα, 9) πήγαιναν στο γήπεδο κατά μέσο όρο 20 χρόνια και 10) το 84% προτιμούσαν να πηγαίνουν στο γήπεδο με την παρέα τους παρά μόνοι τους, με τη σύζυγο, ή με τα παιδιά τους.

Συζήτηση

Ένας από τους σημαντικότερους στόχους της χορηγίας είναι η αύξηση της αυθόρμητης αναγνωρισιμότητας (ανάκλησης) της εταιρείας - χορηγού και των προϊόντων της από την αγορά - στόχο, μέσω της προβολής της ίδιας της εταιρείας, ή των προϊόντων / υπηρεσιών της. Όπως προέκυψε από την έρευνα, η συντριπτική πλειοψηφία των φίλαθλων που πηγαίνουν στο γήπεδο αναγνωρίζουν αυθόρμητα την εταιρία - χορηγό, γεγονός που επιβεβαιώνει την αποτελεσματικότητα της χορηγίας ως μέσο υλοποίησης του συγκεκριμένου στόχου. Το γεγονός ότι ο θεσμός της χορηγίας βρίσκεται ευρύτατη αποδοχή από τους φίλαθλους των επαγγελματικών ομάδων ποδοσφαίρου, σε συνδυασμό με την υψηλή δυναμική διείσδυσης των προϊόντων των χορηγών στους φίλαθλους, υπογραμμίζει ότι είναι εφικτό για μία εταιρεία - χορηγό να στοχεύσει στις συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού.

Όσον αφορά στην αντιλαμβανόμενη εικόνα της εταιρίας - χορηγού, βρέθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των φίλαθλων θεωρούν ότι για να είναι μία εταιρία - χορηγός της ομάδας τους σημαίνει ότι είναι κερδοφόρα, μεγάλη και αναπτυσσόμενη, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι η χορηγία έχει εξαιρετικά θετικό αντίκτυπο στο positioning μιας εταιρίας - χορηγού, ενώ η εξαιρετικά υψηλή δυναμική προτίμησης από τους φίλαθλους για προϊόντα με το λογότυπο των ομάδων τους δείχνει ότι οι χορηγοί μπορούν να αξιοποιήσουν και τη δυνατότητα παραγωγής και διάθεσης co-branding προϊόντων.

Τέλος, τα αποτελέσματα που προέκυψαν αναφορικά με το κοινωνικο-οικονομικό προφίλ των φίλαθλων των επαγγελματικών ομάδων ποδοσφαίρου αναδεικνύουν ένα δυναμικό κοινό με έντονο τρόπο ζωής και αγοραστική δυναμική, πράγμα που σημαίνει ότι η συγκεκριμένη ομάδα - στόχος διαθέτει ελκυστικά χαρακτηριστικά για μία υποψήφια εταιρεία - χορηγό. Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας συμφωνούν με τη βιβλιογραφία που αναφέρει ότι η διερεύνηση των

παραπάνω παραγόντων με τη χρήση ειδικά διαμορφωμένου ερωτηματολογίου μέσα στο γήπεδο, με σκοπό τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας της χορηγίας ως μέσο υλοποίησης των στόχων του χορηγού αποτελεί μία αντικειμενική μέθοδο αξιολόγησης χορηγιών σε επαγγελματικά σωματεία.

Συμπεράσματα

Τα συμπεράσματα από τη συγκεκριμένη έρευνα μπορούν να χρησιμεύσουν συμβουλευτικά στις διοικήσεις των επαγγελματικών σωματείων ποδοσφαίρου, προκειμένου να προχωρήσουν στο σχεδιασμό και την εφαρμογή προγραμμάτων αξιολόγησης χορηγιών. Η τακτική καταγραφή και αξιολόγηση βελτιώνει τις σχέσεις του χορηγού και του χορηγούμενου και αυξάνει την αξία των χρημάτων που επενδύονται. Συνεπώς, μπορεί να βοηθήσει στην ανανέωση, ή ανεύρεση νέων χορηγών, συμβάλλοντας με τον τρόπο αυτό στην εξασφάλιση οικονομικών πόρων και πηγών αυτοχρηματοδότησης, γεγονός πολύ σημαντικό για τη λειτουργία και επιβίωση των σωματείων.

Βιβλιογραφία

- Παπαδημητρίου, Δ. & Γαργαλιάνος, Δ. (1997). *Το μάντζεμεντ του αθλητισμού*. Εκδόσεις Αθλότυπο, Αθήνα.
- Mullin, B.J., Hardy, S. & Sutton, W.A. (1993). *Sport marketing*. Human Kinetics Publishers, USA.
- Stotlar, D.K. (2001). *Developing successful sport sponsorship plans*. Fitness Information Technology Inc., USA.
- Armstrong, C. (1988). Sport sponsorship: a case study approach to measuring its effectiveness. *European Research*, 97-10.

ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΜΑΡΚΑΣ (BRAND EXTENSION) ΝΕΕΣ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΑ ΣΩΜΑΤΕΙΑ

Αναγνώστου, Μ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Πηγές εσόδων για τις μεγάλες ποδοσφαιρικές ομάδες της Ευρώπης αποτελούν σήμερα τα εισιτήρια των αγώνων που δίνουν (απλά και διαρκείας), οι χορηγίες, οι διαφημίσεις, τα τηλεοπτικά δικαιώματα, τα καταναλωτικά είδη που σχετίζονται με την ομάδα, η πώληση παικτών, η εταιρική φιλοξενία, και το pay per view (Inglis, 1994). Τα τελευταία χρόνια, οι ομάδες αυτές προχώρησαν και σε μία σειρά αλλαγών σχετικά με την εμπορική αξιοποίηση του «ονόματος – μάρκας» (brand name) τους. Δυστυχώς, λίγες ελληνικές ομάδες έχουν συστήσει θυγατρικές εμπορικές εταιρείες με αντικείμενο την εμπορική αξιοποίηση του ονόματός τους και τη δημιουργία, εμπορία και πώληση προϊόντων και υπηρεσιών στους φιλάθλους τους.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να εξετάσει διάφορες πτυχές του τομέα «επέκταση μάρκας» (brand extension), καθώς και την αλληλεπίδρασή του με άλλες περιοχές, όπως είναι η αξία μάρκας (brand equity) και τους συνειρμούς μάρκας (brand associations), στην ευρύτερη περιοχή επέκτασης μάρκας προϊόντων.

Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας περιελάμβανε επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, προσωπική παρατήρηση λειτουργίας εμπορικών τμημάτων σε ποδοσφαιρικές ομάδες της Μ. Βρετανίας και της Ελλάδας, καθώς και μελέτη σχετικών άρθρων του Τύπου.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Στην επέκταση μάρκας ένα ισχύων όνομα μάρκας (brand name) χρησιμοποιείται για την εισαγωγή σε μία διαφορετική κατηγορία, ή κλάση προϊόντων (Aaker & Keller, 1990; Reddy et al. 1994). Σύμφωνα με έρευνα των Bhat et al. (1997), σχετικά με τη διερεύνηση των αντιδράσεων των καταναλωτών στη χρήση διαφορετικών brand names, υπάρχουν 4 μέθοδοι ονομασίας νέων προϊόντων για τους οποίους παραθέτουν και παραδείγματα: 1) νέο brand name, 2) επέκταση μάρκας (brand extension), δηλαδή επέκταση της μάρκας σε νέες κατηγορίες προϊόντων, 3) sub branding, δηλαδή προϊόντα όπου το νέο brand name χρησιμοποιείται παρακείμενα σε ένα υπάρχον και 4) nested brand, όταν ένα νέο προϊόν συστήνεται μερικώς από μία υπάρχουσα μάρκα εξυπηρετώντας την απομάκρυνση των συνειρμών που κάνει ο καταναλωτής για το γονεϊκό brand.

Ειδικότερα, μία στρατηγική επέκτασης μάρκας (brand extension) ελπίζει να κεφαλαιοποιήσει ευθέως στην αξία μάρκας (brand equity) του υπάρχοντος brand name. Ο Woo (2001), εξετάζει το πώς τα γονεϊκά brands μπορούν επιτυχώς να επεκταθούν σε διαφορετικά προϊόντα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι μία κοντινή επέκταση ενός θετικού γονεϊκού προϊόντος οδήγησε σε σημαντικά υψηλότερα σκορ εκτίμησης στα προϊόντα επέκτασής του παρά σε μία μακρινή επέκταση. Επίσης, μία μάρκα με υψηλή ποιότητα προϊόντος οδήγησε σε σημαντικά υψηλότερα σκορ εκτίμησης από τους καταναλωτές. Η συμβολική και λειτουργική αλληλουχία μεταξύ των γονεϊκών προϊόντων και προϊόντων επέκτασης βρέθηκε να έχει θετική επιρροή στις εκτιμήσεις.

Επίσης, υποστηρίχθηκε και μία επιρροή της αλληλεπίδρασης μεταξύ ποιότητας και επέκτασης του image (συμβολικό vs λειτουργικό). Σε κατάσταση υψηλής ποιότητας η συμβολική μάρκα είχε

υψηλότερες εκτιμήσεις από τη λειτουργική, πράγμα που φαίνεται να είναι θετικό για τις ποδοσφαιρικές ομάδες, αφού το brand name τους είναι περισσότερο συμβολικό παρά λειτουργικό. Τα ευρήματα συστήνουν διαφορετικές στρατηγικές βασισμένες σε μία αλληλεπίδραση μεταξύ ποιότητας προϊόντος, επέκτασης εικόνας και κυρίαρχων συνειρμών μάρκας.

Οι Pitta & Katsanis (1995), ισχυρίστηκαν ότι αξιοποιώντας το brand equity μίας επιτυχημένης μάρκας η εισαγωγή νέων προϊόντων γίνεται οικονομικότερη. Επίσης, διαπίστωσαν ότι πετυχημένες επεκτάσεις μάρκας ξοδεύουν λιγότερα χρήματα στη διαφήμιση από ότι ανταγωνιστικά νέου ονόματος προϊόντα και ότι μία από τις σημαντικότερες επιπτώσεις της οικονομικής ύφεσης στη δεκαετία του 1990 ήταν οι μάρκετινγκ μάνατζερς να αυξήσουν τις επεκτάσεις των brands για να μειώσουν το κόστος και να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό. Οι ποδοσφαιρικές ομάδες που έχουν ένα γνωστό brand name και δικό τους αγοραστικό κοινό μπορούν να αναπτύξουν νέα προϊόντα και να τα διαφημίσουν χωρίς να ξοδέψουν πολλά χρήματα.

Αν και μία πετυχημένη επέκταση μάρκας μπορεί να δώσει πολλά οφέλη (π.χ., μείωση διαφημιστικού κόστους, μείωση κινδύνων εισαγωγής), η διοίκηση δεν πρέπει να αγνοεί το ρίσκο της αποτυχίας της επέκτασης που θα μπορούσε να βλάψει το γονεϊκό brand με τη δημιουργία ανεπιθύμητων συνειρμών, ή βλάπτοντας την αντιλαμβανόμενη ποιότητα (Aaker, 1990). Η έρευνα της Romeo (1991), έδειξε ότι όταν η επέκταση γίνεται σε παρόμοια κατηγορία προϊόντων με το γονεϊκό brand, η αρνητική πληροφορία δεν οδηγεί σε σημαντική πτώση της εικόνας του γονεϊκού brand. Επίσης, η έρευνα των Keller & Aaker (1992), έδειξε ότι μία αποτυχημένη επέκταση για μέσες και μακρινές επεκτάσεις δεν επηρέασε τις εκτιμήσεις για υψηλής ποιότητας μάρκες. Οι Cheng & Shaw (2000), βρήκαν ότι η αρνητική επιρροή συμβαίνει για equity μάρκες είτε «λειτουργικού τύπου», είτε «συμβολικού τύπου». Επίσης, βρέθηκε ότι η αρνητική επιρροή δεν είναι διαφορετική σε κοντινές και μακρινές επεκτάσεις, ενώ όταν το επίπεδο του equity στο γονεϊκό brand είναι υψηλό η αρνητική επιρροή είναι πιθανότερο να είναι πιο σημαντική. Σε σχετική έρευνα, ο Siew (1997), διαπίστωσε ότι σε λιγότερο κυρίαρχες – γνωστές μάρκες παρατηρήθηκε μεγαλύτερη αρνητική επιρροή της αποτυχημένης επέκτασης στο γονεϊκό brand και λιγότερη σε master brands.

Είναι καλά τεκμηριωμένο ότι οι καταναλωτές μεταφέρουν τους συνειρμούς για ένα γονεϊκό brand σε μία επέκτασή του (Aaker & Keller, 1990; Boush & Lokens, 1991). Οι Bhat & Reddy (2001), υπογραμμίζουν τη σπουδαιότητα ενός ταιριάσματος της επέκτασης με την εικόνα του γονεϊκού προϊόντος, ενώ την ίδια στιγμή συστήνουν ότι η ομοιότητα κατηγοριών μεταξύ της επέκτασης και της γονεϊκής μάρκας είναι χωρίς συνέπεια για την εκτίμηση της επέκτασης από τους καταναλωτές. Απευθείας μεταφορά της επιρροής της γονεϊκής μάρκας προς την επέκταση μπορεί να συμβεί μόνο με συμβολικές μάρκες. Η ποιότητα της γονεϊκής μάρκας είχε σημαντική επιρροή στο σχηματισμό μίας γνωστικής δομής από τον καταναλωτή για την επέκταση, που, με τη σειρά του, επηρεάζει την τάση για αγορά της επέκτασης. Η ομοιότητα μεταξύ των κατηγοριών προϊόντων δεν βρέθηκε να επηρεάζει τη στάση των καταναλωτών για την επέκταση, αντίθετα από το ταιρίασμα μεταξύ της εικόνας της γονεϊκής μάρκας και της επέκτασης. Φτάνει, λοιπόν, να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά της εικόνας μίας ομάδας για να αποφασιστεί σε τι προϊόντα πρέπει, ή δεν πρέπει να επεκταθεί το brand της.

Οι Rio et al. (2001), εξετάζουν τις διαστάσεις του brand image, εστιάζοντας στις λειτουργίες, ή την αξία (value) μάρκας όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους καταναλωτές. Με αυτόν τον τρόπο αναγνωρίζονται 4 κατηγορίες λειτουργιών: α) η εγγύηση, β) η προσωπική αναγνώριση, γ) η κοινωνική αναγνώριση και δ) το status. Η υπόθεση της έρευνας είναι ότι αυτές οι λειτουργίες έχουν θετική επιρροή στην προθυμία των καταναλωτών να συστήσουν τη μάρκα, να πληρώσουν πρόσθετα γι' αυτή και να αποδεχθούν επεκτάσεις της, κάτι που υποστηρίζεται και από τη σχετική βιβλιογραφία. Σύμφωνα με την ανάλυση όσο πιο θετική είναι η αντίληψη των καταναλωτών για τη λειτουργία εγγύησης της μάρκας, τόσο πιο πρόθυμοι είναι να αποδεχτούν τις επεκτάσεις της σε άλλες κατηγορίες προϊόντων. Επίσης, η λειτουργία της κοινωνικής ταύτισης έδειξε σημαντικά στατιστική επιρροή στις μεταβλητές της αποδοχής των επεκτάσεων μάρκας, όπως επίσης και η λειτουργία status. Αυτό που τονίζουν οι ερευνητές είναι ότι θα ήταν ενδιαφέρουσα μια περιεκτική πολυκατηγορική ανάλυση με σκοπό τον προσδιορισμό της σημαντικότητας ποικίλων λειτουργιών μάρκας σε διαφορετικές κατηγορίες προϊόντων.

Συμπεράσματα

Οι εταιρείες που ενδιαφέρονται για την επέκταση του brand name τους σε άλλες κατηγορίες προϊόντων πρέπει να δώσουν μεγάλη προσοχή στους συνειρμούς μάρκας που συνδέονται με τις λειτουργίες της εγγύησης, της κοινωνικής ταύτισης – αναγνώρισης και του status. Οι brand managers μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τοποθέτηση (positioning) στρατηγικά στις επεκτάσεις μάρκας για να ελέγχουν το όριο στο οποίο οι καταναλωτές επηρεάζουν τα πιστεύω τους για τη γονεϊκή μάρκα και την κατηγορία επέκτασης. Για παράδειγμα, μπορούν να μεγιστοποιήσουν τον επηρεασμό όταν το ταίριασμα μάρκας – κατηγορίας είναι καλό και το equity της μάρκας είναι δυνατό. Σε αυτές τις περιπτώσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν την τοποθέτηση μάρκας για να μεγιστοποιήσουν την δύναμη των «πιστεύω» για τη μάρκα, καθώς και τη μεταφορά στάσης από τη γονεϊκή μάρκα. Η σχετικότητα των ειδικών συνειρμών μάρκας είναι σημαντική για τους μάνατζερ στη στρατηγική επέκτασης μάρκας, διότι ένας σχετικός συνειρμός μάρκας μπορεί να αντιστρέψει ακόμη και την αρχική προτίμηση μάρκας. Εδώ θα μπορούσε να ειπωθεί ότι στην περίπτωση των ποδοσφαιρικών brands ως ανταγωνιστικά δεν νοούνται προϊόντα άλλων ομάδων, αλλά ομοειδή προϊόντα επέκτασης άλλων εταιρειών, αφού θεωρείται ότι κάθε φίλαθλος είναι πελάτης μίας και μόνο ομάδας.

Τα παραπάνω σημαίνουν ότι λόγω των σχετικών συνειρμών μάρκας θα μπορούσαν να υπάρξουν επιπρόσθετες ευκαιρίες επέκτασης σε μακρινές κατηγορίες. Η απ' ευθείας μεταφορά της επιρροής από μία γονεϊκή μάρκα σε μία επέκταση μοιάζει να είναι δυνατή με βάση την εκτίμηση της επέκτασης μόνο με επεκτάσεις «μη διαρκών» (non durable) προϊόντων συμβολικών brands. Γι' αυτό οι μάνατζερ μπορούν να βρουν ότι απλά ένα μίγμα μάρκετινγκ μπορεί να γεννήσει ενδιαφέρον και δοκιμή. Οι μάρκετερ πρέπει να ενδιαφέρονται περισσότερο με το αν η επέκταση ταιριάζει περισσότερο με τη συνολική εικόνα της γονεϊκής μάρκας και όχι στις φυσικές ομοιότητες της επέκτασης και των προϊόντων της. Η επέκταση μάρκας ενός υψηλής ποιότητας brand name θα ήταν περισσότερο επιτυχής αν χρησιμοποιούνταν στρατηγική συμβολικού παρά λειτουργικού προσανατολισμού.

Βιβλιογραφία

- Aaker, D.A. & Keller, K.L. (1990). Consumer evaluations of brand extension. *Journal of Marketing*, 54: 27-41.
- Aaker, D.A. (1991). *Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press, New York, N.Y.
- Aaker, D.A. & Keller, K.L. (1992). The effects of sequential introduction of brand extensions. *Journal of Marketing Research*, 29: 35-50.
- Bhat, S. & Reddy, S. (2001). The impact of parent brand attribute associations and affect on brand extension evaluation. *Journal of Business Research*, 53: 111-122.
- Bhat, S., Kelley, G. & O' Donnel, K. (1998). An investigation of consumer reactions to the use of different brand names. *Journal of product and brand management*, 7(1): 41-50.
- Boush, D.M. & Loken, B.A. (1991). Process training study of brand extension evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28: 16-28.
- Cheng, A. & Shaw, K. (2000). Brand dilution effect of extension failure. *Journal of Product and Brand Management*, 9(4): 243-254.
- Inglis, S. (1994). Ball game. *Leisure Management*, (July): 14.
- Pitta, D. & Katsanis, L. (1995). Understanding brand equity for successful brand extension. *Journal of Consumer Marketing*, 12(4): 51-64.
- Reddy, S., Hollak, S.L. & Bhat, S. (1994). To extend or not to extend: success determinants of line extensions. *Journal of Marketing Research*, 31(2): 243-262.
- Rio, A., Vasquez, R. & Iglesias, V. (2001). The effects of brand associations on consumer response. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5): 410-425.
- Siew, M. (1997). Dominance and dilution: the effects of extending master brands. *Journal of Consumer Marketing*, 14(5): 380-390.

Η ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΧΟΡΗΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΜΙΑ ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΧΟΡΗΓΩΝ

Αντωνιάδου, Σ.¹ & Νικολαΐδης, Δ.²

¹ City College of Thessaloniki

² ALPHA B. Ελλάδος

Εισαγωγή

Η χορηγία στον αθλητισμό είναι ένας θεσμός που εμφανίστηκε στην Ελλάδα στα αρχαία χρόνια. Στη σύγχρονη εποχή πολλές επιχειρήσεις γίνονται χορηγοί αθλητικών ομάδων, γεγονότων, αθλητών, κλπ., για να προωθήσουν την εταιρεία, ή/και τα προϊόντα τους.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να δώσει μια εμπεριστατωμένη εικόνα των αθλητικών χορηγιών στην Ελλάδα και να υπογραμμίσει τα στοιχεία που θεωρούνται σημαντικά από τις εταιρίες που είναι χορηγοί συγκεκριμένων ομάδων, ή αθλητικών γεγονότων. Επίσης, είχε ως στόχο να προσδιορίσει τα άτομα που είναι υπεύθυνα για την επιλογή, την περάτωση και την αξιολόγηση των χορηγικών συμφωνιών.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν διευθυντές μάρκετινγκ 26 εταιριών που ήταν χορηγοί ομάδων, ή αθλητικών γεγονότων.

Όργανο μέτρησης: Για τις ανάγκες της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο, το οποίο ήταν χωρισμένα σε 2 μέρη: το πρώτο αφορούσε δημογραφικές πληροφορίες (όπως φύλο, ηλικία και επίπεδο μόρφωσης των συμμετεχόντων). Το δεύτερο περιλάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν στη διάρκεια της χορηγικής συμφωνίας, την ύπαρξη συστημάτων αξιολόγησης και την εναρμόνιση της χορηγίας με τις άλλες δραστηριότητες του επιχειρησιακού πλάνου. Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το επίπεδο σημαντικότητας της χορηγίας για την εταιρία τους, τους πιθανούς στόχους μιας χορηγίας, καθώς και τα κίνητρα που οδήγησαν στην ανάληψη μιας συγκεκριμένης χορηγίας. Τέλος, ρωτήθηκαν ποιο τμήμα της εταιρίας τους είναι υπεύθυνο για την επιλογή, ανάληψη και περάτωση των χορηγιών, καθώς και να προσδιορίσουν αν οι χορηγίες που αναλαμβάνουν αφορούν κυρίως ανδρικά, ή γυναικεία αθλήματα. Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν στις 22 Αυγούστου του 2001 και επιστράφηκαν μέχρι και την 1^η Οκτωβρίου του ίδιου έτους.

Για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκε το Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Υπολογίστηκαν οι μέσοι όροι, οι τυπικές αποκλίσεις και συστάθηκαν πίνακες αποτελεσμάτων για τα σημαντικότερα των ερωτημάτων.

Αποτελέσματα

Το ποσοστό ανταπόκρισης στην έρευνα ήταν 46% (επιστράφηκαν 12 από τα 26 ερωτηματολόγια με όλες τις ερωτήσεις απαντημένες). Όσον αφορά στα δημογραφικά στοιχεία, 9 από τους 12 ερωτηθέντες ήταν άνδρες (75%), ενώ οι 3 (25%) ήταν γυναίκες. Ο μέσος όρος ηλικίας όλων των ερωτηθέντων ήταν 38,25 έτη. Αναφορικά με το επίπεδο μόρφωσης, 9 από τους 12 (75%) ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου, ενώ οι 3 (25%) ήταν κάτοχοι πτυχίου πανεπιστημίου.

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας εξετάστηκαν τα στοιχεία που θεωρούνται σημαντικά για τις χορηγίες. Συγκεκριμένα, βρέθηκε ότι ο μέσος όρος διάρκειας της τρέχουσας αθλητικής χορηγίας των εταιριών ήταν 2,4 έτη, ενώ η συνήθης διάρκεια των αθλητικών χορηγιών βρέθηκε ότι ήταν 1,75 έτη. Η τρίτη ερώτηση αφορούσε στην ύπαρξη συστημάτων αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της χορηγίας και τα αποτελέσματα έδειξαν ότι 9 από τις 12 εταιρίες (75%) χρησιμοποιούσαν ένα τέτοιο σύστημα.

Στην επόμενη ερώτηση, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν αν η αθλητική χορηγία αποτελούσε μέρος του μακροπρόθεσμου σχεδιασμού και 10 από τους 12 ερωτηθέντες (83,3%) απάντησαν θετικά, ενώ οι υπόλοιποι 2 (16,7%) πως είναι αυτόνομη. Η τέταρτη ερώτηση αφορούσε στους στόχους που θεωρούνταν σημαντικοί για μια χορηγική συμφωνία. Ως πιο σημαντικός παράγοντας δηλώθηκε η αύξηση αναγνώρισης από το κοινό και ακολούθησε η αύξηση της γνώσης από το κοινό που ενδιέφερε την κάθε εταιρία. Η καλύτερευση της εικόνας της εταιρίας, η μεγαλύτερη προβολή από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η ανάμειξη στα κοινωνικά δρώμενα ήταν με τη σειρά τους οι στόχοι που θεωρήθηκαν ως οι αμέσως πιο σημαντικοί. Στόχοι όπως η διασκέδαση πελατών και η παραγωγή εισοδήματος δεν θεωρήθηκαν καθόλου σημαντικοί.

Τα κριτήρια με τα οποία επιλέγεται το αθλητικό γεγονός, ή η ομάδα που θα στηριχτεί με μια χορηγία ήταν το αντικείμενο της επόμενης ερώτησης. Ως σημαντικότερο κριτήριο κρίθηκε η εναρμόνιση της χορηγίας με το επιχειρησιακό πλάνο και ακολούθησαν η κάλυψη από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και το πόσο δημοφιλές είναι το γεγονός, ή το άθλημα. Η έβδομη ερώτηση είχε ως στόχο να καταστήσει γνωστό ποιο τμήμα της εταιρίας είναι υπεύθυνο για την επιλογή, την ανάληψη και την περάτωση της αθλητικής χορηγίας. Αυτό που κατεξοχήν εμφανίστηκε ως υπεύθυνο για αυτές τις δραστηριότητες ήταν το τμήμα μάρκετινγκ και ακολούθησαν το τμήμα δημοσίων σχέσεων και συνδυασμός των 2 προαναφερθέντων τμημάτων.

Στην όγδοη ερώτηση ζητήθηκε να δηλώσουν οι ερωτηθέντες τα αθλήματα στα οποία έχουν κάνει χορηγία. Οι περισσότεροι δήλωσαν το μπάσκετ και το στίβο και ακολούθησαν το βόλεϊ, το ποδόσφαιρο και η ιστιοπλοία. Τέλος, αντικείμενο της τελευταίας ερώτησης ήταν το αν οι χορηγίες που αναλαμβάνουν οι εταιρίες απευθύνονται κυρίως σε ανδρικά ή γυναικεία αθλήματα. Οι μισοί από τους ερωτηθέντες δήλωσαν πως απευθύνονται και στα 2, ενώ οι υπόλοιποι δήλωσαν ότι απευθύνονται κυρίως σε ανδρικά αθλήματα.

Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας δημιουργούν μία αρκετά εμπεριστατωμένη εικόνα για τις χορηγίες στον ελληνικό χώρο. Θέματα όπως αυτό του φύλου σε διοικητικές θέσεις, καθώς και του επιπέδου μόρφωσης των ατόμων αυτών χρήζουν ιδιαίτερου σχολιασμού. Θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η χρονική διάρκεια της αθλητικής χορηγίας που δηλώθηκε δεν είναι επαρκής για να εκπληρωθούν οι στόχοι που πιθανώς έχουν τεθεί, αφού χρειάζεται μεγαλύτερο χρονικό διάστημα για να γίνει η σύνδεση του ονόματος του χορηγού με αυτό του χορηγούμενου. Η ύπαρξη συστήματος αξιολόγησης και η εναρμόνιση της χορηγίας με το επιχειρησιακό πλάνο είναι απαραίτητα στοιχεία για την επιτυχή πραγμάτωση της χορηγίας. Όσον αφορά στους στόχους που θεωρούνται σημαντικοί, αποτέλεσε έκπληξη το γεγονός ότι το θέμα της εικόνας της εταιρίας δεν τέθηκε πρώτο στις προτιμήσεις. Το κίνητρο του αρμονικού συνδυασμού με το επιχειρησιακό πλάνο για την επιλογή μιας συγκεκριμένης χορηγίας δείχνει την έναρξη μίας νέας εποχής για τις χορηγίες στον ελληνικό χώρο, αφού αποτελεί αποτέλεσμα στρατηγικού σχεδιασμού για τις περισσότερες εταιρίες. Ήταν αναμενόμενο το τμήμα μάρκετινγκ να θεωρείται υπεύθυνο για την ανάληψη και την περάτωση των χορηγιών, από την άλλη, όμως, διακρίνεται κάποια έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού σε αυτόν τον τομέα.

Συμπεράσματα

Παρά τα ενθαρρυντικά βήματα που έχουν γίνει στον τομέα των αθλητικών χορηγιών, υπάρχει ακόμα μακρύς δρόμος να διανυθεί για την προσαρμογή στις συνεχείς αλλαγές που πραγματώνονται στο χώρο και να αντιμετωπιστεί η πρόκληση που αποτελούν για το χώρο αυτό οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004.

Βιβλιογραφία

Amis, J., Slack, T. & Berrett, T. (1999). Sport sponsorship as a distinctive competence. *European Journal of Marketing*, 33: 250-272.

- Irwin, R.L. & Asimakopoulos, M.K. (1992). An approach to the evaluation and selection of sport sponsorship proposals. *Sport Marketing Quarterly*, 1(2): 43-51.
- Ferrand, A. & Pages, M. (1996). Image sponsoring: a methodology to match event and sponsor. *Journal of Sport Management*, 10(2): 278-291.
- Lee, M.S., Sandler, D.M. & Shani, D. (1997). Attitudinal constructs towards sponsorship. *International Marketing Review*, 14(3): 159-169.
- Meenaghan, T. (1991). Sponsorship: legitimising the medium. *European Journal of Marketing*, 25(11): 31-38.
- Sleight, S. (1989). *Sponsorship: what it is and how to use it*. McGraw-Hill Editions, Maidenhead, Berkshire, England.
- Stotlar, D. (2001). *Developing successful sport sponsorship plans*. Fitness Information Technology, Inc., Morgantown, USA.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΣΥΝΗΘΕΙΩΝ ΧΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ

Τζέτζης, Γ. & Τάχης, Σ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Ο αθλητισμός αποτελεί ένα πολύπλοκο φαινόμενο που αλληλοεπηρεάζεται από τους κοινωνικούς θεσμούς. Η συντριπτική πλειοψηφία του πληθυσμού σαγηνεύεται από τον αθλητισμό και πολλές φορές επιδιώκει ταύτιση με τους αθλητές. Λόγω της επαγγελματοποίησης του ποδοσφαίρου και της εταιρικής λειτουργίας των ομάδων η λειτουργία ενός τμήματος μάρκετινγκ σε κάθε Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρεία (ΠΑΕ) θα συνέβαλλε στην αύξηση της εισροής εσόδων στα ταμεία της μέσα από διαδικασίες προσέλκυσης, ικανοποίησης και διατήρησης των πελατών / φιλάθλων.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση των αναγκών, των συνηθειών χρήσης και των προτιμήσεων των φιλάθλων ενός επαγγελματικού ποδοσφαιρικού σωματείου.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 150 φιλάθλοι ενός επαγγελματικού ποδοσφαιρικού σωματείου.

Όργανο μέτρησης: Για την επίτευξη του σκοπού της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ένα ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο.

Διαδικασία μέτρησης: Οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο πριν από την έναρξη ενός ποδοσφαιρικού αγώνα.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Το 70% των φιλάθλων δήλωσαν ότι πηγαίνουν στο γήπεδο τον Αύγουστο, το 99% τους μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο, Νοέμβριο και Απρίλιο, το 98% το Φεβρουάριο, το 96% το Δεκέμβριο και τον Ιανουάριο, το 100% το Μάρτιο, ενώ το 94% το Μάιο. Μόνο το 5% των φιλάθλων ήταν πολύ ικανοποιημένοι από τους χώρους υγιεινής, το 23% ήταν μέτρια ικανοποιημένοι, ενώ το 72% λίγο ικανοποιημένοι. Αναφορικά με τις συνήθειες χρήσης των υπηρεσιών και προϊόντων της ομάδας διαπιστώθηκε πως οι περισσότεροι φιλάθλοι πηγαίνουν στο γήπεδο σχεδόν σε όλους τους αγώνες. Επίσης, οι περισσότεροι προτιμούν να πηγαίνουν στο γήπεδο με την παρέα τους παρά με τη σύζυγό τους. Σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών, το μεγαλύτερο ποσοστό των φιλάθλων ήταν λίγο ικανοποιημένοι από τα καθίσματα και το προσωπικό του γηπέδου, ενώ η μεγαλύτερη ικανοποίηση εκδηλώθηκε για τη μουσική της ομάδας. Τα σημαντικότερα προβλήματα που δηλώθηκαν ότι εμποδίζουν τους φιλάθλους κατά την παραμονή τους στο γήπεδο ήταν η βία και η έλλειψη ασφάλειας.

Βιβλιογραφία

- Bristow, D.N. & Sebastian, J.R. (2001). Holy cow! Wait 'til next year! A closer look at the brand loyalty of Chicago Cubs baseball fans. *The Journal of Consumer Marketing*, 18(3): 256-275.
- Hunt, K.A., Bristol, T. & Bashaw, R.E. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of Services Marketing*, 13(6): 439-452.
- Grove, J.R., Hanrahan, S.J. & McMan, A. (1991). Success / failure bias in attributions across involvement categories in sport. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17: 93-97.
- Mann, L. (1974). On being a sore loser: how fans react to their teams failure. *Australian Journal of Psychology*, 39: 37-47.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ

Τάχης, Σ. & Τζέτζης, Γ.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Οι άνθρωποι που ενδιαφέρονται για τον αθλητισμό ονομάζονται φίλαθλοι. Πολλοί από αυτούς ενδιαφέρονται για το ποδόσφαιρο και παρακολουθούν τακτικά αγώνες, ενώ για ορισμένους το άθλημα αυτό καθίσταται τρόπος ζωής, αναπόφευκτο μέρος της καθημερινότητάς τους και της ανάγκης τους για εκτόνωση από τα προβλήματά τους. Είναι χρήσιμο να γίνει ένας διαχωρισμός των φιλάθλων σε κατηγορίες ώστε να καταστεί εφικτό να δημιουργηθούν κριτήρια για την προσέλκυσή τους. Οι Hunt, Bristol & Bashaw (1999), ταξινόμησαν τους φίλαθλους σε 5 κατηγορίες: α) προσωρινούς (temporary), β) τοπικούς (local), γ) πιστούς - αφοσιωμένους (devoted), δ) φανατικούς (fanatical) και ε) δυσλειτουργικούς (dysfunctional).

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 150 φίλαθλοι ενός επαγγελματικού ποδοσφαιρικού σωματείου.

Όργανο μέτρησης: Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας δημιουργήθηκε ειδικά διαμορφωμένο ερωτηματολόγιο που αξιολογούσε τα κίνητρα που ωθούν τους φίλαθλους να συμμετέχουν είτε τακτικά, είτε προσωρινά σε αγώνες επαγγελματικού ποδοσφαίρου.

Διαδικασία μέτρησης: Οι συμμετέχοντες συμπλήρωναν το ερωτηματολόγιο πριν από την έναρξη του αγώνα.

Αποτελέσματα

Διαπιστώθηκε ότι ο πιο σημαντικός λόγος που προτρέπει τους φίλαθλους να πάνε στο γήπεδο είναι η ημέρα του αγώνα (17%), ο αντίπαλος (15%), η βαθμολογική θέση της ομάδας (14%), ένας πολύ καλός παίκτης (12%), η προβολή από την τηλεόραση (11%), το αγωνιστικό επίπεδο της ομάδας (11%), οι καιρικές συνθήκες (10%), η τιμή του εισιτηρίου (6%) και η ώρα του αγώνα (3%). Τα σημαντικότερα προβλήματα που διαπιστώθηκαν ήταν η βία, η έλλειψη ασφάλειας και η μη παροχή ποιοτικών υπηρεσιών στο γήπεδο.

Συζήτηση

Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώθηκε πως η μέρα διεξαγωγής του αγώνα είναι ο πιο σημαντικός λόγος που προτρέπει τον φίλαθλο να παρακολουθήσει αγώνες ποδοσφαίρου παρά η βαθμολογική θέση της ομάδας και ο αντίπαλος.

Συμπεράσματα

Είναι επιβεβλημένο να γίνουν έρευνες αγοράς για την ποιοτικότερη παροχή υπηρεσιών με στόχο την μαζική προσέλκυση των φιλάθλων.

Βιβλιογραφία

Hunt, K. A., Bristol, T. & Bashaw, R.E. (1999). A conceptual approach to classifying sports fans. *Journal of Services Marketing*, 13(6): 439-452.

**ΑΠΟ ΤΟ LICENCE FEE ΕΩΣ ΤΟ DIGITAL VIRTUAL PUBLICITY:
ΤΑ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΠΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ
ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**

**Γαργαλιάνος, Σ.
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας**

Εισαγωγή

Η ραδιοτηλεοπτική αναμετάδοση αθλητικών γεγονότων τείνει να καταστεί παγκοσμίως οικονομικό αγαθό και μάλιστα ιδιαίτερα σημαντικής αξίας, τόσο για τους σχετιζόμενους αθλητικούς οργανισμούς, όσο και για τους εμπλεκόμενους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς. Μετά την κατάργηση του μονοπωλίου των κρατικών τηλεοπτικών σταθμών στις χώρες της Ευρώπης, στις αρχές της δεκαετίας του '90, ο ανταγωνισμός μεταξύ των ιδιωτικών τηλεοπτικών σταθμών για την εξασφάλιση του δικαιώματος μετάδοσης σημαντικών αθλητικών γεγονότων έχει υπερπολλαπλασιάσει την οικονομική αξία του σχετικού δικαιώματος. Η άνθηση της συνδρομητικής τηλεόρασης στις αρχές της δεκαετίας του '90, έδωσαν άλλη διάσταση στον ανταγωνισμό. Παρά το ότι η τηλεόραση επίγεια και ελεύθερης λήψης εξακολουθεί να είναι διαθέσιμη, τα συνδρομητικά κανάλια -ελεγχόμενα από επιχειρηματίες ή συνασπισμούς επιχειρήσεων- προσπαθούν να εξασφαλίσουν ιδιαίτερα ελκυστικά πακέτα προγραμμάτων, με στόχο την προσέλκυση μεγάλου αριθμού συνδρομητών.

Μεθοδολογία

Για την πραγματοποίηση της εισήγησης αυτής μελετήθηκαν, αναλύθηκαν και συγκρίθηκαν άρθρα του Αστικού Κώδικα που σχετίζονται με τη νομοθεσία περί ραδιοτηλεοπτικών και συγκεκριμένα οι ν. 2212/1993, 2725/1999, καθώς και ο Κώδικας Πολιτικής Δικονομίας σε σχέση με το νέο αθλητικό νομοσχέδιο του Υφυπουργείου Αθλητισμού. Στη συνέχεια συνεκρίθησαν δημοσιευμένοι πίνακες ραδιοτηλεοπτικών εσόδων των αθλητικών σωματείων, ενώ διεξήχθησαν ημιδομημένες συνεντεύξεις με τους νομικούς συμβούλους των ΚΑΕ ΠΑΟΚ και ΑΕΚ και των γενικών διευθυντών των ΚΑΕ Παναθηναϊκός και Ολυμπιακός, των περιόδων 1999-2002.

Σύμφωνα με το άρθρο 84, του ν. 2725/1999, κάθε συλλογικός αθλητικός φορέας (αθλητικό σωματείο, ΤΑΑ ή ΑΑΕ) έχει το δικαίωμα να επιτρέπει έναντι αμοιβής τη ραδιοφωνική, ή τηλεοπτική μετάδοση, την αναμετάδοση, την εγγραφή σε υλικό φορέα, την αναπαραγωγή, κλπ., των αθλητικών διοργανώσεων, στις οποίες θεωρείται, σύμφωνα με τους οικείους κανονισμούς, γηπεδούχος.

Χώρα	Κανάλια	Συμφωνηθέν ποσό	Περίοδος / γεγονός	Συνεργαζόμενος φορέας
Αγγλία	- BskyB - ITV Digital - NTL (Microsoft) - BBC	65 εκ. € 215 εκ. € 224 εκ. € 47,9 εκ. €	2002-2004 1999-2004 1998-2002 1998-2000	Αγγλική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία
Γερμανία	- Premier Sport (Ομλ. ISL-Kirch) - SAT1	359 εκ. €	1999-2001	Γερμανική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία
Γαλλία	- Canal + - TPS (Television par Satellite) - TF1	300 εκ. €	1997-2001	Γαλλική Ποδοσφαιρική Ομοσπονδία - LFP
Ιταλία	- Telepiu - Stream - RAI	530 εκ. €	1998-2002	Ιταλικό Καμπιονάτο

Ισπανία	• Via Digital • CSD (Canal Satelite Digital)	----	----	Πριμέρα Ντιβιζιόν
Ελλάδα	• FILMNET (Netmed) • ALPHA Dig.	220 εκ. €	1996-2002	ΕΠΑΕ
Ευρώπη	• EBU (European Broadcasting Union)	135 εκ. €	Mundial '98	FIFA
Παγκοσμίως	• Ομιλος Kirch	2,36 δισ. €	Mundial '02 & '06	FIFA

Σύμφωνα με το άρθρο 84, του ν. 2725/1999 διασφαλίζεται η εισφορά οργανωτικής υποδομής και οικονομικών μέσων από τη γηπεδούχο ομάδα σε συνδυασμό με το εμπράγματο ή ενοχικό δικαίωμα της ομάδας αυτής επί του χώρου του γηπέδου. Στον ίδιο προστατευτικό σκοπό της διάταξης εμπίπτει και το δικαίωμα των ποδοσφαιριστών για οικονομική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητάς τους (right of publicity). Η ίδια νομοθεσία απαγορεύει σε εταιρείες τηλεοπτικής κάλυψης να είναι μέτοχοι ποδοσφαιρικών εταιρειών, κάτι που σημαίνει πως δεν υφίσταται πλέον το προνόμιο των εξαιρετικά ανεπτυγμένων επιχειρήσεων να δρουν ανεξέλεγκτα και μονοπωλιακά στον ελληνικό αθλητισμό.

Αποτελέσματα

Στην Ελλάδα εφαρμόζεται το καθεστώς της ειδικής εκκαθάρισης, όπου ΠΑΕ απαλλάσσονται δια νόμου από τα υπέρογκα χρέη τους, απειλώντας μάλιστα ότι δεν θα καταβάλλουν τα δεδουλευμένα σε ποδοσφαιριστές που έχουν κερδίσει τις προσφυγές τους στην αρμόδια Πειθαρχική Επιτροπή της FIFA. Ταυτόχρονα, ορισμένες ΠΑΕ εισηγούνται στην επίσημη Ένωσή τους να αντιπαρατεθεί δυναμικά με την Πολιτεία, προκειμένου να διεκδικήσουν ρύθμιση χρεών, τηλεοπτικές συμβάσεις με τα κρατικά κανάλια και βελτιώσεις των γηπεδικών τους εγκαταστάσεων.

Κανείς, όμως, δεν σκέφθηκε πως η αύξηση του ετήσιου αριθμού οργάνωσης και τηλεμετάδοσης ποδοσφαιρικών αγώνων θα προκαλούσε κορεσμό των θεατών και κυρίως εκείνων που παρακολουθούν από τις οικίες τους και που, σημειωτέον, μπορούν να επιλέξουν από μια πληθώρα άλλων μορφών διασκέδασης. Έτσι, το διευρυμένο Champions League των περιόδων 1996-2003 θα περιορισθεί δραστικά από την ακριβώς επόμενη χρονιά τόσο σε αριθμό αγώνων, όσο και σε αντίστοιχα έσοδα.

Ως συνέπεια των ανωτέρω, στον αγώνα των ραδιοτηλεοπτικών δικαιωμάτων εισήλθε το ζήτημα των εμπορικών διαφημίσεων. Με τη συνδρομή της τεχνολογίας, ο ρόλος τους έφθασε στο σημείο να είναι καταλυτικός. Φυσικά, ο δρόμος από το Licence Fee (LF) μέχρι το Digital Virtual Publicity (DVP) υπήρξε μακρύς και επίπονος. Όσα έσοδα δεν μπορούσαν να καλύψουν τα LF τώρα έρχεται η DVP για να τα υπερκεράσει και να ανοίξει νέους οικονομικούς ορίζοντες. Η εικονική διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλους τους αγώνες που γίνονται υπό την αιγίδα της FIFA, από τις αναγνωρισμένες συνομοσπονδίες, τις εθνικές ομοσπονδίες και στις ομάδες που ανήκουν στο δυναμικό τους. Βασική προϋπόθεση είναι η καταβολή του τιμήματος που θα συμφωνηθεί στον κάτοχο των διαφημιστικών δικαιωμάτων του αγώνα, η συγκατάθεση των διοργανωτών και η χρήση των καθορισμένων χώρων του γηπέδου όπου μπορεί να προβληθεί ψηφιακά το διαφημιστικό μήνυμα. Οι χώροι αυτοί είναι κυρίως σημεία του αγωνιστικού και περιβάλλοντα χώρου (όπως είναι ο κύκλος στο κέντρο του γηπέδου, οι εστίες, οι πάγκοι, οι κερκίδες και οι ειδικές πινακίδες) και οι αθλητές. Πρόκειται για μια επιπλέον πηγή εσόδων που ανοίγει νέες προοπτικές σε κανάλια και αθλητικούς φορείς.

Συζήτηση

Τα κρατικά τηλεοπτικά κανάλια δεν μπορούν πλέον να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις της αγοράς που διαρκώς διογκώνονται. Το LF, δηλαδή το ανταποδοτικό τέλος όλων των τηλεθεατών, αποδείχθηκε πολύ μικρό για τα νέα τηλεοπτικά δεδομένα. Είναι γεγονός ότι ελληνικοί και ξένοι αθλητικοί οργανισμοί θεμελίωσαν τον οικονομικό προγραμματισμό τους στα τηλεοπτικά δικαιώματα, τα οποία γνώρισαν μια ιδιαίτερη άνθηση κατά την τελευταία δεκαετία, χαρίζοντας στον αθλητισμό και τους θεατές του πολλές στιγμές ευφορίας. Όμως, στην οικονομία υπάρχουν οι καμπύλες ανόδου και καθόδου, κάτι που δεν απέφυγε και ο αθλητισμός, ειδικότερα το ποδόσφαιρο και η καλαθοσφαίριση.

Ετσι, τα τελευταία 2 χρόνια οι πτώχευσεις ιδιωτικών καναλιών επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την αγωνιστική, αλλά και την κοινωνική πορεία των ποδοσφαιρικών ομάδων, οι οποίες όχι μόνο αναγκάστηκαν να περιορίσουν τις μεταγραφικές τους κινήσεις, αλλά και να μειώσουν τις αμοιβές παικτών και προπονητών. Ως έσχατη λύση προτάθηκαν ακόμη και συγχωνεύσεις ομάδων, οι οποίες φαίνεται πως ακολούθησαν τις αντίστοιχες των καναλιών που και αυτά νοιώθουν την ανάγκη συνεργασίας. Το φάσμα της πτώχευσης είναι πλέον ορατό και για τις 2 εμπλεκόμενες πλευρές (κανάλια - ομάδες), έτσι οι λύσεις πρέπει να είναι αναπόφευκτα εξαιρετικά δραστικές. Οι κυβερνήσεις παρεμβαίνουν για να εγγυηθούν κάποια χρήματα και να διασώσουν σωματεία, κρίνοντας ότι ο επαγγελματικός αθλητισμός που εισήχθη στο χρηματιστήριο εξακολουθεί να διατηρεί το χαρακτήρα του κοινωνικού αγαθού και πρέπει να προστατευθεί.

Για να αποφευχθεί η οικονομική καταστροφή, οι ευρωπαϊκές ομοσπονδίες, με προεξάρχουσα την αγγλική, σχεδιάζουν να εφαρμόσουν το salary cap, δηλαδή ένα ανώτερο επιβαλλόμενο μισθολογικό όριο, καθώς και να εμποτεύσουν το σύστημα των μεταγραφών. Μετά την αποδέσμευση των ομάδων από τις επίσημες ενώσεις τους στο ζήτημα των τηλεοπτικών δικαιωμάτων, το ζητούμενο πλέον είναι αν στους αθλητικούς οργανισμούς συμφέρει να διαπραγματεύονται συνολικά τα ποσά που δικαιούνται ή ατομικά ο καθένας.

Συμπεράσματα

Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες κανάλια πλειοδοτούν για ξεχωριστά «κομμάτια» των ποδοσφαιρικών μεταδόσεων. Έτσι, για τη μέθοδο «Pay Per View» υπάρχει πλέον εξειδικευμένο κανάλι και το ίδιο συμβαίνει για τη μέθοδο των «στιγμιότυπων» από τους μαγνητοσκοπημένους αγώνες, όπως επίσης και για τις ελεύθερες μεταδόσεις. Το Pay Per View είναι ένα ειδικό σύστημα συνδρομητικής σχέσης ανάμεσα σε κανάλι και τηλεθεατή, κατά το οποίο ο συνδρομητής έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τον αγώνα που επιθυμεί ανάμεσα από μια πλειάδα ταυτόχρονα προσφερόμενων.

Εντούτοις, ακόμη και αν όλες οι ομάδες μιας χώρας έχουν τη βούληση να δώσουν το σύνολο αυτών των δικαιωμάτων σε έναν μόνο τηλεοπτικό σταθμό, κανένα κανάλι δεν είναι σε θέση να καταβάλει τόσο υψηλά συνολικά ποσά. Το σημαντικότερο συμπέρασμα είναι πως ανατέλει μία νέα ραδιοτηλεοπτική περίοδο όσον αφορά στα αθλητικά γεγονότα, η οποία θα αποτελέσει σημαντικό πεδίο ερευνών στο επίπεδο της οικονομίας του αθλητισμού για τα επόμενα χρόνια.

Βιβλιογραφία

- Bruhn, M. & Mehlinger, R. (1992). *Rechtliche gestaltung des sponsoring*. Μόναχο.
Drucker, P. (2001). *Προκλήσεις του μάνατζμεντ για τον 21^ο αιώνα*. Αθήνα, Εκδόσεις Leader Books.
Pickett, L. (1998). Competencies and managerial effectiveness: putting competencies to work. *Public Personnel Management*, 27: 103-115.
Γεωργιάδης, Δ. (1999). *Ενοχικό Δίκαιο: Γενικό Μέρος*. Αθήνα.
Καρακώστας, Ι. (2000). *Προσωπικότητα και Τύπος*. Αθήνα.
Κόκκιας, Σ. (1994). Περί ΜΜΕ και τέταρτης εξουσίας. *Εισήγηση στο 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα.

- Κορέα, Τ. (1994). ΜΜΕ και τα προβλήματά τους στην Ευρώπη. *Εισήγηση στο 2^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας*. Αθήνα.
- Κύρτσης, Α.Α. (2002). *Τεχνολογικός σχεδιασμός και κοινωνική οργάνωση της ψηφιακής επιχείρησης*. Αθήνα, Εκδόσεις Μεταίχμιο.
- Κωβαίος, Α. (2002). Το οικονομικό βάλσαμο του ποδοσφαίρου. *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 22-2508, 36.
- Παπαγιαννίδης, Α.Δ. (2002). Όταν θαμπώνει και η λάμψη του αθλητισμού-θεάματος. *Οικονομικός Ταχυδρόμος*, 31 - 2517, 17.
- Παπαδάκης, Β.Μ. (2002). *Στρατηγική των επιχειρήσεων: ελληνική και διεθνής εμπειρία*. Αθήνα, Εκδόσεις Ε. Μπένου.
- Σταθόπουλος, Β. (1998). *Γενικό Ενοχικό Δίκαιο*. Αθήνα.

**Η ΠΟΡΕΙΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΤΙΠΤΕΡΙΣΗΣ (BADMINTON)
ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ ΤΟΥ 2004**

**Μαυρίδης, Θ., Ξουργιάς, Ι., Παπαθανασίου, Ι. & Αντωνίου, Π.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ**

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει την πορεία του αθλήματος της αντιπτερίσης από την εμφάνισή της στην Ελλάδα έως λίγο πριν από τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Η μέθοδος καταγραφής των δεδομένων έγινε με συστηματική διαδικασία συλλογής, επεξεργασίας, ανάλυσης και ερμηνείας των κατεγραμμένων στοιχείων που υπάρχουν στο αρχείο της Ελληνικής Ομοσπονδίας Φιλάθλων Σωματείων Αντιπτερίσης, με κυρίαρχο στόχο την εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και την ανατροφοδότηση προς την κατεύθυνση βελτίωσης της παρεχόμενης οργάνωσης. Η ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι η εξέλιξη του αθλήματος στηρίχθηκε σε πρώτη φάση στο χώρο του ΤΕΦΑΑ της Κομοτηνής και σε συγκεκριμένα άτομα που ασχολήθηκαν με αυτό. Στη συνέχεια, αναπτύχθηκε σε περιοχές όπου υπήρχε πρόσφορο έδαφος δημιουργίας γηπέδων για τη διεξαγωγή προπονήσεων και αγώνων. Οι προσπάθειες μεμονομένων σωματείων και της ομοσπονδίας οδήγησε στην ποιοτική εξέλιξη και αριθμητική αναβάθμιση του αθλήματος σε μικρές πόλεις (Σιδηρόκαστρο, Τύρναβος). Η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004, φαίνεται να προσδίδει μία νέα δυναμική στην αγωνιστική πορεία με τη δημιουργία προολυμπιακής ομάδος που συμμετέχει σε διεθνή τουρνουά. Η γνωριμία με την αντιπτερίση μέσα από το πρόγραμμα διάδοσης μη γνωστών ολυμπιακών αθλημάτων, αλλά και η συνεχής επιμόρφωση των προπονητών μέσα από επιμορφωτικά σεμινάρια οδηγεί την ελληνική αντιπτερίση σε ένα νέο πλαίσιο ανάπτυξης.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΟΥ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΗ ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ

Κριεμάδης, Θ.,¹ Puronaho, K.² & Emery, P.³

¹Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

²University of Jyväskylä, Finland

³University of Northumbria at Newcastle, UK

Εισαγωγή

Η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού που έχει αναπτυχθεί στον ιδιωτικό τομέα μπορεί να βοηθήσει τους δημόσιους και μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς να προβλέπουν και να ανταποκρίνονται γρήγορα και αποτελεσματικά στις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργούν (Agwu, 1992; Bank, 1992; Bryson, 1988; Duncan, 1990; Espy, 1988; Laycock, 1990; Medley, 1988; Nelson, 1990; Robinson, 1992; Wilson, 1990; Kriemadis, 1997; Busler, 1992; Kriemadis, Emery & Puronaho, 2001).

Τα στελέχη των αθλητικών οργανισμών καλούνται να αντιμετωπίσουν αλλαγές σε πολλούς τομείς (π.χ., τεχνολογία, δημογραφικά χαρακτηριστικά, ανταγωνισμός, αθλητικές εγκαταστάσεις, κόστος λειτουργίας, κλπ.). Για να ανταποκριθούν σε αυτές πρέπει να είναι ικανά να τις προβλέπουν, να υιοθετούν προγράμματα και να δεσμεύουν πόρους για την αντιμετώπισή τους (Bucher, 1987). Η εφαρμογή της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού βοηθά τους αθλητικούς οργανισμούς να προβλέπουν και να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στις καταστάσεις που διαμορφώνονται στο εξωτερικό περιβάλλον και να αναπτύσσουν τις απαραίτητες για την επιβίωση και την περαιτέρω ανάπτυξή τους στρατηγικές (Dyson et al., 1989; Smith, 1985; Sutton & Migliore, 1988; Kriemadis, 1997).

Οι αθλητικοί οργανισμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) έχουν ήδη αρχίσει την εφαρμογή της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού, ώστε να αντλήσουν οφέλη και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι Kriemadis, Emery & Puronaho (2001), μελέτησαν θέματα στρατηγικού σχεδιασμού των 101 πιο σημαντικών μελών της Αθλητικής Ένωσης των Βρετανικών Πανεπιστημίων (British Universities Sports Association - BUSA) και βρήκαν ότι το 60% των αθλητικών τμημάτων των Βρετανικών Πανεπιστημίων εφαρμόζουν τη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού, ενώ το 40% εφαρμόζουν βραχυπρόθεσμο σχεδιασμό.

Θεωρήθηκε σκόπιμο να πραγματοποιηθεί και μία μελέτη σε άλλη χώρα της Ε.Ε., και για το σκοπό αυτό επιλέχθηκε η Αθλητική Ομοσπονδία της Φινλανδίας (Finnish Sports Federation), στην οποία υπάρχουν 15 περιφερειακοί αθλητικοί οργανισμοί (regional sport organizations). Σκοπός των οργανισμών αυτών είναι: α) η ανάπτυξη του αθλητισμού σε περιφερειακό επίπεδο, β) η σύνδεση μεταξύ της Αθλητικής Ομοσπονδίας και των τοπικών αθλητικών σωματείων και γ) η εκπροσώπηση της Αθλητικής Ομοσπονδίας σε τοπικό επίπεδο (Finnish Ministry of Education, 1999).

Σκοποί της έρευνας

Οι σκοποί της παρούσας έρευνας ήταν: α) να καθορίσει το βαθμό στον οποίο εφαρμόζεται η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού στους περιφερειακούς αθλητικούς οργανισμούς της Φινλανδίας και β) να προσδιορίσει τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την εφαρμογή της διαδικασίας αυτής στους ίδιους οργανισμούς.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα κλήθηκαν να συμμετέχουν οι 15 περιφερειακοί αθλητικοί οργανισμοί της Αθλητικής Ομοσπονδίας της Φινλανδίας, από τους οποίους ανταποκρίθηκαν οι 10 (66%). Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε ελέγχθηκε ως προς την εγκυρότητα του περιεχομένου του και,

μέσω του συντελεστή α του Cronbach, για την αξιοπιστία του (όλοι οι συντελεστές ήταν σε αποδεκτά επίπεδα) (Nunnally, 1967).

Αποτελέσματα

Βρέθηκε ότι το 100% των περιφερειακών αθλητικών οργανισμών της Φινλανδίας έχουν αναπτύξει όραμα, αντικειμενικούς στόχους και μακροπρόθεσμα σχέδια, το 90% έχουν διαμορφώσει την αποστολή του οργανισμού, έχουν διεξάγει ανάλυση των ισχυρών και των αδύνατων σημείων τους, το 80% έχουν διεξάγει ανάλυση των ευκαιριών και των απειλών που υπάρχουν στο περιβάλλον και έχουν αναπτύξει βραχυπρόθεσμα σχέδια, το 60% αξιολογούν την επίδοση της διαδικασίας σχεδιασμού, ενώ το ίδιο ποσοστό αξιολογεί την επίδοσή τους σχετικά με το βαθμό επίτευξης των αντικειμενικών τους στόχων.

Μόνο το 50% των οργανισμών αυτών μπορεί να θεωρηθεί ότι εφαρμόζουν πλήρως τη διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού (και, επομένως, μπορεί να ταξινομηθεί στη κατηγορία των στρατηγικών σχεδιαστών) διότι μόνο αυτό το ποσοστό ικανοποίησε κριτήρια όπως: α) ύπαρξη γραπτών μακροπρόθεσμων σχεδίων, β) ανάλυση SWOT και γ) καθιέρωση στρατηγικών με βάση την αποστολή και τους στόχους τους. Ένα ίδιο ποσοστό, ακόμα και αν έλαβε υπόψη του μερικούς παράγοντες της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού, δεν μπορεί να ταξινομηθεί στην παραπάνω κατηγορία διότι το 40% αυτών εφαρμόζουν βραχυπρόθεσμο σχεδιασμό (δηλαδή, έχουν διαμορφώσει γραπτά σχέδια και προϋπολογισμούς μόνο για την τρέχουσα οικονομική περίοδο), ενώ το υπόλοιπο 10% εφαρμόζει βραχυπρόθεσμο σχεδιασμό που υπάρχει μόνο στη μνήμη των διοικητικών στελεχών του αθλητικού οργανισμού.

Το 70% λάμβανε σε «πολύ μεγάλο», ή «μεγάλο» βαθμό υπόψη του στη διαμόρφωση των σχεδίων του τους εξής εξωτερικούς παράγοντες: α) τις κοινωνικές τάσεις, (β) τους έφορους - Johtokunta (Board of Trustees), γ) τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, δ) τις κρατικές εντολές - κατευθύνσεις και ε) το οικονομικό / φορολογικό περιβάλλον. Το ίδιο ποσοστό λάμβανε υπόψη του σε «πολύ μεγάλο», ή «μεγάλο» βαθμό τους εσωτερικούς παράγοντες: α) οικονομική επίδοση και β) επίδοση του προσωπικού του. Η επάρκεια των αθλητικών εγκαταστάσεων ήταν ένας εσωτερικός παράγοντας που λαμβάνονταν υπόψη σε «μέτριο» βαθμό από το 80% των οργανισμών.

Η ανεπάρκεια οικονομικών πόρων και η έλλειψη χρόνου ήταν οι παράγοντες που αποθάρρυναν το 50% των οργανισμών σε «πολύ μεγάλο», ή «μεγάλο» βαθμό στην εφαρμογή της διαδικασίας του στρατηγικού σχεδιασμού. Επίσης, η έλλειψη επαρκούς συνεργασίας ήταν ένας παράγοντας που αποθάρρυνε το 70% των οργανισμών σε «μέτριο» βαθμό.

Το Οικονομικό Σχέδιο και το Σχέδιο των Ανθρώπινων Πόρων ενσωματώνονταν σε «πολύ μεγάλο», ή «μεγάλο» βαθμό από το 70% των οργανισμών στις δραστηριότητες σχεδιασμού τους. Το σχέδιο μάρκετινγκ ενσωματωνόταν σε «μέτριο βαθμό» από το 60% των οργανισμών.

Συμπεράσματα

Αν και περισσότερο από το 70% των Φινλανδικών περιφερειακών αθλητικών οργανισμών δήλωσαν ότι είχαν αναπτύξει δραστηριότητες στρατηγικού σχεδιασμού μόνο το 50% μπορεί να θεωρηθεί ότι εφαρμόζουν πλήρως αυτή τη διαδικασία (και, επομένως, μπορεί να ταξινομηθεί στη κατηγορία των στρατηγικών σχεδιαστών). Προτείνεται η δημιουργία συστημάτων και διαδικασιών στρατηγικού σχεδιασμού, καθώς και επιτροπών στρατηγικού σχεδιασμού με σκοπό την ενδυνάμωση του τομέα σχεδιασμού στους οργανισμούς αυτούς.

Βιβλιογραφία

Agwu, P. (1992). Strategic planning in higher education: a study of application in Arkansas senior colleges and universities. *Dissertation Abstracts International*, DAI-A 53/08, 0745 (University Microfilms No. AAC 9300582).

- Bank, B. (1992). Strategic management in nonprofit art organizations: an analysis of current practice. *Dissertation Abstracts International*, MAI 32/01, 0454 (University Microfilms No AAC 1353924).
- Bryson, J.M. (1988). *Strategic planning for public and nonprofit organizations*. San Francisco, CA. Jossey-Bass.
- Bucher, C.A. (1987). *Management of physical education and athletic programs*. St. Louis, MI: C.V. Mosby.
- Busler, B. (1992). The role of strategic planning and its effect on decision making in Wisconsin public schools. *Dissertation Abstracts International*, DAI-A, 53/07, 0514 (University Microfilms No AAC 9223867).
- Duncan, H. (1990). Strategic planning theory today. *Optimum*, 20(4): 63-74.
- Dyson, D., Manning, M., Sutton, W. & Migliore, H. (1989). The effect and usage of strategic planning in intercollegiate athletic departments in American colleges and universities. *Paper presented at the North American Society for Sport Management*, University of Calgary.
- Espy, S.N. (1988). Creating a firm foundation. *Non-Profit World*, 6(5): 23-24.
- Finnish Ministry of Education. (1999). *Sport in society – Finland*. Report made by Kari Puronaho.
- Kriemadis, A. (1997). Strategic planning in higher education athletic departments. *International Journal of Educational Management*, 11(6): 238-247.
- Kriemadis, A., Emery, P. & Puronaho, K. (2001). Strategic planning in United Kingdom university athletic departments. *Proceedings of the 9th European Association for Sport Management Congress*, Vitoria-Gasteiz, Spain.
- Laycock, D.K. (1990). Are you ready for strategic planning? *Non-Profit World*, 8(5): 25-27.
- Medley, G.I. (1988). Strategic planning for the world wild life fund. *Long Range Planning*, 21(1): 46-54.
- Nelson, R.S. (1990). Planning by a non-profit should be business like. *Non Profit World*, 8(6): 24-27.
- Nunnally, J.C. (1967). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Robinson, J. (1992). Strategic planning processes used by not-for-profit community social service organizations and a recommended strategic planning approach. *Dissertation Abstracts International*, DAI-A 53/11, 0454 (University Microfilms No AAC 9302958).
- Smith, C.A. (1985). Strategic planning utilized in Atlantic Coast Conference Intercollegiate Athletics. *Dissertation Abstracts International*, 42, 4370A-4371A.
- Sutton, W.A. & Migliore, H. (1988). Strategic long-range planning for intercollegiate athletic programs. *Journal of Applied Research in Coaching and Athletics*, 3: 233-261.
- Wilson, P. (1990). Strategic planning in the public sector. *Practicing Manager*, 10(2): 23-24.

ΑΝΤΙΑΛΗΨΕΙΣ ΤΩΝ ΔΙΕΥΘΥΝΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΟΥΣ

Δράκου, Α.,¹ Τζέτζης, Γ.,¹ Αναγνώστου, Μ.² & Κιουμουρτζόγλου, Ε.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Οι δεξιότητες της οργάνωσης - διοίκησης είναι απαραίτητες για έναν αποτελεσματικό μάνατζερ (Byars & Rue, 1997) και περιλαμβάνονται στους εκπαιδευτικούς στόχους των οργανισμών που φιλοδοξούν να γίνουν, ή να παραμείνουν ανταγωνιστικοί. Στην Ελλάδα σήμερα υπάρχουν 4 πανεπιστημιακά Τμήματα που περιλαμβάνουν την οργάνωση - διοίκηση του αθλητισμού στον κύκλο σπουδών τους, σε προπτυχιακό και σε μεταπτυχιακό επίπεδο. Επίσης, υπάρχουν κάποια ιδιωτικά κολέγια που προσφέρουν τίτλους σπουδών σε αυτό το αντικείμενο.

Η εκπαίδευση είναι μια συνεχής διαδικασία που δεν τελειώνει με την είσοδο στην αγορά εργασίας. Από τις θεωρίες της παρακίνησης έως τη θεωρία του μάνατζμεντ ολικής ποιότητας, η εκπαίδευση είναι μία από τις παραμέτρους που παρακινούν στην εργασία και συμβάλλουν στη δημιουργία ενός αποτελεσματικού εργασιακού περιβάλλοντος. Επομένως, είναι μείζονος σημασίας να προσδιοριστούν οι εκπαιδευτικές ανάγκες των στελεχών των Ελληνικών αθλητικών οργανισμών και να προταθούν κατάλληλες μέθοδοι διδασκαλίας που θα καλύψουν τις ανάγκες των οργανισμών αυτών για αποτελεσματικές ομάδες εργασίας.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να σκιαγραφήσει τις αντιλήψεις των διευθυντών Ελληνικών αθλητικών οργανισμών για τις διάφορες μεθόδους εκμάθησης και εκπαίδευσης των στελεχών τους.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν οι διευθυντές 31 αθλητικών οργανισμών (αθλητικές ομοσπονδίες, δημόσιες και ιδιωτικές αθλητικές εγκαταστάσεις, κρατικοί αθλητικοί οργανισμοί, αθλητικοί οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, αθλητικά σωματεία και ιδιωτικές εταιρείες οργάνωσης αθλητικών γεγονότων) της Θεσσαλονίκης.

Όργανο μέτρησης: Για την υλοποίηση των σκοπών της έρευνας δημιουργήθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο, το οποίο περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με: α) τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, β) τα χαρακτηριστικά του οργανισμού, γ) τις εκπαιδευτικές ανάγκες των στελεχών όπως τις αντιλαμβάνονταν οι συμμετέχοντες διευθυντές και δ) τις αντιλήψεις των διευθυντών για τις διάφορες μεθόδους εκμάθησης. Ορισμένες ερωτήσεις ήταν ανοιχτές, ενώ άλλες ήταν δομημένες σε 5βάθμια κλίμακα αξιολόγησης, τύπου Likert (όπου 1 = πολύ υψηλή προτεραιότητα και 5 = πολύ χαμηλή προτεραιότητα). Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν και συλλέχθηκαν το Μάρτιο του 2000.

Συνέντευξη: Επτά διευθυντές αθλητικών οργανισμών κλήθηκαν σε μία ομαδική συνέντευξη (15 Μαρτίου 2002), για να συζητήσουν σχετικά με την εκπαιδευτική πολιτική των οργανισμών τους. Η συνέντευξη διάρκεσε περίπου 1 ώρα και προσέγγισε τα ίδια θέματα με το ερωτηματολόγιο, για μεγαλύτερη εμβάθυνση.

Το γεγονός ότι το δείγμα ήταν σχετικά μικρό και από μόνο μία πόλη της Ελλάδας αποτελούσε περιορισμό της έρευνας.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 96,8% των διευθυντών ήταν άντρες και το 3,2% γυναίκες και ο Μ.Ο. της διάρκειας της συνεργασίας τους με τον οργανισμό ήταν 7,88 χρόνια. Ο Μ.Ο. των υπαλλήλων που απασχολούσαν οι οργανισμοί ήταν 13. Το 71% των διευθυντών είχε πρόσβαση στο διαδύκτιο, ενώ το 25,8% δεν είχε. Οι κύριες δραστηριότητες μανάτζμεντ του οργανισμού ήταν: α) διαχείριση αθλητικών γεγονότων (22,6%), β) διαχείριση οργανισμού (13,2%), γ) οικονομική διαχείριση (11,3%), γ) διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού (11,3%), ε) μάρκετινγκ (7,5%), ε) δημόσιες σχέσεις (7,5%), η) χορηγίες (5,7%), θ) σχέσεις με ΜΜΕ (3,8%), ι) διαχείριση τεχνολογίας (1,9%). Επίσης, καταγράφηκαν δραστηριότητες όπως εκπροσώπηση αθλητών, διαχείριση εγκαταστάσεων και διαχείριση αθλητικών ακαδημιών.

Ένα σημαντικό ποσοστό των οργανισμών (45,2%) δεν είχαν εκπαιδευτικά προγράμματα για τους εργαζόμενους, ενώ μόνο το 29,0% δήλωσαν ότι έχουν. Παρόλα αυτά, το 45,2% δήλωσε ότι πιστεύει πως τα εκπαιδευτικά προγράμματα είναι απαραίτητα. Συγκρίνοντας τους Μ.Ο. των περιοχών του αθλητικού μανάτζμεντ όπου υπάρχει ανάγκη για εκπαίδευση και χρησιμοποιώντας την προαναφερθείσα 5βάθμια κλίμακα αξιολόγησης, προέκυψε η παρακάτω ιεραρχία αναγκών: 1) διαχείριση οργανισμών (2,68), 2) διαχείριση οικονομικών και διαχείριση τεχνολογίας (2,48), 3) χορηγίες (2,30), 4) σχέσεις με Μ.Μ.Ε. (2,03), 5) σχεδιασμός (1,97), 6) ανθρώπινο δυναμικό (1,94), 7) μάρκετινγκ (1,90) και 8) δημόσιες σχέσεις (1,77). Από την ποιοτική ανάλυση φάνηκε ότι η εξοικείωση με τη νέα τεχνολογία είναι κοινή απαίτηση, αφού οι 3 από τους 7 διευθυντές δήλωσαν ότι είναι ένας τομέας όπου υπάρχει ανάγκη για περισσότερη εκπαίδευση. Επίσης, αναφέρθηκε ότι πρέπει να υπάρχει εξειδικευμένη εκπαίδευση για κάθε Τμήμα.

Πίνακας 1: Μέθοδοι εκμάθησης

Μαθήματα	Πολύ αποτελεσματικό	Αποτελεσματικό	Ουδέτερο	Αναποτελεσματικό	Πολύ αναποτελεσματικό
Σύντομα	35.5	19.4	22.6	19.4	0.0
Συνεχόμενα	45.2	25.8	16.1	6.5	3.2
Από απόσταση	9.7	22.6	22.6	19.4	22.6
Με ατομική μελέτη	0.0	9.7	38.7	22.6	25.8
Βασισμένα στο διαδύκτιο	12.9	35.5	22.6	16.1	9.7

Συγκρίνοντας τους Μ.Ο. των μεθόδων, προκύπτει η παρακάτω αξιολόγηση αναφορικά με την αποτελεσματικότητα των μεθόδων εκμάθησης: α) συνεχόμενα μαθήματα με δάσκαλο (2,07), β) μαθήματα βασισμένα στο διαδύκτιο (2,50) γ) σύντομα μαθήματα (π.χ. Σαββατοκύριακα) με δάσκαλο, δ) μαθήματα από απόσταση (3,14) και ε) μαθήματα με ατομική μελέτη (3,93).

Λόγοι που θα εμπόδιζαν τη χρήση ενός προγράμματος εκμάθησης μέσω του διαδυκτίου ήταν: α) η έλλειψη χρόνου (37,0%), α) η έλλειψη εκπαίδευσης σε θέματα πληροφορικής (37,0%), γ) το υψηλό κόστος (29,6%), δ) η έλλειψη ενδιαφέροντος (22,2%) και ε) η έλλειψη πρόσβασης, ή η περιορισμένη πρόσβαση στο διαδύκτιο (11,1%).

Συζήτηση

Διαπιστώνεται ότι οι κορυφές της ιεραρχίας στο χώρο του αθλητικού μανάτζμεντ στην Ελλάδα κατέχονται από άνδρες (30 διευθυντές – 1 διευθύντρια). Παρόμοιες μελέτες σε άλλες χώρες οδηγούν στο ίδιο συμπέρασμα (Lovett & Lowry, 1994). Σύμφωνα με το Moore, et al. (2000), η αθλητική βιομηχανία των ΗΠΑ παραμένει στατική για γυναίκες που αναζητούν διευθυντικές θέσεις. Ο

Lapchick (1997), επίσης μελέτησε τα ποσοστά των διευθυντικών θέσεων που κατέχουν γυναίκες σε συγκεκριμένες αθλητικές ομοσπονδίες των ΗΠΑ και συμπέρανε ότι είναι πολύ χαμηλά (<7%).

Το διαδύκτιο φαίνεται να είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για τους αθλητικούς οργανισμούς, αφού η πλειοψηφία τους το χρησιμοποιεί στις λειτουργίες τους. Η διαχείριση αθλητικών γεγονότων είναι η κύρια δραστηριότητα μανάτζμεντ των αθλητικών οργανισμών. Ακολουθούν η διαχείριση οργανισμών, ανθρώπινου δυναμικού και οικονομικών πόρων. Σύμφωνα με τους διευθυντές, οι δημόσιες σχέσεις είναι ο τομέας όπου υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη για εκπαίδευση και ακολουθούν το μάρκετινγκ και η διαχείριση ανθρώπινου δυναμικού. Με την ποιοτική ανάλυση έγινε φανερό ότι οι συμμετέχοντες συμφώνησαν ότι υπάρχει ανάγκη για συστηματική και συνεχόμενη εκπαίδευση σε όλους τους τομείς του αθλητικού μανάτζμεντ.

Σχετικά με τα προγράμματα εκπαίδευσης που εφαρμόζουν οι οργανισμοί, το παράδοξο είναι ότι αν και οι μισοί περίπου διευθυντές (45,2%) πιστεύουν ότι τέτοια προγράμματα είναι απαραίτητα, λιγότεροι από το 1/3 τα υιοθετούν στους οργανισμούς τους. Όπως φάνηκε από την ποιοτική ανάλυση, η εξήγηση είναι ότι τέτοια προγράμματα έχουν υψηλό κόστος και απαιτούν χρόνο.

Σχετικά με τις μεθόδους εκμάθησης φαίνεται ότι οι διευθυντές πιστεύουν ότι η καλύτερη μέθοδος για τα στελέχη τους είναι αυτή των συνεχόμενων μαθημάτων με δάσκαλο. Για την εκμάθηση μέσω διαδυκτίου έχουν θετική άποψη, πιστεύουν, όμως, ότι η έλλειψη χρόνου (κατά κύριο λόγο) θα ήταν εμπόδιο. Η εξοικείωση με τη χρήση της νέας τεχνολογίας μέσα από συγκεκριμένα εκπαιδευτικά προγράμματα κρίνεται επίσης αναγκαία.

Συμπεράσματα

Στελέχη με παρακίνηση είναι περισσότερο αποτελεσματικά στην εργασία τους και αποτελούν πραγματικό κεφάλαιο για τους οργανισμούς τους. Ένας από τους παράγοντες που παρακινεί τους ανθρώπους στην εργασία είναι και οι εκπαιδευτικές ευκαιρίες (Herzberg, 1987). Οι Ελληνικοί αθλητικοί οργανισμοί πρέπει να δώσουν περισσότερη προσοχή στις εκπαιδευτικές ανάγκες των στελεχών τους μέσω ενός αποτελεσματικού προγράμματος διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού, με περισσότερες εκπαιδευτικές ευκαιρίες.

Βιβλιογραφία

- Byars, L.L. & Rue, L.W. (1997). *Human resource management*. Irwin McGraw-Hill, Boston
- Herzberg, F. et al. (1999). *The motivation to work*. Transaction Publishers, New Brunswick
- Lapchick, R.E., (1997). *Racial, Report Card, Northeastern University*. Center for the Study of Sport in Society, Boston, MA.
- Lovett, D. J. & Lowry, C.D. (1994), Good old boys and good old girls clubs: myth or reality? *Journal of Sport Management*, 8: 27-35
- Moore, M.E., Parkhouse, B.L. & Konrad, A.M. (2000). Women in sport management: advancing the representation through HRM structures. *Women in Management Review*, 16(2): 51-61.
- Tsiotras, G.D. (1995). *Quality improvement*. Publications E.Benou.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΕ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ

Γκιουζελιάν, Π., Θεοδωράκης, Ν., Κώστα, Γ. & Γαργαλιάνος, Δ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των ανθρώπων δημιουργεί επιπρόσθετες ανάγκες στον τομέα της αναψυχής και των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Η αναγκαιότητα αυτή γίνεται επιτακτική, όταν το κοινό απευθύνεται σε οργανωμένα δημόσια, ή ιδιωτικά κέντρα, όπως τα γυμναστήρια. Ταυτόχρονα, όμως, μεγαλώνει και η απαίτησή του για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σύμφωνα με τους Reichheld & Sasser (1990), η πραγματική επανάσταση της ποιότητας στις υπηρεσίες έρχεται μόλις τώρα.

Αν και στη βιβλιογραφία υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός ερευνών που αναφέρονται στην ποιότητα υπηρεσιών, οι ύν ότιερευνητές δεν συμφωνούν σε έναν ορισμό. Οι Taylor, Sharland, Cronin & Bullard (1993), θεωρούν ότι η ποιότητα υπηρεσιών είναι «...η συνολική κρίση του καταναλωτή για την υπηρεσία», ενώ οι Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988), θεωρούν ότι «...η ποιότητα υπηρεσιών όπως την αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές είναι το αποτέλεσμα της σύγκρισης των προσδοκιών τους με τις αντιλήψεις τους για την απόδοση της παρεχόμενης υπηρεσίας». Οι περισσότεροι ερευνητές συμφωνούν με την άποψη ότι πρόκειται για μία πολυδιάστατη έννοια, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι υπάρχει ομοφωνία για τον ακριβή αριθμό των διαστάσεων. Στη αθλητική βιβλιογραφία υπάρχουν έρευνες που αναφέρουν ότι η ποιότητα υπηρεσιών συντίθεται από 2 έως και 11 διαστάσεις. Αντίθετα, ελάχιστοι πλέον ερευνητές ισχυρίζονται ότι η ποιότητα υπηρεσιών είναι μονοδιάστατη έννοια (Brown & Peter, 1993).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να μελετήσει την αντίληψη των ασκούμενων ενός γυμναστηρίου για την ποιότητα υπηρεσιών που παρέχει στους πελάτες του.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 200 ασκούμενοι ενός ιδιωτικού γυμναστηρίου της Αθήνας, από τους οποίους οι 102 ήταν γυναίκες και οι 98 άντρες.

Όργανο μέτρησης: Για τη διερεύνηση του επιπέδου της ποιότητας υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Ποιότητας Υπηρεσιών του Alexandris (2002), η οποία αποτελούνταν από 34 διατυπώσεις που αντιπροσώπευαν 6 διαστάσεις: Υλικός Εξοπλισμός (6 μεταβλητές), Προσωπικό (7 μεταβλητές), Προγράμματα (5 μεταβλητές), Αξιοπιστία (5 μεταβλητές), Γυμναστές (5 μεταβλητές) και Προσωπικές Εκτιμήσεις των Ασκούμενων (6 μεταβλητές).

Διαδικασία μέτρησης: Η συλλογή των δεδομένων έγινε από την ερευνήτρια σε ειδικό χώρο που παραχωρήθηκε από τη διεύθυνση, μπροστά στην είσοδο του γυμναστηρίου. Οι ασκούμενοι συμπλήρωναν ανώνυμα το ερωτηματολόγιο είτε κατά την είσοδό τους στο γυμναστήριο, είτε κατά την έξοδό τους από αυτό. Η ερευνήτρια έδινε διευκρινίσεις μόνον όταν οι συμμετέχοντες το έκριναν αναγκαίο.

Αποτελέσματα

Από τη διερευνητική παραγοντική ανάλυση προέκυψαν 7 παράγοντες της ποιότητας υπηρεσιών, επιβεβαιώνοντας μερικώς τη δομική εγκυρότητα της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών του Alexandris (2002). Καταβάλλοντας προσπάθεια να προσεγγισθούν όσο το δυνατόν περισσότερο οι διαστάσεις της Κλίμακας αυτής δόθηκαν οι παρακάτω ονομασίες: Εξυπηρέτηση (8 μεταβλητές), Αποτελέσματα (5

μεταβλητές), Χώρος / Εξοπλισμός (7 μεταβλητές), Γυμναστές (4 μεταβλητές), Εμπιστοσύνη (5 μεταβλητές), Ακρίβεια (3 μεταβλητές), Ωράριο / Προγράμματα (2 μεταβλητές). Η αξιοπιστία των παραγόντων της κλίμακας μετρήθηκε με το συντελεστή α του Cronbach και βρέθηκαν τα εξής αποτελέσματα: Εξυπηρέτηση = 0.91, Αποτελέσματα = 0.91, Χώρος / Εξοπλισμός = 0.84, Γυμναστές = 0.87, Εμπιστοσύνη = 0.84, Ακρίβεια = 0.83 και Ωράριο / Προγράμματα = 0.70. Τα σκορ αυτά θεωρήθηκαν αρκετά ικανοποιητικά. Οι αντιλήψεις των πελατών για όλες τις διαστάσεις ήταν αρκετά θετικές με σκορ: Εξυπηρέτηση = 6.7, Αποτελέσματα = 6.2, Χώρος / Εξοπλισμός = 5.6, Γυμναστές = 5.3, Εμπιστοσύνη = 5.4, Ακρίβεια = 6.0 και Ωράριο / Προγράμματα = 5.9. Οι συσχετίσεις μεταξύ των διαστάσεων της ποιότητας υπηρεσιών ήταν θετικές και στατιστικά σημαντικές (πίνακας 1).

Πίνακας 1. Συσχετίσεις των παραγόντων της ποιότητας υπηρεσιών, μέσοι όροι και τυπικές αποκλίσεις.

Παράγοντες	1	2	3	4	5	6	7	M.O	T.A.
1. Εξυπηρέτηση	1.0							6.7	1.18
2. Αποτελέσματα	.57**	1.0						6.2	.80
3. Χώρος / Εξοπλισμός	.60**	.57**	1.0					5.6	.93
4. Γυμναστές	.67**	.51**	.55**	1.0				5.3	1.34
5. Εμπιστοσύνη	.66**	.60**	.64**	.66**	1.0			5.4	1.18
6. Ακρίβεια	.47**	.54**	.49**	.40**	.50**	1.0		6.0	.82
7. Ωράριο / Προγράμματα	.39**	.49**	.52**	.36**	.48**	.36**	1.0	5.9	1.12

** $P < .01$

Συζήτηση

Ο υψηλός συντελεστής αξιοπιστίας σε κάθε έναν από τους 7 παράγοντες του ερωτηματολογίου δείχνει την υψηλή εσωτερική συνοχή των ερωτημάτων σε κάθε παράγοντα. Τα αποτελέσματα είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικά για τα διοικητικά στελέχη του συγκεκριμένου γυμναστηρίου, αφού οι υψηλοί μέσοι όροι των απαντήσεων των ασκούμενων σε όλες τις παραμέτρους της ποιότητας που εξετάστηκαν δείχνουν ότι αντιλαμβάνονται με θετικό τρόπο την ποιότητα υπηρεσιών που τους παρέχεται. Από τις απαντήσεις διαπιστώνεται ότι οι αντιλήψεις των πελατών είναι θετικότερες για το επίπεδο εξυπηρέτησης που τους παρέχεται, αλλά και για τα οφέλη που προκύπτουν γι' αυτούς από τα προγράμματα στα οποία συμμετέχουν. Λιγότερο θετικές είναι οι απόψεις τους για τους γυμναστές, οι οποίοι στα ιδιωτικά γυμναστήρια είναι συνήθως εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης. Η έλλειψη εργασιακής σταθερότητας στο συγκεκριμένο χώρο πιθανόν να επηρεάζει την επαγγελματική ικανοποίηση των γυμναστών και κατ' επέκταση τη συμπεριφορά και το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχουν.

Συμπεράσματα

Γενικά, οι ασκούμενοι του γυμναστηρίου αντιλαμβάνονται με θετικό τρόπο την παρεχόμενη ποιότητα υπηρεσιών. Όμως, η ανάγκη βελτίωσης των υπηρεσιών με σκοπό την πλήρη ικανοποίηση των ατόμων, καθώς και των διαστάσεων της ποιότητας υπηρεσιών θεωρείται απαραίτητη, αφού η ποιότητα είναι η σύγκριση με κάποια μορφή τελειότητας, ή υπεροχής (Parasuraman et al., 1988). Αν οι μάνατζερ του συγκεκριμένου γυμναστηρίου συμπεριλάβουν τα ευρήματα της έρευνας αυτής στο σχεδιασμό τους πιθανότατα θα βελτιώσουν το επίπεδο υπηρεσιών που παρέχουν στα μέλη του, με αποτέλεσμα να επηρεάσουν θετικά το επίπεδο ικανοποίησής τους. Ο μικρός αριθμός των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν επιτρέπει την ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων για το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχεται γενικότερα σε γυμναστήρια στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K. (2002). The influence of perceived service quality on customer satisfaction and service loyalty: an empirical study in the fitness industry. *Paper presented in the National Congress of the North American Society of Sport Management*.
- Brown, T.J., Gilbert, A., Churchill, Jr. & Peter, J.P. (1993). Improving the measurement of service quality. *Journal of Retailing*, 69(1): 127-139.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L.L. (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 1(64): 12-37.
- Reichheld, F., Sasser, J.R. & Earl, W. (1990). Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review*, 32: 105-111.
- Taylor, S., Sharland, A., Cronin, J. & Bullard, W. (1993). Recreational service quality in the international setting. *International Journal of Service Industry Management*, 4(4): 68-86.

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ:
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΝΟΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΛΥΤΕΛΟΥΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ**

Κούλη, Ε., Καμπίτσης, Χ. & Θεοδωράκης, Ν.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Από τη στιγμή που αιτιολογήθηκε η θετική σχέση της έννοιας της ικανοποίησης των πελατών με άλλες σημαντικές παραμέτρους επιτυχίας για τις επιχειρήσεις (κυρίως με την κερδοφορία), θεωρήθηκε ιδιαίτερα σημαντική για τα διοικητικά στελέχη και τους ερευνητές. Οι περισσότεροι ορισμοί που αφορούν στην ικανοποίηση των πελατών βασίζονται στο μοντέλο επικάλυψης προσδοκιών (Oliver, 1980), σύμφωνα με το οποίο η ικανοποίηση αντικατοπτρίζει τη συνολική ψυχολογική κατάσταση που προκύπτει όταν το συναίσθημα της επικάλυψης των προσδοκιών, συνδυάζεται με τα συναισθήματα που είχε ο καταναλωτής πριν την κατανάλωση. Ο Mannell (1999), όρισε την ικανοποίηση ως ικανοποίηση των αναγκών και ικανοποίηση της εκτίμησης. Σύμφωνα με τον ίδιο, η έννοια της ικανοποίησης των αναγκών είναι στενά συνδεδεμένη με την έννοια της παρακίνησης και εμφανίζεται όταν οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται τις ανάγκες τους και τις ικανοποιούν μέσω της συμμετοχής τους σε κάποια δραστηριότητα.

Τα τελευταία 20 χρόνια η ικανοποίηση των πελατών φαίνεται να είναι το πιο δημοφιλές αντικείμενο μελέτης μεταξύ των ερευνητών στο χώρο του μανάτζμεντ και του μάρκετινγκ (Swan, 1988; Oliver & Swan, 1989; Fornell, 1992; Spreng & Mackoy, 1996). Παρ' όλα αυτά, όμως, οι προσπάθειες που έχουν γίνει για να ερευνηθεί η έννοια της ικανοποίησης των πελατών σε αθλητικούς οργανισμούς είναι ελάχιστες (Chelladurai, 1999), διαπίστωση που ισχύει και για την Ελλάδα (Alexandris & Palialia, 1999; Alexandris, Papadopoulos, Palialia & Vasiliadis, 1999; Theodorakis, Kambitsis, Laios & Koustelios, 2001).

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνηθεί το επίπεδο της ικανοποίησης των πελατών / ασκούμενων του γυμναστηρίου ενός πολυτελούς ξενοδοχείου.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 200 πελάτες του γυμναστηρίου ενός πολυτελούς ξενοδοχείου (132 άνδρες και 68 γυναίκες), η ηλικία των οποίων κυμαινόταν από 18 μέχρι 80 ετών.

Όργανο μέτρησης: Για την πραγματοποίηση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η «Κλίμακα Ικανοποίησης Πελατών» (Customer Satisfaction Scale) των Alexandris, Papadopoulos, Palialia & Vasiliadis (1999), η οποία αποτελούνταν από 25 συνολικά ερωτήσεις και περιείχε τους εξής 6 παράγοντες που αναφέρονταν στην ικανοποίηση των πελατών: 1) Διανοήση (intellectual) (4 ερωτήσεις), 2) Κοινωνικότητα (social) (3 ερωτήσεις), 3) Χαλάρωση (relaxation) (4 ερωτήσεις), 4) Υγεία / Φυσική Κατάσταση (health and fitness) (3 ερωτήσεις), 5) Υπηρεσίες / Εγκαταστάσεις (facilities services) (7 ερωτήσεις) και 6) Προσωπικό (staff) (4 ερωτήσεις). Οι απαντήσεις δινόταν σε 5βάθμια κλίμακα τύπου Likert.

Διαδικασία μέτρησης: Η έρευνα διήρκεσε 2 εβδομάδες και έγινε στο χώρο του γυμναστηρίου του ξενοδοχειακού συγκροτήματος. Το ερωτηματολόγιο δινόταν σε κάθε πελάτη του ξενοδοχείου ξεχωριστά πριν, ή μετά το τέλος της άσκησης του. Οι αναγκαίες οδηγίες δίνονταν γραπτά και προφορικά πριν από τη συμπλήρωσή του. Τέλος, ζητήθηκε από το προσωπικό του γυμναστηρίου να μην είναι κοντά στα μέλη όταν συμπλήρωναν το ερωτηματολόγιο για να μην τους επηρεάζουν με οποιονδήποτε τρόπο.

Αποτελέσματα

Η αξιοπιστία των παραγόντων της κλίμακας μετρήθηκε με το συντελεστή α του Cronbach και σημειώθηκαν τα παρακάτω σκορ: Διανόηση = 0.79, Κοινωνικότητα = 0.64, Χαλάρωση = 0.71, Υγεία / Φυσική Κατάσταση = 0.62, Υπηρεσίες / Εγκαταστάσεις = 0.80 και Προσωπικό = 0.71, τα οποία θεωρήθηκαν ικανοποιητικά. Από το μέσο όρο των απαντήσεων προκύπτει ότι οι ασκούμενοι ήταν: 1) εξαιρετικά ικανοποιημένοι από τους παράγοντες: Προσωπικό ($\bar{M}=4.61$), Φυσική Κατάσταση ($\bar{M}=4.55$) και Χαλάρωση ($\bar{M}=4.47$), 2) πολύ ικανοποιημένοι από τους παράγοντες: Ποιότητα Υπηρεσιών ($\bar{M}=4.16$) και Κοινωνικότητα ($\bar{M}=4.00$) και 3) ουδέτεροι στον παράγοντα Διανόηση ($\bar{M}=3.03$). Οι συσχετίσεις μεταξύ των παραγόντων που συνθέτουν την ικανοποίηση και τη συνολική ικανοποίηση των πελατών του γυμναστηρίου ήταν θετικές και στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 1. Μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και συσχετίσεις των παραγόντων της Ικανοποίησης Πελατών κα της Συνολικής Ικανοποίησης

	Μεταβλητές	M.O.	T.A.			R			
				1	2	3	4	5	6
1	Διανόηση	3.04	1.02						
2	Κοινωνικότητα	4.00	0.76	.36**					
3	Χαλάρωση	4.47	0.63	.36**	.20**				
4	Υγεία / Φυσική Κατ.	4.55	0.56	.28**	.17*	.49**			
5	Υπηρεσίες / Εγκατ.	4.16	0.67	.41**	.08	.27**	.27**		
6	Προσωπικό	4.61	0.54	.19*	.12	.19*	.23**	.45**	
7	Συνολική Ικανοπ.	4.27	0.83	.29**	.02	.10	.14	.56**	.37**

* $p < .05$, και ** $p < .01$

Συζήτηση

Η πολύ υψηλή ικανοποίηση των πελατών του γυμναστηρίου που προέκυψε ως προς τους παράγοντες Προσωπικό και Υπηρεσίες / Εγκαταστάσεις μπορεί να θεωρηθεί πως οφείλεται στο γεγονός ότι το γυμναστήριο ήταν ιδιωτικό και ανήκε σε ένα υψηλού κόστους ξενοδοχείο, το οποίο, για να μπορέσει να διατηρήσει το επίπεδο και την πελατεία του, προσέχει ιδιαίτερα τις εγκαταστάσεις, τις υπηρεσίες που προσφέρει και την εκπαίδευση του προσωπικού του σε όλους τους τομείς.

Ως προς τον παράγοντα Υγεία / Φυσική Κατάσταση, η ιδιαίτερα υψηλή ικανοποίηση που παρουσίασαν οι πελάτες, ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι το συγκεκριμένο γυμναστήριο προσφέρει αρκετές εναλλακτικές μορφές γύμνασης, όπως είναι η αίθουσα των βαρών, τα όργανα αερόβιας άσκησης και η κλειστή θερμαινόμενη πισίνα σε ένα ιδιαίτερα προσεγμένο περιβάλλον. Ακόμη, το ότι οι πελάτες εμφάνισαν πάρα πολύ υψηλή ικανοποίηση ως προς τους παράγοντες Χαλάρωση και Κοινωνικότητα πιθανά να οφείλεται στο ότι οι περισσότεροι από αυτούς που πηγαίνουν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο για να γυμναστούν είναι άτομα που εργάζονται πολλές ώρες την ημέρα σε δουλειές με ευθύνη, ψυχολογική πίεση και ελάχιστο ελεύθερο χρόνο (π.χ., επιχειρηματίες, βιομήχανοι, κλπ.). Έτσι, αυτό που τους ενδιαφέρει είναι η χαλάρωση, η ξεκούραση και οι κοινωνικές επαφές και το συγκεκριμένο γυμναστήριο με τις υπηρεσίες που παρέχει φαίνεται ότι καλύπτει τις ανάγκες αυτές.

Τα αποτελέσματα της παρούσα έρευνας θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν στα διοικητικά στελέχη του συγκεκριμένου γυμναστηρίου για να προβούν σε διορθώσεις στα ήδη υπάρχοντα προγράμματα, αλλά και να τα λάβουν υπόψη τους σε μελλοντικούς σχεδιασμούς. Επειδή τα αποτελέσματα αφορούν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο δεν θα μπορούσαν από αυτά να προκύψουν ασφαλείς γενικεύσεις για τα υπόλοιπα γυμναστήρια στη χώρα.

Βιβλιογραφία

- Alexandris, K. & Palialia, E. (1999). Measuring customer satisfaction in fitness centres in Greece: an exploratory study. *Managing Leisure: An International Journal*, 4(4): 218-229.
- Alexandris, K., Papadopoulos, P., Palialia, E. & Vasiliadis, T. (1999). Customer satisfaction: a comparison between public and private sport and fitness clubs in Greece. *European Journal for Sport Management*, 6: 40-54.
- Chelladurai, P. (1999). *Human resource management in sport and recreation*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the Swedish experience. *Journal of Marketing*: 6-21.
- Oliver, R.L. (1980α). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17: 460-469.
- Oliver, R.L. & Swan, J.E. (1989). Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transactions: a field survey approach. *Journal of Marketing*, 53: 21-35.
- Spreng, R. & Mackoy, R. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2): 201-214.
- Swan, J. (1988). Consumer satisfaction related to disconfirmation of expectations and product performance. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 1: 40-47.
- Theodorakis, N., Kambitsis, C., Laios, A. & Koustelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11(6): 431-438.

ΘΕΣΗ ΚΑΙ ΡΟΛΟΙ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΣΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΘΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ

Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν.
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού

Εισαγωγή

Είναι γεγονός ότι η «κίνηση» γύρω από τα θέματα που αφορούν στη γυναίκα και τον αθλητισμό στη δεκαετία που πέρασε έκανε μεγάλα βήματα προς τα εμπρός. Σε αυτό συνέβαλλαν, μεταξύ άλλων, οι διεθνείς πρωτοβουλίες για τη δημιουργία «ομάδων εργασίας», η διοργάνωση διεθνών συσκέψεων και συνεδρίων και η διατύπωση, υπό τη μορφή διακηρύξεων, στόχων που θα κατεύθυναν με τρόπο αποτελεσματικό την κίνηση (π.χ., Διακήρυξη του Brighton, 1994).

Η σύγχρονη άποψη φαίνεται να προχωρά πέρα από την ύπαρξη ανεξάρτητου συμβουλίου για τη γυναίκα και τον αθλητισμό, ή την ύπαρξη ξεχωριστής «γυναικείας πολιτικής» στον αθλητισμό και να υποστηρίζει την ανάγκη της ύπαρξης μιας ολοκληρωμένης προσέγγισης, όπου η θέση της γυναίκας αποτελεί τμήμα του κάθε τομέα πολιτικής. Όπως έχει τονιστεί σε προηγούμενη συνδιάσκεψη για τη γυναίκα και τον αθλητισμό (Αθήνα, 1998), στα επόμενα χρόνια ίσως αποβεί αναγκαίο να προστεθεί στην παραδοσιακή προσέγγιση «γυναίκα και αθλητισμός» μία προσέγγιση σχετικά με το «φύλο και τον αθλητισμό» που θα εξετάζει τις επιπτώσεις των εφαρμοζόμενων μέτρων πολιτικής τόσο στους άνδρες, όσο και στις γυναίκες.

Από τα μέσα της δεκαετίας του '80 έως και σήμερα, το πρόγραμμα «άθληση και γυναίκα» αποτελούσε ακρογωνιαίο λίθο στο σχεδιασμό, τον προγραμματισμό και την υλοποίηση προγραμμάτων Αθλητισμού για Όλους (ΑγΟ) σε όλη την επικράτεια. Το πρόγραμμα αυτό ουσιαστικά αφορούσε στη συμμετοχή των ενήλικων γυναικών σε αμιγή αθλητικά τμήματα, αλλά παράλληλα συνέβαλλε τα μέγιστα στην ευαισθητοποίηση της ενήλικης ελληνίδας σε ό,τι αφορά στην άσκηση και την άθληση. Από το 1996, κάθε φορέας της τοπικής αυτοδιοίκησης έχει τη δυνατότητα, μέσω της υποβολής προτάσεων στη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (ΓΓΑ) να σχεδιάσει, να προγραμματίσει και να υλοποιήσει προγράμματα που ποικίλουν ως προς τον πληθυσμό που απευθύνονται, το περιεχόμενό τους, κλπ.

Στο πλαίσιο του εθνικού προγραμματισμού, η ΓΓΑ εξακολουθεί να πριμοδοτεί προγράμματα για την ενήλικη γυναίκα, αλλά ταυτόχρονα έχει εντάξει στον εθνικό προγραμματισμό προγράμματα για όλες τις ηλικίες και για τα 2 φύλα. Το τελικό αποτέλεσμα (υλοποίηση προγραμμάτων ΑγΟ) είναι προϊόν τόσο εθνικών, όσο και τοπικών επιλογών μέσα από μία δυναμική διαδικασία, όπου ο κεντρικός φορέας διαμορφώνει το πλαίσιο και έχει την ευθύνη παρακολούθησης σε εθνικό επίπεδο και ο τοπικός φορέας έχει τον «πρώτο λόγο» σε τοπικό επίπεδο.

Για την υλοποίηση της μελέτης αυτής πραγματοποιήθηκαν 2 έρευνες, οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω.

Έρευνα 1

Σκοπός

Σκοπός της 1ης έρευνας ήταν να προσδιορίσει τα ποσοστά συμμετοχής των αθλούμενων γυναικών, των υπεύθυνων τοπικών φορέων και των εκπαιδευτριών – προπονητριών στα γενικά προγράμματα ΑγΟ, του έτους 2000.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Για τις ανάγκες της έρευνας επιλέχτηκαν 13 Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις (24% του συνόλου), οι οποίες κάλυπταν γεωγραφικά όλη τη χώρα (Πρωτεύουσα – Δυτική Αττική, Νησιά - Κρήτη, Κεντρική Ελλάδα – Θεσσαλία, Βόρεια Ελλάδα – Δυτική Μακεδονία) και υπήρχε ισορροπία

μεταξύ αστικού, ημιαστικού και αγροτικού πληθυσμού. Η ανάλυση αφορούσε στην κατηγορία των γενικών προγραμμάτων και όχι στα προγράμματα που αφορούσαν ειδικές, ή μειονεκτούσες ομάδες του πληθυσμού. Τα υπό εξέταση προγράμματα αφορούσαν: α) στην προσχολική, την παιδική και την εφηβική ηλικία και β) τους νέους, τους ενήλικες (με ιδιαίτερο πρόγραμμα για τις γυναίκες) και την Τρίτη ηλικία.

Όργανο μέτρησης: Για την υλοποίηση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του ερωτηματολογίου.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το 61% των συμμετεχόντων ήταν γυναίκες. Ωστόσο, τα ποσοστά διαφοροποιούνται αν εξεταστούν οι 2 κύριες ηλικιακές κατηγορίες (42% στις ηλικίες από 4-18 ετών, 85% στις ηλικίες από 19-65+). Επίσης, αν εξεταστεί το κάθε πρόγραμμα ξεχωριστά προκύπτουν οι παρακάτω επισημάνσεις: α) το πρόγραμμα «αθλητισμός και γυναίκα», που αφορά αμιγή τμήματα ενήλικων γυναικών, συμβάλλει κατά 30% στο συνολικό ποσοστό της συμμετοχής των γυναικών, β) αν αφαιρεθεί το παραπάνω πρόγραμμα, στο σύνολο των εν δυνάμει μικτών τμημάτων, ή τμημάτων ίσης κατανομής το ποσοστό της συμμετοχής των γυναικών είναι 46%, γ) στις ηλικίες από 4-18 ετών παρατηρείται μείωση με την αύξηση της ηλικίας (από 49% σε 43%) και διαφορές στην ίδια ηλικία ανάλογα με το είδος του προγράμματος, όπου στα πιο εξειδικευμένα αθλητικά προγράμματα το ποσοστό συμμετοχής είναι 39% (σε σύγκριση με το 45% της ίδιας ηλικιακής ομάδας), δ) στους ενήλικες στην κατηγορία προγραμμάτων που είναι πιο εξειδικευμένα το ποσοστό είναι 40%, ενώ στα τμήματα των ενηλίκων είναι 51% και της Τρίτης ηλικίας 58% και ε) η εφαρμογή δράσεων στον ενήλικο πληθυσμό δεν έχει τις ίδιες επιπτώσεις και στα 2 φύλα.

Εξετάζοντας τις 4 διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές παρατηρείται ότι δεν υπάρχουν διαφορές στο ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στο σύνολο (59-61%). Ωστόσο, υπάρχουν επιμέρους διαφορές στις 2 βασικές ηλικιακές ομάδες, όπου στις ηλικίες από 4-18 ετών τα ποσοστά συμμετοχής των κοριτσιών είναι από 39% (Κρήτη) έως 46% (Δυτ. Αττική), ενώ στους ενήλικες τα ποσοστά των γυναικών είναι από 76% (Δ. Μακεδονία) έως 95% (Δυτ. Αττική). Επίσης, αν εξεταστούν τα ποσοστά κατά πρόγραμμα προκύπτουν οι παρακάτω επισημάνσεις: α) μικρές διαφορές στο «άσκηση στην παιδική ηλικία» (43-49%), «άσκηση στην προσχολική ηλικία» (47-51%), «αθλητισμός και παιδί» (34-46%), «άθληση στην εφηβική ηλικία» (40-48%), «διάφορα» (36-47%), (β) πολύ μεγάλες διαφορές στο «άσκηση ενηλίκων» (35-87%) και στο «άσκηση στην Τρίτη ηλικία» (52-73%). Επίσης, ενισχύεται η προηγούμενη παρατήρηση σχετικά με τη συμμετοχή των ενηλίκων ανδρών με χαρακτηριστικό παράδειγμα τη Δυτική Αττική, όπου το ποσοστό συμμετοχής των ανδρών στο πρόγραμμα ενηλίκων είναι μόλις 13% και στην Τρίτη ηλικία 27%. Το στοιχείο αυτό, σε συνδυασμό με το συγκριτικά μικρό αριθμό τμημάτων σε αυτή την κατηγορία προγραμμάτων, ενισχύει τον προβληματισμό κατά πόσο οι ενήλικες άνδρες «συμμετέχουν» ουσιαστικά στο εθνικό πρόγραμμα.

Εξετάζοντας το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών σε θέσεις υπεύθυνων φορέων (δήμαρχοι, αντιδήμαρχοι, πρόεδροι δημοτικών αθλητικών οργανισμών, διευθυντές δημοτικών επιχειρήσεων, υπεύθυνοι αθλητικού σχεδιασμού) διαπιστώθηκε ότι το ποσοστό τους σε αυτές τις θέσεις είναι 9.5% (19 στους 199), με διαφορές ανά περιοχή (24% στην Δ. Αττική, 16% στην Κρήτη, 11% στη Δ. Μακεδονία και μόλις 3% στη Θεσσαλία). Το ποσοστό αυτό φαίνεται να επηρεάζεται από το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών ως αιρετών εκπροσώπων στην Τοπική Αυτοδιοίκηση και ειδικότερα σε θέσεις δημάρχων, αντιδημάρχων και προέδρων Νομικών Προσώπων. Ωστόσο, παρατηρείται σημαντική διαφορά από περιοχή σε περιοχή (στην Αττική το ποσοστό αγγίζει το 25%, ενώ στην Θεσσαλία είναι μόνο 3%). Η ύπαρξη πολλών μικρών Δήμων (ορεινών και αγροτικών) που συμμετέχουν στα προγράμματα στη Θεσσαλία, σε συνδυασμό με τη μη ύπαρξη Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών στους μικρούς Δήμους ίσως ερμηνεύει ως ένα βαθμό το πολύ μικρό ποσοστό στην περιοχή αυτή.

Επίσης, εξετάστηκε το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών ως εκπαιδευτριες - προπονήτριες στα ανωτέρω προγράμματα, το οποίο βρέθηκε ότι είναι 44%, με αποκλίσεις ανά γεωγραφική περιοχή

(31% στην Κρήτη, 55% στη Δ. Αττική, 47% στη Θεσσαλία, 44% στη Δυτ. Μακεδονία). Το σύστημα επιλογής των Πτυχιούχων Φυσικής Αγωγής δεν είναι το ίδιο με αυτό των προσλήψεων στην εκπαίδευση, ούτε με αυτό του αγωνιστικού αθλητισμού που έχει τα χαρακτηριστικά της ελεύθερης αγοράς. Θα το χαρακτήριζε κανείς ως μικτό, ή ενδιάμεσο των παραπάνω συστημάτων, όπου η επιλογή γίνεται κατά 80-85% με αντικειμενικά κριτήρια (προϋπηρεσία στα προγράμματα, επαγγελματική εμπειρία, χρόνος απόκτησης πτυχίου, κλπ.), αλλά λαμβάνεται υπόψη και η κρίση του φορέα που, σε συνδυασμό με το ότι η πρόσληψη είναι κατά φορέα και κατά πρόγραμμα, πολλές φορές καθιστά το σύστημα πιο ευέλικτο και πιο προσαρμόσιμο στις τοπικές ανάγκες. Φαίνεται ότι το είδος των προγραμμάτων συμβάλλει στην αύξηση της απασχόλησης των γυναικών σε ορισμένα προγράμματα (όπως αυτό της άσκησης των ενήλικων γυναικών) μια τάση που παρατηρείται και στα ιδιωτικά γυμναστήρια.

Εκτός από τις παραπάνω παραμέτρους και άλλες κοινωνικές – οικονομικές ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής, οι διαφορές ανάμεσα στις γεωγραφικές περιοχές πρέπει να εξεταστούν υπό το πρίσμα των χαρακτηριστικών και των ιδιαιτεροτήτων της προσφοράς και της ζήτησης εργασίας. Για παράδειγμα, στα μεγάλα αστικά κέντρα το ποσοστό των αθλούμενων γυναικών είναι 40-70%, στην Κρήτη είναι 31%, ενώ στους περιφερειακούς και απομακρυσμένους Δήμους είναι 0%. Επίσης, η φροντίδα των παιδιών και γενικά των οικογενειακών υποχρεώσεων δεν φαίνεται να ευνοεί τη διεκδίκηση ανάλογων θέσεων εργασίας.

Έρευνα 2

Σκοπός

Σκοπός της 2ης έρευνας ήταν να εξετάσει τη συμμετοχή των γυναικών σε προγράμματα που αφορούσαν στις ειδικές ομάδες πληθυσμού των τσιγγάνων και των παλιννοστούντων.

Μέθοδος

Δείγμα: Στην έρευνα έλαβαν μέρος γυναίκες που συμμετείχαν σε αθλητικά προγράμματα που αφορούσαν στις 2 ειδικές ομάδες του πληθυσμού. Τα δεδομένα που παρουσιάζονται αναφέρονται σε αμιγή τμήματα και δεν αφορούν συμμετοχή μελών αυτών των ομάδων σε προγράμματα του γενικού πληθυσμού.

Όργανο μέτρησης: Για την υλοποίηση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του ερωτηματολογίου.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Σε ό,τι αφορά στα προγράμματα των τσιγγάνων, το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών ήταν 27% στο σύνολο του δείγματος (19% στις ηλικίες 6-12 ετών, 22% στις ηλικίες 13-18 ετών και 54% στις ηλικίες 19+). Το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών στην κατηγορία των ενήλικων συνδέεται και εδώ με το μικρότερο αριθμό συμμετοχής τσιγγάνων (20% του συνόλου του δείγματος) σε προγράμματα ενήλικων και στην ύπαρξη αμιγών γυναικείων τμημάτων. Στις 2 πρώτες ηλικιακές κατηγορίες υπάρχει ισορροπία μεταξύ αμιγών και μικτών από πλευράς φύλου τμημάτων. Η πολύ μικρή συμμετοχή των κοριτσιών στα προγράμματα οφείλεται πιθανά σε κοινωνικούς παράγοντες.

Σε ό,τι αφορά στα προγράμματα των παλιννοστούντων, το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών ήταν 57% στο σύνολο του δείγματος (42% στις ηλικίες 6-12 ετών, 60% στις ηλικίες 13-18 ετών και 68% στους ενήλικες). Τα ποσοστά της συμμετοχής των γυναικών είναι ανάλογα αυτών του γενικού πληθυσμού, όπως άλλωστε και οι κατανομές των υλοποιούμενων προγραμμάτων (60% προγράμματα 6-18 ετών, 40% προγράμματα ενήλικων).

Συμπεράσματα

Για τις ειδικές ομάδες δημιουργούνται τμήματα άθλησης μετά από πρόταση του Δήμου σε περιοχή, συνοικία, ή οικισμό όπου κατοικούν παλιννοστούντες. Το πρόγραμμα πριμοδοτείται στο πλαίσιο των εθνικών προτεραιοτήτων, αλλά πιθανά λόγω της μείωσης του μεταναστευτικού ρεύματος και της διάχυσης και ένταξης των περισσότερων παλιννοστούντων στο γενικότερο πληθυσμό δεν έχει ιδιαίτερα μεγάλη έκταση.

Από πλευράς συμμετοχής των γυναικών ως αθλούμενων και εκπαιδευτριών - προπονητριών τα προγράμματα ΑγΟ φαίνεται να αποτελούν ένα προνομιακό χώρο, όπου ποσοτικά και ποιοτικά η ισότητα μεταξύ φύλων έχει κάνει σημαντικά και σταθερά βήματα προς τα εμπρός. Αντίθετα, όσον αφορά στο θέμα της κατάληψης υπεύθυνων θέσεων σε τοπικό επίπεδο από γυναίκες φαίνεται να ακολουθείται η γενικότερη τάση που παρατηρείται στην Ελληνική κοινωνία. Είναι αναγκαίο να υπάρξει αναδιοργάνωση, βελτίωση, ανάπτυξη και αξιολόγηση πολιτικών, έτσι ώστε μία προοπτική ισότητας των φύλων να ενσωματώνεται σε όλες τις δράσεις, σε όλα τα επίπεδα και σε όλα τα στάδια. Αυτό σημαίνει ότι θα λαμβάνονται ισάξια υπόψη οι ανάγκες, τα ενδιαφέροντα, οι αρμοδιότητες και οι ικανότητες τόσο των γυναικών, όσο και των ανδρών.

Βιβλιογραφία

- Γενική Γραμματεία Αθλητισμού. (1999). *Οδηγός Προγραμμάτων Μαζικού Αθλητισμού*. Ειδική έκδοση.
- Γενική Γραμματεία Αθλητισμού. (1999). *Πρακτικά 3^{ου} Ευρωπαϊκού Συνεδρίου «Γυναίκα –Αθλητισμός – Συνεργασία»*. Αθήνα, 1998.
- Κάκκος, Β. (1996). Η οργάνωση του αθλητισμού στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. *Πρακτικά 1^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού*. Θεσσαλονίκη.
- Κάκκος, Β. (2000). Οργάνωση και λειτουργία προγραμμάτων μαζικού αθλητισμού. *Πρακτικά 1^{ου} συνεδρίου της Ελληνικής Εταιρείας Αθλητικής Επιστήμης*. Αθήνα.
- Κάκκος, Β. & Πίγκος, Γ. (2000). *Πρακτικά 1^{ου} Πανελληνίου Συνεδρίου Δημοτικών Αθλητικών Οργανισμών*. Αθήνα, 1998. Εθνική Επιτροπή Μαζικού Αθλητισμού, ΓΓΑ.
- Κάκκος, Β. & Σταύρου, Ν. (2002). Σχεδιασμός και παρακολούθηση προγραμμάτων άθλησης για όλους. *Πρακτικά 1^{ου} επιστημονικού συνεδρίου για τον αθλητισμό στην τοπική αυτοδιοίκηση*. Δήμος Αμαρουσίου, Αθήνα.

**ΠΟΛΥΜΕΤΑΒΛΗΤΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ ΤΗΣ ΤΡΙΤΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
ΚΑΙ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ**

Μασμανίδης, Θ.,¹ Κουστέλιου, Ι.,² Τσιγγίλης, Ν.² & Κουστέλιος, Α.²

¹ Πανεπιστήμιο Μακεδονίας

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η αποτελεσματικότητα (effectiveness) ενός οργανισμού αναφέρεται ως η δυνατότητα που έχει να προσαρμόζεται, να χειρίζεται, ή/και να εκπληρώνει τις προσδοκίες του εξωτερικού περιβάλλοντος (Ζαβλάνος, 1998). Με άλλα λόγια, αποτελεσματικός είναι ο οργανισμός που επιτυγχάνει τους στόχους του. Η ικανοποίηση (satisfaction) αποτελεί τη διαφορά μεταξύ αυτού που θέλει και προσδοκά ένα άτομο από ένα προϊόν / υπηρεσία και της αντίληψης αυτού που τελικά έλαβε. Σύμφωνα με τους Chelladurai & Riemer (1997), η ικανοποίηση που λαμβάνουν οι αθλούμενοι από τα προγράμματα άθλησης και αναψυχής αποτελεί βασικό παράγοντα για τη συμμετοχή τους σε αυτά και μπορεί να αποτελέσει δείκτη της οργανωτικής αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων άθλησης και αναψυχής των Ιδρυμάτων της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Η παρούσα μελέτη στηρίχθηκε σε προηγούμενη εργασία (Μασμανίδης, 2001) από την οποία φάνηκε ότι το Ερωτηματολόγιο της Αποτελεσματικότητας των Προγραμμάτων Άθλησης (ΕΑΠΑ), όπως αυτό διαμορφώθηκε από το Target Population Satisfaction Index (TPSI) (Weese, 1997), και το Ερωτηματολόγιο της Αθλητικής Ικανοποίησης (ΕΙΑ), όπως αυτό διαμορφώθηκε από το Athlete Satisfaction Questionnaire (ASQ) (Rierner & Chelladurai, 1998), προσαρμοσμένα στην ελληνική πραγματικότητα, αποτελούν έγκυρα και αξιόπιστα εργαλεία για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων άθλησης και της ικανοποίησης των αθλούμενων.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει την πολυμεταβλητή σχέση των παραγόντων των 2 ερωτηματολογίων που αναφέρονται παραπάνω.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 312 φοιτητές/τριες 14 ιδρυμάτων (7 ΑΕΙ και 7 ΤΕΙ) που συμμετείχαν σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής των Ιδρυμάτων τους.

Όργανα μέτρησης: Για την υλοποίηση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν 2 ερωτηματολόγια: 1) Το Target Population Satisfaction Index (TPSI) (Weese, 1997), το οποίο περιλάμβανε 1 παράγοντα με 15 ερωτήσεις. Μετά την παραγοντική ανάλυση των απαντήσεων προέκυψαν 2 παράγοντες με 12 ερωτήσεις. Ο 1^{ος} παράγοντας ονομάστηκε «Οφέλη από τη Συμμετοχή» και περιλάμβανε 6 ερωτήσεις, ενώ ο 2^{ος} παράγοντας ονομάστηκε «Διαχείριση του Προγράμματος» και περιλάμβανε επίσης 6 ερωτήσεις. 2) Το Athlete Satisfaction Questionnaire (ASQ) (Rierner & Chelladurai, 1998), το οποίο περιλάμβανε 15 παράγοντες με 56 ερωτήσεις. Μετά την παραγοντική ανάλυση των απαντήσεων και την επιλογή 6 παραγόντων με 20 ερωτήσεις, οι οποίοι θεωρήθηκαν ως οι καταλληλότεροι για την Ελληνική πραγματικότητα, προέκυψε ένα ερωτηματολόγιο που αποτελούνταν από 5 παράγοντες με 20 ερωτήσεις.

Αποτελέσματα

Για να εξεταστεί η πολυμεταβλητή σχέση μεταξύ των 2 ομάδων των μεταβλητών, δηλαδή της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων άθλησης και της ικανοποίησης των αθλούμενων χρησιμοποιήθηκε η κανονική ανάλυση συσχέτισης. Στον πίνακα 1 παρουσιάζονται οι φορτίσεις των 2

ομάδων μεταβλητών, καθώς και η διακύμανση που ερμηνεύεται. Φορτίσεις με τιμή μεγαλύτερη από .30 θεωρήθηκαν στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 1: Φορτίσεις και ποσοστό της διακύμανσης που ερμηνεύεται για την αποτελεσματικότητα και την ικανοποίηση.

	1 st canonical variate	% της διακύμανσης (redundancy index)
Αποτελεσματικότητα		
1. Οφέλη από τη συμμετοχή	.90	
2. Διαχείριση του προγράμματος	.86	
		22.52%
Ικανοποίηση		
1. Ακαδημαϊκή - Οικονομική υποστήριξη	.85	
2. Ατομική απόδοση	.70	
3. Δίκαιη μεταχείριση από τον ΚΦΑ	.66	
4. Ηθική συμπεριφορά	.40	
5. Απόδοση της ομάδας	.27	
		11.02%

Όσον αφορά στην αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων, οι 2 παράγοντες «Οφέλη από τη Συμμετοχή» και «Διαχείριση του Προγράμματος» εμφάνισαν υψηλές θετικές φορτίσεις. Η ικανοποίηση των αθλούμενων φαίνεται να επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την «Ακαδημαϊκή – Οικονομική Υποστήριξη» και ακολουθούν η «Ατομική Απόδοση» και «Δίκαιη Μεταχείριση από τον ΚΦΑ». Οι 2 παράγοντες ερμηνεύουν το 22.52% της διακύμανσης της ικανοποίησης των αθλούμενων και το 11.02% της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων.

Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας φαίνεται να έχουν μία σχετική υψηλή και στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της ικανοποίησης των αθλούμενων και της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων άθλησης που προσφέρονται στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνουν την άποψη των Chelladurai & Riemer (1997), σύμφωνα με την οποία, η ικανοποίηση των αθλούμενων αποτελεί βασικό παράγοντα της οργανωτικής αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων άθλησης. Οι φορτίσεις στον 1^ο παράγοντα του ερωτηματολογίου της αποτελεσματικότητας (ΕΑΠΑ) είναι ιδιαίτερα υψηλές. Αυτό σημαίνει ότι οι φοιτητές/τριες που παίρνουν μέρος στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής των Ιδρυμάτων τους προσδοκούν οφέλη από τη συμμετοχή τους, αλλά ενδιαφέρονται και για τη διαχείριση των προγραμμάτων.

Οι φορτίσεις των παραγόντων του ερωτηματολογίου για την αθλητική ικανοποίηση (ΕΙΑ) έδειξαν ότι οι φοιτητές/τριες θεωρούν ως πιο σημαντικό παράγοντα την ακαδημαϊκή και οικονομική υποστήριξη και αρωγή του Ιδρύματος που φοιτούν στις προσπάθειές τους. Ο 2^{ος} σε σημαντικότητα παράγοντας αναφέρεται στην ατομική τους απόδοση. Αυτό φαίνεται να συμφωνεί με τις απόψεις και άλλων ερευνητών (Riemer & Chelladurai, 1998; Weese, 1997), οι οποίοι θεωρούν τη βελτίωση της ατομικής απόδοσης σημαντικό παράγοντα της ικανοποίησης. Η συμπεριφορά και ο τρόπος ενέργειας του εκπαιδευτικού προσωπικού επηρεάζει επίσης σημαντικά το βαθμό ικανοποίησης των φοιτητών/τριων. Οι παράγοντες της ηθικής συμπεριφοράς και της απόδοσης της ομάδας φαίνεται να συμβάλουν σημαντικά, σε μικρότερο, όμως, βαθμό στην ικανοποίηση των φοιτητών/τριων από τα προγράμματα άθλησης και αναψυχής.

Μελλοντικές έρευνες είναι αναγκαίες να για να επιβεβαιωθεί ο βαθμός της επιρροής των παραγόντων της ικανοποίησης στην αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων άθλησης και αναψυχής στα Ιδρύματα της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Βιβλιογραφία

- Chelladurai, P. & Riemer, H. (1997). A classification of facets of athlete satisfaction. *Journal of Sport Management*, 11: 133-159.
- Ζαβλάνος, Μ. (1998). *Μάνατζμεντ*. Εκδόσεις «ΕΛΛΗΝ», Αθήνα.
- Μασμανίδης, Θ. (2002). *Αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων άθλησης στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση*. Αδημοσίευτη μεταπτυχιακή διατριβή. ΑΠΘ, ΤΕΦΑΑ.
- Rierner, H.A. & Chelladurai, P. (1998). Development of the Athlete Satisfaction Questionnaire (ASQ). *Journal of Sport Management*, 20: 127- 156.
- Weese, J.W. (1997). The development of an instrument to measure effectiveness in campus recreation programs. *Journal of Sport Management*, 11: 263-274.

**ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ
ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΘΛΗΣΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ**

Σταύρου, Ν. & Κάκκος, Β.
Γενική Γραμματεία Αθλητισμού

Εισαγωγή

Ο ρόλος της φυσικής δραστηριότητας είναι ευρέως αποδεκτός και η σημασία της έχει αναγνωριστεί τόσο από την πολιτεία, όσο και από τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ). Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος, αλλά και της συμμετοχής σε προγράμματα άσκησης που αποσκοπούν στη βελτίωση της ψυχικής διάθεσης και της σωματικής υγείας (Bouchard, Shepherd & Stephens, 1994). Ωστόσο, σημαντικός αριθμός ατόμων δεν συμμετέχει σε προγράμματα άσκησης, ενώ αρκετοί εγκαταλείπουν την άσκηση σε σύντομο χρονικό διάστημα χωρίς να ωφελούνται σε ικανοποιητικό βαθμό από αυτή (Dishman, Sallis & Orenstein, 1985). Λόγω του συνεχώς αυξανόμενου ενεργού αθλητικού πληθυσμού, κρίνεται ως σημαντική η καταγραφή στοιχείων σχετικά με τα χαρακτηριστικά των αθλούμενων που συμμετέχουν σε προγράμματα Άθλησης για Όλους (ΑγΟ), τα είδη και το περιεχόμενο των προγραμμάτων αυτών, καθώς και τη μορφή οργάνωσης και δομής τους.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η καταγραφή και η αξιολόγηση: α) των χαρακτηριστικών των αθλούμενων, β) των στοιχείων που σχετίζονται με τη μορφή της άσκησης και γ) το βαθμό ικανοποίησης των αθλούμενων πολιτών από τους Καθηγητές Φυσικής Αγωγής (ΚΦΑ), τις εγκαταστάσεις, την οργάνωση των προγραμμάτων και τις προσφερόμενες υπηρεσίες του Δήμου.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα πήραν μέρος 200 αθλούμενες γυναίκες, ηλικίας από 18-64 ετών (18-30 ετών 19%, 31-50 ετών 59%, 51-64 ετών 22 %), που συμμετείχαν σε οργανωμένα αθλητικά προγράμματα σε 3 ΟΤΑ στο νομό Αττικής.

Όργανο μέτρησης: Για την εκπλήρωση των σκοπών της έρευνας χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελούνταν από 2 μέρη και περιλάμβανε 44 ερωτήσεις. Το 1^ο μέρος περιλάμβανε 15 ερωτήσεις με απαντήσεις πολλαπλών επιλογών για την καταγραφή δημογραφικών χαρακτηριστικών των αθλούμενων (ηλικία, μόρφωση, επάγγελμα, οικογενειακή κατάσταση), στοιχείων της άθλησης (συστηματικότητα, συχνότητα, διάρκεια και είδος) και τρόπου ενημέρωσης για τα προγράμματα ΑγΟ. Το 2^ο μέρος περιλάμβανε 29 ερωτήσεις για την αξιολόγηση 4 παραγόντων / μεταβλητών που είναι ο βαθμός ικανοποίησης από: α) τους ΚΦΑ (6 ερωτήσεις), β) τις αθλητικές εγκαταστάσεις (5 ερωτήσεις), γ) τα προγράμματα άθλησης (5 ερωτήσεις) και δ) τις προσφερόμενες υπηρεσίες του Δήμου (13 ερωτήσεις). Οι ερωτήσεις απαντούνταν με βάση μια 5βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = καθόλου και 5 = πάρα πολύ. Το ερωτηματολόγιο παρουσίασε ικανοποιητικούς δείκτες εσωτερικής συνέπειας και αξιοπιστίας.

Διαδικασία μέτρησης: Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια λίγο πριν από την έναρξη του προγράμματός τους, σύμφωνα με τις οδηγίες που τους δόθηκαν από τους ερευνητές.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι σημαντικό ποσοστό των αθλούμενων γυναικών (70%) είχαν λάβει τη βασική εκπαίδευση (έως απόφοιτοι Λυκείου), ήταν έγγαμες (80%), ενώ το 45% από αυτές είχαν ως επάγγελμα τα οικιακά. Σημαντικό ποσοστό (50%) αθλούνταν 6+ μήνες το χρόνο, ενώ

το 40% αθλούνταν μόνο κατά τους χειμερινούς μήνες. Οι περισσότερες (80%) ασκούσαν για 60 λεπτά, ενώ το 87% ασκούσαν τις καθημερινές ημέρες τις πρωινές και απογευματινές ώρες.

Συγκριτική μελέτη πραγματοποιήθηκε μεταξύ της ισχύουσας και της επιθυμητής κατάστασης στη συχνότητα άθλησης ανά εβδομάδα και στο είδος της άσκησης. Τα αποτελέσματα ανέδειξαν την ανάγκη ύπαρξης αθλητικών προγραμμάτων που θα επιτρέπουν τη συστηματικότερη άθληση των γυναικών (πάνω από 4 φορές την εβδομάδα). Σχετικά με το είδος της εκτελούμενης και της επιθυμητής άσκησης, τα αποτελέσματα υπογράμμισαν την ανάγκη περιορισμού της αεροβίωσης, της γυμναστικής και του τρεξίματος ως περιεχόμενου των προγραμμάτων και δημιουργία προγραμμάτων όπου κύριο αντικείμενο θα είναι ο χορός και η κολύμβηση.

Οι αθλούμενοι ρωτήθηκαν και για τον τρόπο με τον οποίο ενημερώθηκαν για τις αθλητικές υπηρεσίες του Δήμου. Οι περισσότεροι απάντησαν πως ενημερώθηκαν από φίλους και προσφιλή πρόσωπα. Σε μικρότερο βαθμό ανέφεραν πως ενημερώθηκαν από τον έντυπο, ή τον ηλεκτρονικό τύπο και συγκεκριμένα από τον τοπικό τύπο και το ραδιόφωνο, ή αναρτημένες ανακοινώσεις. Τα στοιχεία αυτά σημειώνουν την έλλειψη ενημέρωσης και την αδυναμία προσέγγισης των πολιτών, στους οποίους πρέπει να γίνει γνωστή η λειτουργία αθλητικών προγραμμάτων. Παράλληλα, ρωτήθηκαν σχετικά με τον τρόπο που θα επιθυμούσαν να ενημερώνονται μελλοντικά σχετικά με την οργάνωση και υλοποίηση αθλητικών προγραμμάτων στο Δήμο. Σημαντικός αριθμός αθλούμενων ανέφεραν πως οι αποδοτικότεροι και πιο προσιτοί τρόποι ενημέρωσης είναι το ταχυδρομείο και το τηλέφωνο. Η αποστολή ενημερωτικών εντύπων προβάλλει ως ο καταλληλότερος τρόπος ενημέρωσης των πολιτών για τα αθλητικά δρώμενα του Δήμου. Επίσης, η ενημέρωση μέσω τηλεφώνου και εφημερίδας μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην ενημέρωση των δημοτών. Σε μικρότερο βαθμό, ως τρόπος ενημέρωσης προτάθηκε το διαδίκτυο, το οποίο είναι ιδιαίτερα δημοφιλές στις μικρές ηλικίες (18-30 ετών).

Οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν και αν γνώριζαν για την υλοποίηση 11 αθλητικών προγραμμάτων στο Δήμο τους. Το ποσοστό μη ενημέρωσης ήταν αρκετά υψηλό και υπογράμμιζε τη σημαντική έλλειψη ενημέρωσης που υπάρχει στους πολίτες σχετικά με την υλοποίηση αθλητικών προγραμμάτων. Η ανάγκη διαμόρφωσης ενός στρατηγικού πλάνου για την προσέγγιση και την ενημέρωση των πολιτών σχετικά με τα είδη, το χώρο και το χρόνο οργάνωσης των προγραμμάτων κρίνεται απαραίτητη.

Οι αθλούμενοι απάντησαν σε σειρά ενοτήτων / ερωτήσεων που αναφέρονταν στην ικανοποίησή τους από τα αθλητικά προγράμματα που οργανώνονται στο Δήμο τους. Οι ενότητες αυτές περιελάμβαναν το βαθμό ικανοποίησής τους από τους ΚΦΑ, τις εγκαταστάσεις, τα αθλητικά προγράμματα και τις γενικότερες αθλητικές υπηρεσίες. Οι αθλούμενοι εμφανίστηκαν ικανοποιημένοι από τη συμπεριφορά των ΚΦΑ προς αυτούς και την ανταπόκρισή τους στις απαιτήσεις και τις ανάγκες τους, καθώς και το επίπεδο των γνώσεών τους που σχετίζονται με την υλοποίηση αθλητικών προγραμμάτων. Αναφορικά, με το βαθμό ικανοποίησης από τις αθλητικές εγκαταστάσεις του Δήμου οι αθλούμενοι εμφανίστηκαν δυσαρεστημένοι. Συγκεκριμένα, θεωρούσαν ότι δεν πληρούσαν τις απαραίτητες προδιαγραφές σε θέματα καθαριότητας, αθλητικού και γενικότερου εξοπλισμού, ενώ τα αποδυτήρια δεν βρίσκονταν σε κατάσταση που θα επέτρεπε τη συχνή χρήση τους.

Επίσης, οι αθλούμενοι εμφανίστηκαν μέτρια ικανοποιημένοι από την ποικιλία και την ανανέωση των αθλητικών προγραμμάτων, καθώς και από τη δυνατότητα προσαρμογής των προγραμμάτων στο επίπεδό τους (αρχάριοι, προχωρημένοι). Χαμηλός ήταν ο βαθμός ικανοποίησής τους και από τη δυνατότητα παροχής εξειδικευμένων προγραμμάτων προς τους αθλούμενους, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι υπήρχε έλλειψη προγραμμάτων που απευθύνονται σε άτομα με ιδιαιτερότητες, όπως είναι τα άτομα με ειδικές ανάγκες, με κινητικά προβλήματα και άλλες παθήσεις (π.χ., καρδιοπαθείς, νεφροπαθείς κ.ά.). Τέλος, δεν υλοποιούνται αθλητικά προγράμματα σε διαφορετικές χρονικές στιγμές, γεγονός που θα επέτρεπε τη συχνή και χωρίς προβλήματα συμμετοχή των πολιτών σε αθλητικά προγράμματα.

Η τελευταία ομάδα ερωτήσεων είχε σκοπό τη διερεύνηση του βαθμού ικανοποίησης των αθλούμενων από τις γενικότερες υπηρεσίες και τις υποστηρικτικές ενέργειες που προσφέρονται από το Δήμο για τη συμμετοχή τους σε προγράμματα ΑγΟ. Ο βαθμός ικανοποίησής τους ήταν από χαμηλός έως μέτριος

σε όλες τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Επίσης, εμφανίστηκαν δυσαρεστημένοι από τη μη κατασκευή νέων, σύγχρονων αθλητικών εγκαταστάσεων, καθώς και από τον αριθμό των υπαρχουσών αθλητικών εγκαταστάσεων. Σχετικά με τις υπόλοιπες αθλητικές υπηρεσίες ο βαθμός ικανοποίησης ήταν μέτριος (συνέπεια στις προσφερόμενες υπηρεσίες, κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών, κλπ.). Τα στοιχεία αυτά καταδεικνύουν ότι η συμμετοχή των πολιτών σε προγράμματα άσκησης απαιτεί την ύπαρξη σειράς συνοδευτικών δραστηριοτήτων που αντιστοιχούν στη διαμόρφωση αθλητικών στρατηγικών σε τοπικό επίπεδο, οι οποίες θα τους προσελκύσουν σε αθλητικά προγράμματα και θα τους επιτρέψουν να παραμείνουν σε αυτά.

Με βάση τη συχνότητα άσκησης οι συμμετέχοντες στην έρευνα χωρίστηκαν σε 2 ομάδες. Η 1^η αποτελούνταν από άτομα που ασκούσαν συστηματικά 6+ μήνες ανά έτος, ενώ η 2^η αποτελούνταν από άτομα που ασκούσαν περιοδικά έως 5 μήνες ανά έτος. Εξετάστηκαν οι διαφορές των ομάδων στο βαθμό ικανοποίησής τους από στοιχεία και παράγοντες που σχετίζονται με τα προγράμματα ΑγΟ. Σχετικά με τη συμπεριφορά των ΚΦΑ προς τους αθλούμενους εμφανίστηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στη συμπεριφορά των 2 ομάδων προς τους αθλούμενους και τη βοήθειά τους στην επιλογή του κατάλληλου προγράμματος (Wilks' $A=.598$, $F=1.977$, $p<.05$). Συγκεκριμένα, οι αθλούμενοι με συστηματική συμμετοχή εμφανίστηκαν περισσότερο ευχαριστημένοι από τη συμπεριφορά των ΚΦΑ και από τη βοήθεια που είχαν για την επιλογή του κατάλληλου αθλητικού προγράμματος. Το εύρημα αυτό καταδεικνύει τη σημασία της κατάλληλης συμπεριφοράς των ΚΦΑ για την παραμονή των αθλούμενων στα προγράμματα.

Οι σημαντικότερες διαφορές σημειώθηκαν στο βαθμό ικανοποίησης των αθλούμενων από τις εγκαταστάσεις (Wilks' $A=.899$, $F=3.793$, $p<.01$). Συγκεκριμένα, οι αθλούμενοι που συμμετείχαν συστηματικά στα προγράμματα άσκησης τις αξιολογούσαν ως περισσότερο ασφαλείς ($p<.05$), ευρύχωρες και άνετες ($p<.01$) έναντι των αθλούμενων που συμμετείχαν περιοδικά. Επίσης, τα αποδυτήρια πληρούσαν όλες τις προϋποθέσεις για απρόσκοπτη χρήση, ενώ και ο αθλητικός και γενικότερος εξοπλισμός των εγκαταστάσεων ($p<.05$) ήταν ικανοποιητικός για τους αθλούμενους που συμμετείχαν συχνά σε πρόγραμμα άσκησης. Συμπερασματικά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η ποιότητα των αθλητικών εγκαταστάσεων είναι σημαντική παράμετρος για τη συνέχιση της συμμετοχής των πολιτών σε προγράμματα άσκησης των Δήμων.

Διαφορές εμφανίστηκαν επίσης μεταξύ των αθλούμενων με συστηματική και περιοδική συμμετοχή στην άσκηση σε θέματα που σχετίζονται με τη δομή και τα χαρακτηριστικά των υλοποιούμενων προγραμμάτων (Wilks' $A=.859$, $F=2.008$, $p<.05$). Συγκεκριμένα, σημαντικές διαφορές εμφανίστηκαν στην ποικιλία των προγραμμάτων ($p<.05$) και στο χρόνο υλοποίησής τους, με τους αθλούμενους που συμμετέχουν συστηματικά (6+ μήνες το χρόνο) να εμφανίζονται περισσότερο ευχαριστημένοι ($p<.05$). Συμπερασματικά, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η συνεχής ανανέωση των προγραμμάτων, καθώς και η διερεύνηση του επιθυμητού χρόνου υλοποίησής τους από το Δήμο αποτελούν τρόπους που μπορούν να συμβάλλουν στην αύξηση της συμμετοχής και της παραμονής των αθλούμενων στα προγράμματα.

Τέλος, εξετάστηκαν οι διαφορές μεταξύ των αθλούμενων που συμμετέχουν συστηματικά και περιοδικά στις προσφερόμενες συνοδευτικές - υποστηρικτικές δραστηριότητες που παρέχονται από τους Δήμους στα προγράμματα ΑγΟ. Μεταξύ των 2 ομάδων εμφανίστηκαν σημαντικές διαφορές (Wilks' $A=.832$, $F=2.283$, $p<.01$), ειδικότερα στις ευκαιρίες / δυνατότητες που είχαν για να ασκηθούν στην περιοχή τους ($p<.05$), τα προσφερόμενα προγράμματα άσκησης ($p<.05$), τη συνέπεια στις προσφερόμενες υπηρεσίες ($p<.05$), τον αριθμό των αθλητικών εγκαταστάσεων ($p<.001$), την ενημέρωση για τα προσφερόμενα αθλητικά προγράμματα ($p<.001$), τη δημιουργία νέων, σύγχρονων εγκαταστάσεων ($p<.001$), την παροχή υπηρεσιών υποστήριξης της άσκησης ($p<.01$) και το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών ($p<.01$). Οι αθλούμενοι που συμμετείχαν συστηματικά εμφανίστηκαν περισσότερο ευχαριστημένοι από τις ευκαιρίες που είχαν για άσκηση και από τη γενικότερη ποιότητα των προσφερόμενων αθλητικών υπηρεσιών από τους Δήμους. Συμπερασματικά, θα μπορούσε να αναφερθεί ότι οι πολίτες που συμμετέχουν συστηματικά σε προγράμματα άσκησης έχουν καλύτερες προϋποθέσεις και διευκολύνσεις για τη συμμετοχή τους σε προγράμματα άσκησης.

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν την ανάγκη προσαρμογής τόσο της δομής και της οργάνωσης (χρονική περίοδος και διάρκεια υλοποίησης, συχνότητα, μορφή οργάνωσης, κλπ.), όσο και του περιεχομένου των προγραμμάτων ΑγΟ στις απαιτήσεις των αθλούμενων. Συγκεκριμένα, το περιεχόμενο του προγράμματος και οι γνώσεις των ΚΦΑ προβάλλουν ως κρίσιμοι παράγοντες συμμετοχής σημειώνοντας τη σημασία διαμόρφωσης διδακτέας ύλης στα προγράμματα ΑγΟ σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά των αθλούμενων (ηλικία, φύλο, κλπ.), καθώς και την αξία της συνεχούς επιμόρφωσης των ΚΦΑ σύμφωνα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αθλούμενων (παιδί, γυναίκα, Τρίτη ηλικία, άτομα με ειδικές ανάγκες, κλπ.) (Σταύρου & Κάκκος, 2002). Επίσης, είναι σκόπιμο να αποτελέσουν αντικείμενο έρευνας όλες οι ηλικιακές ομάδες που συμμετέχουν σε προγράμματα ΑγΟ (παιδιά, εφήβοι, ενήλικες, κλπ.), καθώς και η αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των προσφερόμενων υπηρεσιών από τους ΟΤΑ που υλοποιούν προγράμματα άθλησης. Τέλος, κρίνεται σκόπιμο οι ΟΤΑ να εστιάσουν το ενδιαφέρον τους στην προσέγγιση και την ενημέρωση των πολιτών μέσω επιμορφωτικών ημερίδων, διαλέξεων, εκδηλώσεων, κλπ., που θα προβάλλουν τη σημασία της άσκησης ως «διά βίου τρόπο ζωής», καταδεικνύοντας τα μακροχρόνια οφέλη της, ιδιαίτερα στις μικρές ηλικίες (Biddle & Mutrie, 2001).

Βιβλιογραφία

- Biddle, S.J.H. & Mutrie, N. (2001). *Psychology of physical activity: determinants, well-being and interventions*. Routledge: London.
- Bouchard, C., Shepherd, R.J. & Stephens, T. (1994). The consensus statement. In Bouchard, C., Shepherd, R.J. & Stephens, T. (Eds.), *Physical activity, fitness, and health: international proceedings and consensus statement* (pp. 9-15). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Dishman, R.K., Sallis, J.F. & Orenstein, D.R. (1985). The determinants of physical activity and exercise. *Public Health Reports*, 100: 158-171.
- Σταύρου, Ν.Α. & Κάκκος, Β. (2002). Αξιολόγηση απόψεων, στάσεων, προτιμήσεων και ικανοποίησης πολιτών από τη συμμετοχή τους σε αθλητικές δραστηριότητες: Προκαταρκτική μελέτη σε προγράμματα άθλησης ενήλικων γυναικών. *Πρακτικά 1^{ου} Συνεδρίου για τον Αθλητισμό στην Τοπική Αυτοδιοίκηση - Άσκηση, Ευρωστία και Ποιότητα Ζωής* (σελ. 122-123). Αθήνα.

**ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

Γραμματικόπουλος, Β., Τσιγγίλης, Ν. & Κουστέλιος, Α.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

Εισαγωγή

Η αναγκαιότητα της αξιολόγησης έχει τονιστεί τα τελευταία χρόνια από όλους, σχεδόν, τους δημόσιους (Υπουργεία, Δήμους, κλπ.) και ιδιωτικούς (εταιρείες, εργοστάσια, κλπ.) φορείς της χώρας. Αξιολόγηση (αξία + λέγω) είναι η προσπάθεια να προσδιοριστεί η αξία κάποιου πράγματος, διαδικασίας, προσώπου, κλπ. (Δημητρόπουλος, 1999). Η «αξία» μπορεί να σημαίνει ποιότητα, χαρακτηριστικά, απόδοση, καταλληλότητα, επίδοση κ.α. (Κασσωτάκης, 1981). Η προσπάθεια, λοιπόν, που γίνεται για την εκτίμηση τέτοιων εννοιών θεωρείται ότι είναι αξιολόγηση (Δημητρόπουλος, 1999).

Τα τελευταία χρόνια στη χώρα είτε κεντρικά από τη ΓΓΑ, είτε περιφερειακά μέσω Οργανισμών Τοπική Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) έχουν αναπτυχθεί πολλά φιλόδοξα προγράμματα άθλησης. Η παρούσα έρευνα αφορά στα προγράμματα του μαζικού αθλητισμού που υλοποιούνται κάθε χρόνο από ΟΤΑ, για τα οποία εγείρονται ερωτήματα όπως: πέτυχαν τους στόχους τους; αξιοποιήθηκαν εποικοδομητικά τα χρήματα που διατέθηκαν; Οι απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά είναι εφικτές μόνον αν υπάρχουν διαδικασίες αξιολόγησης, οι οποίες μπορούν να πιστοποιήσουν αν ένα πρόγραμμα ήταν επιτυχημένο ή όχι, αλλά και τους λόγους για τους οποίους συνέβη αυτό.

Αξιοποιώντας κονδύλια που ίσως μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε άλλους τομείς δραστηριότητας, πολλοί ΟΤΑ κάνουν μεγάλες επενδύσεις σε προγράμματα άθλησης. Θεωρείται, λοιπόν, απαραίτητο να αξιολογείται η επένδυση ως προς την καταλληλότητα και την αποδοτικότητα της. Επίσης, τα προγράμματα αυτά πραγματοποιούνται για να ικανοποιήσουν κάποιες ανάγκες της κοινωνίας του εκάστοτε ΟΤΑ. Η αξιολόγηση, λοιπόν, του εάν αυτές οι ανάγκες ικανοποιήθηκαν πρέπει να αποτελεί βασική προτεραιότητα. Μέσα από αυτή τη διαδικασία εντοπίζονται οι λόγοι για τους οποίους ένα πρόγραμμα ήταν επιτυχημένο, ή όχι και τα σημεία που πρέπει να αλλάξουν / βελτιωθούν. Από τα παραπάνω γίνεται αντιληπτό ότι είναι σημαντικό για τους ΟΤΑ που υλοποιούν τέτοιου είδους προγράμματα να έχουν τη δυνατότητα έγκυρης και αξιόπιστης αξιολόγησης. Για να αναπτυχθεί η ικανότητα αξιολόγησης ενός τέτοιου οργανισμού χρειάζονται δέσμευση της ηγεσίας προς το σκοπό αυτό, πηγές, εξειδικευμένο προσωπικό με ξεκάθαρες αρμοδιότητες και χρόνο γι' αυτές (Stevenson, Florin, Mills & Andrade, 2002).

Στις ΗΠΑ γίνεται μεγάλη προσπάθεια ώστε να αναπτυχθεί η ικανότητα αξιολόγησης τοπικών δράσεων μέσω τεχνικής υποστήριξης και συμβουλών που προσφέρονται από επαγγελματίες αξιολογητές, ή ειδικευμένους επιστήμονες (Attkinson, Deaton, Travis & Wessell, 1999; Emshoff, Erickson & Chambliss, 2000). Οι αντίστοιχοι ΟΤΑ προσκαλούν ειδικούς επιστήμονες και επαγγελματίες για να επιμορφώσουν το προσωπικό τους σε διαδικασίες αξιολόγησης, για να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στις απαιτήσεις των δράσεων. Στην Ελλάδα τέτοιου είδους ενέργειες δεν είναι συνηθισμένο φαινόμενο.

Τα προγράμματα άθλησης των ΟΤΑ είναι ανταγωνιστικά με αυτά άλλων ιδιωτικών φορέων (ιδιωτικά γυμναστήρια, ομάδες, κλπ.), αλλά και τα προγράμματα που μπορούν να διεκδικηθούν από την Ευρωπαϊκή Ένωση υπάγονται σε ιδιαίτερα αυστηρές δοκιμασίες αξιολόγησης. Η ανάπτυξη, λοιπόν, από τους ΟΤΑ μηχανισμών που θα τους επιτρέπουν να διεξάγουν έγκυρες και αξιόπιστες αξιολογήσεις των δράσεών τους είναι ζωτικής σημασίας. Η ικανότητα αξιολόγησης μπορεί να αναπτυχθεί με διάφορους τρόπους, ένας από τους οποίους είναι η ανάπτυξη ενός «κέντρου πηγών» όπου θα έχουν πρόσβαση οι ΟΤΑ και θα μπορούν να αντλούν τυποποιημένες οδηγίες αξιολόγησης. Ένας άλλος τρόπος είναι η ανάπτυξη εξειδικευμένων διαδικασιών αξιολόγησης μέσα σε κάθε ΟΤΑ,

τον οποίο προτείνουν πολλοί επιστήμονες του χώρου ως πιο αποδοτικό (Argyris & Schon, 1978; Bilerson, 1999; Preskill & Torres, 2000).

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να τονίσει την αναγκαιότητα των διαδικασιών αξιολόγησης σε κάθε οργανωμένο πρόγραμμα και να περιγράψει τον τρόπο με τον οποίο μία τέτοια διαδικασία μπορεί να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί.

Μέθοδος οικοδόμησης της ικανότητας αξιολόγησης

Η διαδικασία που αναφέρεται παρακάτω στηρίζεται σε μία αντίστοιχη προσπάθεια που έγινε στις ΗΠΑ και σημείωσε σημαντική επιτυχία (Stevenson, et al., 2002). Το σημαντικότερο στοιχείο της είναι η εκπαίδευση των στελεχών των ΟΤΑ σε διαδικασίες αξιολόγησης, τις οποίες ακολούθως μπορούν να εφαρμόσουν σε όλες τις δράσεις και τα προγράμματά του. Η αξιολόγηση έχει 2 φάσεις: α) το σχεδιασμό και β) την υλοποίηση.

Σχεδιασμός αξιολόγησης

Σκοποί: περιγραφή δραστηριοτήτων του προγράμματος, καθορισμός του πληθυσμού που απευθύνεται το πρόγραμμα, καθορισμός των αναμενόμενων αποτελεσμάτων.

Μετρήσεις: καθορισμός της διαδικασίας μέτρησης.

Μετρήσεις εναρμονισμένες με τους σκοπούς: μετρήσεις ειδικά σχεδιασμένες για τα αναμενόμενα αποτελέσματα και κατάλληλες για τον πληθυσμό που απευθύνεται το πρόγραμμα

Σχεδιασμός: μετρήσεις πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την εφαρμογή του προγράμματος, σύγκριση πειραματικής και ομάδας ελέγχου.

Ανάλυση: καθορισμός των συγκρίσεων που θα γίνουν από την ανάλυση των αποτελεσμάτων, χρήση κατάλληλης στατιστικής ανάλυσης.

Υλοποίηση αξιολόγησης

Αριθμός συμμετεχόντων: επίτευξη του στόχου που καθορίστηκε.

Συμμετέχοντες από τον πληθυσμό «στόχο»: οι συμμετέχοντες πρέπει να προέρχονται από τον πληθυσμό για τον οποίο σχεδιάστηκε το πρόγραμμα.

Διαδικασία σύμφωνα με το σχεδιασμό: τήρηση του σχεδιασμού υλοποίησης του προγράμματος.

Ετοιμασία αξιολόγησης: ετοιμασία διαδικασιών μετρήσεων, προσωπικό με ξεκάθαρες αρμοδιότητες.

Συλλογή δεδομένων: σύμφωνα με το σχεδιασμό, με διαδικασία έγκυρη και αξιόπιστη.

Ανάλυση δεδομένων – έκθεση αξιολόγησης: ποιος θα αναλύσει τα δεδομένα, τι θα γίνει με τα αποτελέσματα, πώς θα γραφεί η έκθεση αξιολόγησης.

Για όλα τα παραπάνω θα πρέπει να προηγηθεί από εξειδικευμένους επιστήμονες επιμόρφωση των στελεχών των οργανισμών. Τα στελέχη αυτά θα επιφορτιστούν με την ευθύνη του σχεδιασμού και της υλοποίησης των αξιολογήσεων σε κάθε δράση και για αυτό το λόγο θα πρέπει να έχουν και το χρόνο, αλλά και την υποστήριξη της ηγεσίας του οργανισμού. Τα στοιχεία που χρειάζονται για να οικοδομηθεί μία ικανοποιητική ικανότητα αξιολόγησης είναι η θέληση της ηγεσίας, οι πηγές (υπολογιστές, λογισμικό ειδικό για αξιολογήσεις, επιμόρφωση, κλπ.) και το προσωπικό που θα ασχοληθεί με αυτές τις διαδικασίες.

Συζήτηση

Σήμερα η έμφαση στην αξιολόγηση ευρύνεται διεθνώς. Τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης που μπορούν να αξιοποιήσουν οι ΟΤΑ υπόκεινται σε αυστηρές διαδικασίες αξιολόγησης και αυτοί που θα είναι έτοιμοι όχι μόνο να διατυπώσουν ιδέες, αλλά και να εξασφαλίσουν έγκυρες διαδικασίες αξιολόγησης θα βρεθούν σίγουρα σε πλεονεκτικότερη θέση.

Ήδη σε άλλες χώρες οι ΟΤΑ πιέζονται ώστε να αναπτύξουν μηχανισμούς εσωτερικής αξιολόγησης. Η πίεση αυτή δημιουργείται από την ανάγκη προσέλκυσης: α) νέων επενδυτών μέσω της ανάπτυξης ανταγωνιστικών προγραμμάτων και β) περισσότερων πόρων από πιο ελκυστικά προγράμματα. Στην Ελλάδα πολλά προγράμματα άθλησης είναι άμεσα ανταγωνιστικά με αυτά ιδιωτικών φορέων. Η σωστή αξιολόγηση αυτών των δράσεων θα καταστήσει ικανούς τους ΟΤΑ να αναπτύξουν πιο σύγχρονες και ανταγωνιστικές προτάσεις, ώστε να μπορέσουν να προσφέρουν καλύτερες υπηρεσίες στην τοπική κοινωνία όπου δραστηριοποιούνται.

Η θεσμοθέτηση διαδικασιών αξιολόγησης από τους ΟΤΑ για τα προγράμματα άθλησης που προσφέρουν μπορεί να γίνει με τη βοήθεια ειδικευμένων επιστημόνων. Η επιμόρφωση των στελεχών τους στις διαδικασίες αυτές, αλλά και η συνεργασία με ειδικούς επιστήμονες (αξιολογητές, μάνατζερ του αθλητισμού, κλπ.) θα δώσουν ώθηση στην ανταγωνιστικότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Βιβλιογραφία

- Attkinson, A.J., Deaton, M., Travis, R. & Wessell, T. (1999). *Program planning and evaluation handbook*. (2nd ed.). Harrisburg, VA: James Madison University.
- Argyris, C. & Schon, D. (1978). *Organizational learning*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bilerson, P. (1999). Turning child and adolescent mental-health services into learning organizations. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 4(2): 265-274.
- Δημητρόπουλος, Γ.Ε. (1999). *Αξιολόγηση προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης*. Αθήνα, Εκδόσεις Γρηγόρη.
- Emshoff, J., Erickson, S. & Chambliss, J. (2000). Building capacity in United Way agencies: a customized workshop approach. *Paper presented at the annual meeting of the American Evaluation Association*. Honolulu, HI.
- Κασσωτάκης, Μ. (1981). *Η αξιολόγηση της επίδοσης του μαθητή*. Αθήνα, Εκδόσεις Γρηγόρη.
- Preskill, H. & Torres, R.T. (2000). The learning dimension of evaluation use. *New Directions for Evaluation*, 57: 5-38.
- Stevenson, J.F., Florin, P., Mills, D.S. & Andrade, M. (2002). Building evaluation capacity in human service organizations: a case study. *Evaluation and Program Planning*, 25: 233-243.

Ο ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΒΡΕΤΑΝΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

**Θεοδώρου, Ν.
Loughborough University**

Εισαγωγή

Η παρούσα έρευνα εστιάζει στις Βρετανικές εθελοντικές οργανώσεις – φορείς που παρέχουν υπηρεσίες αθλητισμού και αναψυχής, περιγράφει το ιστορικό υπόβαθρο μέσα από το οποίο δημιουργήθηκαν, εξετάζει το ρόλο τους στη Βρετανική κοινωνία και παραθέτει τις διαφορές μεταξύ δομημένης και μη δομημένης εθελοντικής προσφοράς.

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τη λειτουργία μη κερδοσκοπικών – φιλανθρωπικών οργανώσεων και εργοστασιακών λεσχών αναψυχής και αθλητισμού και τη σχέση τους με το κοινωνικό περιβάλλον κύριων φορέων παροχής εθελοντικών υπηρεσιών στη Βρετανία.

Μεθοδολογία

Ακολουθήθηκε η διαδικασία της ποιοτικής έρευνας.

Αποτελέσματα – Συζήτηση

Ο εθελοντικός τομέας στη Βρετανία είναι αρκετά μεγάλος, συνδέεται με θεσμικούς δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς και συγκροτείται από λέσχες, συλλόγους, ομάδες και συνδέσμους. Οι εθελοντικοί φορείς δίνουν την ευκαιρία για προσφορά και συμμετοχή, καθώς και τη δυνατότητα ενασχόλησης με όλα τα επίπεδα οργάνωσης και διοίκησης. Από τις πιο σημαντικές παραμέτρους τους είναι το εύρος και η διαφορετικότητα των αθλητικών εθελοντικών ομάδων, τα κίνητρα των συμμετεχόντων και η έμφυτη ανάγκη της συνύπαρξης μέσα σε μία ομάδα με άλλους. Οι σύλλογοι προσφέρουν στα άτομα ομαδική ταυτότητα και ο ανταγωνισμός μεταξύ συλλόγων ενδυναμώνει και ανατροφοδοτεί την ταυτότητα και το αίσθημα της συνύπαρξης. Η ιδιότητα του μέλους ενισχύει το κοινωνικό status και προσφέρει αυτοπραγμάτωση και το αίσθημα της σημασίας της ατομικότητας.

Για να εκφράσουν την ατομικότητά τους και να ικανοποιήσουν τις εσωτερικές τους ανάγκες οι άνθρωποι συμμετέχουν σε εθελοντικές ομάδες αθλητισμού και αναψυχής, το εύρος των οποίων είναι διαφοροποιημένο και, ως εκ τούτου, δεν μπορεί να γίνει λεπτομερής κατηγοριοποίησή τους. Ο τρόπος ζωής στο μοντέρνο δυτικό πολιτισμό είναι πιο περίπλοκος από ό,τι είναι σε αναπτυσσόμενες κοινωνίες. Έτσι, οι εθελοντικές ομάδες παίζουν ένα πολύ ουσιαστικό ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία (Hudson, n.d.). Σε απλές κοινωνίες δεν μπορεί να υπάρξει πραγματική εθελοντική ένωση, ή διασυλλογική ζωή, ενώ σε προηγμένες κοινωνίες εμφανίζονται πολυάριθμες ενώσεις μικρής δυναμικότητας, στις οποίες συμμετέχουν ποικίλοι αριθμοί ατόμων. Στη σύγχρονη κοινωνία τα άτομα λειτουργούν παράλληλα τόσο ως άτομα, όσο και ως μέλη ομάδων. Ο αθλητισμός και η αναψυχή προσφέρουν ταυτόχρονα ατομική και ομαδική συμμετοχή.

Ένα από τα κίνητρα για συλλογική δράση στην αναψυχή και τον αθλητισμό είναι συχνά το ότι τα άτομα και οι ομάδες βρίσκουν τους εαυτούς τους απομονωμένους και αποκλεισμένους από ευκαιρίες και υποστήριξη. Οι εθελοντικές ομαδοποιήσεις πρωτοσχηματίζονται μέσα από τα ανθρώπινα ένστικτα ανάγκες, απαιτήσεις και επιθυμίες. Αν και η εθελοντική προσφορά στην αρχή είναι πηγαία, μπορεί να μετατραπεί σε μη εθελοντική με 2 κατευθύνσεις: α) εξωστρεφής, με αποτέλεσμα να μετατραπεί σε κερδοσκοπική και εμπορική, ή β) εσωστρεφής, οπότε καταλήγει σε μυστικιστική κρυφή κοινωνία (Tomlinson, 1979).

Υπό την έννοια της διαχείρισης της κοινωνικής δράσης, οι πρωταρχικές ομάδες ενδιαφέροντος πρέπει να παρουσιάζονται δυναμικά σε οποιαδήποτε κοινωνική εκδήλωση, ή έκφραση. Τα άτομα μίας ομάδας θέλουν να διατηρήσουν την ατομικότητά τους, αν και ταυτόχρονα θέλουν να νιώθουν ότι ανήκουν σε αυτήν. Ο διαχειριστής μιας τέτοιας ομάδας εθελοντών έχει το δίλημμα στο σχεδιασμό και στον προγραμματισμό του ποια μορφή εθελοντικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων θα παρέχονται, ή θα σχεδιάζονται για τις ομάδες αυτές. Η κατανόηση της επιθυμίας για συμμετοχή στην ομάδα και την ομαδική συμπεριφορά των εθελοντών είναι σημαντική για τη διαχείρισή τους.

Οι εθελοντικοί σύνδεσμοι / λέσχες διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Ωστόσο, η Hutson έδειξε ότι υπάρχουν και ομοιότητες σε σχέση με τη δραστηριότητα και τους τρόπους με τους οποίους αναπτύσσονται και διαλύονται και πως οργανωτές και διαχειριστές έχουν την τάση να διαμορφώνουν μια ιδιαίτερη, στενά συνδεδεμένη, elite στα πλαίσια μιας κοινότητας ή περιοχής. Η κοινωνική τάξη, ο κύκλος της ζωής, η φυσική κινητικότητα, οι οικογενειακές σχέσεις και το φύλο επηρεάζουν τη συμμετοχή μελών και τη μορφή της ηγεσίας ενός εθελοντικού οργανισμού. Οι οργανισμοί αυτοί τείνουν να αντικατοπτρίζουν την «οικονομικοκοινωνική» ταυτότητα και κυριαρχούνται από ομάδες ανθρώπων με παρόμοια χαρακτηριστικά, τα οποία οδηγούν στην ταχεία ανάπτυξη νέων μικρών κοινωνικών ομάδων.

Άτομα με κοινό τρόπο σκέψης τείνουν να συνεργάζονται στενά, να δημιουργούν ενώσεις και να ιδρύουν συνδέσμους. Η προσέλευση ασκείται μέσα από γνωριμίες, φιλίες και οικογενειακές σχέσεις. Οι περισσότερες λέσχες είναι κοινωνικές ομάδες, ανεξάρτητα από το εάν η πρωταρχική δραστηριότητα είναι κοινωνική, ή όχι. Μέλη τα οποία αισθάνονται ότι δεν ανήκουν στην κυρίαρχη ομάδα συχνά αποκλείονται με επίσημες διαδικασίες. Σε έρευνα στις περιοχές του Swansea (Hutson, n.d.) υπήρξαν συχνά εσωτερικές πολιτικές πιέσεις και διάφορα παραδείγματα από «κλίκες» που εγκατέλειψαν μια λέσχη όταν μία άλλη ομάδα πήρε τον έλεγχο. Ίσως αυτός να είναι και ο κύριος λόγος που νέοι εθελοντές τείνουν να δημιουργούν τις δικές του ομάδες και ενώσεις, παρά να εγγράφονται σε υφιστάμενες λέσχες.

Η μελέτη των διαφορών και των ομοιοτήτων που υπάρχουν μεταξύ των λεσχών, των σωματείων και των ενώσεων αναδεικνύει 4 σημαντικά συμπεράσματα:

1. Όλοι οι σύλλογοι τείνουν να είναι κατά βάση αποκλειστικοί. Με βάση το νόμο, πολλοί σύλλογοι, θεωρητικά ανοικτοί σε όλους τους πολίτες, έχουν καταφέρει με υψηλές εγγραφές, συνδρομές και συστήματα εγγραφής μελών να «εγγυώνται» την αποκλειστικότητα και την «ιδιωτικότητα».
2. Οι σύλλογοι δεν είναι στατικοί οργανισμοί, αλλά μεταλλασόμενοι. Η έκθεση της επιτροπής Wolfender (1978), για εθελοντικούς οργανισμούς ανέφερε ότι: «...νέοι οργανισμοί δημιουργούνται για να ικανοποιήσουν νέες και ιδιαίτερες ανάγκες, ενώ άλλοι διαλύονται. Επίσης, άλλοι αλλάζουν την έμφαση και τους σκοπούς τους με προσανατολισμούς σε νέα πεδία. Δεν υπάρχει τίποτα στατικό και ειδικά οι νέοι σύλλογοι είναι πιθανό να αλλάζουν το είδος των μελών τους και να έχουν διαφορετικές ηγετικές διαδικασίες και ομάδες μέσα στα πρώτα χρόνια. Αυτό που ενδείκνυται από τα μέλη είναι να ασκούν διοικητικούς ρόλους και έναν πιο στενό οικονομικό και σχεδιαστικό προγραμματισμό».
3. Οι σύλλογοι παρουσιάζουν ομοιότητες στη συμπεριφορά. Μπορεί να ειπωθεί ότι οι καθαρά αθλητικοί σύλλογοι είναι λιγότερο αποκλειστικοί από άλλες λέσχες, αλλά, όπως και άλλες λέσχες αναψυχής, αναπαράγουν διαφορετικές ομάδες και δραστηριότητες για διαφορετικές κοινωνικές ομάδες. Υπό αυτή την έννοια, οι διαχειριστές εθελοντών πρέπει να λάβουν υπόψη τους σημαντικούς κοινωνικούς παράγοντες της συμμετοχής σε εκδηλώσεις αθλητισμού και αναψυχής.
4. Οι σύλλογοι εξαρτώνται άμεσα από υποστηρικτικές υπηρεσίες, όπως είναι οι εγκαταστάσεις. Τα τοπικά συμβούλια και οι αρχές, εμπορικές και επαγγελματικές ενώσεις και όλα τα ινστιτούτα που διαθέτουν εγκαταστάσεις και περιουσίες μπορεί να εμπλέκονται ουσιαστικά στην παροχή υποστηρικτικών υπηρεσιών. Ο ρόλος των τοπικών αρχών ως συντονιστής και διαχειριστής των εθελοντικών συλλόγων είναι πολύ σημαντικός

Συμπέρασμα

Ο αθλητικός εθελοντισμός είναι η δύναμη των αθλητικών οργανισμών και το πιο σημαντικό μέσο για συμμετοχή και ενασχόληση σε όλα τα επίπεδα οργάνωσης και διοίκησης. Δεν αποτελούν μόνο μοναδική ευκαιρία για ατομική αυτοπραγμάτωση και συμμετοχή, αλλά προσφέρουν ανεκτίμητη κοινωνική προσφορά

Βιβλιογραφία

- Hutson, S. (n.d.). *Sports Council - Social Science Research Council: a review of the role of clubs and voluntary associations based on a study of two areas in Swansea*. Sports Council/SSRC, London.
- Tomlinson, A. (1979). *Sports Council - Social Science Research Council review: leisure and the role of clubs and voluntary groups*. Sports Council/SSRC, London.
- Wolfenden Committee (1978). *The future of voluntary organizations*. Croom Helm, London.

ΑΝΑΓΚΕΣ ΕΠΙΜΟΡΦΩΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΩΝ ΕΜΨΥΧΩΤΩΝ (ANIMATEUR) ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Καρατζέτζου, Ζ.,¹ Γλυνιά, Ε.² & Κώστα, Γ.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Εισαγωγή

Η εξέλιξη του μαζικού τουρισμού, η αλλαγή χρήσης του ελεύθερου χρόνου, αλλά και η ανταγωνιστική πολιτική των τουριστικών οργανισμών της Ευρώπης δημιούργησαν την τελευταία 20ετία ένα ιδιαίτερο ξενοδοχειακό προϊόν, που συμπεριλαμβάνεται στα ταξιδιωτικά πακέτα μετάβασης - διαμονής – διατροφής. Στις τουριστικές περιοχές της Ελλάδας, τα μεγάλα ξενοδοχεία διακοπών προσφέρουν επιπλέον και οργανωμένη διασκέδαση και ψυχαγωγία για όλη την οικογένεια ως σύνολο δραστηριοτήτων ανιμασιόν (γαλλ..=animation). Το αντικείμενο της ανιμασιόν είναι η αναψυχή, που επιτυγχάνεται με τη δημιουργία εναλλακτικών προγραμμάτων και την παρακίνηση των πελατών ξενοδοχείων για την ενασχόλησή τους με διάφορες δραστηριότητες (Λύτρας, 1993).

Στο πλαίσιο αυτό, τα μεγάλα ξενοδοχεία διακοπών αναζητούν ειδικούς για την οργάνωση και υλοποίηση δραστηριοτήτων άθλησης και αναψυχής, γνωστούς ως ανιματέρς (γαλλ..= animateurs). Σημαντικό για τον κλάδο των καθηγητών φυσικής αγωγής (ΚΦΑ) είναι ότι τα προγράμματα δραστηριοτήτων αναψυχής που αποτελούνται από 50% αθλητικό περιεχόμενο διδάσκονται στα ΤΕΦΑΑ της χώρας. Από το σύνολο των εργαζόμενων στα Ελληνικά ξενοδοχεία περίπου το 10% είναι πτυχιούχοι, ή τελειόφοιτοι ΚΦΑ (Γλυνιά, 2000). Καθώς χαρακτηρίζει και επηρεάζει το τουριστικό ξενοδοχειακό προϊόν, η ειδικότητα ανιμασιόν / ανιματέρ προβλέπεται σύντομα να εξελιχθεί σε αναγνωρισμένο τουριστικό επάγγελμα (Φαληρέα, 2001). Προκειμένου να αναδειχτεί σε επαγγελματική προοπτική των απόφοιτων των ΤΕΦΑΑ, θεωρήθηκε σκόπιμο να διερευνηθούν οι στάσεις και απόψεις των ΚΦΑ σχετικά με την απασχόληση στον τομέα του αθλητικού τουρισμού.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να διερευνήσει: α) τις στάσεις και πεποιθήσεις των ΚΦΑ σχετικά με τον αθλητικό τουρισμό και β) τις ανάγκες επιμόρφωσης σχετικά με την απασχόληση στον τομέα του αθλητικού τουρισμού.

Σπουδαιότητα της έρευνας

Η έρευνα αυτή είναι σημαντική διότι ο αθλητικός τουρισμός, μία από τις μορφές του οποίου είναι η άθληση και η ψυχαγωγία ξενοδοχείων (Standeven & DeKnop, 1999), αποτελεί μία καινούργια αγορά εργασίας για τον κλάδο των ΚΦΑ και η ζήτηση την τελευταία δεκαετία είναι αυξανόμενη (Costa, 2000).

Μεθοδολογία

Η έρευνα έγινε με τη μέθοδο της δημοσκόπησης.

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 100 καθηγητές/τριες και φοιτητές/τριες Φυσικής Αγωγής που συμμετείχαν στο Πανελλήνιο Συνέδριο της Ένωσης Γυμναστών Βορείου Ελλάδος (ΕΓΒΕ), τον Απρίλιο του 2002.

Όργανο μέτρησης: Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας δημιουργήθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο, που ελέγχθηκε για την καταλληλότητα και την εγκυρότητα του περιεχομένου του. Το 1^ο από τα 2 μέρη του διερευνούσε τις πεποιθήσεις των συμμετεχόντων σχετικά με την ανιμασιόν. Το 2^ο μέρος αφορούσε σε δημογραφικά στοιχεία, ανάγκες επιμόρφωσης, επαγγελματική εμπειρία των συμμετεχόντων και εμπειρία τους σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας. Για τη δημιουργία του

πρώτου μέρους προηγήθηκαν συνεντεύξεις με 7 γυμναστές, στους οποίους υποβλήθηκαν ερωτήσεις όπως π.χ., «Τι πιστεύετε για την απασχόληση σε προγράμματα αναψυχής (ανιμασιόν) σε ξενοδοχεία;» Συγκεντρώθηκαν απαντήσεις του τύπου: α) η εργασία αυτή μπορεί να προσφέρει προϋποθέσεις για μακρόχρονη απασχόληση στον ξενοδοχειακό τομέα, ή β) οι γυμναστές μπορούν να κάνουν καριέρα στο επάγγελμα του ανιματέρ σε ξενοδοχεία, ή γ) ο τομέας της ανιμασιόν στα ξενοδοχεία δίνει την ευκαιρία για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας για τους γυμναστές, κλπ.

Στην αρχική του μορφή το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 35 κλειστές ερωτήσεις που διερευνούσαν τις απόψεις των συμμετεχόντων για τη φύση της εργασίας, την ενδεχόμενη δυνατότητα εξέλιξης των ΚΦΑ στο χώρο και τα πιθανά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα (εξαρτημένες μεταβλητές). Για τις στάσεις ή απόψεις χρησιμοποιήθηκε 5βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 5 = συμφωνώ απόλυτα. Για τις προθέσεις χρησιμοποιήθηκε 7βάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 7 = συμφωνώ απόλυτα. Στη συνέχεια, το ερωτηματολόγιο δόθηκε για πιλοτική συμπλήρωση σε ομάδες καθηγητών και φοιτητών ΤΕΦΑΑ, οι προτάσεις των οποίων συνέβαλλαν στο να καταστεί έγκυρο το περιεχόμενό του. Για τη δομική εγκυρότητα και την αξιοπιστία του χρησιμοποιήθηκε παραγοντική ανάλυση (factor analysis) και ανάλυση αξιοπιστίας (reliability analysis).

Διαδικασία μέτρησης: Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων γινόταν από τους συμμετέχοντες επί τόπου στο χώρο του συνεδρίου και διαρκούσε από 2 έως 4 λεπτά. Η συλλογή τους ολοκληρώθηκε σε 2 ημέρες.

Αποτελέσματα

Το 53.1% των συμμετεχόντων ήταν άνδρες και το 46.9% γυναίκες. Ο μέσος όρος της ηλικίας τους ήταν 30.7 έτη (Sd=8.9). Το 65.6% ήταν εργαζόμενοι ΚΦΑ και το 34.4% άνεργοι. Το 27.1% ήταν πτυχιούχοι ΤΕΦΑΑ, το 17.7% κατείχε μεταπτυχιακό τίτλο και το 18.8% ήταν ακαδημαϊκοί. Το 28.1% ήταν φοιτητές/τριες ΤΕΦΑΑ. Το 8.3% είχε άλλη ιδιότητα από αυτή του ΚΦΑ, πάντως σχετική με αθλητισμό. Το 89% δεν είχε προσωπική εμπειρία από την ανιμασιόν και ήταν ενημερωμένο κυρίως από φίλους και γνωστούς.

Αυτόνομη ειδικότητα. Το 70.7% των συμμετεχόντων συμφωνούσε στο να δημιουργηθεί αυτόνομη ειδικότητα ανιμασιόν στα ΤΕΦΑΑ, το 10.1% δεν συμφωνούσε, ενώ το 20% ήταν ουδέτερο.

Ενημέρωση σχετικά με το αντικείμενο. Το 33% των συμμετεχόντων δήλωσαν ότι ήταν ενημερωμένοι σχετικά με το αντικείμενο της ανιμασιόν, το 37% ότι δεν ήταν ενημερωμένοι και το 19% ότι δεν είχαν άποψη.

Ανάγκη επιμόρφωσης στο αντικείμενο. Το 65% δήλωσε ότι ενδιαφέρεται για σεμινάρια πάνω στο αντικείμενο, το 15.5% ήταν σχετικά αδιάφορο και το 19.6% δεν ενδιαφερόταν για επιμόρφωση.

Μεταπτυχιακά προγράμματα. Το 60.7% ενδιαφερόταν για μεταπτυχιακά προγράμματα στο αντικείμενο της ανιμασιόν.

Ενθάρρυνση για συμμετοχή. Το 71.7% δήλωσε ότι θα ενθάρρυνε φίλους και γνωστούς για να ασχοληθούν με το αντικείμενο, το 3% ήταν αρνητικό στο να κάνει κάτι τέτοιο, ενώ το 22% δήλωσε προβληματισμό.

Ευκολία να βρεθεί εργασία. Το 56.4% πίστευε ότι μπορούσε να βρεί εργασία σχετικά εύκολα, ενώ το υπόλοιπο 44.6% πίστευε ότι θα ήταν δύσκολο έως πολύ δύσκολο να βρεί εργασία ως ανιματέρ.

Διαθεσιμότητα για εργασία. Το 28.9% των ερωτηθέντων πίστευε ότι ήταν πολύ έως κάπως πιθανό να ζητήσει δουλειά ως ανιματέρ σε ξενοδοχείο στο μέλλον, ενώ το 16.5% ήταν ουδέτερο. Για το 54,6% ήταν σχεδόν βέβαιο ότι δεν θα ζητούσε τέτοιου είδους εργασία.

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Παρατηρήθηκε ότι παρόλο που 1 στους 3 από τους ερωτηθέντες ήταν άνεργος, περισσότεροι από τους μισούς δεν είχαν την πρόθεση να εργαστούν στον τομέα της ανιμασιόν. Αυτό ίσως εξηγείται από το ότι ο μέσος όρος ηλικίας των συμμετεχόντων ήταν πάνω από 30 ετών και δεν θεωρούσαν ότι είχαν τα χρονικά περιθώρια να εκπαιδευτούν στο επάγγελμα.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων πίστευαν ότι το επάγγελμα του ανιματέρ απαιτεί θυσίες, ότι δεν ταιριάζει σε όλους όσοι θα ήθελαν να το εξασκήσουν και ότι είναι περισσότερο ένας τρόπος ζωής παρά ένα επάγγελμα. Γενικά παρατηρήθηκε υψηλή διάθεση για επιμόρφωση και παραπέρα σπουδές πάνω στο αντικείμενο της ανιμασιόν και μάλιστα σε όλες τις ηλικίες, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει πρόσφορο έδαφος για δημιουργία προγραμμάτων και ειδικοτήτων.

Μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να διερευνήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις προθέσεις των ΚΦΑ να ασχοληθούν με το επάγγελμα του ανιματέρ, όπως είναι η ποιότητα της ξενοδοχειακής απασχόλησης, η εποχικότητα και η επαγγελματική εικόνα του επαγγέλματος.

Βιβλιογραφία

- Costa, G. (2000). Sports animation in Europe. *6th Annual Conference of Sport Management Association of Australia and New Zealand (SMAANZ)*, 23-25 November, Hamilton, New Zealand.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*, Human Kinetics.
- Γλυνιά, Ε. (2000). Η animation στα ΤΕΦΑΑ και στα άλλα ΑΕΙ. Στρογγυλή Τράπεζα: Hotel Animation, Philoxenia / Helexpro, Θεσσαλονίκη.
- Λύτρας, Π. (1993). *Τουριστική ψυχολογία*. Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Φαληρέα, Λ. (2001). Η «αστεροποίηση» των ελληνικών ξενοδοχείων. *Τουρισμός & Οικονομία*, τ. 273, Αθήνα.

**ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΣΙΑΚΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΧΩΡΕΣ:
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΑΘΛΗΣΗΣ & ΑΝΑΨΥΧΗΣ
ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΑ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΥ**

Όκκας, Σ. & Βεϊνόγλου, Ν.

Εισαγωγή

Στο τέλος του 17^{ου} αιώνα η άθληση αποτελούσε προνόμιο για τους μη εργαζόμενους, καθώς επικρατούσε η άποψη ότι οι εργάτες και οι αγρότες εξασκούσαν το σώμα τους κατά τη διάρκεια της εργασίας τους. Αργότερα, οι μορφές και οι έντονοι ρυθμοί της σύγχρονης κοινωνίας οδήγησαν στην αναζήτηση παραγόντων χαλάρωσης, αντιστάθμισης και εκτόνωσης. Ένας παράγοντας που σήμερα καλύπτει κατά ένα μεγάλο μέρος τις ανάγκες του εργαζόμενου είναι η άθληση και η αναψυχή που έχουν εισχωρήσει στο χώρο της εργασίας. Πολλές ευρωπαϊκές χώρες οργάνωσαν τον εργασιακό αθλητισμό πάνω σε δομές που έχουν μικρές διαφορές μεταξύ τους και είναι προσανατολισμένους σε κοινό στόχο: τον άνθρωπο, την ποιότητα της ζωής του και την υγεία του.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να αναδείξει απόψεις οργανωμένων ευρωπαϊκών χωρών για τον εργασιακό αθλητισμό και να προβληματίσει για τη μελλοντική πορεία του Ελληνικού εργασιακού αθλητισμού.

Μεθοδολογία

Για την επίτευξη των σκοπών της έρευνας πραγματοποιήθηκε: 1) ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, 2) μελέτη ιστοσελίδων του διαδικτύου, 3) συνεντεύξεις με: α) την προϊσταμένη του Τμήματος Εργασιακού, Στρατιωτικού και Συνοικιακού Αθλητισμού της ΓΓΑ και β) υπεύθυνους της Ομοσπονδίας Εργασιακού Αθλητισμού της περιφέρειας Αμβούργου, το 2000 και 4) προσωπική παρατήρηση μέσα από τη συμμετοχή σε project του πανεπιστημίου Αμβούργου, με τίτλο: «Η υγεία χρειάζεται κίνηση», που εφαρμόστηκε σε διάφορους χώρους εργασίας, την περίοδο 1990-1991.

Αποτελέσματα

Στη Σουηδία, η πρώτη ενασχόληση με την άθληση από συνεργαζόμενες εταιρίες έγινε το 1880, με το άθλημα της κωπηλασίας, αν και εκείνο το διάστημα ευρέως διαδεδομένο ήταν το ποδόσφαιρο. Το 1945, ιδρύθηκε ένας αθλητικός οργανισμός με αντικείμενο την ανάπτυξη του εργασιακού αθλητισμού και ακολούθησε η ίδρυση 63 εργατικών αθλητικών σωματείων σε εθνικό επίπεδο. Σήμερα, πάνω από 1 εκ. αθλούμενοι συμμετέχουν σε ετήσιες διοργανώσεις και αγώνες διάφορων αθλημάτων, 12.000 σωματεία και εταιρίες διαγωνίζονται σε διάφορα αθλήματα, 150.000 άτομα - μέλη γυμνάζονται σε εβδομαδιαία βάση στα σωματειακά κέντρα, 3.000 - 4.000 άτομα άνω των 55 ετών συμμετέχουν κάθε Σεπτέμβριο σε γιορτή άθλησης και αναψυχής με δραστηριότητες όπως σκι, γκολφ, ποδήλατο, περπάτημα και άλλες ήπιες μορφές άθλησης, 21 εθνικές αθλητικές συνομοσπονδίες προσφέρουν ευκαιρίες για άθληση και αναψυχή στους εργαζόμενους, ενώ 110.000 άτομα ασχολούνται στο πλαίσιο οργάνωσης του εργασιακού αθλητισμού, πολλοί από τους οποίους εθελοντικά. Ο εργασιακός αθλητισμός χρηματοδοτείται από το κράτος, τις περιφέρειες, τις κοινότητες, σπόνσορες και συνδρομές. Οι Σουηδοί δίνουν μεγάλη σημασία στο διάλειμμα κίνησης και προσπαθούν μέσα από απλουστευμένες οδηγίες να πείσουν τους εργαζόμενους για τη σημασία της γυμναστικής σε μικρά εργασιακά διαλείμματα.

Στη Νορβηγία, το πλαίσιο οργάνωσης κινείται σε ίδιο περίπου μοτίβο με αυτό της Σουηδίας. Υπάρχει δημοκρατική οργάνωση του εργασιακού αθλητισμού με αντιπροσώπους από τα εργατικά σωματεία και την ένωση εργοδοτών, πλαισιωμένη με εξειδικευμένο προσωπικό. Η Ομοσπονδία Εργασιακού Αθλητισμού της χώρας ιδρύθηκε το 1957 και συμμετέχουν σε αυτή πάνω από 450.000 μέλη. Από το

2001 δουλεύουν σε ένα πρόγραμμα που έχει στόχο την παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών προς τους εργαζόμενους. Παρατηρείται ανάπτυξη σε 2 τομείς: α) στη γυμναστική διαλείμματος και β) στη δραστηριοποίηση των μελών της οικογένειας σε ήπιες μορφές άθλησης στη φύση. Ιδιαίτερη προσοχή παρέχουν στις γυναίκες και στους συνταξιούχους.

Στη Δανία, η οργάνωση του εργασιακού αθλητισμού βρίσκεται σε υψηλό οργανωτικό επίπεδο. Προβλήματα παρουσιάζονται από την ανάπτυξη των περιοχών και τη διοργάνωση πολλών αθλητικών γιορτών σε κρατικό επίπεδο. Υπάρχει Ομοσπονδία Εργασιακού Αθλητισμού και 5 οργανισμοί άθλησης που συνεργάζονται με 14 περιφέρειες και 79 περιοχές για να παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε 340.000 μέλη.

Στη Φινλανδία λειτουργούν 5 αθλητικές οργανώσεις που σχετίζονται με τον εργασιακό αθλητισμό, οι οποίες, σε συνεργασία με το κράτος, τους εργαζόμενους και τους εργοδότες διεξάγουν έρευνες σχετικές με τον εργασιακό αθλητισμό. Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται δεν διαφέρουν από αυτές των κρατών που προαναφέρθηκαν.

Στη Γερμανία, η ανάπτυξη του εργασιακού αθλητισμού έχει μια αξιόλογη πορεία περίπου 100 χρόνων. Στόχος του εργασιακού αθλητισμού στη χώρα είναι η δημιουργία ενός ισορροπημένου συνολικού οφέλους τόσο για τους εργαζόμενους, όσο και για τους δημόσιους και ιδιωτικούς επιχειρηματίες. Η Ομοσπονδία Εργασιακού Αθλητισμού λειτουργεί ως ομπρέλα των επιμέρους ομοσπονδιών από τα 15 αντίστοιχα κρατίδια. Σε κάθε κρατίδιο δημιουργούνται εργατικά αθλητικά σωματεία με δραστηριότητα σε διάφορα αθλήματα και συμμετοχές σε τοπικές, περιφερειακές, εθνικές και διεθνείς διοργανώσεις. Οι συμμετοχές στα διάφορα αθλήματα ξεπερνούν τις 400.000. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η ανάπτυξη του κρατιδίου του Αμβούργου, όπου οι αθλούμενοι - μέλη των 490 σωματείων ξεπερνούν τους 66.000. Από τα 45 αθλήματα που διοργανώνει η ομοσπονδία τα 18 οργανώνονται με τη μορφή πρωταθλημάτων. Στον εργασιακό αθλητισμό του Αμβούργου, ο οποίος χρηματοδοτείται από τις συνδρομές των μελών, την οικονομική στήριξη των επιχειρηματιών, από σπόνσορες, κλπ., προσφέρουν εθελοντικά τις υπηρεσίες τους 250 συνεργάτες, πολλοί από τους οποίους είναι προπονητές από χόμπι.

Στην Ελβετία, η κυρίως δομή της Ομοσπονδίας, η οποία ιδρύθηκε το 1941, αποτελείται από τον κεντρικό φορέα, τις περιφέρειες και τα περίπου 577 αθλητικά τμήματα, τα οποία έχουν 53.000 μέλη που συμμετέχουν σε 12 αθλήματα. Στόχοι της Ομοσπονδίας είναι η διαμόρφωση ενός πλήρους προγράμματος άθλησης και αναψυχής για τους εργαζόμενους, η προαγωγή της υγείας τους, η δημιουργία ευχάριστου κλίματος στους χώρους της εργασίας, η ενθάρρυνση της συντροφικότητας και η μείωση των γλωσσικών και πολιτιστικών συνόρων. Η Ομοσπονδία είναι ανοικτή σε νέες αθλητικές τάσεις και ιδέες, διοργανώνει αθλητικές συναντήσεις και δημιουργεί παιχνίδια για τα μέλη της από τον αθλητή κορυφής, μέχρι τον αθλητή αναψυχής. Η χρηματοδότησή της επιτυγχάνεται από συνδρομές μελών, κρατικές επιχορηγήσεις, χορηγούς και συνεργασίες με επιχειρήσεις.

Στη Γαλλία, η Ομοσπονδία Εργασιακού Αθλητισμού εντάσσεται στην Εθνική Ολυμπιακή Επιτροπή της χώρας. Σήμερα υπάρχουν 2.400 αθλητικά σωματεία, στα οποία είναι εγγεγραμμένοι 1.200.000 αθλούμενοι, που συμμετέχουν κάθε χρόνο σε διάφορα οργανωμένα πρωταθλήματα και γιορτές άθλησης και αναψυχής.

Το Βέλγιο και η Ολλανδία δραστηριοποιούνται σε ίδιες περίπου κατευθύνσεις. Τα εργατικά αθλητικά σωματεία συντονίζονται από τοπικά αθλητικά τμήματα κάτω από την επίβλεψη της Ομοσπονδίας. Οι δραστηριότητες άθλησης και αναψυχής γίνονται συνήθως τα Σάββατα και το καλοκαίρι.

Στην Αγγλία κυριαρχεί η ιδιωτική πρωτοβουλία. Εταιρίες, τράπεζες, ασφάλειες, βιομηχανίες, κλπ., οργανώνονται και δραστηριοποιούνται στην άθληση και αναψυχή υπό την εποπτεία υπεύθυνων που είναι μέλη του Recreation Managers' Association, ο οποίος καθοδηγεί τις αθλητικές δραστηριότητες.

Το 1962, μετά από πρωτοβουλίες των Ελβετών, άρχισαν οι συζητήσεις για την ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας. Έτσι, το 1966, 12 ευρωπαϊκά κράτη-μέλη (Βέλγιο, Δυτ. Γερμανία, Δανία, Αγγλία,

Φινλανδία, Γαλλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Αυστρία, Σουηδία και Ελβετία) ίδρυσαν στη Στοκχόλμη την European Federation For Company Sports. Η Τσεχοσλοβακία και το Ισραήλ ήταν συνεργαζόμενα μέλη. Αργότερα προσχώρησαν και η Τσεχία, το Ισραήλ, η Ισπανία, η Ιταλία, η Κροατία, η Σλοβενία, η Λετονία, η Λιθουανία και η Εσθονία. Η Αγγλία αποχώρησε μετά το συνέδριο του 2002 που πραγματοποιήθηκε στη Μαδρίτη.

Τα ενεργά μέλη των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας που συμμετέχουν στον εργασιακό αθλητισμό είναι 5,2 εκ. Η δομή της οργάνωσής της είναι ομοσπονδιακή και αποτελείται από μία διοικούσα επιτροπή, μία επιτροπή αθλητικού μάνατζμεντ και μία μάρκετινγκ μάνατζμεντ. Σκοπός τους είναι να μεταδώσουν και να ανταλλάξουν εμπειρίες μεταξύ των σωματείων του εργασιακού αθλητισμού, να δημιουργήσουν επαφές μεταξύ των Ομοσπονδιών άθλησης και αναψυχής των χωρών - μελών. Κάθε χρόνο διοργανώνονται αθλητικά ευρωπαϊκά φεστιβάλ (το πρώτο διοργανώθηκε στο Αϊντχόβεν, το 1977).

Η Ελληνική δραστηριότητα στον εργασιακό αθλητισμό κατευθύνεται από το Τμήμα Εργασιακού, Στρατιωτικού και Συνοικιακού Αθλητισμού της ΓΓΑ, το οποίο άρχισε να λειτουργεί το 1986, μετά από ψήφισμα του 1974. Ο εργασιακός αθλητισμός είναι μοιρασμένος σε 2 μέρη. Το μεγαλύτερο μέρος το διαχειρίζεται η ΓΣΕΕ, οργανώνοντας κάθε χρόνο αθλητικές συναντήσεις σε συνεργασία με εργατικά κέντρα και Δήμους. Τα αθλήματα που προσφέρονται περιορίζονται στο ποδόσφαιρο, στο μπάσκετ και στο βόλεϊ. Η ΓΓΑ δεν ελέγχει τις διοργανώσεις αυτές από ως προς τον τρόπο λειτουργίας τους. Το μικρότερο μέρος το διαχειρίζεται η ΓΓΑ, δημιουργώντας γυμναστήρια σε δημόσιες υπηρεσίες. Η ΓΓΑ χρηματοδοτεί τα προγράμματα που οργανώνουν τα εργατικά κέντρα και καταβάλλει τις αμοιβές των γυμναστών που απασχολούνται στα γυμναστήρια. Στατιστικά δεδομένα από τις 2 δράσεις δεν υπάρχουν.

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Η ανάγκη ενασχόλησης με προγράμματα άθλησης και αναψυχής για έναν εργαζόμενο είναι διεθνώς εμπεριστατωμένη. Η δημιουργία ενός ανεξάρτητου φορέα άθλησης εργαζόμενων θα δώσει τη δυνατότητα επίτευξης καλύτερων αποτελεσμάτων στην ανάπτυξη του αθλητισμού για όλους. Η συμβολή - συνεργασία των ΟΤΑ, επιχειρήσεων - επιχειρηματιών και κλάδων εργαζόμενων θεωρείται απαραίτητη. Ο σκοπός δεν είναι μόνο η παρακίνηση, αλλά και η δημιουργία πραγματοποιήσιμων αθλητικών ευκαιριών, που θα απευθύνονται και σε παθητικούς εργαζόμενους. Η μελλοντική πορεία του εργασιακού αθλητισμού στην Ελλάδα θα πρέπει να είναι πολύπλευρη με κύρια στοιχεία την ποικιλία, την ποιότητα και την ελκυστικότητα των προσφερομένων προγραμμάτων άθλησης και αναψυχής.

Βιβλιογραφία

- Αυθίνος, Ι. (1998). *Άσκηση – Άθληση – Κινητική Αναψυχή*. Αθήνα.
- Βεϊνόγλου, Ν. (1994). Συγκριτική μελέτη του αθλητισμού στην Ελλάδα και στη Γερμανία, με έμφαση στην κωπηλασία και στο κανόε-καγιάκ, με σκοπό την ανάπτυξη του κανόε-καγιάκ ως άθλημα ελεύθερου χρόνου στην Ελλάδα. *Διδακτορική διατριβή*. Αμβούργο.
- Eichler, G. (1979). *Spiel und arbeit: zur theorie der freizeit*. Stuttgart.
- Eichler, G. (1972). *Betriebssport als breitensport: was wünscht der arbeitsnehmer?* In: Europa-Komitee für Firmen und Betriebssport: Referate der 6 Konferenz. Hamburg
- Henke, U. (1990). *Betriebssport als ein mittel zur humanisierung der arbeitswelt*. Frankfurt.
- Hundt, G. (1972). *Aufbau und struktur des europäischen betriebssports*. In: Europa-Komitee für Firmen und Betriebssport: Referate der 6 Konferenz. Hamburg
- Mainka, E. (1990). *Ausgewählte aspekte des betriebssports*. Leipzig.
- Tofahrn, K.W. (1991). *Arbeit und betriebssport: eine empirische untersuchung bei grossunternehmen im jahre 1989*. Berlin.

Web sites

<http://www.hdako.de/dbsv/>

<http://www.efcs.org>

<http://www.korpen.se>

<http://www.ufse.org>

<http://www.sfssport.ch>

<http://www.dfif.dk>

<http://www.bedrijfssport.org>

<http://www.bedriftsidrett.no>

<http://www.betriebssport-dbsv.de>

Συνέντευξη: Χαλβατζή Μ. (2002), Προϊσταμένη του Τμήματος Εργασιακού, Στρατιωτικού και Συνοικιακού Αθλητισμού της ΓΓΑ.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΔΗΜΟΥ ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΩΝ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 1998-2002

Ρουσσέτη, Μ. & Χατζηγιάννη, Ε.
Γραφείο Αθλητισμού Δήμου Αμπελοκήπων

Εισαγωγή

Ο τρόπος ζωής και η φυσική δραστηριότητα συνδέονται άρρηκτα με την ψυχοσωματική υγεία και την κοινωνική ανάπτυξη των παιδιών και των ενήλικων (Berger, 1996). Αυτοί οι τομείς καθορίζουν σημαντικά την ποιότητα ζωής σε όλο το φάσμα των ηλικιών. Η υιοθέτηση ενός δραστήριου τρόπου ζωής από την παιδική ηλικία αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα γιατί υπάρχουν ενδείξεις ότι αυτή η συμπεριφορά παραμένει και κατά την ενηλικίωση (Janz, Dawson & Mahoney, 1999; Telama, Yang, Laakwo & Viikari, 1997). Άμεσο αποτέλεσμα της καθιστικής ζωής και της υποκινητικότητας, χαρακτηριστικά της σημερινής εποχής, είναι η εμφάνιση των σύγχρονων ασθενειών, παθήσεων, κλπ., και η αλλαγή του είδους των παθήσεων από μεταδοτικές σε εκφυλιστικές. Η αύξηση του επιπέδου μόρφωσης έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των απαιτήσεων της ποιότητας και την αύξηση της ανάγκης για υγεία και φυσική δραστηριότητα.

Η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (ΓΓΑ), σε συνεργασία με τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ), στο πλαίσιο του κινήματος «Αθλητισμός για Όλους», καθόρισε τις διαδικασίες οργάνωσης και λειτουργίας των προγραμμάτων άσκησης και συνέστησε ότι: «...η άσκηση με τη συστηματική καθοδήγηση πρέπει να αποτελεί ουσιαστική κοινωνική επένδυση γιατί βελτιώνει την ποιότητα ζωής του ανθρώπου, συμβάλλει στην πρόληψη εκφυλιστικών τάσεων, στην ανάπτυξη διαπροσωπικών σχέσεων και στη βελτίωση της σχέσης μεταξύ του ανθρώπου και του φυσικού περιβάλλοντος» (Κάκκος, 1996).

Η Τοπική Αυτοδιοίκηση διαδραματίζει ένα σημαντικό ρόλο στην προσφορά κοινωνικών υπηρεσιών αναψυχής. Ο Αθλητικός Οργανισμός του Δήμου Αμπελοκήπων (ΑΟΔΑ) ιδρύθηκε το 1995. Μέχρι τότε η αθλητική δραστηριότητα του Δήμου ανήκε στην αρμοδιότητα του Πνευματικού Κέντρου. Η ανάπτυξη των αθλητικών τμημάτων έδειξε ότι ο διαχωρισμός αυτός ήταν απαραίτητος. Στόχος του ΑΟΔΑ είναι η ανάπτυξη του μαζικού αθλητισμού σε όλο και περισσότερα αθλήματα, η προσέλκυση όλο και περισσότερων δημοτών στον αθλητισμό και η οικονομική και υλικοτεχνική ενίσχυση των τοπικών ερασιτεχνικών σωματείων. Στη διάρκεια κάθε χρονιάς διοργανώνονται πολλές αθλητικές εκδηλώσεις, όπως ποδηλατοδρομίες, σχολικά πρωταθλήματα, ημερίδες στίβου, ημερίδες σκάκι, πανελλήνια πρωταθλήματα, φιλικές συναντήσεις διάφορων αθλημάτων, ομιλίες αθλητικού περιεχομένου, κλπ. Η πολύμορφη αθλητική δραστηριότητα συμβάλλει στην ανάπτυξη σχέσεων και επικοινωνίας, καλλιεργεί την ευγενή άμιλλα, δημιουργεί αξίες και πρότυπα και συμβάλλει στην αναβάθμιση της ποιότητας ζωής των πολιτών. Για την περίοδο 1998-2002 ο ΑΟΔΑ απασχολεί στα προγράμματά του κατά μέσο όρο 22-25 γυμναστές το χρόνο.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η παρουσίαση στοιχείων σχετικά με την ανάπτυξη του ΑΟΔΑ.

Μεθοδολογία

Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας συλλέχθηκαν στοιχεία από το Δήμο Αμπελοκήπων που αφορούσαν στα τελευταία 4 χρόνια της λειτουργίας του.

Αποτελέσματα

Στον πίνακα 1 παρατίθενται αναλυτικά οι επιχορηγήσεις προς τον ΑΟΔΑ από τη ΓΓΑ για την τετραετία 1998-2002. Αξίζει να αναφερθεί, ότι το ύψος των επιχορηγήσεων καθορίζεται από τον

αριθμό των τμημάτων άθλησης και συνεπώς τον αριθμό των αθλούμενων. Από το έτος 1998 έως σήμερα παρατηρείται μία σημαντικά ανοδική τάση. Το έτος 2001 ο αριθμός των αθλούμενων στα τμήματα του ΑΟΔΑ βρέθηκε στα μέγιστα δυνατά επίπεδα, σύμφωνα με τις υπάρχουσες αθλητικές εγκαταστάσεις του Δήμου.

Πίνακας 1. Επιχορηγήσεις από τη ΓΓΑ στην τετραετία 1998 - 2002

Έτος	Αριθμός τμημάτων	Ύψος επιχορήγησης (σε δραχμές)	Χρονικό διάστημα άθλησης (σε εβδομάδες)
1998 - 1999	49	12.522.987	29
1999 - 2000	48	13.569.636	32
2000 - 2001	53	14.983.140	32
2001 - 2002	61	14.939.437	26

Στους πίνακες 2 και 3 παρατίθενται αναλυτικά οι επιχορηγήσεις της ΓΓΑ προς τον ΑΟΔΑ κατά την τετραετία 1998-2002 για τα εποχιακά αθλητικά τμήματα του Δήμου, οι οποίες επίσης καθορίζονται από τον αριθμό των συμμετεχόντων στα τμήματα. Παρατηρείται σταθερά ανοδική πορεία του αριθμού των αθλούμενων, με εξαίρεση τη συμμετοχή στα τμήματα χειμερινών δραστηριοτήτων, αφού η διεξαγωγή τους ήταν αδύνατη κατά τα έτη 1999 - 2000 και 2000 - 2001 λόγω καιρικών συνθηκών.

Πίνακας 2. Επιχορηγήσεις της ΓΓΑ για τα τμήματα του προγράμματος «Παιδί και θάλασσα» στην τετραετία 1998 – 2002.

Έτος	Αριθμός τμημάτων	Ύψος επιχορήγησης (σε δραχμές)
1998 - 1999	10	480.000
1999 - 2000	12	576.000
2000 - 2001	22	1.056.000
2001 - 2002	32	1.535.828

Πίνακας 3. Επιχορηγήσεις της ΓΓΑ για τα τμήματα του προγράμματος «Χειμερινές δραστηριότητες» στην τετραετία 1998 – 2002.

Έτος	Αριθμός τμημάτων	Ύψος επιχορήγησης (σε δραχμές)
1998 - 1999	10	384.000
1999 - 2000	-	-
2000 - 2001	-	-
2001 - 2002	12	614.372

Σημειωτέον, ότι ο Δήμος Αμπελοκήπων είναι ο τρίτος Δήμος στο Νομό Θεσσαλονίκης όσον αφορά στον αριθμό των επιχορηγούμενων τμημάτων από τη ΓΓΑ στα γενικά προγράμματα «Άθληση για Όλους».

Διάρθρωση του ΑΟΔΑ

Τα αθλήματα που αναπτύσσονται στον ΑΟΔΑ στο πλαίσιο του «μαζικού αθλητισμού» είναι:

- | | |
|------------------------|---------------------------------------|
| 1. Ενόργανη γυμναστική | 7. Judo |
| 2. Άθληση ενηλίκων | 8. Ποδοσφαίρο |
| 3. Tae-kwon-do | 9. Γυμναστική στην προσχολική ηλικία |
| 4. Πετοσφαίριση | 10. Παραδοσιακοί χοροί |
| 5. Καλαθοσφαίριση | 11. Μοντέρνος χορός – παιδικό aerobic |
| 6. Κολύμβηση | 12. Λατινοαμερικάνικοι χοροί |

Η συμμετοχή των αθλούμενων τη χρονική περίοδο 1998 - 2002 αυξανόταν σταδιακά, γεγονός που ενισχύει την επικρατούσα άποψη των δημοτών του Δήμου ότι υπάρχει σταθερότητα και συνέπεια στις παροχές του ΑΟΔΑ προς τους αθλούμενους / πελάτες. Εκτός από τα τμήματα του μαζικού αθλητισμού, στο πλαίσιο του ΑΟΔΑ λειτουργούν και αρκετά αγωνιστικά τμήματα, τα οποία παραθέτονται στους πίνακες 4, 5 και 6.

Πίνακας 4. Αγωνιστικά τμήματα του ΑΟΔΑ – Καλαθοσφαίριση

Αντρικό Τμήμα Καλαθοσφαίρισης		Γυναικείο Τμήμα Καλαθοσφαίρισης	
Έτος	Αγωνιστική κατηγορία	Έτος	Αγωνιστική κατηγορία
1998 - 1999	Α΄ ΕΚΑΣΘ	1998 – 1999	Α΄ ΕΚΑΣΘ
1999 - 2000	»	1999 – 2000	»
2000 - 2001	»	2000 – 2001	»
2001 - 2002	Β΄ ΕΚΑΣΘ	2001 – 2002	»

Πίνακας 5. Αγωνιστικά τμήματα του ΑΟΔΑ – Πετοσφαίριση

Γυναικείο Τμήμα Πετοσφαίρισης	
Έτος	Αγωνιστική κατηγορία
1998 - 1999	Α΄ ΕΠΕΣΘ
1999 - 2000	»
2000 - 2001	»
2001 - 2002	Β΄ Εθνική κατηγορία

Πίνακας 6. Αγωνιστικά τμήματα του ΑΟΔΑ – ΤΑΕ-KWON-DO

ΤΑΕ-KWON-DO	
Έτος	Διακρίσεις
1998 - 1999	Πανελλήνιο πρωτάθλημα παιδων-κορασίδων: 1 χρυσό, 1 αργυρό, 2 χάλκινα μετάλια
1999 - 2000	Πανελλήνιο πρωτάθλημα παιδων-κορασίδων: 4 χάλκινα μετάλια
2000 - 2001	Πανελλήνιο πρωτάθλημα παιδων-κορασίδων: 2 χρυσά, 3 χάλκινα
2001 - 2002	Πανελλήνιο πρωτάθλημα παιδων-κορασίδων: 2 ασημένια, 5 χάλκινα

Τα αγωνιστικά τμήματα λειτουργούν ως ένα ξεχωριστό κομμάτι που όμως διοικείται και ελέγχεται από τη διοίκηση του ΑΟΔΑ. Η πορεία και αυτών των τμημάτων είναι σταθερά ανοδική με πιο αργούς ρυθμούς, όπως συμβαίνει συνήθως στα τμήματα πρωταθλητισμού.

Συμπεράσματα

Από τα παραπάνω στοιχεία, προκύπτει ότι υπάρχει μία αυξητική τάση ανάπτυξης του ΑΟΔΑ, η οποία χαρακτηρίζεται ως ικανοποιητική. Η περαιτέρω ανάπτυξη των τμημάτων του θα μπορούσε να επιτευχθεί τόσο με την αύξηση του ποσού των επιχορηγήσεων από τη ΓΓΑ, αλλά κυρίως με τη δημιουργία νέων αθλητικών εγκαταστάσεων στο Δήμο, παράγοντας που λειτουργεί περιοριστικά όχι μόνο προς την αύξηση του αριθμού των αθλούμενων, αλλά και ως προς τη βελτιστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Βιβλιογραφία

Berger, B. (1996). Psychological benefits of an active lifestyle: what we know and what we need to know ? *Quest*, 48: 330-353.

- Janz, K.F., Dowson, J.D. & Mahoney, L.T. (1999). Tracking physical fitness and physical activity from childhood to adolescence: the Muscatine study. *Medicine and Science in Sport and Exercise*, 32: 1250-1257.
- Telema, R., Yang, X., Laakso, L. & Viikari, J. (1997). Physical activity in childhood and adolescence as predictor of physical activity in young adulthood. *American Journal of Preventive Medicine*, 13: 317-323.
- Κάκκος, Β. (1996). Η οργάνωση του αθλητισμού στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. *Πρακτικά Α' Πανελληνίου Συνεδρίου Ελλ.Ε.Δ.Α.*, Θεσσαλονίκη.

MARKETING ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

Τοσουνίδης, Α.¹ & Ζαρώτης, Γ.²

¹ Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων

² Κέντρο Άσκησης και Αναψυχής Omega, Κολωνία

Εισαγωγή

Ως νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου και με την αυτονομία που τους διέπει, τα πανεπιστήμια παρέχουν υπηρεσίες που σχετίζονται με τη φοιτητική μέριμνα και τον αθλητισμό. Στο εξωτερικό ο πανεπιστημιακός αθλητισμός αναπτύσσεται σε πολλά μοντέλα, τα κυριότερα από τα οποία σχετίζονται με τη γενικότερη αθλητική και οικονομική πολιτική του εκάστοτε κράτους. Στην Αμερική και στον Καναδά ο πανεπιστημιακός αθλητισμός αντικατοπτρίζει το γενικότερο κοινωνικοοικονομικό μοντέλο του καπιταλισμού. Στην Ευρώπη, παρόμοιο μοντέλο παρουσιάζεται εν μέρει στην Αγγλία. Σε χώρες που είναι περισσότερο προσανατολισμένες στον κοινωνικό καπιταλισμό (π.χ., Γερμανία, Γαλλία), ο πανεπιστημιακός αθλητισμός αποτελεί μια υπηρεσία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στο πλαίσιο της κοινωνικής πολιτικής του κρατικού πανεπιστημίου. Στην Ελλάδα, στη δημόσια παρεχόμενη τριτοβάθμια εκπαίδευση ο αθλητισμός εντάσσεται στο πλαίσιο της φοιτητικής μέριμνας και εκφράζεται με τη μορφή τόσο μαζικού, όσο και αγωνιστικού αθλητισμού (με τη διεξαγωγή εσωτερικών πρωταθλημάτων στα ομαδικά αθλήματα και τη συγκρότηση ομάδων που αντιπροσωπεύουν το εκάστοτε πανεπιστήμιο στα πανεπιστημιακά πρωταθλήματα).

Μεθοδολογία

Η μέθοδος που ακολουθήθηκε ήταν αυτή των συνεντεύξεων, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της εξεταστικής περιόδου του Σεπτεμβρίου 2002. Σε αυτές συμμετείχαν ο Διευθυντής του πανεπιστημιακού αθλητισμού του πανεπιστημίου Ιωαννίνων, μέλη του διοικητικού και βοηθητικού προσωπικού, παλαιά στελέχη της διεύθυνσης, φοιτητές και φοιτήτριες που έκαναν χρήση των παρεχόμενων υπηρεσιών, νεοδιόριστο ειδικό προσωπικό, νεοεισαχθέντες φοιτητές, στελέχη από τη Δ/ση προβολής και τη Δ/ση διεξαγωγής πολιτιστικών δραστηριοτήτων του πανεπιστημίου, καθώς και του Γραφείου Φυσικής Αγωγής του Νομού Ιωαννίνων.

Αποτελέσματα – Συζήτηση

Από την επεξεργασία των συνεντεύξεων προέκυψαν τα ακόλουθα αποτελέσματα:

Πολιτική υπηρεσιών: Με εξαίρεση το ποδόσφαιρο (που το καλοκαίρι πραγματοποιείται σε ανοικτό γήπεδο με χόρτο) και το στίβο, οι βασικές υπηρεσίες που προσφέρονται είναι κυρίως κινητικές, αθλητικές και αναψυχικές δραστηριότητες κλειστού χώρου: γενική γύμναση (27 ώρες/εβδ.), καλαθοσφαίριση (6 ώρες/εβδ.), ποδόσφαιρο (4 ώρες/εβδ.), πετοσφαίριση (4 ώρες/εβδ.), παραδοσιακοί χοροί (2 ώρες/εβδ.), γύμναση στο προσωπικό του πανεπιστημίου (5 ώρες/εβδ.), στίβος (4 ώρες/εβδ.), aerobic (3 ώρες/εβδ.), κολύμβηση (3 ώρες/εβδ.) και σκοποβολή (7 ώρες/εβδ.) Τέλος, υπάρχει και η «προετοιμασία φοιτητικών ομάδων» (8 ώρες/εβδ.).

Πολιτική τιμών - χρηματοδότηση: Η οικονομική συμμετοχή των χρηστών των αθλητικών υπηρεσιών είναι μηδενική. Η χρηματοδότηση γίνεται από την πρυτανεία και περιλαμβάνει τα πάγια έξοδα του κλειστού γυμναστηρίου, τα έξοδα ένδυσης, μεταφοράς και διαμονής των ομάδων, ωρομισθίες ειδικού προσωπικού και τρέχοντα έξοδα.

Πολιτική τύπου: Το κλειστό γυμναστήριο και οι υπόλοιπες αθλητικές εγκαταστάσεις είναι δίπλα στην κεντρική είσοδο του πανεπιστημίου και κοντά στη φοιτητική λέσχη, οπότε οι παρεχόμενες υπηρεσίες είναι εύκολα προσιτές και διαθέσιμες στους πελάτες. Βέβαια, το μεγαλύτερο ποσοστό των

φοιτητών/τριών και του προσωπικού διαμένει στην πόλη των Ιωαννίνων και η επιστροφή τους το απόγευμα είναι αρκετά δύσκολη.

Πολιτική επικοινωνίας: Στην επίσημη ιστοσελίδα του πανεπιστημίου δεν υπάρχει ενημέρωση για τα υπάρχοντα αθλητικά προγράμματα, η διαφήμιση των οποίων εξαντλείται στην ανάρτηση σχετικών ανακοινώσεων στη φοιτητική λέσχη, στο πανεπιστημιακό γυμναστήριο και σε μερικούς πίνακες ανακοινώσεων των Τμημάτων. Οι πρωτοετείς ενημερώνονται μέσω φυλλαδίου από τη γραμματεία του Τμήματός τους. Έρευνα σχετική με τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους δεν υπάρχει. Οι δημόσιες σχέσεις με φορείς και σωματεία (αθλητικά και μη) είναι περιορισμένες. Χορηγίες δεν έχουν αναφερθεί ούτε από δημόσιους, ούτε από ιδιωτικούς φορείς.

Συμπεράσματα

Το βασικό συμπέρασμα που καταγράφεται είναι ότι δεν υπάρχει ποσοτική και ποιοτική καταγραφή των αναγκών και επιθυμιών των ομάδων - στόχων (φοιτητών/τριών και προσωπικού). Επίσης, υπάρχουν ελλείψεις και αδυναμίες στην επικοινωνιακή πολιτική, τις δημόσιες σχέσεις, τις συνεργασίες, τη διαφήμιση και τις χορηγίες.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ
ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ**

**Χατζηγιάννη, Ε., Ρουσσέτη, Μ. & Τζέτζης, Γ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ**

Εισαγωγή

Στη σημερινή εποχή το τεχνολογικό και κοινωνικό περιβάλλον αλλάζει ταχύτατα και οι άνθρωποι, οι επιχειρήσεις, οι φορείς και οι οργανισμοί μπορούν να επιβιώσουν μόνο αν μπορούν να αντιδρούν αποτελεσματικά στις συνεχώς μεταβαλλόμενες απαιτήσεις. Η αλλαγή πρέπει να περιλαμβάνει την αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης και τον προσδιορισμό μίας εύλογης μέλλουσας κατάστασης που να ικανοποιεί τους αντικειμενικούς στόχους τους παρόντος, δηλαδή ένα όραμα.

Η παροχή υπηρεσιών είναι πλέον ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος κλάδος της ελληνικής οικονομίας. Επομένως, η προσφορά υπηρεσιών υψηλής ποιότητας διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην επίτευξη κάποιου βαθμού επιθυμητής ανταγωνιστικότητας για τον οργανισμό. Για το λόγο αυτό, πολλοί οργανισμοί παροχής υπηρεσιών έχουν μελετήσει και εισάγει συστήματα ελέγχου της ποιότητας και προγράμματα βελτίωσης των παρεχόμενων υπηρεσιών κυρίως στο εξωτερικό, από την προηγούμενη κιόλας δεκαετία, ενώ για την ελληνική πραγματικότητα η προοπτική αυτή βρίσκεται ακόμη σε αρχική φάση. Ωστόσο, ακόμη και στο εξωτερικό, οι οργανισμοί που παρέχουν υπηρεσίες δεν έχουν καταφέρει να πληρούν όλα τα απαιτούμενα standards (Koepp, 1987). Ο οργανισμός που επιθυμεί να πετύχει τους αντικειμενικούς στόχους ως παροχέας υπηρεσιών πρέπει να παίρνει σοβαρά υπόψη του τα θέματα της ποιότητας και να προσπαθεί διαρκώς να ικανοποιεί τις επιθυμίες των πελατών.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση των πιο σημαντικών, κατά την αντίληψη των πελατών, παρεχόμενων υπηρεσιών σε χιονοδρομικά κέντρα.

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 100 επισκέπτες, 5 χιονοδρομικών κέντρων της Β.Ελλάδας, οι οποίοι επιλέχθηκαν τυχαία.

Όργανο μέτρησης: Για την υλοποίηση του σκοπού της έρευνας δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο που αξιολογούσε την αντιλαμβανόμενη από τους επισκέπτες σημαντικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών των χιονοδρομικών κέντρων. Οι παράγοντες που διερευνήθηκαν ήταν οι εξής: «κατάσταση στις πίστες», «συμπεριφορά του προσωπικού», «σχολές σκι», «εγκαταστάσεις», «δυνατότητες των εγκαταστάσεων», κλπ. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε στατιστική επεξεργασία με το πρόγραμμα SPSS. Έγινε ανάλυση T-Test για τη σύγκριση των αποτελεσμάτων κατά φύλο και ONEWAY ANOVA (post hoc test) για τη σύγκριση κατά ηλικία.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Οι 55 από τους συμμετέχοντες ήταν άντρες και οι 45 γυναίκες, ηλικίας 10 έως 50 ετών. Όσον αφορά στο φύλο, οι γυναίκες θεώρησαν πιο σημαντικές τις παρεχόμενες υπηρεσίες σχετικά με τους παράγοντες διερεύνησης που προαναφέρθηκαν σε σχέση με τους άντρες, ωστόσο δεν προέκυψε σημαντική στατιστική διαφορά. Όσον αφορά στη σύγκριση κατά ηλικία, άτομα όλων των ηλικιών θεώρησαν το ίδιο σημαντικούς τους προαναφερόμενους παράγοντες με εξαίρεση τις εγκαταστάσεις και τη κατάσταση σε αυτές, οι οποίες θεωρήθηκαν πιο σημαντικές ως προς τη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, από τα άτομα ηλικίας άνω των 40 ετών. Στο θέμα αυτό προέκυψε σημαντική στατιστική διαφορά.

Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι τόσο οι άντρες, όσο και οι γυναίκες έχουν περίπου την ίδια αντίληψη όσον αφορά στη σημαντικότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ποιότητά τους. Τα άτομα άνω των 40 ετών δίνουν περισσότερη σημασία στους εσωτερικούς χώρους (καταφύγια) από ότι οι νεότεροι, πράγμα που εξηγείται ίσως από το γεγονός ότι οι άνθρωποι αυτών των ηλικιών τους χρησιμοποιούν περισσότερο.

Οι πληροφορίες είναι χρήσιμες και μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην ανάδειξη προτάσεων που να στοχεύουν: α) στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, β) στη διαμόρφωση ανάλογου πειραματικού μοντέλου, γ) στη διαμόρφωση ποιοτικού μάνατζμεντ για οικονομική - διαχειριστική βελτίωση, δ) στην εύρεση αξιόπιστων λύσεων σε προβλήματα ασφάλειας, ε) αναβάθμιση σε όλους τους τομείς.

**ΑΠΟ ΤΟ ΜΑΖΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΙΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΓΡΟΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΜΙΑ ΕΝΝΟΙΑ, ΠΟΛΛΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ**

Ευθυμίου, Ν. & Καδόγλου, Ν.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Σύμφωνα με πολλούς ερευνητές, ο τουρισμός είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο άμεσα συνδεδεμένο με τη διαμόρφωση των κοινωνικών και καταναλωτικών προτύπων των σύγχρονων μεσοαστικών στρωμάτων των αναπτυγμένων χωρών. Σκοπός της εργασίας ήταν να γίνει μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με την εξέλιξη του φαινομένου του τουρισμού, το πέρασμα από το μαζικό τουρισμό στις εναλλακτικές μορφές αυτού, να προσδιοριστούν ποια είναι τα χαρακτηριστικά της κάθε μορφής τουρισμού και που οδηγούν οι νέες τάσεις. Διαπιστώθηκε ότι ο τουρισμός αποκτά ξανά κοινωνικό, πολιτισμικό και επικοινωνιακό νόημα περιλαμβάνοντας δραστηριότητες και κοινωνικές δράσεις, όπως φυσιολατρεία, προστασία του περιβάλλοντος, αθλητισμός, εκπαίδευση και αναζήτηση αυθεντικών ταξιδιωτικών εμπειριών, πολιτιστικές και περιηγητικές δραστηριότητες, φυσική και υγιεινή ζωή, διαβίωση στο ύπαιθρο και σε περιοχές όπου κυριαρχεί ο παραδοσιακός τρόπος ζωής. Το ενδιαφέρον όλων έχει στραφεί προς τις αγροτουριστικές δραστηριότητες, οι οποίες προσαρμόζονται στις ανάγκες και στις δυνατότητες της αγροτικής οικογένειας, ευνοούν την επαφή με τη φύση και τη σύσφιγξη των σχέσεων μεταξύ της πόλης και της υπαίθρου. Ο αγροτουρισμός, τέλος, διαφυλάττει και προωθεί την πολιτιστική και αρχιτεκτονική κληρονομιά.

**ΠΑΡΟΧΗ ΟΡΓΑΝΩΜΕΝΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ
ΚΑΤΑ ΤΗ ΘΕΡΙΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ**

Κοντζιά, Μ.,¹ Τριγώνης, Χ.,¹ Τζέτζης, Γ.,¹ Τριγώνης, Ι.² & Ματσούκα, Ου.²

¹ Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Σκοπός της εργασίας ήταν να διερευνήσει τις απόψεις και τις επιθυμίες των κατοίκων και των παραθεριστών του νησιού της Ύδρας για τις αθλητικές δραστηριότητες που θα ήθελαν να συμμετάσχουν τους καλοκαιρινούς μήνες στο νησί. Στην έρευνα συμμετείχαν 550 άτομα, (312 άνδρες και 238 γυναίκες) μόνιμοι κάτοικοι, αλλά και παραθεριστές κατά το μήνα Ιούλιο. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμπλήρωσαν ένα τετρασέλιδο ερωτηματολόγιο, που κατέγραφε τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, τις απόψεις και επιθυμίες τους για συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες κατά τους θερινούς μήνες, καθώς επίσης και τις δυνατότητες και παροχές του νησιού σε αθλητικά προγράμματα. Τα αποτελέσματα έδειξαν την ανυπαρξία προγραμμάτων αθλητικού περιεχομένου κατά τους θερινούς μήνες στο νησί. Οι εγκαταστάσεις του Δήμου όπου πραγματοποιούνται προγράμματα μαζικού αθλητισμού τους χειμερινούς μήνες και οι σχολικές αθλητικές εγκαταστάσεις δεν αξιοποιούνται προς όφελος των τουριστών και των κατοίκων του νησιού την περίοδο του καλοκαιριού σε αντίθεση με τις επιθυμίες τους. Η αναστολή των προγραμμάτων μαζικού αθλητισμού στους περισσότερους Δήμους της χώρας κατά την περίοδο του καλοκαιριού είναι συνηθισμένο φαινόμενο. Κάτι που φαίνεται πως δεν έρχεται σε συμφωνία με τις απόψεις και επιθυμίες των πολιτών, που δείχνουν να ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες και κυρίως σε δραστηριότητες κινητικής αναψυχής σε σχέση με τη θάλασσα, αλλά και σε δραστηριότητες που φέρνουν σε επαφή με το φυσικό περιβάλλον. Η συνέχιση των προγραμμάτων μαζικού αθλητισμού, καθώς και η υλοποίηση νέων κατά τους θερινούς μήνες, θα βοηθούσε στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και θα έδινε τη δυνατότητα στους ντόπιους και μόνιμους κάτοικους του νησιού για συμμετοχή και βελτίωση της ποιότητας της ζωής τους.

**ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΚΑΙ ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΚΟΛΥΜΒΗΣΗΣ
ΣΕ ΠΑΙΔΙΑ 6 ΕΩΣ 10 ΧΡΟΝΩΝ**

Κοντζιά, Μ.,¹ Τριγώνης, Χ.,¹ Τζέτζης, Γ.,¹ Τριγώνης, Ι.² & Ματσούκα, Ου.²

¹Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

²Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Σκοπός της εργασίας ήταν να διερευνήσει την αποτελεσματικότητα 2 διαφορετικών μεθόδων εκμάθησης κολύμβησης σε παιδιά ηλικίας 6 έως 10 χρόνων. Στην έρευνα συμμετείχαν 120 παιδιά (65 αγόρια και 55 κορίτσια) στο νησί της Ύδρας. Το δείγμα χωρίστηκε σε 2 ομάδες των 60 ατόμων, ισοδύναμες σε σχέση με το φύλο και την ηλικία. Κατά τους θερινούς μήνες και για 1 ώρα καθημερινά τα παιδιά παρακολουθούσαν μαθήματα εκμάθησης κολύμβησης. Στην 1^η ομάδα ακολουθήθηκε προπόνηση βελτίωσης της τεχνικής μέσω των κλασικών ασκήσεων που χρησιμοποιούνται στα κολυμβητήρια. Στη 2^η ομάδα ακολουθήθηκε μέθοδος που περιελάμβανε κυρίως παιχνίδια και δραστηριότητες αναψυχής μέσα στο νερό. Στο τέλος του καλοκαιριού αξιολογήθηκε η βελτίωση της τεχνικής και της εκμάθησης κολύμβησης σε σχέση με μια δέσμη 5 ποιοτικών και 2 ποσοτικών κριτηρίων. Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι τα παιδιά στα οποία η βελτίωση της τεχνικής στηρίχτηκε σε δραστηριότητες αναψυχής και σε παιχνίδια στο νερό, παρουσίασαν μεγαλύτερη βελτίωση και έμαθαν να κολυμπούν καλύτερα από τα παιδιά που ακολούθησαν τη συνήθη προπονητική μεθοδολογία των κολυμβητηρίων και των κολυμβητικών συλλόγων. Είναι πιθανόν, στις συνθήκες των καλοκαιρινών διακοπών το παιχνίδι να λειτουργεί ως ένα επιπλέον κίνητρο για αυξημένη προσπάθεια και βελτίωση σε παιδιά ηλικίας 6 ως 10 χρόνων. Ένα κλασικό μοντέλο προπόνησης κολύμβησης μπορεί να έχει σημαντικά αποτελέσματα στις αγωνιστικές συνθήκες και στοχεύοντας στις μεγάλες επιδόσεις, αλλά για την απλή εκμάθηση των βασικών στοιχείων τεχνικής φαίνεται πως προτιμότερο είναι να ακολουθούνται μέθοδοι με κύρια χαρακτηριστικά το παιχνίδι και την κινητική αναψυχή.

ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ: Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΣΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ

Βεϊνόγλου, Ν. & Όκκας, Σ.

Εισαγωγή

Οι ταχύτατες εξελίξεις της κοινωνίας της γνώσης και της πληροφορίας σε παγκόσμιο επίπεδο επιφέρουν ραγδαίες και σημαντικές μεταβολές στη δομή και στη λειτουργία πολλών κοινωνικών θεσμών, καθώς και διαφοροποιήσεις ατομικών αναγκών και συμπεριφορών. Οι εξελίξεις αυτές εκδηλώνονται εντονότερα στις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες, αλλά και στην Ελλάδα γίνονται προσπάθειες αναδιάρθρωσης στο κοινωνικοοικονομικό σύστημα, όπως συγχωνεύσεις και επεκτάσεις εταιρειών, αλλά και μεταρρυθμίσεις στη δημόσια διοίκηση, στην οικονομία, στην παιδεία, στην εργασία, στην τεχνολογία και σε άλλους τομείς. Οι εξελίξεις αυτές δεν θα αφήσουν ανεπηρέαστο το θεσμό του αθλητισμού και θα αλλάξουν θεωρητικές τοποθετήσεις, οργανωτικές δομές και πρακτικές εφαρμογές στο αθλητικό μάνατζμεντ και μάρκετινγκ.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να παρουσιάσει πληροφορίες, ρυθμούς εξέλιξης και κατευθύνσεις που σχετίζονται με την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και ειδικότερα τις θετικές εφαρμογές τους στις δομές και στη λειτουργία του αθλητισμού.

Μεθοδολογία

Η εργασία βασίζεται σε βιβλιογραφική έρευνα (και μέσω του διαδικτύου).

Αποτελέσματα

Με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών δημιουργείται ένα ανοικτό παγκόσμιο δίκτυο επικοινωνίας που ονομάζεται διαδίκτυο, ή κυβερνοχώρος. Μέσω της ψηφιακής τεχνολογίας, του ηλεκτρονικού υπολογιστή και των λογισμικών προγραμμάτων δίνεται σε κάθε χρήστη η δυνατότητα αποστολής και λήψης κειμένων, ήχου, εικόνων και video, γνωστοποίησης θέσεων και απόψεων, όπως επίσης διαχείρισης, προώθησης και προβολής προϊόντων και υπηρεσιών.

Σε ερευνητικά προγράμματα για το διαδίκτυο που πραγματοποιούνται στο διεθνή χώρο από δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς διάφορων κρατών, εξειδικευμένους επιστήμονες και άλλους ειδικούς επισημαίνονται οι παρακάτω θεματικοί πυρήνες:

- Τεχνικές, εσωτερικές δομές, εμπορευματοποίηση, τμηματοποίηση και ενιαιοποίηση των νέων τεχνολογιών επικοινωνίας.
- Πληροφόρηση, διασκέδαση, εικονική πραγματικότητα και παιχνίδια.
- Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατανάλωση και συναλλαγές.
- Εργασιακός χώρος – τηλε-εργασία.
- Εκπαίδευση και μάθηση (γενική μόρφωση).

Ο αριθμός των χρηστών του διαδικτύου αυξάνεται ραγδαία. Σύμφωνα με έκθεση του NUA Internet Survey οι χρήστες που είχαν πρόσβαση το Μάρτιο του 1999 ήταν 171 εκατομμύρια και έφθασαν τον Μάρτιο του 2000 τα 304 εκατομμύρια, από τους οποίους 138 εκατομμύρια προέρχονται από τις ΗΠΑ και τον Καναδά, 83 εκατομμύρια από την Ευρώπη και 68 εκατομμύρια από την Ασία και τον Ειρηνικό.

Έρευνα της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Γερμανίας για το 2001 έδειξε ότι η Σουηδία έχει το μεγαλύτερο ποσοστό χρηστών (69% του πληθυσμού) μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ η Ελλάδα κατατάσσεται στην τελευταία θέση (12% του πληθυσμού). Έρευνα που

πραγματοποιήθηκε στην Αμερική τον Σεπτέμβριο του 2000 από την Pew Research Center δείχνει ότι πάνω από τους μισούς αμερικανούς χρησιμοποιούν το διαδύκτιο. Το 32% από αυτούς που δεν το χρησιμοποιούν (31 εκατομμύρια αμερικανοί) δηλώνουν ότι δεν επιθυμούν να έχουν πρόσβαση και ένα άλλο 25% δηλώνει ότι ποτέ δεν πρόκειται να ενδιαφερθεί για σύνδεση στο διαδίκτυο.

Σε έρευνα αγοράς της Emind, θυγατρικής του Ινστιτούτου Έρευνας Αγοράς DNS, που πραγματοποιήθηκε το Δεκέμβριο του 2000 στη Γερμανία, σε ερώτημα που τέθηκε σε 500 άτομα, τα οποία δεν χρησιμοποιούν το διαδύκτιο 24% απάντησαν ότι δεν έχουν κανένα ενδιαφέρον, 22% ότι είναι αρκετά ακριβό και 18% ότι δεν έχει κανένα ενδιαφέρον για τις νέες τεχνολογίες.

Σε έρευνα της επιτροπής για τα MME των κρατικών τηλεοπτικών δικτύων της Γερμανίας ARD και ZDF για το μήνα Σεπτέμβριο του 2000 παρουσιάζεται ότι 18.3 εκατομμύρια Γερμανοί ηλικίας άνω των 14 ετών χρησιμοποιούν το διαδύκτιο (28.6% του συνολικού πληθυσμού). Υπάρχει μία σημαντικότερη αύξηση του αριθμού των ατόμων κατά 63% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Οι χρήστες του διαδυκτίου είναι άτομα υψηλών επιπέδου μόρφωσης.

Έντονες αυξητικές τάσεις παρουσιάζονται και στην Ελλάδα. Το Υπουργείο Ανάπτυξης ενισχύει οικονομικά επιχειρήσεις για αγορά και χρήση υπολογιστών, ενώ το ΥΠΕΠΘ επιμορφώνει και χρηματοδοτεί τους εκπαιδευτικούς που ασχολούνται με τις νέες τεχνολογίες. Η αναλογία υπολογιστών / μαθητών στα σχολεία βελτιώνεται συνεχώς. Με τα δεδομένα αυτά, το διαδύκτιο μπορεί να χαρακτηριστεί ως το μελλοντικό μέσο μαζικής επικοινωνίας και ενημέρωσης. Εφαρμογές του μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για την προσφορά υπηρεσιών εκπαίδευσης, συναλλαγών και ψυχαγωγίας.

Οφέλη του αθλητισμού από το διαδύκτιο

Τα οφέλη του αθλητισμού που απορρέουν από την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου μπορούν να διακριθούν στους παρακάτω γενικούς άξονες:

- Συντονισμός αθλητικών φορέων (ομοσπονδίες, σωματεία, συνδέσμους, εταιρείες, ινστιτούτα, ενώσεις, πανεπιστήμια, αθλητικά τμήματα Δήμων, Νομαρχιών και Περιφερειών, καθώς και άλλων οργανισμών που ασχολούνται με τον αθλητισμό).
- Κωδικοποίηση και διαχείριση αθλητικών πληροφοριών.
- Εκπαίδευση και επιμόρφωση στελεχών αθλητικών φορέων.
- Τηλε-εργασία και τηλε-διασκέψεις.
- Επιστημονική έρευνα και ενημέρωση για αθλητικά θέματα μέσα από ένα τεράστιο πλήθος ηλεκτρονικών δεδομένων.
- Βελτίωση οργανωτικών δυνατοτήτων τμημάτων των αθλητικών φορέων μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και λογισμικών προγραμμάτων (βάσεις δεδομένων, διαχείριση πληροφοριών, σχεδιασμό, προγραμματισμό και έλεγχο).
- Μάρκετινγκ και ηλεκτρονικό εμπόριο αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών.
- Αυτόματη, οικονομική και σε πραγματικό χρόνο (on-line) ενημέρωση και επικοινωνία συνεργατών, μελών, πελατών και άλλων εμπλεκόμενων με αθλητικούς φορείς (δικτυακές πύλες, ιστοσελίδες, newsletter, e-mail, video και φωνητική επικοινωνία).
- Εξειδικευμένα και ποιοτική ενημέρωση για θέματα αθλητικών τομέων.
- Δημοκρατική και πολύπλευρη συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων.

Συμπεράσματα

Το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο που με κατάλληλες τεχνικές και μεθόδους μπορεί να συμβάλει στην οργάνωση, προώθηση και ανάπτυξη του ελληνικού αθλητισμού.

Βιβλιογραφία

- Black, U. (1999). *Internet technologien der zukunft*. München.
Wintermeier, J. (1988). *Sportmanagement in Europa*. Frankfurt am Main.

- Γαργαλιάνος, Δ. & Αυθίνος, Γ. (2001). *Αθλητικό μάνατζμεντ*. Θεσσαλονίκη.
- Γκαντζιάς, Γ. & Καμάρας, Δ. (2000). *Ψηφιακή επικοινωνία, νέα μέσα και η Ελληνική κοινωνία των πληροφοριών: σύγκλιση, ηλεκτρονικό εμπόριο και διαδικτυακές πύλες*. Αθήνα.
- Παπαδάκης, Σ. & Χατζηπέρης, Ν. (2001). *Βασικές δεξιότητες στις τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας*. Αθήνα.

Δικτυακοί τόποι

<http://athena.pi.ac.cy/newtechno/newworld.htm>
<http://athena.pi.ac.cy/newtechno/nocomputers.htm>
<http://athena.pi.ac.cy/newtechno/onlineeducation.htm>
<http://athena.pi.ac.cy/newtechno/greekteleeducation.htm>
<http://www.uni-mannheim.de/mateo/verlag/dipl/jvlucke/kap-05.htm>
<http://www.isl.uni-karlsruhe.de/vrl/lpl2/dd36b.htm>
http://www.archshannon.de/hardware/lexikon/z_internet.htm

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
ΠΟΥ ΕΠΕΔΡΑΣΑΝ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗ
ΤΟΥ 20^{ου} ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΤΟΥ ΣΙΔΝΕΪ**

Σπύρος, Σ.¹ & Γαργαλιάνος, Δ.²

¹ University of Technology, Sydney

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Λόγω της έλλειψης σχετικής βιβλιογραφίας και των κοινωνικών, οικονομικών, πολιτιστικών, κ.α., επιδράσεων που υφίστανται στον τόπο όπου πραγματοποιούνται τα μη-κερδοσκοπικά φεστιβάλ πολλοί ερευνητές έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους σε αυτά (Getz & Frisby, 1989; Getz, 1997).

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εξετάσει τα στοιχεία του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος που επέδρασαν στο σχεδιασμό και στην οργάνωση του 20^{ου} Ελληνικού Φεστιβάλ του Σίδνεϊ (ΕΦΣ).

Μεθοδολογία

Δείγμα: Στην έρευνα συμμετείχαν 8 άτομα που σχετίζονταν με τη διοργάνωση του ΕΦΣ (πρόεδροι, στελέχη, εθελοντές και επιφανείς προσωπικότητες της Ελληνικής κοινότητας του Σίδνεϊ), η επιλογή των οποίων έγινε με τη μέθοδο της «χιονοστιβάδας» (snowball sampling).

Όργανο μέτρησης: Χρησιμοποιήθηκε 1 βασικό ερωτηματολόγιο, η δομή του οποίου βασίστηκε σε ανάλογο ερωτηματολόγιο του Αυστραλιανού Συμβουλίου για τις Τέχνες (Australia Council of the Arts, 1997) και τροποποιήθηκε για να καλύψει τις ιδιαιτερότητες του ΕΦΣ. Επιπλέον, χρησιμοποιήθηκαν 4 λίστες ερωτήσεων, οι οποίες ήταν διαφοροποιημένες ανάλογα με την ιδιότητα του ερωτώμενου (πρόεδρος, εθελοντής, στέλεχος, επιφανής προσωπικότητα).

Διαδικασία μέτρησης: Πραγματοποιήθηκαν ημι-δομημένες προσωπικές συνεντεύξεις, ο μέσος χρόνος των οποίων ήταν 80 λεπτά. Από αυτές 4 μαγνητοφωνήθηκαν, ενώ στις υπόλοιπες κρατήθηκαν σημειώσεις κατόπιν επιθυμίας των ερωτηθέντων.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα εξέφρασαν την άποψη ότι το ΕΦΣ αντιμετωπίζει προβλήματα σε όλους σχεδόν τους τομείς της διοίκησης στο εσωτερικό του περιβάλλον (π.χ., στρατηγικός σχεδιασμός, οργανωτική δομή, οικονομική διαχείριση, κλπ.). Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε ότι κάθε χρόνο μετά το 1996, ο πρόεδρος και ο συντονιστής αλλάζουν μόλις τελειώσει η διοργάνωση. Επίσης, οι προετοιμασίες για τη διοργάνωση ξεκινούν μόλις 4 μήνες πριν από την επίσημη έναρξη.

Αντίθετα, οι ερωτηθέντες αναγνώρισαν πολλές ευκαιρίες για το ΕΦΣ στο εξωτερικό περιβάλλον. Χαρακτηριστικά αναφέρθηκε ότι το ενδιαφέρον για τη διοργάνωση κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα τόσο από το κοινό, όσο και από υποψήφιες εταιρίες χορηγούς διότι αποτελεί «μονοπώλειο» στο είδος του τόσο σε σχέση με τον αριθμό και την ποιότητα των εκδηλώσεων που προσφέρει στο κοινό, όσο και με την αποτελεσματικότητά του στην προβολή των προϊόντων των χορηγών στην Ελληνική κοινότητα του Σίδνεϊ.

Συμπεράσματα

Η ανάγκη για μακροπρόθεσμο στρατηγικό σχεδιασμό από τα μη – κερδοσκοπικά φεστιβάλ κρίνεται ως αναγκαία (McDonnell, Allen & O'Toole, 1999; Getz & Frisby, 1989; Getz, 1997; Robbins, 1997). Το ΕΦΣ έχει σημειώσει σημαντική αναπτύξη στην 20ετή πορεία του, αλλά η έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού είναι εμφανής. Επίσης, υπάρχουν πολλά προβλήματα που προέρχονται από το εσωτερικό του περιβάλλον και πλήττουν το κύρος του, την εικόνα του, την ανάπτυξη του κοινού, καθώς και τα έσοδά του, πράγμα το οποίο, όμως, δεν αποτελεί ουσιαστικό βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο κίνδυνο για την επιβίωσή του λόγω της ισχυρής οικονομικής υποστήριξης που του παρέχει η Ελληνική κοινότητα του Σίδνεϊ.

Βιβλιογραφία

- Australian Council. (1998). *The taxi driver the cook and the greengrocer: the representation of non-english speaking origin people in theatre, film and television*. Sydney.
- Catherwood, D. & Van Kirk, R. (1992). *Special events management*. John Wiley & Sons, New York.
- Dickman, S. (2000). *A guide to developing arts marketing plans*. Australia Council for the Arts, Sydney.
- Dickman, S. (1997). *Art marketing: the pocket guide*. Australia Council for the Arts, Sydney.
- Frisby, W. & Getz, D. (1989). Festival management: a case study perspective. *Journal of Travel Research*, 1: 7-11.
- Getz, D. (1993). Corporate culture in non-profit festival organizations: concepts and potential applications. *Journal of Festival and Special Events Management*, 1: 11-17.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events & tourism*. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Getz, D. (1997). *Event management & event tourism*. Cognizant Communication Corporation, New York.
- Getz, D. & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in community-run festivals. *Journal of Travel Research*, 1: 22-27.
- Grogan, D. (1995). *The cultural planning handbook*. Allen & Unwin, Arts Queensland.
- Grey, A. & Skidlum, K. (1999). *The sponsorship seeker's toolkit*. The McGraw – Hill Companies, Inc., Sydney.
- Holaway, I. (1997). *Basic concepts for qualitative research*. Blackwell Science Ltd., London.
- Johnson, G. & Scholes, K. (1988). *Exploring corporate strategy*. Prentice Hall International, London.
- Kotler, P. & Schef, J. (1997). *Standing room only*. Harvard Business School Press, Boston, USA.
- Mataranga, E. (1998). *A strategic analysis of the Athens Cultural Olympiad 2004*. Unpublished Master's thesis, Loughborough University, England.
- Minichiello, V. & Aroni, A. (1996). *In depth interviewing: principles, techniques, analysis*. Longman Australia Pty Ltd.
- McDonnell, I., Allen, J. & O'Toole, W. (1999). *Festivals and special events management*. Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Robbins, S. & Bergman, R. (1997). *Management*. Prentice-Hall, Sydney.
- Sotiriadou, P. & Elison, M. (1997). *Strategic analysis for Horizon Travel*. Loughborough University Publications, Loughborough.
- Steidi, P. (1997). *The art of strategic planning: vision and strategies for cultural organizations*. Commonwealth Department of Communications and the Arts and Business, Victoria.
- Steidi, P. (1999). *Marketing strategies for arts organizations*. Australia Council for the Arts, Sydney.
- Spring, J. (1995). *Arts festivals 1993-1994*. Research paper No 13, Australia Council for the Arts, Sydney.
- Veal, J. (1997). *Research methods for leisure and tourism*. Pittman Publishing.

Greek Festival of Sydney publications / resources

Greek Festival of Sydney. (1980; 1981; 1983; 1984; 1985; 1987; 1990; 1991; 1992; 1993; 1994; 1995;

- 1996; 1997; 1998; 1999; 2000; 2001). Official festival program. Greek Community Council of Sydney, 206 Lakemba St, Lakemba, Sydney.
- Greek Orthodox Community. (2001). *Financial accounts and statements for the year ended – 30 June 2001*. Greek Orthodox Community, Sydney.
- Katakouzinos, L. (1997). *Coordinator's report: 15th Greek festival of Sydney*. Greek Orthodox Community, Sydney.
- Tsioutas, N., (1996). *Mission statement: the future of the Greek festival*. Greek Orthodox Community, Sydney.
- Tziavragos, A. (1996). *Coordinator's report: 14th Greek Festival of Sydney*. Greek Orthodox Community, Sydney.
- Unsigned, (1998). *Artistic report of the 16th Greek festival of Sydney*. Greek Orthodox Community, Sydney.
- Vincent, A. (2001). *Memorandum to Manolis Plantzos and Petro Alexiou: festival ideas*. Greek Orthodox Community of Sydney, Sydney.

Interviews

- | | |
|--------------------|-------------------------|
| Alexiou, P. | September 2001, Sydney. |
| Gialousi, F. | July 2001, Sydney. |
| Georgakopoulos, M. | October 2001, Sydney. |
| Ioannidou, A. | June 2001, Sydney. |
| Katakouzinos, L. | July 2001, Sydney. |
| Masselos, P. | September 2001, Sydney. |
| Papanikitas, N. | September 2001, Sydney. |
| Plantzos, M. | September 2001, Sydney. |
| Plantzos, M. | September 2001, Sydney. |

Web site resources

- Australian Bureau of Statistics. (1996). Attendance's and expenditure in festivals. www.abs.gov.au.
- Dshedshorov, K. (2000). Factors that contribute to the success of regularly open-air music festivals. www.web.ukonline.co.uk/festivals
- The Greek Festival of Sydney. Official Website. www.goc.com.au/greekfestival

ΤΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΣΠΟΡ: ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Νικολαΐδης, Δ.,¹ Τζέτζης, Γ.² & Αντωνιάδου, Σ.³

¹ ALPHA ΜΜΕ Β. Ελλάδος

² Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

³ City College of Thessaloniki

Εισαγωγή

Τα ΜΜΕ έχουν συμβάλλει σημαντικά στην ανάδειξη και στην εξέλιξη πολλών αθλημάτων. Τα τελευταία χρόνια, μέσω εμπορικών συμφωνιών με τηλεοπτικά κανάλια οι αμοιβές κάποιων αθλητών έχουν φτάσει σε αστρονομικά επίπεδα.

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εντοπίσει τα οφέλη που προκύπτουν από τη συνεργασία μεταξύ των ΜΜΕ και του ιδιόρρυθμου κόσμου των σπορ.

Τύπος

Από τα τέλη του 19^{ου} ως τα μέσα του 20^{ου} αιώνα η εφημερίδα αποτελούσε την καθημερινή πηγή ενημέρωσης για τα σημαντικά γεγονότα της κοινωνίας. Σήμερα, ο αριθμός των εφημερίδων και περιοδικών που εκδίδονται έχει αυξηθεί σημαντικά και η θεματολογία που παρουσιάζουν είναι πραγματικά εντυπωσιακή. Πολλά από αυτά τα έντυπα έχουν αποκλειστικά αθλητικό περιεχόμενο. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλες οι πολιτικές και οικονομικές εφημερίδες αφιερώνουν κάποιες σελίδες τους σε θέματα αθλητικού ενδιαφέροντος.

Ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο έχει επιδράσει σημαντικά στα σπορ από την πρώτη εμπορική μετάδοση του σταθμού KDKA στο Pittsburgh, το 1920. Γνώρισε τεράστια αποδοχή και για πολλά χρόνια ήταν το μοναδικό ηλεκτρονικό μέσο που μετέδιδε άμεσα αθλητικά γεγονότα. Στα τέλη του 1948, μόνο στις ΗΠΑ υπήρχαν περισσότεροι από 1000 ραδιοφωνικοί σταθμοί, οι οποίοι μετέδιδαν κυρίως αγώνες μπίτζμπωλ. Το ίδιο σχεδόν σκηνικό δημιουργήθηκε και στην Ελλάδα. Το ραδιόφωνο έγινε σύντροφος κάθε φίλαθλου που άκουγε την αναμετάδοση των αγώνων κάθε Κυριακή. Σήμερα, το ραδιόφωνο αποτελεί πηγή αθλητικής πληροφόρησης για πολλούς και υπάρχουν σταθμοί που μεταδίδουν μόνον αθλητικό πρόγραμμα, καταδεικνύοντας έτσι τη δυναμική του ραδιοφώνου σε μια κοινωνία της τεχνολογικής εξέλιξης και του επικοινωνιακού πλουραλισμού.

Η εξέλιξη της τηλεόρασης

Για δεκαετίες, το ραδιόφωνο και η δημόσια τηλεόραση μονοπωλούσαν την κάλυψη των γεγονότων. Σήμερα η κατάσταση είναι εντελώς διαφορετική, αφού υπάρχουν δημόσια / ιδιωτικά / καλωδιακά / ψηφιακά / δορυφορικά / διαδικτυακά / pay per view και εξειδικευμένα τηλεοπτικά κανάλια. Όταν πριν από μερικά χρόνια οι επιτελείς του καλωδιακού καναλιού ESPN αποφάσισαν το κανάλι να μεταδίδει μόνον αθλητικά γεγονότα και θέματα υπήρξε αρκετός προβληματισμός για την ορθότητα της απόφασης αυτής, αφού δεν μπορούσαν να προσδιορίσουν το μέγεθος της αγοράς που προσέγγιζαν. Σήμερα το ESPN απασχολεί περισσότερους από 2000 υπαλλήλους και φτάνει σε 73 εκατομμύρια σπίτια.

Πώς, όμως, η τηλεόραση επιδρά στην ανάπτυξη ενός αθλήματος; Η εμπλοκή του ESPN στο Beach Volley δείχνει χαρακτηριστικά την ωφελημότητα αυτής της σχέσης για το άθλημα. Το άθλημα ήταν άγνωστο στο ευρύ κοινό, μέχρι που το ESPN αποφάσισε να το καλύψει τηλεοπτικά. Η τηλεοπτική

προβολή προσέλκυσε εταιρείες που ήθελαν να διαφημιστούν και σήμερα το Beach Volley είναι ενταγμένο στο πρόγραμμα των Ολυμπιακών Αγώνων (ΟΑ).

Τηλεόραση και χορηγία

Τα σπορ αποτελούν ένα πολύ πολύ καλό μέσο διαφήμισης. Είναι πιο αποτελεσματικό για μια εταιρεία να διαφημιστεί μέσω ενός αθλήματος / γεγονότος που καλύπτεται τηλεοπτικά, παρά να αγοράσει τηλεοπτικό χρόνο για τις επικοινωνιακές της ανάγκες. Για το λόγο αυτό, οι τηλεοπτικοί σταθμοί επενδύουν τεράστια χρηματικά ποσά για να εξασφαλίσουν την αποκλειστικότητα στη μετάδοση αθλητικών γεγονότων, ώστε να προσελκύσουν περισσότερους διαφημιζόμενους. Το επόμενο βήμα τους είναι να συντονίσουν τα γεγονότα αυτά στις δικές τους ανάγκες. Για παράδειγμα, ο προγραμματισμός των ΟΑ διαμορφώνεται με βάση και τις προτάσεις των τηλεοπτικών σταθμών που καλύπτουν το κορυφαίο αυτό γεγονός. Οι Χειμερινοί ΟΑ άλλαξαν χρόνο διεξαγωγής για να εξυπηρετήσουν, κατά κύριο λόγο, τα μεγάλα τηλεοπτικά κανάλια. Επειδή τελούνταν την ίδια χρονιά με τους Θερινούς ήταν δύσκολο για τα τηλεοπτικά κανάλια να χωρέσουν και τα 2 αυτά κορυφαία αθλητικά γεγονότα στους προϋπολογισμούς του ίδιου έτους, οπότε η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) αποφάσισε να τελούνται οι Χειμερινοί Αγώνες 2 χρόνια μετά τους Θερινούς.

Μερικά ενδιαφέροντα οικονομικά μεγέθη που δείχνουν την τεράστια επίδραση και αλληλεξάρτηση που υπάρχει ανάμεσα στους ΟΑ και την τηλεόραση είναι τα εξής: το 1960, το CBS πλήρωσε \$394.000 για την αποκλειστική μετάδοση των Χειμερινών ΟΑ και \$550.000 για τους Θερινούς Αγώνες της Ρώμης. Το 1972, το NBC πλήρωσε \$6.4 εκ. δολάρια για τους Χειμερινούς ΟΑ και το ABC \$7.5 εκ. για τους Θερινούς ΟΑ του Μονάχου. Το 1980, το ABC έδωσε \$15.5 εκ. για τους Χειμερινούς ΟΑ, ενώ το NBC έδωσε \$87 εκ. για τους αντίστοιχους Θερινούς.

Διαδύκτιο

Η αλματώδης αύξηση των χρηστών του διαδικτύου οδήγησε πολλούς αθλητικούς οργανισμούς, και όχι μόνο, στη δημιουργία δικτυακών τόπων – ιστοσελίδων, με 2 βασικούς στόχους: α) να ενημερώσουν και β) να πουλήσουν. Αντιλαμβανόμενες τη μεγάλη διεισδυτικότητα του νέου αυτού μέσου, σε συνάρτηση με το χαμηλό σχετικά κόστος, οι εταιρείες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο το διαδίκτυο στις καθημερινές τους συναλλαγές. Μια εταιρεία που μέχρι χθες ήταν τοπικής εμβέλειας, σήμερα μπορεί να εξελιχθεί σε εθνικής, ή ακόμα και παγκόσμιας εμβέλειας.

Έρευνες δείχνουν ότι ο πληθυσμός που χρησιμοποιεί το διαδίκτυο αυξάνεται με ρυθμό περίπου 7% κάθε μήνα. Στις ΗΠΑ, το 54% του πληθυσμού (δηλαδή περίπου 143 εκ. άνθρωποι) χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, ενώ το 39% των χρηστών εκεί αγοράζει κάτι μέσω του διαδικτύου περίπου 18 μήνες αφότου συνδεθεί για πρώτη φορά. Στην Ελλάδα, 2 στους 3 φοιτητές χρησιμοποιούν το διαδίκτυο (Καθημερινή, Φεβρουάριος 2002).

Υπάρχουν 2 βασικοί τρόποι κερδοφορίας μέσω του διαδικτύου. Ο πρώτος τρόπος είναι η συνδρομή. Για παράδειγμα, μια εταιρεία μπορεί να δημιουργήσει μια ιστοσελίδα προσφέροντας συγκεκριμένες υπηρεσίες και να αξιώσει από τους επισκέπτες - πελάτες της την καταβολή συνδρομής για να τους επιτρέψει μπουκ στην εταιρική σελίδα και να οφεληθούν από τις υπηρεσίες. Πολλές εφημερίδες προσφέρουν δωρεάν την πρόσβαση σε ένα τμήμα της έκδοσης, αλλά για να διαβάσει κανείς ολόκληρη την εφημερίδα πρέπει να πληρώσει μια μηνιαία συνδρομή. Ο δεύτερος τρόπος είναι η διαφήμιση, όπου η εταιρεία μπορεί να διαθέτει χώρο σε άλλες εταιρείες ή να διαφημίζει η ίδια τα προϊόντα της (ιστοσελίδα ΠΑΟΚ, Manchester United, Philadelphia Sixers, κλπ.). Συγκεκριμένες εφαρμογές του διαδικτύου στο χώρο των σπορ μπορούν να αποτελούν: οι πωλήσεις εισιτηρίων, η επικοινωνία με τους φιλάθλους / τα ΜΜΕ, οι δημόσιες σχέσεις, οι πωλήσεις αναμνηστικών, το ηλεκτρονικό κατάστημα ομάδας, η έρευνα αγοράς, η μετάδοση αθλητικών γεγονότων, η διαφήμιση, η εκπαίδευση, η ενδο-εταιρική επικοινωνία, κλπ.

Επίλογος

Η τεχνολογία είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας που αναγκάζει μια εταιρεία να αλλάξει. Επομένως, εάν οι εταιρείες θέλουν να διατηρηθούν στην αγορά και να κάνουν έντονη την παρουσία τους, πρέπει να προσαρμοστούν στις νέες τάσεις της εποχής και να ακολουθήσουν, ή και να πρωτοστατήσουν στην εφαρμογή καινοτομιών. Ο ρόλος των ΜΜΕ στο χώρο του αθλητισμού είναι σημαντικός και η επίδρασή τους – θετική ή αρνητική – μεγάλη. Επομένως, οι αθλητικοί, αλλά και γενικότερα όλοι οι οργανισμοί, επιβάλλεται να σχεδιάσουν, να εφαρμόσουν και να αξιολογούν σε τακτά χρονικά διαστήματα μια στρατηγική προσέγγισης των μέσων επικοινωνίας. Υπάρχουν επαγγελματικές ευκαιρίες στον ιδιαίτερο χώρο του αθλητικού μάρκετινγκ, αλλά και των ΜΜΕ. Υπάρχουν ευκαιρίες, όχι απλά εργασίας, αλλά καριέρας, για εκείνους που κατέχουν βασικές γνώσεις του αθλητικού μάρκετινγκ και της επικοινωνίας και έχουν την ικανότητα να τις εφαρμόζουν αποτελεσματικά στην πράξη.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ: ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Παπαγεωργίου, Π., Μαυρομάτης, Γ. & Κώστα, Γ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Η έννοια του κινδύνου παραδοσιακά έχει προκαλέσει διάφορα ερωτηματικά, όπως: «ποια είναι η φύση του κινδύνου;», «αποτελεί ο κίνδυνος μία αμείωτη και ανεξήγητη έννοια;», «πώς πρέπει να σκέφτεται κανείς για το κίνδυνο στα πλαίσια μιας ανθρώπινης εμπειρίας;» Όλες αυτές οι απορίες συνδέονται με αυτό που συλλογικά μπορεί να αναφερθεί ως γνωστική προσέγγιση του κινδύνου (Valverde, 2002).

Ο Thompson (1990), παραθέτει κάποιες σημαντικές και ενδιαφέρουσες σκέψεις, οι οποίες δίνουν κάποια προοπτική στις παραπάνω απορίες. Κεντρικό ζήτημα της ανάλυσης των κινδύνων αποτελεί το ερώτημα: «πότε οι κίνδυνοι είναι πραγματικοί;» Η απάντηση στην ερώτηση αυτή βασίζεται σε 2 αρχές. Η πρώτη αποτελεί τη φιλοσοφική άποψη ότι ο κίνδυνος αποτελεί ένα στοιχείο το οποίο βασίζεται στην εμπειρία. Το στοιχείο αυτό ο Thompson ονομάζει «πιθανολογικό». Η δεύτερη αφορά στην εφαρμογή της θεωρίας των πιθανοτήτων στην ανάλυση του κινδύνου

Σύμφωνα με τους Mandl & Lathrop (1983), ο κίνδυνος ορίζεται με 3 διαφορετικούς τρόπους:

1. Ο ετήσιος αναμενόμενος αριθμός μοιραίων περιστατικών που είναι αποτέλεσμα των συνεπειών ενός τυχαίου γεγονότος.
2. Η πιθανότητα ενός βλαβερού, ή καταστρεπτικού γεγονότος που παράγεται από ένα κίνδυνο κατά τη διάρκεια μιας καθορισμένης χρονικής στιγμής.
3. Η συχνότητα κατά την οποία αναμένεται σημαντικός αριθμός σοβαρών περιστατικών από ατυχήματα

Οι ορισμοί αυτοί τονίζουν ότι ο κίνδυνος (risk) προκύπτει από το κίνδυνο (hazard) και από την αβεβαιότητα των αποτελεσμάτων του. Σύμφωνα με αυτό, ο κίνδυνος (hazard) αποτελεί τον πρόδρομο ενός δυσμενούς γεγονότος, ενώ η πιθανότητα των περιστατικών που πολλαπλασιάζονται από τις συνέπειές του αποτελεί τον τρόπο για την κατανόηση του κινδύνου.

Όλα τα παραπάνω στοιχεία έχουν να κάνουν με τη γενική έννοια του κινδύνου και τον τρόπο με τον οποίο ορίζεται. Όμως, τι σχέση έχει ο αθλητισμός και ειδικότερα οι αθλητικές οργανώσεις με το στοιχείο των «κινδύνων»; Ο αθλητισμός αποτελεί εθελοντική πράξη, η οποία θέτει το άτομο σε κινδύνους για χάρη της επίτευξης υψηλών επιδόσεων. Οι κίνδυνοι αυτοί περιλαμβάνουν τη πιθανότητα του θανάτου, της μόνιμης ανικανότητας, καθώς επίσης και της δημόσιας διαπόμπευσης στην περίπτωση της αποτυχίας ενός αθλητή. Επομένως, η επίτευξη υψηλών στόχων και τα οφέλη που προκύπτουν από τη συμμετοχή στις φυσικές δραστηριότητες συνοδεύονται από κάποιους κινδύνους (Clarke, 1999). Ο αθλητισμός επιβαρύνεται χαρακτηριστικά με έμφυτους κινδύνους. Κίνδυνος (risk) μπορεί να είναι ο τραυματισμός κάποιου κατά τη διάρκεια συμμετοχής σε κάποια αθλητική δραστηριότητα, ή η αμέλεια ενός αρμόδιου, π.χ., ενός επόπτη σε ένα συγκεκριμένο άθλημα.

Οι κίνδυνοι που συνοδεύουν τη συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες δημιουργούν στις αθλητικές οργανώσεις ιδιαίτερα προβλήματα ασφάλειας. Στους χώρους των αθλητικών εγκαταστάσεων τα προβλήματα ασφάλειας οφείλονται στον «ελλιπή προγραμματισμό και σχεδιασμό» και στην «ελλιπή διαχείριση» (Seidler, 1999). Ο «ελλιπής σχεδιασμός» μπορεί να αποδοθεί στην αποτυχία της ομάδας προγραμματισμού και σχεδιασμού πριν την κατασκευή κάποιας εγκατάστασης. Δεν αποτελεί ασυνήθιστο φαινόμενο η κατασκευή εγκαταστάσεων αθλητισμού, φυσικής αγωγής και αναψυχής από αρχιτέκτονες που έχουν ελάχιστη, ή καμία εμπειρία στο συγκεκριμένο τύπο οικοδόμησης.

Ιδιαίτερα ανησυχητικά θεωρούνται και τα προβλήματα ασφάλειας που οφείλονται στην «ελλιπή διαχείριση». Για παράδειγμα, η αμέλεια στη συντήρηση του εξοπλισμού των εγκαταστάσεων αποτελεί τη σημαντικότερη αιτία πρόκλησης τραυματισμών στο χώρο των αθλητικών εγκαταστάσεων. Οι κίνδυνοι που εμφανίζονται στις αθλητικές οργανώσεις έχουν να κάνουν με τα εξής στοιχεία:

- Αθλητική συμμετοχή
- Εγκαταστάσεις
- Εμπορικές / νομικές σχέσεις
- Ανθρώπινες συμπεριφορές / υγιεινή και ασφάλεια στο χώρο της εργασίας
- Φυσικά γεγονότα
- Πολιτικές περιστάσεις
- Επαγγελματικές ευθύνες
- Ασφάλεια

Όλα τα παραπάνω πρέπει να εξεταστούν στο πλαίσιο ενός προγράμματος διαχείρισης κινδύνου.

Πρακτική διαχείρισης κινδύνων

Πριν την περιγραφή των βασικών ζητημάτων που πρέπει να αντιμετωπιστούν προκειμένου να υπάρξει μία επιτυχής διαχείριση κινδύνου στον τομέα του αθλητισμού πρέπει να ληφθεί απόφαση για το αν θα συνεχιστεί, ή θα εισαχθεί μια δραστηριότητα που χαρακτηρίζεται υψηλού κινδύνου. Κατά συνέπεια, είναι σημαντικό να καταγραφούν τα εξής στοιχεία:

- Η συχνότητα των τραυματισμών σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα (μέσω των εκθέσεων, ή των στατιστικών).
- Η πιθανή σοβαρότητα ενός τραυματισμού.
- Η δυνατότητα που υπάρχει για μείωση, ή αποβολή του κινδύνου.
- Η σημασία που έχει η συγκεκριμένη δραστηριότητα.

Αφού ληφθεί η απόφαση της συνέχισης, ή της υιοθέτησης μιας αθλητικής δραστηριότητας που έχει χαρακτηριστεί ως επικίνδυνη στη συνέχεια θα γίνει διαχείριση κινδύνου, δηλαδή θα πρέπει να αντιμετωπιστούν τα κρίσιμα ζητήματα, που στο χώρο του αθλητισμού έχουν να κάνουν με τα εξής (Johnston, 1998):

- Στελέχωση
- Επίβλεψη
- Συμμετέχοντες
- Εγκαταστάσεις
- Οδηγίες σχετικά με την πραγματοποίηση της δραστηριότητας
- Ατυχήματα

Η πρακτική της «διαχείρισης κινδύνων» τόσο στο χώρο του αθλητισμού, όσο και γενικότερα σε άλλους τύπους οργανώσεων, ή επιχειρήσεων έχει να κάνει με την επίλυση 3 βασικών στοιχείων.

- Ποιο είναι το πρόβλημα; (Κίνδυνος)
- Ποια είναι η πιθανότητα να συμβεί; (Ρίσκο)
- Τι μπορεί να γίνει γι' αυτό; (Έλεγχος)

Η διαχείριση κινδύνου περιλαμβάνει 2 αρχικά βήματα, κάθε ένα από τα οποία έχει 3 βοηθητικές ενέργειες (Boehm, 1991):

1. Το 1^ο βήμα είναι η αξιολόγηση του κινδύνου, η οποία περιλαμβάνει:

- Τον προσδιορισμό του κινδύνου, ο οποίος παράγει καταλόγους με συγκεκριμένο πρόγραμμα για τα στοιχεία του κινδύνου, με σκοπό την ύπαρξη επιτυχούς έκβασης.
- Την ανάλυση του κινδύνου, η οποία αξιολογεί την πιθανότητα απώλειας και το μέγεθος αυτής για κάθε προσδιοριζόμενο κίνδυνο και αξιολογεί τους σύνθετους κινδύνους και την αλληλεπίδραση που προκύπτει μεταξύ των κινδύνων και των στοιχείων τους.
- Τον καθορισμό προτεραιοτήτων, ο οποίος παράγει μία ταξινόμηση των στοιχείων του κινδύνου που προσδιορίζονται και αναλύονται.

Το 2^ο αρχικό βήμα είναι ο έλεγχος των κινδύνων ο οποίος περιλαμβάνει:

- Τον προγραμματισμό διαχείρισης κινδύνου, ο οποίος προετοιμάζει τα άτομα μιας αθλητικής οργάνωσης, ή επιχείρησης για την εξέταση όλων των στοιχείων του κινδύνου (αποφυγή, ή μείωση), συμπεριλαμβανομένων των μεμονωμένων σχεδίων για κάθε στοιχείο του κινδύνου και το γενικό σχέδιο του προγράμματος.
- Την επίλυση του κινδύνου, η οποία επιφέρει μία κατάσταση κατά την οποία αποβάλλονται, ή επιλύονται τα στοιχεία του (π.χ., αποφυγή κινδύνου μέσω της χαλάρωσης των απαιτήσεων της οργάνωσης).
- Την παρατήρηση / επίβλεψη του κινδύνου, η οποία περιλαμβάνει την επιδίωξη της προόδου της διαχείρισης για την επίλυση των κινδύνων και τη λήψη των διορθωτικών μέσων που απαιτούνται.

Μέθοδοι αξιολόγησης των κινδύνων

Για την εφαρμογή της ανάλυσης κινδύνου πρέπει να υπάρχουν κάποιες συγκεκριμένες προϋποθέσεις:

- Η μέθοδος πρέπει να είναι επιστημονική, σύμφωνη με το σύστημα το οποίο αναλύεται, να μπορεί να επαναληφθεί, να είναι κατανοητή και να μπορεί να ελεγχθεί.
- Τα αποτελέσματα της αξιολόγησης πρέπει να είναι σε μορφή που να επιτρέπεται η περιγραφή του κινδύνου με κατανοητό τρόπο και να προτείνει ρυθμίσεις για την ελαχιστοποίησή του.

Η αξιολόγηση των κινδύνων μπορεί να γίνει με 3 τρόπους: α) ποιοτικά, β) ημιποσοτικά και γ) ποσοτικά. Ο τρόπος που θα χρησιμοποιηθεί εξαρτάται από τις υπάρχουσες πληροφορίες, από τις δυνατότητες που έχουν οι αξιολογητές, από το σκοπό της αξιολόγησης, το είδος των επικίνδυνων καταστάσεων, κλπ.

Σημαντικό ρόλο κατέχει και η επεξεργασία του κινδύνου. Οι επιλογές που μπορούν να γίνουν προς την κατεύθυνση αυτή είναι: α) η αποφυγή του κινδύνου, β) η αποδοχή του κινδύνου, γ) η λήψη δυναμικών μέτρων και δ) η μεταφορά του κινδύνου (Hughes, 1997).

Σύμφωνα με τον Clarke (1999), τα στοιχεία που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην πρόκληση κινδύνων στο χώρο του αθλητισμού είναι τα εξής: α) η φυσική κατάσταση, β) οι μέθοδοι προπόνησης, γ) ο εξοπλισμός, δ) το προσωπικό και ε) η ιατρική φροντίδα. Τα στοιχεία αυτά προσαρμόζονται κάθε φορά στις συγκεκριμένες αθλητικές δραστηριότητες και εγκαταστάσεις όπου εφαρμόζεται η διαχείριση κινδύνου. Οι Brannan et al (1992), ταξινομήσαν συγκεκριμένες δραστηριότητες αναπληρικής ανάλογα με το πόσο επικίνδυνες θεωρούνταν από τους ίδιους τους συμμετέχοντες. Στη συγκεκριμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκε 9βάθμια κλίμακα, με βάση την οποία έγινε η ταξινόμησή τους. Σε έρευνά του, ο Griffiths (2000), προσδιόρισε τα πιο απειλητικά σημεία των εγκαταστάσεων μίας πισίνας. Ο κατάλογος που προέκυψε δεν καλύπτει όλες τις περιοχές όπου ενδέχεται να συμβούν ατυχήματα και ούτε αποτελεί ένα πλήρη οδηγό για τη διαχείριση κινδύνου, αποτελεί, όμως, μία καλή βάση.

Συμπεράσματα

Δεν είναι απαραίτητο ο κίνδυνος να είναι αρνητικός. Στην πραγματικότητα, η γνώση των κινδύνων παρέχει τη δυνατότητα ρύθμισης και βελτίωσης των πιθανοτήτων επιτυχίας μιας αθλητικής προσπάθειας. Εντούτοις, όμως, η άποψη αυτή ισχύει μόνον όταν γίνεται ενεργή αξιολόγηση και συστηματικός έλεγχος των κινδύνων (Seidler, 1999). Οι αθλητικές οργανώσεις που θέλουν να εφαρμόσουν τη διαχείριση κινδύνου πρέπει να προσαρμοστούν και να ενσωματώσουν τις αρχές και της πρακτικής της στις δικές τους καταστάσεις και συνθήκες. Όταν βρίσκεται σε ισχύ μία αποτελεσματική διαχείριση κινδύνου τότε ο προγραμματισμός μπορεί να στραφεί στην αποφυγή μελλοντικών προβλημάτων και όχι στην επίλυση τρεχόντων. Με αυτόν τον τρόπο, οι υπεύθυνοι μπορούν να αναγνωρίσουν και να εξετάσουν τα πιθανά προβλήματα σε καθημερινή βάση προτού αυτά εμφανιστούν (Boehm, 1989; Charette, 1989).

Βιβλιογραφία

- Boehm, B. (1989). *Software risk management*. Washington, DC: IEEE Computer Society Press.
- Boehm, B. (1991). *Software risk management: principles and practices*. IEEE Software.
- Brannan, L., Condello, C., Stuckum, N., Vissers, N. & Priest, S. (1992). Public perception of risk in recreational activities. *Journal of Applied Recreation Research*, 17(2): 144-157.
- Charette, R.N. (1989). *Software engineering risk analysis and management*. McGraw-Hill, New York.
- Clarke, K.S. (1999). On issues and strategies. In Herb Appenzeller (eds.). *Risk management in sport: issues and strategies*. Carolina Academic Press, Durham, North Carolina, 11-22.
- Griffiths, T. (2000). The ten commandments of aquatic risk management. *Athletic Business Magazine*.
- Hughes, R. (1997). *Practical risk management for coaches*. IEA Sport.
- Johnston, B. (1998). *Risk management simplified: a quick & dirty approach*. PerconLINE – Parks and Recreation.
- Mandl, C. & Lathrop, J.W. (1983). Risk and decision. In H.C. Kunreuther et al. (Eds.), *Risk analysis and decision processes*.
- Seidler, T.L. (1999). Elements of a facility risk review. In Herb Appenzeller (eds.), *Risk management in sport: issues and strategies*. Carolina Academic Press, Durham, North Carolina, 283-294.
- Thompson, R. (1990). Risk objectivism and risk subjectivism: when are risks real? *Issues in Health and Safety*, 3.
- Valverde, L.J. (2002). The cognitive status of risk: a response to Thompson. <http://www.piercelaw.edu/risk/vol2/fall/valverde.htm>.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑΤΟΣ ΜΙΝΙ ΜΠΑΣΚΕΤ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΣΧΟΛΕΙΩΝ ΚΑΒΑΛΑΣ

Παπαδόπουλος, Δ.
ΤΕΙ Καβάλας

Εισαγωγή

Μετά την κατάκτηση του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος Καλαθοσφαίρισης από την Εθνική ομάδα, το 1987, ο τότε Δήμαρχος Καβάλας κ. Α. Αθανασιάδης, παλιός αθλητής της καλαθοσφαίρισης και ο ίδιος, εμπνεύστηκε την καθιέρωση ενός πρωταθλήματος μίνι μπάσκετ για τα δημοτικά σχολεία της πόλης. Για την υλοποίηση της ιδέας αυτής εκσυγχρόνισε τα υπάρχοντα και δημιούργησε καινούργια γήπεδα, στις αυλές των περισσότερων δημοτικών σχολείων του Δήμου. Το πρώτο πρωτάθλημα οργανώθηκε τη σχολική περίοδο 1987-1988 και ακολούθησε κάθε χρονιά ένα για αγόρια και ένα για κορίτσια. Σήμερα το πρωτάθλημα μίνι μπάσκετ θεωρείται ένας καθιερωμένος αθλητικός θεσμός της πόλης. Η αγάπη των παιδιών, των γονιών τους και των δασκάλων για τη διοργάνωση ήταν ίσως ο κυριότερος λόγος που διατηρήθηκε όλα αυτά τα χρόνια, παρά το σχετικά υψηλό της κόστος και παρά την αλλαγή της Δημοτικής αρχής, το 1998. Το πρωτάθλημα διεξάγεται με τη συνεργασία των συλλόγων γονέων και κηδεμόνων, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για τη μεταφορά των μαθητών προς και από τους αγωνιστικούς χώρους. Αμέριστη είναι η συμπαράσταση τόσο των δασκάλων, όσο και των διορισμένων καθηγητών Φ.Α. των δημοτικών σχολείων της πόλης.

Οργανωτική δομή

Η Οργανωτική Επιτροπή (ΟΕ) του πρωταθλήματος αποτελείται από 3 μέλη: ένα καθηγητή Φ.Α. και προπονητή καλαθοσφαίρισης, έναν πρώην προπονητή καλαθοσφαίρισης, διαιτητή και πρόεδρο του Συνδέσμου Διαιτητών Καλαθοσφαίρισης Νομών Καβάλας και Δράμας και ένα δημοτικό υπάλληλο, ο οποίος αποτελεί το σύνδεσμο της ΟΕ με τη Δημοτική αρχή και ασχολείται κυρίως με τη διαχείριση των οικονομικών. Η διοργάνωση του πρωταθλήματος υποστηρίζεται από μία γραμματέα μερικής απασχόλησης, ένα δημοσιογράφο – παρουσιαστή και 2 εργάτες, όλοι υπάλληλοι του Δήμου.

Στόχοι της ΟΕ

Οι στόχοι της ΟΕ είναι οι ακόλουθοι:

- Διατήρηση της παιδαγωγικής αξίας του πρωταθλήματος σε υψηλά επίπεδα.
- Διασφάλιση της υγείας και της ασφάλειας των αθλούμενων.
- Εξασφάλιση υψηλής ποιότητας άσκηση στους συμμετέχοντες.
- Διεξαγωγή ανταγωνιστικών αγώνων.
- Οικονομική στήριξη ανέργων πτυχιούχων Φυσικής Αγωγής.
- Δημιουργία ενός θεσμού με υψηλή επικοινωνιακή αξία.

Περιγραφή

Στις αρχές Φεβρουαρίου, δηλαδή περίπου 3 εβδομάδες πριν από την έναρξη του πρωταθλήματος, προσλαμβάνεται και τοποθετείται στα 24 Δημοτικά Σχολεία του Δήμου Καβάλας αντίστοιχος αριθμός ανεργων, ή μερικώς απασχολούμενων πτυχιούχων Φ.Α. για να προετοιμάσουν τις ομάδες των αγοριών και των κοριτσιών, οι οποίες πραγματοποιούν 3 προπονήσεις την εβδομάδα, που διαρκούν μιάμιση ώρα κάθε φορά. Τα μέλη της ΟΕ ελέγχουν σε τακτά χρονικά διαστήματα την παρουσία των πτυχιούχων Φ.Α. στις προπονήσεις και την ακριβή τήρηση του ωραρίου τους. Πριν από την ανάληψη των καθηκόντων τους οι πτυχιούχοι παρακολουθούν ένα ταχύρυθμο σεμινάριο τεχνικής, τακτικής και κανονισμών καλαθοσφαίρισης, που διοργανώνει η ΟΕ. Η Δημοτική αρχή προμηθεύει τα σχολεία με μπάλες, δίχτυα και φαρμακευτικό υλικό. Το πρωτάθλημα αρχίζει στο τέλος του Φεβρουαρίου και τελειώνει την τελευταία Κυριακή του σχολικού έτους, τον Ιούνιο.

Έως το τέλος Απριλίου οι αγώνες διεξάγονται σε κλειστό γυμναστήριο, ενώ από την 1^η Μαΐου διεξάγονται στο ανοικτό γήπεδο που βρίσκεται στο πάρκο Φαλήρου, στο κέντρο της πόλης. Για την προκριματική φάση οι ομάδες χωρίζονται σε 4 ομίλους των 6 ομάδων και αγωνίζονται μεταξύ τους. Έτσι, κάθε ομάδα δίνει το λιγότερο 5 αγώνες. Η φάση αυτή απαιτεί τη διεξαγωγή 120 συναντήσεων, που γίνονται Σαββατοκύριακα. Οι 2 πρώτες ομάδες από κάθε όμιλο προκρίνονται στην προημιτελική φάση (8 ομάδες αγοριών και ισάριθμες κοριτσιών). Εκεί, ο 1^{ος} του ενός ομίλου αντιμετωπίζει το 2^ο του άλλου με σύστημα νοκ άουτ και έτσι προκύπτουν οι 4 ομάδες του final four. Οι μικροί τελικοί διεξάγονται το τελευταίο Σάββατο του διδακτικού έτους και οι μεγάλοι τελικοί την Κυριακή. Στην ημιτελική και στην τελική φάση διεξάγονται συνολικά 16 αγώνες, μέσα σε περίπου 12 ημέρες.

Κάθε αγώνας διαρκεί 4 περιόδους (8 λεπτά η κάθε περίοδος) και διευθύνεται από επίσημους διαιτητές και κριτές.

Ένα μέλος της ΟΕ είναι παρών σε κάθε αγώνα, γεγονός που προλαμβάνει όποιες εκδηλώσεις τείνουν να ξεφύγουν από το φίλαθλο πνεύμα. Τα μέλη της ΟΕ αποτελούν και την επιτροπή εκδίκησης ενστάσεων.

Ενέργειες για την επίτευξη των εκπαιδευτικών στόχων

I. Παιδαγωγική αξία: Κάθε ομάδα αποτελείται από 10 - 12 αθλητές, τους οποίους πρέπει υποχρεωτικά να χρησιμοποιήσει για 1, τουλάχιστον, από τα 4 οκτάλεπτα του αγώνα. Με τον τρόπο αυτό αποφεύγεται η περιθωριοποίηση των λιγότερο ικανών παικτών. Δεν δίνονται διακρίσεις στους αθλητές που ξεχωρίζουν για τα ατομικά τους επιτεύγματα (πρώτος σκόρερ, ριμπάουντερ, κλπ.), ώστε να αποφεύγονται εγωιστικές συμπεριφορές και να αναπτύσσεται το ομαδικό πνεύμα. Επίσης, αποφεύγεται η βράβευση ομαδικών επιδόσεων (καλύτερη άμυνα και επίθεση), αφού αυτές θα μπορούσαν να προκαλέσουν τη δημιουργία μεγάλων σκορ σε βάρος των ασθενέστερων ομάδων και περιορισμό της χρησιμοποίησης των λιγότερο ικανών παικτών.

II. Υγεία και ασφάλεια: Προαπαιτούμενα για τη συμμετοχή των παιδιών στους αγώνες είναι: α) η προσκόμιση ιατρικής βεβαίωσης που να βεβαιώνει ότι μπορούν να συμμετέχουν και β) η παρουσία γιατρού σε όλα τα παιχνίδια. Από το Νοσοκομείο ζητείται (αν και δεν εξασφαλίζεται πάντοτε) η διάθεση ασθενοφόρου. Από το Τμήμα Τροχαίας ζητείται η επιτήρηση και η ρύθμιση της κυκλοφορίας γύρω από τους χώρους διεξαγωγής των αγώνων, ώστε να είναι ασφαλής η προσέλευση και η αποχώρηση των αθλητών και των θεατών. Από το Αστυνομικό Τμήμα ζητείται η διακριτική αστυνομική παρουσία, εξαιτίας της (ορισμένες φορές) μη φίλαθλης συμπεριφοράς, ελάχιστων ευτυχώς, «θερμοκέφαλων» γονιών.

III. Ποιότητα της άσκησης: Η ΟΕ δίνει μεγάλη σημασία στο προπονητικό μέρος της διοργάνωσης με βασικό σκοπό την επαρκή και ορθολογική γύμναση των παιδιών που συμμετέχουν στις προπονήσεις και όχι την ανάδειξη καλαθοσφαιρικών ταλέντων. Οι κατευθύνσεις αυτές γνωστοποιούνται στους προπονητές κατά τη διάρκεια του σεμιναρίου, όπου δίνονται συμβουλές για περισσότερη κίνηση, λιγότερη τεχνική και ελάχιστη απλοποιημένη τακτική. Ένα μέτρο που εξυπηρετεί την αυξημένη κινητικότητα κατά τη διάρκεια του αγώνα, αλλά και την ανάπτυξη του αγωνιστικού πνεύματος, είναι η απαγόρευση εφαρμογής αμυνών ζώνης. Τέλος, τα σχολεία που αποκλείονται στην προκριματική φάση, συνεχίζουν να γυμνάζονται ως το τέλος της διοργάνωσης και να δίνουν φιλικά παιχνίδια μεταξύ τους.

IV. Ανταγωνισμός: Λόγω της εγγραφής πολλών παιδιών παλιννοστούντων και οικονομικών μεταναστών στα σχολεία κινδύνευσε να ανατραπούν οι συνθήκες ίσων ευκαιριών, αφού κάποια από αυτά ήταν μεγαλύτερης ηλικίας. Έτσι αποφασίστηκε η περιορισμένη χρονική συμμετοχή των μαθητών αυτών, ανάλογα με την ηλικία τους. Τα παιδιά που είναι ένα χρόνο μεγαλύτερα από το κανονικό, έχουν δικαίωμα συμμετοχής για 2 οκτάλεπτα, ενώ αυτά που είναι 2 χρόνια μεγαλύτερα μπορούν να αγωνιστούν μόνο για 1 οκτάλεπτο. Με το διακανονισμό αυτό αποφεύχθηκε η νόθευση του ανταγωνισμού, αλλά και η περιθωριοποίηση της συγκεκριμένης κατηγορίας των μαθητών.

V. Άνεργοι πτυχιούχοι Φ.Α.: Η ΟΕ πρότεινε από την αρχή του θεσμού και η Δημοτική αρχή αποδέχτηκε την τοποθέτηση άνεργων κατ' αρχήν και μερικώς απασχολούμενων κατά δεύτερο λόγο, πτυχιούχων Φ.Α. στα δημοτικά σχολεία ως προπονητών, για να προετοιμάζουν τους μαθητές, να οργανώνουν τις ομάδες και να τις καθοδηγούν στους αγώνες. Οι προπονήσεις γίνονται εκτός ωρών λειτουργίας του σχολείου. Έτσι, υπερδιπλασιάζονται οι ώρες φυσικής δραστηριότητας των μαθητών που συμμετέχουν, αλλά και οι άνεργοι πτυχιούχοι Φ.Α. λαμβάνουν ένα σχετικά καλό οικονομικό βοήθημα και μία σημαντική προπονητική εμπειρία.

VI. Επικοινωνία και επικοινωνιακή αξία: Η ΟΕ προσπαθεί να έχει συνεχή επικοινωνία με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς. Πριν την κλήρωση των ομίλων του κάθε πρωταθλήματος προσκαλούνται σε μια ανοικτή συζήτηση και ανταλλαγή απόψεων οι υπεύθυνοι για το μαθητικό αθλητισμό φορείς του τόπου, οι σύλλογοι γονέων και κηδεμόνων, οι προϊστάμενοι και οι σύμβουλοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, οι διευθυντές των σχολείων και οι πτυχιούχοι Φ.Α. που θα εργασθούν ως προπονητές.

Οι επικοινωνιακές ενέργειες της ΟΕ συνίστανται στην έκδοση αφισών με το σήμα της διοργάνωσης, στην τοποθέτηση αεροπανό, στην έκδοση ειδικού φυλλαδίου - προγράμματος της τελικής φάσης που περιέχει τις συνθέσεις των ομάδων που συμμετέχουν, το βιογραφικό και τη φωτογραφία του επίσημου προσκεκλημένου της διοργάνωσης, μήνυμα του Δήμαρχου, καθώς και τους νικητές των προηγούμενων διοργανώσεων. Ακόμη, το πρόγραμμα των αγώνων προβάλλεται συνεχώς από 3 ηλεκτρονικούς διαφημιστικούς πίνακες της πόλης.

Πριν από κάθε αγώνα γίνεται παρουσίαση των ομάδων από το δημοσιογράφο – παρουσιαστή, ο οποίος κατά τη διάρκεια των διαλειμμάτων των αγώνων, αναφέρεται στην προϊστορία του θεσμού. Κύριο μέλημα της ΟΕ αποτελεί η έγκαιρη (αυθημερόν) γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων και των βαθμολογιών, στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο της πόλης. Για την επίτευξη αυτού του στόχου έχει δημιουργηθεί ειδικό λογισμικό. Έτσι, όλος ο Τύπος της πόλης μεταδίδει τα αποτελέσματα, προβάλλοντας παράλληλα και το θεσμό.

Η ΟΕ προσπάθησε να δημιουργήσει μια υψηλή επικοινωνιακή αξία για το πρωτάθλημα, γνωρίζοντας ότι κάτι τέτοιο θα συμβάλλει αποφασιστικά στη διατήρησή του. Έτσι, με δική της επιλογή, καλείται κατά τη διάρκεια των τελικών αγώνων μια εξέχουσα προσωπικότητα από το χώρο της Ελληνικής καλαθοσφαίρισης, την οποία τιμά για την προσφορά της η Δημοτική αρχή. Με τον τρόπο αυτό, ο εκάστοτε Δήμαρχος μπορεί να συνδέεται με μια δημοφιλή προσωπικότητα, παρουσία των υπερχίλιων θεατών των τελικών, πολλοί από τους οποίους προσέρχονται για να δουν από κοντά τη διακεκριμένη αθλητική προσωπικότητα. Μέχρι σήμερα έχουν προσκληθεί και τιμηθεί, μεταξύ άλλων, οι Ν. Γκάλης, Π. Γιαννάκης, Γ. Κόρφας, Ν. Γαλακτερός, κ.ά. Επίσης, τιμήθηκαν για την προσφορά τους και αρκετοί παλαιοί αθλητές της πόλης.

Τα 2 τελευταία χρόνια, η επικοινωνιακή αξία του θεσμού προσέελκυσε 3 χορηγούς (μια ασφαλιστική εταιρεία, ένα φροντιστήριο ξένων γλωσσών και μια συνεργατική εταιρεία οπτικών).

Οικονομικά

Η διεξαγωγή του πρωταθλήματος κοστίζει περίπου 15 εκατομμύρια δραχμές. Τα 10 περίπου από αυτά αποτελούν την αμοιβή των πτυχιούχων Φ.Α. Οι διαιτητές και οι κριτές αμείβονται με περίπου 1,6 εκατομμύρια δραχμές, ενώ οι γιατροί με 680 χιλιάδες δραχμές. Από 1,5 εκατομμύριο δραχμές διατίθενται για την αμοιβή των μελών της ΟΕ και για την αγορά αθλητικού και φαρμακευτικού υλικού. Το υπόλοιπο ποσό μοιράζεται στους καθαριστές των γηπέδων, στη γραμματειακή υποστήριξη της διοργάνωσης, στη φιλοξενία των τιμωμένων προσωπικοτήτων, στο επικοινωνιακό υλικό, στο αθλητικό και φαρμακευτικό υλικό και στα έπαθλα των αγώνων.

Ως το 1997, η χρηματοδότηση της διοργάνωσης γινόταν από το Δήμο, μέσω ενός αθλητικού σωματείου της πόλης, για λόγους κυρίως φορολογικούς, ενώ από το 1998 οργανωτικά και οικονομικά ο θεσμός λειτουργεί στο πλαίσιο της Δημοτικής Επιχείρησης Πολιτισμού και Άθλησης Νεολαίας

Καβάλας (Δ.Ε.Π.Α.ΝΕ.Κ.). Τα τελευταία 4 χρόνια, 4 από τους πτυχιούχους Φ.Α. που συμμετέχουν ως προπονητές αμείβονται από τα προγράμματα μαζικού αθλητισμού.

Αποτελέσματα - Συζήτηση

Τα ευεργετικά αποτελέσματα του πρωταθλήματος μίνι μπάσκετ των δημοτικών σχολείων του Δήμου Καβάλας είναι ορατά σε κάθε επίπεδο: 1) περίπου 800 παιδιά κάθε χρόνο γυμνάζονται μέσα από τις προπονήσεις και τους αγώνες της διοργάνωσης, 2) δίνεται η δυνατότητα να συμμετέχουν και τα κορίτσια σε μία ομαδική αγωνιστική εκδήλωση, 3) αγωνιστικά το άθλημα διέγραψε ανοδική πορεία στην πόλη και 1 από τις 4 ομάδες της έφτασε να αγωνίζεται στην Α2 Εθνική κατηγορία, 4) αρκετοί Καβαλιώτες αθλητές που συμμετείχαν στο μίνι μπάσκετ αγωνίζονται τώρα σε ομάδες Εθνικών κατηγοριών, ενώ 2 από αυτούς, οι Μ. Νικολαΐδης και Σ. Σκορτσιανίτης, αγωνίζονται στην Α1 κατηγορία και είναι οι πρώτοι καλαθοσφαιριστές της πόλης που χρίστηκαν διεθνείς με τις Εθνικές ομάδες των εφήβων και παιδών αντίστοιχα, 5) με δεδομένη την ανεργία που πλήττει τον κλάδο των πτυχιούχων της Φ.Α. η αμοιβή όσων εργάζονται στο μίνι μπάσκετ, αποτελεί ένα σχετικά ικανοποιητικό βοήθημα (μερικοί από αυτούς, δείχνοντας τις ικανότητές τους στο θεσμό, εργάστηκαν αργότερα σε τοπικές ομάδες), 6) προκειμένου τα σχολεία τους να ετοιμασθούν καλύτερα για το επόμενο πρωτάθλημα κάποιοι σύλλογοι γονέων και κηδεμόνων προσλαμβάνουν με δικά τους έξοδα γυμναστές από την αρχή της σχολικής χρονιάς.

**ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΗΣ ΠΟΡΕΙΑΣ
ΚΑΙ ΕΠΙΔΟΣΗΣ ΕΝΟΣ ΚΑΤΑΔΥΤΗ**

Μπούρου, Μ. & Γκέσιου, Α.

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΑΠΘ

Σκοπός της εργασίας αυτής ήταν η αναφορά στις κυριότερες μεθόδους ελέγχου (τεστ) που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της προπονητικής πορείας και επίδοσης ενός καταδύτη, η οποία επηρεάζεται από τους εξής παράγοντες: α) την τεχνική του κατάρτιση (κινητικές δεξιότητες, γωνία απογείωσης από το βατήρα, είσοδο στο νερό, κλπ.) β) τις φυσικές του ικανότητες (δύναμη, ευλυγισία, ταχύτητα, αντοχή, κλπ.) και γ) τις ψυχικές και πνευματικές του ικανότητες (θέληση, αποφασιστικότητα, ευστροφία, αντίληψη, ευχέρεια επικοινωνίας, κλπ.). Οι τιμές των παραγόντων αυτών παρακολουθούνται με διάφορες μεθόδους ελέγχου (τεστ) και καταγράφονται οι διακυμάνσεις τους. Με τη διαδικασία του ελέγχου και της αξιολόγησης ο προπονητής μπορεί να βελτιώσει τις μεθόδους προπόνησης του καταδύτη. Για το σκοπό αυτό απαραίτητα είναι: α) η τήρηση αρχείων με τη μορφή ατομικής καρτέλας του καταδύτη (αποτελέσματα και βαθμολογίες των διάφορων τεστ) και β) τα κατάλληλα μέσα για την ανάλυση της τεχνικής (κάμερες, βίντεο, κλπ.). Απαραίτητες προϋποθέσεις για την εφαρμογή οποιουδήποτε ελέγχου είναι η καλή σχέση μεταξύ προπονητή και αθλητή, η καλή επιστημονική κατάρτιση του προπονητή και η δυνατότητα επικοινωνίας / συνεργασίας με ειδικευμένο προσωπικό (π.χ., για εργαστηριακούς ελέγχους). Συμπερασματικά θα μπορούσε να ειπωθεί ότι ο έλεγχος και η αξιολόγηση ενός αθλητή πρέπει να αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του πλάνου προπόνησης.

GOALBALL: ΕΝΑ ΠΑΡΑΟΛΥΜΠΙΑΚΟ ΑΘΛΗΜΑ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΟΡΑΣΗΣ

Ανάστος, Α.

Καθηγητής Φυσικής Αγωγής

Το 1946 στην Αυστρία σχεδιάστηκε και ξεκίνησε να παίζεται ένα ομαδικό παιχνίδι με στόχο την ψυχοσωματική αποκατάσταση των ατόμων που είχαν προβλήματα όρασης λόγω του πολέμου. Έτσι γεννήθηκε το goalball, το μοναδικό ομαδικό παιχνίδι που είναι ειδικά σχεδιασμένο (και όχι προσαρμοσμένο) για άτομα με προβλήματα όρασης. Από το 1976 είναι ενταγμένο στο πρόγραμμα των Παραολυμπιακών Αγώνων.

Το γήπεδο έχει διαστάσεις 9 X 18 μέτρα και είναι χωρισμένο σε 3 ίσα μέρη για κάθε ομάδα: α) τη ζώνη της ομάδας, β) τη ζώνη προσγείωσης της μπάλας και γ) την ουδέτερη ζώνη.

Οι εστίες έχουν διαστάσεις 9 X 1,3 μέτρα και η διαγράμμιση της ζώνης της ομάδας είναι ανάγλυφη, ώστε να υπάρχει η δυνατότητα προσανατολισμού των παικτών. Κάθε ομάδα έχει 3 παίκτες και 3 αναπληρωματικούς. Η διάταξη των παικτών είναι 1 στο κέντρο και μπροστά και οι 2 αριστερά και δεξιά, λίγο πιο πίσω από τον κεντρικό, ώστε να μην υπάρχει κίνδυνος τραυματισμού μεταξύ τους.

Σκοπός του παιχνιδιού είναι να πετάξουν οι παίκτες τη μπάλα με τα χέρια με τρόπον ώστε αυτή να κυλήσει με δύναμη στην απέναντι εστία με στόχο την επίτευξη τέρματος. Η μπάλα έχει διάμετρο 76 εκ. και βάρος 1.250 γρ. Φέρει στο εσωτερικό της κουδουνάκια για να γίνετε αντιληπτή από τους παίκτες, ώστε να κινούνται προς αυτή.

Στο παιχνίδι έχουν δικαίωμα να παίξουν και οι 3 κατηγορίες τυφλών (B1, B2, B3), αφού έχουν καλυμμένα τα μάτια τους με οπτικά σκίαστρα σε όλη τη διάρκεια του αγώνα. Οι θεατές, οι προπονητές και οι αναπληρωματικοί παίκτες πρέπει να κάνουν απόλυτη ησυχία. Μπορούν να χειροκροτούν μόνον όταν μια ομάδα πετυχαίνει τέρμα.

Υπάρχουν πολλοί κανονισμοί καθορισμένοι από τη διεθνή ομοσπονδία αθλημάτων για τυφλούς που διέπουν το παιχνίδι και το κάνουν ενδιαφέρον και θεαματικό για θεατές και παίκτες. Η διάρκεια του παιχνιδιού είναι 2 δεκάλεπτα. Ο χρόνος σταματάει όταν η μπάλα είναι εκτός γηπέδου. Η μπάλα πρέπει να έχει τη πρώτη της επαφή με τη ζώνη της ομάδας, ή τη ζώνη προσγείωσής της και να κυλά όταν περνά τη γραμμή του κέντρου. Υπάρχει ένα πλήθος από ατομικές και ομαδικές ποινές, στις οποίες παραχωρείται πέναλτι, ή γίνεται αλλαγής κατοχής της μπάλας.

Το goalball στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, ο Σύλλογος Τυφλών «Ηφαιστος», με τη βοήθεια του Δήμου Αγίου Παύλου Θεσσαλονίκης και μεγάλου αριθμού εθελοντών, ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2001 αγωνιστικό τμήμα goalball. Οι προπονήσεις γίνονται 2 φορές την εβδομάδα στο κλειστό γυμναστήριο του Δήμου. Το επίπεδο των παικτών είναι αρκετά ικανοποιητικό και αυτό το οποίο πλέον έχει άμεση προτεραιότητα είναι οι συναντήσεις με άλλες ομάδες σε διεθνές επίπεδο ώστε να γίνει μια προετοιμασία με στόχο τους Παραολυμπιακούς Αγώνες του 2004. Η διάθεση, η αγωνιστικότητα και ο στόχος που έχουν βάλει οι αθλητές αυτοί είναι τα κίνητρά τους για να πετύχουν. Η μεγάλη συμμετοχή εθελοντών (απλοί δημότες, καθηγητές φυσικής αγωγής, φοιτητές των ΤΕΦΑΑ Θεσσαλονίκης που κάνουν πρακτική εξάσκηση στο goalball, κ.ά.) εξασφαλίζουν ιδανικές συνθήκες προπόνησης.

**ΠΛΑΙΣΙΟ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΑΝΑΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟ
ΤΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΣΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΔΟΚΙΜΩΝ ΑΣΤΥΦΥΛΑΚΩΝ**

Ξουργιάς, Ι., Μαυρίδης, Θ. & Χαραλαμπίδου, Σ.
Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, ΔΠΘ

Εισαγωγή

Η μάθηση είναι μία πολύπλοκη ψυχοφυσιολογική λειτουργία του ανθρώπου που ενεργοποιείται από ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες και αποσκοπεί στην απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων (Μαρκαντώνης, 1978). Πρόκειται για ένα φαινόμενο που διέπει και ρυθμίζει με καθοριστικό τρόπο τις μελλοντικές εκδηλώσεις συμπεριφοράς του. Αναπόσπαστο κομμάτι της μάθησης είναι και η αξιολόγησή της. Η εκπαιδευτική αξιολόγηση χρησιμοποιεί στοιχεία από άλλους επιστημονικούς χώρους, όπως είναι οι κοινωνικές επιστήμες, η στατιστική, η ψυχολογία, κλπ. Ουσιαστικά, η εκπαιδευτική αξιολόγηση είναι μία διαδικασία που προσπαθεί να προσδιορίσει το βαθμό υλοποίησης των στόχων ενός εκπαιδευτικού προγράμματος, ενός μαθήματος, μίας διδακτικής μεθόδου, μίας επίδοσης (σε δεξιότητα, ή άλλο θεματικό αντικείμενο).

Στα Τμήματα Δοκίμων Αστυφυλάκων (ΤΔΑ)¹, η αξιολόγηση του εκπαιδευτικού προσωπικού άρχισε να αναπτύσσεται μόλις τα τελευταία χρόνια και είναι σε σημαντικό βαθμό συνδεδεμένη με την απόδοση των δόκιμων στα διάφορα μαθήματα, τα οποία είναι τόσο θεωρητικά, όσο και πρακτικά (π.χ., αυτοάμυνα). Οι εκπαιδευτικοί (συνήθως στελέχη της αστυνομίας) καλούνται να μεταφέρουν τις γνώσεις τους σε κάποιο γνωστικό αντικείμενο στον υποψήφιο αστυνομικό και να τις αξιολογήσουν. Σε εξειδικευμένα πρακτικά αντικείμενα είναι απαραίτητος και ο έλεγχος το κατά πόσο ο δόκιμος έχει κατανοήσει αυτά που έχει διδαχθεί, αλλά και είναι σε θέση να διατηρήσει τη γνώση αυτή. Από τη περιγραφή μπορεί να διαφανεί ότι η καθυστέρηση στην αξιολόγηση του εκπαιδευτικού προσωπικού που εργάζεται στη συγκεκριμένη επιστημονική θέση οφείλεται στις δυσκολίες και διαφοροποιήσεις που υπάρχουν. Δυσκολίες που έχουν να κάνουν τόσο με το διαφορετικό βαθμό δυσκολίας που φαίνεται να έχουν τα ποικίλα διδακτικά αντικείμενα, όσο και με τη δυνατότητα κατανόησης από τους «μαθητικούς» πληθυσμούς.

Σε πολλές περιπτώσεις, η επιρροή του σχολικού εκπαιδευτικού συστήματος της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με τις συγκεκριμένες κατευθύνσεις που επιβάλλει, δίνει την προηγούμενη εμπειρία ή μη, που βοηθάει ή δυσκολεύει το δόκιμο αστυφύλακα να ανταποκριθεί στα νέα γνωστικά αντικείμενα. Αντίθετα, η απουσία επαφής με τα φαινόμενα αυτά στη τάξη δίνει μεγάλο βαθμό δυσκολίας στην κατανόησή τους. Ο τύπος της αξιολόγησης που θα χρησιμοποιηθεί εξαρτάται συνήθως από το περιβάλλον, το οποίο μπορεί να είναι η τάξη, ένα εργαστήριο μετρήσεων (με διάφορα θεματικά αντικείμενα), μία αίθουσα με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, το σκοπευτήριο κ.ά.. Η ποικιλομορφία αυτή τροποποιεί τόσο τον τρόπο διδασκαλίας όσο και τον τρόπο αξιολόγησης του εκπαιδευτικού προσωπικού. Αξιολόγηση που θα λαμβάνει υπόψη τα παραπάνω είναι αναγκαία για το σχεδιασμό και την εφαρμογή διδακτικών προσεγγίσεων με βάση τη σωστή οικοδόμηση της γνώσης, για την προϋπηρεσιακή και ενδοϋπηρεσιακή μόρφωση των εκπαιδευτικών, με κυρίαρχο στόχο την αποφυγή του κινδύνου μετάδοσης λανθασμένων αντιλήψεων στους δόκιμους αστυφύλακες που θα επηρεάσουν την επαγγελματική τους απόδοση.

Μεθοδολογία της εκπαιδευτικής αξιολόγησης

Η αξιολόγηση του εκπαιδευτικού προσωπικού που διδάσκει στα ΤΔΑ θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί από το ίδιο το εκπαιδευτικό προσωπικό και από τους υποψήφιους αστυνομικούς (Aleamoni, 1986). Ένας τρόπος αξιολόγησης του προγράμματος του διδάσκοντα, της αποτελεσματικότητας της διδασκαλίας του, της σωστής χρήσης εποπτικών μέσων και γενικά της μεταφοράς γνώσεων θα μπορούσε να είναι από συνάδελφους εκπαιδευτικούς. Για να πραγματοποιηθεί

¹¹ Στην Ελλάδα λειτουργούν 7 τμήματα εκπαίδευσης αστυφυλάκων, όπου η φοίτηση είναι διετούς διάρκειας.

μία τέτοια αξιολόγηση θα πρέπει τα μεγέθη που προαναφέρθηκαν να είναι μετρήσιμα, ο τρόπος ελέγχου να έχει υψηλή αξιοπιστία και εγκυρότητα και να γίνεται δυνατή η εξαγωγή συμπερασμάτων μέσα από αυτή τη διαδικασία. Η ύπαρξη ποικίλων θεματικών αντικειμένων στο μάθημα της φυσικής αγωγής οδηγεί και στην ανάγκη διαφοροποίησης των μορφών ελέγχου και αξιολόγησης που εφαρμόζονται (Καμπίτσης κ.ά., 1990).

Η πιο προσιτή μέθοδος είναι μάλλον η αξιολόγηση που γίνεται κατά τη διάρκεια του μαθήματος από άλλον εκπαιδευτικό. Συνήθως γίνεται μία φορά κάθε ακαδημαϊκό εξάμηνο από έμπειρους καθηγητές ανώτερης βαθμίδας και εμπειρίας του ίδιου Ιδρύματος, ή άλλου συναφούς. Η συστηματική παρατήρηση του μαθήματος μπορεί να δώσει σημαντικές πληροφορίες για τη σχέση του διδάσκοντα με τους ασκούμενους. Παρόμοια μορφή αξιολόγησης είναι και η αλληλο-αξιολόγηση από συνάδελφους εκπαιδευτικούς (Barber & Klein, 1983; Elliot & Chidley, 1985). Στη συγκεκριμένη μέθοδο εξετάζονται προσεκτικά συγκεκριμένα στοιχεία της διδασκαλίας και υπάρχει σαφής μείωση του άγχους που έχουν οι υπό αξιολόγηση καθηγητές.

Η βαθμολογία των δόκιμων αστυφυλάκων μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα ελέγχου της προσφερόμενης γνώσης του διδάσκοντα και οι έρευνες έχουν δώσει υψηλά ποσοστά εγκυρότητας, αλλά υπάρχει πρόβλημα στο βαθμό αξιοπιστίας (Darling-Hammond et. al., 1983). Μάλιστα, σε ανώτατα πανεπιστημιακά Ιδρύματα έχουν κατασκευαστεί νόρμες όπου τα σκορ των φοιτητών (της τάξης, του τμήματος, ή του εκπαιδευτικού συστήματος που εφαρμόζεται) κατατάσσονται σε κατηγορίες, που έχουν υψηλή συσχέτιση με τον τρόπο μεταφοράς γνώσεων (Woolever, 1985). Με δεδομένο ότι έχει τις απαραίτητες πληροφορίες και γνώση είναι δυνατή και η αυτοαξιολόγηση του διδάσκοντα. Αυτή μπορεί να γίνει με την καταγραφή του μαθήματος σε βιντεοταινία και σε συνδυασμό με άλλες παρατηρήσεις που έχει ο εκπαιδευτικός να πραγματοποιήσει την αυτοαξιολόγηση του. Η μέθοδος αυτή είναι απαραίτητο να χρησιμοποιεί δεδομένα και από κάποια άλλη μορφή αξιολόγησης, ώστε να λαμβάνεται μία ποικιλία στα στοιχεία που έχει στη διάθεσή του ο διδάσκοντας (Darling-Hammond, 1983).

Άλλη μέθοδος είναι η αξιολόγηση του διδάσκοντα εκπαιδευτικού από τους μαθητές (δόκιμους αστυφυλάκες), όπου παρατηρούνται τα εξής (Barrett, 1986):

- Οι υποψήφιοι αστυφυλάκες αποτελούν το γνωστικό περιβάλλον που απευθύνεται και κατευθύνει τη διδασκαλία του ο εκπαιδευτικός, επομένως μπορούν άμεσα να εκτιμήσουν την παρεχόμενη προσφορά γνώσης.
- Τα παρεχόμενα μέσα διδασκαλίας και η αποτελεσματικότητα της χρήσης τους μπορεί άμεσα να ελεγχθεί από το δόκιμο.
- Η ανατροφοδότηση των πληροφοριών που παίρνει ο εκπαιδευτικός από τους δόκιμους τον βοηθάει στην αυτοαξιολόγηση του και τη βελτίωση της παρεχόμενης ποιότητας σπουδών.
- Η διαλεκτική σχέση που αναπτύσσεται ανάμεσα στον εκπαιδευτή και τους δόκιμους βοηθάει στη βελτίωση της μαθησιακής λειτουργίας που υπάρχει.

Στον αντίποδα, υπάρχουν έρευνες που υπογραμμίζουν τις δυσκολίες εφαρμογής του συγκεκριμένου τρόπου αξιολόγησης του εκπαιδευτικού (Barrett, 1986) και αναφέρουν τα παρακάτω:

- Έλλειψη εμπειρίας και αντίστοιχων γνώσεων από τους δόκιμους.
- Υποκειμενικότητα στην εκτίμηση παραγόντων, που εξαρτάται από τη βαθμολογία στο αντίστοιχο μάθημα, το επίπεδο δυσκολίας, τον περιβάλλοντα χώρο και άλλους παράγοντες που συνεκτιμώνται από τους δόκιμους (χιούμορ, ακρίβεια στην ώρα που ξεκινάει και τελειώνει η διδακτική ώρα, τρόπος έκφρασης και χρήσης της γλώσσας, κλπ.).
- Λανθασμένη επιρροή από το γενικό κλίμα που επικρατεί στην τάξη από το σύνολο των δόκιμων για το συγκεκριμένο εκπαιδευτικό / μάθημα, εξωτερική εμφάνιση, τρόπο επικοινωνίας του διδάσκοντα εκτός μαθήματος, κλπ.
- Απουσία αξιόπιστων τρόπων αξιολόγησης είτε λόγω αντικειμενικότητας, είτε λόγω εγκυρότητας, ή επειδή τα διαφορετικά είδη μαθημάτων δυσκολεύουν την ύπαρξη ελέγχου και αξιολόγησης των εκπαιδευτικών.

- Τέλος, διάφοροι άλλοι ψυχολογικοί παράγοντες όπως φόβος και άγχος για το αποτέλεσμα της αξιολόγησης (Passer, 1983), αδιαφορία για τους στόχους της αξιολόγησης, τάση για παρερμηνεία του τρόπου ελέγχου λόγω μη σωστής ενημέρωσης, κλπ.

Από τα παραπάνω διαφαίνεται η δυσκολία επιλογής της κατάλληλης μεθόδου για την αξιολόγηση του εκπαιδευτικού προσωπικού στα ΤΔΑ, από την οποία θα προκύψει αναθεώρηση των συμπερασμάτων, των θεωριών και των πρακτικών εφαρμογών που ακολουθούνται σήμερα στο συγκεκριμένο εκπαιδευτικό χώρο.

Αποτελέσματα, στοιχεία, κριτήρια αξιολόγησης

Σε διαχρονικές έρευνες που έχουν γίνει σε εκπαιδευτικό προσωπικό Ιδρυμάτων ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευσης έγινε συστηματική καταγραφή των στοιχείων που θεωρούνται σημαντικά για τη διδασκαλία. Πρόκειται για το Cheffers Adaptation of the Flanders Interaction Analysis System (Cheffers et.al., 1978), οι σημαντικότερες παράμετροι του οποίου είναι:

- Προφορική συμβολή καθηγητή (παρακίνηση, οργάνωση διδασκαλίας, κλπ.).
- Μη προφορική συνεισφορά καθηγητή (ενθουσιασμός, αντίληψη, κλπ.).
- Συνολική συμβολή καθηγητή.
- Προφορική συμβολή διδασκόμενου (ερωτήσεις).
- Μη προφορική συνεισφορά διδασκόμενου (εργασίες, τεστ, κλπ.).
- Συνολική προσφορά διδασκόμενου.
- Κλίμα τμήματος (ηρεμία, ησυχία, προσοχή, κλπ.).
- Δομή τμήματος (κατά ομάδες / άτομα).
- Συνοχή τμήματος (ηλικία, φύλο, καταγωγή, δεξιότητες, εμπειρίες, κλπ.).
- Περιβάλλοντας χώρος τμήματος και ύπαρξη βοηθητικών εποπτικών μέσων.
- Τρόπος εμφάνισης θεματικών ενοτήτων από το διδάσκοντα.
- Προφορικές ερωτήσεις διδάσκοντα.
- Χρήση βοηθητικών εποπτικών μέσων.
- Σύνολο αποδοχής του διδάσκοντα από τους μαθητές.
- Προφορικές εισηγήσεις των διδασκόμενων (με υποδείξεις του διδάσκοντα).
- Ο διδάσκων ως παιδαγωγός (πομπός) και η κατάρτισή του.
- Οι διδασκόμενοι ως ακροατήριο (δέκτης).
- Η αλληλεπίδραση διδάσκοντα και διδασκόμενου.

Υπάρχουν διάφορες έρευνες που προσδιόρισαν τα ποσοστά που συμμετέχουν οι παραπάνω μεταβλητές στη διδασκαλία θεμάτων στους διάφορους τομείς της εκπαίδευσης. Μάλιστα, διαφορετικές έρευνες της επιστημονικής ομάδας που συνέταξε τα παραπάνω κριτήρια κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η διαφοροποίηση του θεματικού αντικειμένου επηρεάζει αντίστοιχα σε μικρό ή μεγάλο βαθμό τα κριτήρια αυτά.

Συζήτηση - Συμπεράσματα

Φαίνεται ότι η ύπαρξη πολλών διαφαινόμενων κριτηρίων στοιχείων μπορεί να συνεισφέρει καλύτερα στην εξήγηση και πρόβλεψη του τελικού αποτελέσματος της μαθησιακής διαδικασίας. Το πρόβλημα της αξιολόγησης είναι πολυσύνθετο, όπως είναι και η κατάσταση στο σύνολό της. Επίσης, η αξιολόγηση της αποδοτικότητας του εκπαιδευτικού προσωπικού θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τους παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία του εκπαιδευτικού έργου, έστω και αν δεν φαίνεται να εμπεριέχονται στις λειτουργίες μάθησης (μισθολόγιο, ωράριο εργασίας, χρόνια υπηρεσίας, εμπειρία διδασκαλίας, κλπ.). Για να γνωρίσει κάποιος το σύστημα αξιολόγησης των εκπαιδευτικών θα πρέπει να μελετήσει τις επιδράσεις των στοιχείων που την αποτελούν, ή την επηρεάζουν.

Επομένως, η αξιολόγηση πρέπει να νοείται ως σύστημα που αποτελείται από ένα σύνολο δυναμικών στοιχείων με σταθερή αλληλεπίδραση και που αποβλέπει στην πραγμάτωση διάφορων σκοπών (αντικειμενικοί στόχοι ανά θεματική ενότητα) μέσω πολλαπλών παρεμβάσεων. Πρόκειται για πολλές μεταβλητές (καθηγητές, δόκιμοι αστυφύλακες, τρόποι διδασκαλίας, κλπ.) με αντίστοιχες διαστάσεις

και ο καθηγητής αποτελεί τον κεντρικό άξονα ανάμεσα σε αυτές τις μεταβλητές. Ο καθηγητής περιορίζεται από συγκεκριμένα προγράμματα και κανονισμούς στα οποία είναι ο φορέας. Αντίθετα, οι διδασκόμενοι έχουν διαφορετικές απαιτήσεις από τον εκπαιδευτικό και ανάλογα προσδιορίζουν τις αντιλήψεις του και θέτουν κριτήρια αξιολόγησης. Κατ' ανάγκη, λοιπόν, η αξιολόγηση απαιτεί αναζήτηση πληροφοριών για όλη την εκπαιδευτική διαδικασία, σε όλη την εξέλιξή της και για το σύνολο των προσώπων που παίρνουν μέρος σε αυτή.

Η ανάλυση των αλληλεπιδράσεων στο επίπεδο του τμήματος με καταγραφή της συμπεριφοράς τόσο του διδάσκοντα, όσο και του διδασκόμενου μπορεί να οδηγήσει στην περιγραφή της λειτουργίας της διδασκαλίας. Βέβαια, τα αποτελέσματα της έρευνας αφορούν στο συγκεκριμένο δείγμα που χρησιμοποιήθηκε και τις μεταβλητές που υπήρχαν κατά τη διάρκεια των μετρήσεων. Όμως, με ένα ιεραρχημένο ερωτηματολόγιο, με ποικίλες κατηγορίες ερωτήσεων, που θα αναφέρονται σε μη προφορικές αλληλεπιδράσεις, σε γλωσσικά δεδομένα, ή απόκτηση νέων δεξιοτήτων και λαμβάνοντας υπόψη τις αντιδράσεις των συμμετεχόντων (με συνεντεύξεις, ή παρατήρηση) υπάρχει η δυνατότητα να αξιολογηθεί η αποτελεσματικότητα των ενεργειών του διδάσκοντα. Σε αυτό το στάδιο αξιολόγησης θα πρέπει να συνεκτιμηθεί και η απόδοση των δόκιμων αστυφυλάκων στο συγκεκριμένο μάθημα είτε με πρακτικά τεστ, είτε με γραπτές εργασίες, είτε προφορικά. Τα στοιχεία που θα συλλεχθούν από την αξιολόγηση μπορούν να χρησιμοποιηθούν άμεσα από τον ίδιο με ανατροφοδότηση, ή σε σχέση με τους ιεραρχικά ανώτερους του να αποκτήσει μία συνείδηση του εαυτού του με το να δέχεται μία αντανάκλαση αυτού που είναι ως διδάσκων. Έτσι, θα εκτιμήσει την επάρκεια της προσφοράς του σε σχέση με τους επιδιωκόμενους στόχους.

Η επιμόρφωση των καθηγητών ώστε να γνωρίσουν τις σύγχρονες εκπαιδευτικές διαδικασίες, μεθόδους και τεχνολογίες και να μάθουν να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους τα αντικείμενα σπουδής και τους μαθητευόμενους φαίνεται να είναι μονόδρομος. Στην κατεύθυνση αυτή κρίνεται αναγκαίο να δημιουργηθεί και συγκεκριμένη ομάδα στελεχών (ανά σχολή εκπαίδευσης) που θα έχουν την ικανότητα και τη δυνατότητα να αξιολογούν το εκπαιδευτικό έργο στο σύνολό του, αλλά και μεμονωμένα ανά θεματικό αντικείμενο διδασκαλίας των δόκιμων αστυφυλάκων. Τα αποτελέσματα αυτής της αξιολόγησης θα συλλέγονται και θα σταθμίζονται, έτσι ώστε το πρόγραμμα εκπαίδευσης και οι εφαρμοζόμενες μέθοδοι διδασκαλίας των εκπαιδευτών να αναπροσαρμόζεται ανά 2 χρόνια περίπου, με βάση τα ερευνητικά δεδομένα που θα έχουν συλλεχθεί.

Βιβλιογραφία

- Aleamoni, L. (1981). *Handbook of teacher evaluation: students of ratings of instruction*. CA:SAGE Publications, Beverly Hills.
- Barber, L.W. & Klein, K. (1983). Merit pay and teacher evaluation. *PHI DELTA KAPPAN*, 65(4): 247-251.
- Barrett, J. (1986). The evaluation of teachers. *ERIC Document Reproduction Service No ED 278657*.
- Benton, S. (1982). Rating college teaching: criterion validity studies of student evaluation of instruction instruments. American Association for Higher Education (AAHE) - *ERIC/Higher Education Research ED 221147*.
- Bonboir, A. (1986). *Une paedagogie pour demain*. (Μετάφραση στα Ελληνικά, Διαλησμά, Κ. (1989). *Η παιδαγωγική αύριο*. Εκδόσεις Επικαιρότητα, Αθήνα.
- Cheffers, J., Mancini, V. & Martinek, T. (1978). *Ceffers Adaptation of Flander's Interaction Analysis System*. Boston University Press. (Μετάφραση στα Ελληνικά Ζέρβας, Γ. (1982). *Συστήματα παρατήρησης στην τάξη: ανάλυση αλληλεπίδρασης*. Έκτυπο, Αθήνα.
- Coburn, L., (1984). Student evaluation of teacher performance. *ERIC Document Reproduction Service No ED 289887*.
- Darling-Hammond, L. (1983). Teacher evaluation in the organizational context: a review of the literature. *Journal of Review of Educational Research*, 53(3): 285-328.
- Darst, P., Zakrajsek, B. & Mancini, V. (1989). *Analyzing physical education and sport instruction*. 2nd edition, Human Kinetics Publishers, Inc., Champaign, Illinois.
- Doolittle, P. (1994). Teacher portfolio assessment. *ERIC.AE Digest. ERIC Document Reproduction Service No ED 385608*.

- Elliot, J. & Chidley, L. (1985). Peer review as a supervisory option. *Journal of Staff Development*, 6(2): 102-107.
- Mason, E. & Bramble, W. (1978). *Understanding and conducting research: application in education and behavioral sciences*. McGraw - Hill, Inc., USA.
- Passer, S. (1983). Fear of failure, fear of evaluation, perceived competence and self-esteem in competitive trait anxious children. *Journal of Sport Psychology*, 13: 258-267.
- Thomas, J.R. & Nelson, J.K. (1990). *Research methods in physical activity*. 2nd edition, Human Kinetics Publishers, Inc., Champaign, Illinois.
- Woolever, R. (1985). State mandated performance evaluation of beginning teacher educators. *Journal of Teacher Education*, 36(2): 22-25.

Ελληνική

- Βεργίδης, Δ., Λιοναράκης, Α., Λυκουργιώτης, Α., Μακράκης, Β. & Μάτραλης, Χ. (1998). Ανοικτή και εξ' αποστάσεως εκπαίδευση. *Θεσμοί και Λειτουργίες, Τόμος Α'*, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα.
- Καμπίτσης, Χ. & Χαρουχούσου-Καμπίτση, Υ. (1990). Τεστ και μετρήσεις στη φυσική αγωγή. Salto, Θεσσαλονίκη.
- Κιουμουρτζόγλου, Ε. (1987). *Εισαγωγή στην έρευνα στη φυσική αγωγή*. Σάκκουλας, Αθήνα.
- Κρουσταλλάκη, Γ. (1985). *Διαπαιδαγώγηση, πορεία ζωής: θεωρία και πράξη της αγωγής του νέου ανθρώπου*. 2^η έκδοση, Έκτυπο, Αθήνα.
- Φράγκου, Χ. (1985). *Βασικές παιδαγωγικές θέσεις*. 2^η έκδοση, Gutenberg, Αθήνα.

ΣΤΡΟΓΓΥΛΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

1^η στρογγυλή τράπεζα: «Άσκηση – Αναψυχή – Τουρισμός»

Συντονιστής: Κώστα Γιώργος, Επίκουρος Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

Κουθούρης Χαρίλαος Λέκτορας ΤΕΦΑΑ ΠΘ
 Λαζαρίδης Σταύρος Διευθύνων σύμβουλος στη Β. Ελλάδα της εταιρεία NO LIMITS
 Αδαμίδης Κοσμάς Γενικός Διευθυντής του Ομίλου Γυμναστηρίων Gymnasium
 Γλυνιά Ελένη Διδάσκουσα στο ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ

ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΠΑΝΕΛ: «Management και πρωταθλητισμός»

Συντονιστής: Θωμαΐδης Κυριάκος, δημοσιογράφος αθλητικού τύπου

Ιωαννίδης Γιάννης Προπονητής Εθνικής Ομάδας Καλαθοσφαίρισης ανδρών
 Κιουμουρτζόγλου Ευθ. Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

2^η στρογγυλή τράπεζα: «Συνεργασία χορηγών – επιστημόνων αθλητικού management»

Συντονιστής: Θεοδωράκης Νίκος, διδάσκων στο ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

Γιαννόπουλος Κώστας Διευθυντής Μάρκετινγκ ΣΕΓΑΣ
 Νικολαΐδης Δημήτρης Διευθυντής Μάρκετινγκ ALPHA B. ΕΛΛΑΔΟΣ
 Γλύκας Κοσμάς Καθηγητής Φυσικής Αγωγής

3^η στρογγυλή τράπεζα: «Επαγγελματικές ομάδες - Ομοσπονδίες»

Συντονιστής: Τζέτζης Γιώργος, Επίκουρος Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΑΠΘ

Γκροζούδης Χρήστος Εκπρόσωπος ΠΑΕ ΠΑΟΚ
 Γεωργιάδης Νίκος Διευθυντής ΘΡΥΛΟΣ Α.Ε.
 Σκόρδας Λάμπρος Εκπρόσωπος ΠΑΕ ΑΡΗΣ

4^η στρογγυλή τράπεζα: «Η διοίκηση των Αθλητικών Οργανισμών στην Τ.Α.»

Συντονιστής: Γκανάτσος Γιώργος, Διευθυντής ΔΑΚ Εύοσμου

Κάκκος Βασίλης Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
 Μωραΐτου Ιωάννα Γενική Γραμματεία Αθλητισμού

5^η στρογγυλή τράπεζα: «Ολυμπιακοί – Παραολυμπιακοί Αγώνες 2004»

Συντονιστής: Κώστα Γιώργος, Επίκουρος Καθηγητής ΤΕΦΑΑ ΔΠΘ

Παναός Αριστείδης Γ. Γραμματέας Εθνικής Συνομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρία
 Γ. Γραμματέας Εθνικής Παραολυμπιακής Επιτροπής
 Ρήγας Απόστολος Διευθυντής Τομέα Σχεδιασμού Παραολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004
 Χριστοφή Μαρίλυ Υπεύθυνη Έργου Παραολυμπιακών Εγκαταστάσεων & Προσβασιμότητας ΑΘΗΝΑ 2004