

**Θεματική Ενότητα: Αθλητικό Μάρκετινγκ & Μάνατζμεντ
Προφορικές Ανακοινώσεις 19^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής
Αγωγής & Αθλητισμού**

**Section: Sports Marketing & Management
Oral Presentations of the 19th International Congress of Physical
Education & Sport**

15542

**ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ ΤΗΣ ΑΝΑΝΕΩΜΕΝΗΣ ΚΛΙΜΑΚΑΣ ΑΝΑΜΕΙΞΗΣ
ΣΕ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΕ ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΚΗΣΗΣ**

Δούπα Ε. , Τσίτσκαρη Ε., Κώστα Γ., Αλεξανδρής Κ.

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο
Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

mdoupa@phyed.duth.gr

**APPLICATION OF THE GREEK VERSION OF THE MODIFIED INVOLVEMENT SCALE TO A
MUNICIPALITY'S SPORT PROGRAM'S**

E. Doupa , E. Tsitskari, G. Costa, K. Alexandris

Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S., Aristotle University of Thessaloniki,
D.P.E.S.S.

Εδώ και αρκετές δεκαετίες οι Δήμοι έχοντας κατανοήσει την αναγκαιότητα και τα οφέλη της φυσικής δραστηριότητας για τη συνολική υγεία του πληθυσμού, εφαρμόζουν προγράμματα αθλητικών δραστηριοτήτων τα οποία απευθύνονται σε όλο το ηλικιακό εύρος των πολιτών τους. Στόχος της έρευνας αυτής ήταν να δοκιμάσει την ελληνική έκδοση της ανανεωμένης κλίμακας ανάμειξης (MIS) σε πολίτες της Αλεξανδρούπολης που συμμετέχουν στα δημοτικά αθλητικά προγράμματα. Η έννοια της ανάμειξης θεωρείται καθοριστικός παράγοντας της ψυχολογικής σύνδεσης και της αντίστασης στην αλλαγή της συμπεριφοράς του εκάστοτε χρήστη της υπηρεσίας και για το λόγο αυτό έχει έντονα προσεγγίσει το ενδιαφέρον των ερευνητών. Στην έρευνα συμμετείχαν 202 δημότες, άνδρες (32,2 %) και γυναίκες (66,8%), διαφόρων ηλικιακών ομάδων, που παρακολουθούσαν δημοτικά προγράμματα άσκησης στην πισίνα (32,2%), σε αίθουσα γυμναστικής (46,6%) καθώς και μαθήματα τένις (21,8%). Χρησιμοποιήθηκε η ανανεωμένη κλίμακα ανάμειξης (Modified Involvement Scale) των Kyle, Absher, Norman, Hammit και Jodice (2007), μεταφρασμένη και δοκιμασμένη σε ελληνικό πληθυσμό (ασκούμενους σε γυμναστήρια) από τους Vlachopoulos, Theodoraki και Kyle (2008). Πραγματοποιήθηκε Επιβεβαιωτική Παραγοντική Ανάλυση η οποία δεν επιβεβαίωσε την εγκυρότητα της κλίμακας (με Chi Square = 547.491, RMSEA = .163, Standardized RMR => .08). Λόγω των χαμηλών σκορ των μεταβλητών αποφασίστηκε η πραγματοποίηση διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης μέσω του προγράμματος SPSS 16.0 for Windows. Πραγματοποιήθηκε ανάλυση των κυρίων συνιστωσών με varimax περιστροφή των αξόνων. Από τα αποτελέσματα προέκυψαν τρεις παράγοντες που εξηγούσαν το 63,3% της συνολικής διακύμανσης. Αποφασίστηκε να διατηρηθούν όλες οι μεταβλητές στην κλίμακα, καθώς όλα τα communalities ήταν μεγαλύτερα από 0.30. Ο πρώτος παράγοντας («ελκυστικότητα») αποτελείται από πέντε μεταβλητές, εξηγεί το 27,1% της συνολικής διακύμανσης και η αξιοπιστία του είναι υψηλή ($\alpha = .904$). Ο δεύτερος παράγοντας («κεντρικότητα»), περιλαμβάνει τέσσερις μεταβλητές, εξηγεί το 20,6% της συνολικής διακύμανσης,

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

παρουσιάζει, όμως, σχετικά χαμηλή αξιοπιστία ($\alpha=.700$). Τέλος, ο τρίτος παράγοντας («αυτοέκφραση») περιλαμβάνει έξι μεταβλητές, εξηγεί το 15,6% της διακύμανσης και έχει επαρκή αξιοπιστία ($\alpha=.836$). Τα αποτελέσματα της έρευνας στηρίζουν το τρισδιάστατο μοντέλο της ανάμειξης που στο παρελθόν είχαν αναπτύξει οι Kyle, Graefe, Manning και Bacon (2003). Η μη εφαρμογή του μοντέλου των πέντε διαστάσεων στα ελληνικά δεδομένα έχει επίσης επαληθευτεί από τους Vlacholroulo, Theodoraki και Kyle (2008) σε ασκούμενους σε γυμναστήρια. Περισσότερη μελέτη μπορεί να οδηγήσει σε μία κλίμακα που να μπορεί με ασφάλεια να χρησιμοποιηθεί σε διαφορετικά τμήματα και υπηρεσίες του ελληνικού πληθυσμού.

Λέξεις κλειδιά: ανάμειξη, δημοτικά προγράμματα άσκησης, Αλεξανδρούπολη

15659

ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΕΙΣ «ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ» ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΤΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΣΕ ΑΥΤΕΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΑ ΔΥΟ ΦΥΛΑ.

Μπουργάνης Α. , Τσιγάρα Γ., Μπάρλας Α., Κουθούρης Χ.

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

thanoulis_mp@hotmail.gr

INCENTIVES FOR PARTICIPATION IN SUMMER CHILDREN CAMPS, BEFORE AND AFTER THE EXPERIENCE. EXAMINE THE DIFFERENCES BETWEEN THE TWO GENDERS.

A. Bourganis , G. Tsigara, A. Barlas, C. Kouthouris

University of Thessaly, D.P.E.S.S.

Στην Ελλάδα, ο θεσμός των κατασκηνώσεων παρουσιάζει μεγάλη άνθιση τα τελευταία 25 χρόνια και χρόνο με το χρόνο γίνεται πιο ανταγωνιστικός. Η προσέλκυση όσο το δυνατόν περισσότερων κατασκηνωτών είναι ο κυρίαρχος στόχος των τμημάτων μάρκετινγκ κάθε ιδιωτικής παιδικής κατασκήνωσης. Οι διοικήσεις των κατασκηνώσεων, προσπαθούν να υιοθετούν κατάλληλες στρατηγικές μάρκετινγκ, ώστε να κατανοούν καλύτερα τα κίνητρα και τις απαιτήσεις των κατασκηνωτών. Σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση των διαφορών ανάμεσα στα δύο φύλα, όσον αφορά τα κίνητρα συμμετοχής σε κατασκηνώσεις «περιπέτειας» πριν και μετά την παραμονή των παιδιών σε αυτές. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 54 αγόρια και 46 κορίτσια μιας κατασκήνωσης «περιπέτειας» που εδρεύει στην κεντρική Ελλάδα. Για την καταγραφή της σπουδαιότητας των κινήτρων συμμετοχής των κατασκηνωτών «περιπέτειας» χρησιμοποιήθηκε ένα προσαρμοσμένο στα δεδομένα της ελληνικής αγοράς ερωτηματολόγιο, από τους Alexandris και Kouthouris (2005). Στην ίδια μελέτη το ερωτηματολόγιο είχε επιδείξει αποδεκτά επίπεδα αξιοπιστίας και εγκυρότητας. Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε αποτελούνταν από 19 ερωτήματα, τα οποία αναφερόταν σε 6 παράγοντες κινήτρων συμμετοχής: α) Κατασκηνωτική εμπειρία, β) Κοινωνικοποίηση I (εύρεση νέων φίλων), γ) Κοινωνικοποίηση II (συνάντηση με παλιούς φίλους), δ) Ανεξαρτησία, ε) Συμμετοχή στις δραστηριότητες και στ) Επαφή με τη φύση. Τα παιδιά κλήθηκαν να εκτιμήσουν τη σπουδαιότητα των 19 στοιχείων ως κίνητρα για τη συμμετοχή και επανάληψη της συμμετοχής στην κατασκήνωση και να απαντήσουν σε 5βάθμια κλίμακα Likert, όπου 1 = διαφωνώ απόλυτα και 5 = συμφωνώ απόλυτα. Οι κατασκηνωτές συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο την πρώτη μέρα της διαμονής τους στην κατασκήνωση, ενώ συμπλήρωσαν το ίδιο ερωτηματολόγιο (το οποίο αυτή τη φορά αναφερόταν στα κίνητρα για μελλοντική συμμετοχή στην κατασκήνωση) στη λήξη της κατασκηνωτικής περιόδου. Η σύγκριση

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

μέσων τιμών σε ζευγάρια παρατηρήσεων (Paired-samples T test) έδειξε ότι στα αγόρια ο παράγοντας «Ανεξαρτησία» παρουσιάζει στατιστικά σημαντική μείωση μεταξύ των δύο μετρήσεων, ενώ η μεταβολή των υπολοίπων παραγόντων ήταν στατιστικά ασήμαντη. Στα κορίτσια ο παράγοντας «Επαφή με τη φύση» παρουσίασε στατιστικά σημαντική μείωση, με τις μεταβολές των υπολοίπων παραγόντων να είναι πολύ μικρές. Συμπερασματικά, μπορούμε να πούμε ότι η ανάγκη των αγοριών για ανεξαρτησία ελαχιστοποιείται μετά την παραμονή τους στην κατασκήνωση ενώ, κατά τον ίδιο τρόπο η δυναμική της επαφής με τη φύση, φαίνεται να μειώνεται μετά την παραμονή των κοριτσιών σε αυτή. Η μεταβολή των παραπάνω κινήτρων πιθανώς να οφείλεται στην ενίσχυση άλλων παραγόντων, όπως καινούριοι φίλοι ή την ενδεχόμενη σωματική κούραση που μπορεί να έχει η ζωή στη φύση. Η κατανόηση των κινήτρων συμμετοχής θα βοηθήσει στη δημιουργία και προσφορά συγκεκριμένων υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των κατασκηνωτών, που σε βάθος χρόνου θα γίνουν αφοσιωμένοι πελάτες της επιχείρησης.

Λέξεις κλειδιά: κατασκηνώσεις, κίνητρα, αναψυχή

15723

ΣΧΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΤΩΝ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΣΕ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ ΤΗΣ ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

Τσακινάκη Α., Τσίτσαρη Ε., Τσιλίκα Ε.

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

tsakirakinatassa@hotmail.com

THE RELATIONSHIP AMONG MEMBERS' SATISFACTION AND LOYALTY TO THE KOMOTINI'S FITNESS CENTERS

A. Tsakiraki, E. Tsitskari, E. Tsilika

Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S.

Τόσο οι επαγγελματίες όσο και οι ερευνητές του (αθλητικού) μάρκετινγκ έχουν κατανοήσει ότι οι έννοιες της αφοσίωσης και της ικανοποίησης παραδόξως συνδέονται. Κατανοούν επίσης ότι η σχέση τους είναι ασύμμετρη. Ενώ οι αφοσιωμένοι καταναλωτές είναι συνήθως ικανοποιημένοι από τις παρεχόμενες σε αυτούς υπηρεσίες, οι ικανοποιημένοι πελάτες δεν είναι και απαραίτητα αφοσιωμένοι στις υπηρεσίες που τους παρέχονται. Στόχος της έρευνας αυτής ήταν να εξετάσει τη σχέση ικανοποίησης-αφοσίωσης σε μέλη γυμναστηρίων που λειτουργούν στην πόλη της Κομοτηνής. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 198 μέλη γυμναστηρίων της Κομοτηνής. Οι ερευνητές προσέγγισαν όλα τα γυμναστήρια της πόλης αφήνοντας 50 ερωτηματολόγια σε καθένα από αυτά (σύνολο 450). Μόνο όσοι εκδήλωσαν τη διάθεση να συμμετάσχουν στην έρευνα τελικά τα συμπλήρωσαν πριν από την έναρξη της άσκησης τους. Από το σύνολο όσων συλλέχθηκαν (201) τρία κρίθηκαν ακατάλληλα να συμπεριληφθούν στα δεδομένα (ποσοστό επιστροφής 44%). Η ικανοποίηση αξιολογήθηκε μέσω μίας κλίμακας δύο παραγόντων του Oliver (1997): 1. Ικανοποίηση ($\alpha=.861$), με μεταβλητές για τη συνολική ικανοποίηση και την επιτυχή απόδοση (με δύο μεταβλητές) και 2. Δυσaréσκεια ($\alpha=.808$), με μεταβλητές για την απογοήτευση, την ανεπιτυχή απόδοση και την αρνητική επίδραση από το γυμναστήριο. Οι απαντήσεις δόθηκαν μέσω μίας 7-βάθμιας κλίμακας τύπου Likert. Η αφοσίωση μετρήθηκε μέσω της πρόθεσης των ασκουμένων να συνεχίσουν ν' αποτελούν μέλη του εκάστοτε γυμναστηρίου και αξιολογήθηκε μέσα από τρεις μεταβλητές που συνέθεσαν έναν παράγοντα. Οι απαντήσεις δόθηκαν μέσω μίας 6-βάθμιας κλίμακας

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

Likert. Πραγματοποιήθηκε Γραμμική Ανάλυση Παλινδρόμησης προκειμένου να διαπιστωθεί αν ο παράγοντας της αφοσίωσης (εξαρτημένη μεταβλητή) μπορεί να προβλεφθεί από τους δύο παράγοντες της ικανοποίησης (ανεξάρτητες μεταβλητές). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ικανοποίηση δεν προβλέπει την αφοσίωση των πελατών των γυμναστηρίων στην πόλη της Κομοτηνής. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι ένα πολύ μεγάλο ποσοστό τόσο του δείγματος (73,7%) όσο και γενικότερα των μελών των γυμναστηρίων είναι φοιτητές. Καθώς, λοιπόν, η παραμονή τους στην πόλη έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα, μπορεί να μη δεσμεύονται συναισθηματικά με τις επιχειρήσεις αυτής. Σίγουρα το συμπέρασμα αυτό θα πρέπει περαιτέρω να διερευνηθεί σε συνδυασμό με άλλες παραμέτρους όπως την παρεχόμενη ποιότητα υπηρεσιών, το βαθμό ανάμειξής τους με την άσκηση σε γυμναστήρια, κ.α.. Η κατανόηση της συμπεριφοράς των πελατών, άλλωστε, και η επίτευξη της αφοσίωσης σε ένα γυμναστήριο αποτελεί βασικό συστατικό της διατήρησης πελατών που θα πρέπει να συνιστά την κύρια επιδίωξη όλων των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών άθλησης.

Λέξεις κλειδιά: αφοσίωση, ικανοποίηση, γυμναστήρια

15860

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΑΝΑΣΤΕΛΛΟΥΝ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΣΕ ΦΟΙΤΗΤΕΣ ΤΟΥ Τ.Ε.Φ.Α.Α., Δ.Π.Θ.

Ρούσου Β. , Τσίτσαρη Ε., Κουμπάρακης Σ.
Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.
veni_102@hotmail.com

FACTORS CONSTRAINING THE SPORT PARTICIPATION OF THE STUDENTS OF A DEPARTMENT OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORT

**V. Rousou , E. Tsitskari, S. Koubarakis
Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S.**

Τα πολλαπλά φυσιολογικά και ψυχολογικά οφέλη που σχετίζονται με την τακτική συμμετοχή στην άσκηση υπερτονίζουν τη σημασία των ερευνητικών προσπαθειών για την καλύτερη κατανόηση του πώς μπορεί αυτή να μεγιστοποιηθεί. Μελέτες έχουν επισημάνει ότι η απότομη πτώση του επιπέδου της φυσικής δραστηριότητας επέρχεται με την ενηλικίωση (Wallace, Buckworth, Kirby and Sherman, 2000), και αυτό το χαμηλό επίπεδο συμμετοχής διατηρείται (Nahas, Goldfine & Collins, 2003) και μειώνεται ακόμη περισσότερο (Kilpatrick, Hebert & Bartholomew, 2005) κατά την περίοδο των φοιτητικών χρόνων, επιφέροντας αρνητικές συνέπειες στην υγεία και την ποιότητα της ζωής των νέων ατόμων. Στόχος της έρευνας ήταν ν' αξιολογήσει τους παράγοντες που αναστέλλουν τη συμμετοχή των φοιτητών σε οποιαδήποτε μορφή άσκησης και να μελετήσει τις συνήθειες των φοιτητών ως προς αυτήν. Στην έρευνα έλαβαν μέρος 277 φοιτητές, 134 τριτοετείς και 143 τεταρτοετείς, του Τ.Ε.Φ.Α.Α του Δ.Π.Θ. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν σε δύο υποχρεωτικά μαθήματα (ένα για κάθε έτος). Συνολικά επιστράφηκαν 310 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια, από τα οποία τα 277 (89,3%) ήταν κατάλληλα να χρησιμοποιηθούν. Για την υλοποίηση των στόχων της έρευνας επιλέχθηκε το ερωτηματολόγιο των Alexandris and Carroll (1997), το οποίο έχει επανειλημμένα χρησιμοποιηθεί για ν' αξιολογήσει τους ανασταλτικούς παράγοντες άσκησης σε διάφορους ελληνικούς πληθυσμούς. Οι απαντήσεις δόθηκαν μέσω μίας 7-βάθμιας κλίμακας Likert. Το ερωτηματολόγιο επιπλέον περιελάμβανε πέντε μεταβλητές που αφορούσαν στις συνήθειες των φοιτητών ως προς την άσκηση

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

(π.χ. αν ασκούνται, πόσο συχνά, κ.ο.κ.). Η περιγραφικές αναλύσεις έδειξαν ότι το 67% των ερωτηθέντων ασχολούνταν με κάποια αθλητική δραστηριότητα (κυρίως ποδόσφαιρο -19,5%- και στίβο -10,1%) την περίοδο που πραγματοποιήθηκε η έρευνα, τρεις (21,7%) με τέσσερις (20,9%) φορές την εβδομάδα. Μόλις το 23,1% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι συμμετείχαν σε κάποια μορφή άσκησης/αθλήματος πριν τις σπουδές τους. Τα αποτελέσματα εξέπληξαν τόσο με το χαμηλό ποσοστό της πρότερης συμμετοχής των φοιτητών όσο και με το μέτριο ποσοστό της παρούσας αθλητικής συμμετοχής –λαμβάνοντας υπόψη ότι η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε Τμήμα Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού. Οι χαμηλοί μέσοι όροι κατά την αξιολόγηση των ανασταλτικών παραγόντων (δεδομένου του 7-βάθμιου της κλίμακας) ήταν περισσότερο από φυσιολογικοί, αναλογιζόμενοι ότι οι φοιτητές του Τμήματος -σε αντίθεση με τα αποτελέσματα ερευνών του εξωτερικού- μάλλον αύξησαν παρά μείωσαν την αθλητική συμμετοχή τους κατά τη διάρκεια των σπουδών τους. Οι παράγοντες που περισσότερο τους αναστέλλουν είναι οικονομικοί, αλλά και οι κακές εγκαταστάσεις και τα μη ποιοτικά προγράμματα άσκησης που φαίνεται να παρέχονται στην πόλη της Κομοτηνής. Η βελτίωση αυτών των συνθηκών (π.χ. παροχή πακέτων προσφορών, ανακαίνιση εγκαταστάσεων, κ.α.) πιθανά να οδηγήσει σε μεγαλύτερη αθλητική συμμετοχή.

Λέξεις κλειδιά: φοιτητές, Τ.Ε.Φ.Α.Α., αθλητική συμμετοχή

16148

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ ΑΠΟ ΤΟ 4Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΡΩΤΑΘΛΗΜΑ ΠΑΓΚΡΑΤΙΟΥ

Παπαχριστοφόρου Χ. , Στεργιούλας Α.

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τ.Ο.Δ.Α.

ang_christine1985@hotmail.com

ANALYZING THE SATISFACTION OF PARTICIPANTS IN THE 4TH PANGRATIAN WORLD CHAMPIONSHIP

C. Papachristoforou , A. Stergioulas

University of Peloponnese, Department of Sports Organization and Management.

Η πρόκληση της διοργάνωσης ενός αξιολογού αθλητικού γεγονότος γίνεται λιγότερη δύσκολη, όταν οι αθλητικές ομοσπονδίες γνωρίζουν το βαθμό ικανοποίησης των συμμετεχόντων. Ένα ερευνητικό εργαλείο που θα το μετρούσε αυτό, θα βοηθούσε στην αξιολόγηση των διοργανώσεων και την αντίληψη των απαιτήσεων των άμεσα ενδιαφερόμενων με τη θέσπιση προτύπων για την διοργάνωση ενός πρωταθλήματος. Παράλληλα η κλίμακα θα αποτελούσε μέσο συνεχούς βελτίωσης με στόχο οι συμμετέχοντες να μένουν απόλυτα ικανοποιημένοι από μία διοργάνωση. Έτσι, ο σκοπός της μελέτης ήταν να αναπτύξει ένα έγκυρο και αξιόπιστο ερωτηματολόγιο για να προσδιορίσει την ικανοποίηση των συμμετεχόντων (αθλητών-τριών, προπονητών, ελλανοδικών, επισήμων) στο 4ο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα παγκρατίου αθλήματος, που διεξήχθη στις 3 με 5 Δεκεμβρίου 2010 στο Λουτράκι (Ελλάδα) και το οποίο οργανώθηκε από την Ελληνική Ομοσπονδία Παγκρατίου Αθλήματος. Για την ανάπτυξη της κλίμακας ακολουθήθηκε η εξής διαδικασία: α) ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, β) ένας κατάλογος με ερωτήσεις που αφορούσαν την ικανοποίηση από την οργάνωση του πρωταθλήματος και τη διαμονή των συμμετεχόντων, και γ) μια ομάδα από Καθηγητές των Αθλητικών Τμημάτων, που δίδασκαν μεθοδολογία, διοίκηση και στατιστική και ενός προπονητή του αθλήματος του παγκρατίου. Στην

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

αρχή σχεδιάστηκαν 21 ερωτήσεις, που μετά τον έλεγχο των ειδικών μειώθηκαν στις 13. Οι 13 ερωτήσεις που επιλέχθηκαν κατανεμήθηκαν από τους Ακαδημαϊκούς σε 3 παράγοντες: «οργάνωση προαγωνιστικού σεμιναρίου» (4 ερωτήσεις), «διαμονή» (5 ερωτήσεις), και «οργάνωση του πρωταθλήματος», (4 ερωτήσεις). Στη συνέχεια το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε 66 άτομα (32 αθλητές, 12 προπονητές, 13 ελλανοδίκες και 9 επισήμους) που συμμετείχαν στο 4ο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα του παγκρατίου και με τυχαία επιλογή πήραν μέρος στην έρευνα. Από τους συμμετέχοντες ζητήθηκε να βαθμολογήσουν τις ερωτήσεις της κλίμακας σε σχέση με την ικανοποίησή τους σε μια 5 βάρθμια κλίμακα Likert. Η ανάλυση των δεδομένων με διερευνητική παραγοντική ανάλυση, ανέδειξε τρεις παράγοντες που εξηγούσαν το 76.85 % της διασποράς των μεταβλητών. Οι παράγοντες αυτοί ήταν: α) ο παράγοντας 1, «οργάνωση προαγωνιστικού σεμιναρίου» (3 ερωτήσεις), β) ο παράγοντας 2, «διαμονή» (5 ερωτήσεις) και ο παράγοντας 3, «οργάνωση του πρωταθλήματος» (4 ερωτήσεις). Ο συντελεστής Cronbach's alpha των παραγόντων του ερωτηματολογίου παρουσίασε εσωτερική συνοχή 0.93. Αναλυτικά, ο Cronbach's alpha του παράγοντα 1 «οργάνωση προαγωνιστικού σεμιναρίου» ήταν 0.96, του παράγοντα 2 «διαμονή», 0.88 και του παράγοντα 3 «οργάνωση του πρωταθλήματος», 0.87. Μεθοδολογικά στην παραγοντική ανάλυση απαιτούνται 5 άτομα για κάθε ερώτηση ($13 \times 5 = 65$), ενώ για την επιβεβαιωτική τα διπλάσια. Στην παρούσα εργασία τόσο η συνολική συνοχή της κλίμακας, όσο και του κάθε παράγοντα ήταν υψηλή (Li, Pitts & Quarteman, 2008; Andrew, Pedersen, & McEvoy, 2011). Από τα παραπάνω συμπεραίνεται ότι η κλίμακα που κατασκευάστηκε σ' αυτή την εργασία είναι ένα αξιόπιστο και έγκυρο εργαλείο, που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να μετρήσει την ικανοποίηση των συμμετεχόντων σε αγώνες του αθλήματος του «παγκρατίου».

Λέξεις κλειδιά: Παγκράτιο άθλημα, Ικανοποίηση, Παγκόσμιο Πρωτάθλημα

16232

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΣΕ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Δαλάκης Α., Τσίτσκαρη Ε., Κώστα Γ.

2ο Γραφείο Μειονοτικών Σχολείων, Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης Ν. Ξάνθης,
Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

etsitska@phyed.duth.gr

EVALUATION OF THE PARTICIPANTS' IN OUTDOOR RECREATION ACTIVITIES MOTIVATION

A. Dalakis, E. Tsitskari, G. Costa

2nd Office of Minority School, Primary Education of Xanthi, Democritus University of
Thrace, D.P.E.S.S.

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής με τους εξοντωτικά ταχείς ρυθμούς και τις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις καθώς και το ποιοτικά υποβαθμισμένο περιβάλλον των σύγχρονων μεγαλουπόλεων καθιστά την υπαίθρια αναψυχή και τη συμμετοχή σε προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων σημαντική και άκρως απαραίτητη, καθώς αποσκοπούν στην ικανοποίηση και ευχαρίστηση των συμμετεχόντων, με αποτέλεσμα τα οφέλη να προκύπτουν αβίαστα, παρακινώντας τους συμμετέχοντες για δια-βίου άσκηση, χωρίς απαιτήσεις και προσδοκίες υψηλής απόδοσης. Στην Ελλάδα, οι έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σε προγράμματα υπαίθριας αναψυχής αφορούν κυρίως σε συμμετέχοντες χειμερινών αθλημάτων. Στόχος της έρευνας ήταν να αξιολογήσει τους λόγους που κινητοποιούν τα άτομα να

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

συμμετάσχουν σε δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε, μεταξύ Ιουλίου και Σεπτεμβρίου του 2010, σε περιοχές της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης που λαμβάνουν χώρα δράσεις αθλητικής αναψυχής. Συνολικά μοιράστηκαν 1205 ερωτηματολόγια, επιστράφηκαν συμπληρωμένα τα 732 και τελικά κρίθηκαν κατάλληλα να χρησιμοποιηθούν στην έρευνα τα 637 (ποσοστό επιστροφής: 52,9%). Για την αξιολόγηση των κινήτρων χρησιμοποιήθηκαν μεταβλητές της κλίμακας Recreational Experience Preference (REP), (Manfredo, Driver & Tarrant, 1996), στόχος της οποίας είναι να αναζητά τους λόγους για τους οποίους τα άτομα επισκέπτονται και δραστηριοποιούνται σε διάφορα φυσικά περιβάλλοντα με στόχο την αναψυχή. Μεταβλητές της κλίμακας αυτής έχουν ήδη δοκιμαστεί με απόλυτη επιτυχία σε ελληνικό πληθυσμό. Ζητήθηκε από τις εταιρείες αναψυχής που δραστηριοποιούνται στην περιοχή να στείλουν στους ερευνητές ένα πρόγραμμα με τις δράσεις που θα ανέπτυσαν κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και από το σύνολο των προγραμμάτων αυτών επιλέχθηκαν τυχαία δέκα στα οποία θα μοιράζονταν το ερωτηματολόγιο. Προσοχή δόθηκε στο να μη συμπίπτουν οι ημερομηνίες πραγματοποίησης των δραστηριοτήτων. Τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε όλους τους συμμετέχοντες ακριβώς μετά το τέλος της κάθε δραστηριότητας. Πραγματοποιήθηκαν διερευνητική παραγοντική ανάλυση από την οποία προέκυψαν εννέα παράγοντες κινητοποίησης των ατόμων προκειμένου να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες αθλητική υπαίθριας αναψυχής: προβολή ($\alpha=,919$), χαλάρωση-απόδραση ($\alpha=,872$), ρίσκο ($\alpha=,864$), κοινωνικοποίηση ($\alpha=,873$), βελτίωσης-εξέλιξης ($\alpha=,886$), επαφής με τη φύση ($\alpha=,905$), άσκησης ($\alpha=,870$), επίδειξης ($\alpha=,7990$ και επαφής με την οικογένεια ($\alpha=,880$). Ως πλέον σημαντικούς λόγους κινητοποίησης οι συμμετέχοντες αξιολογούν τους παράγοντες: επαφή με τη φύση (Μ.Ο.=5,95), χαλάρωση-απόδραση (Μ.Ο.=5,84) και άσκηση (Μ.Ο.=5,80), ενώ ως λιγότερο σημαντικούς τους: προβολή (Μ.Ο.=3,27) και επίδειξη (Μ.Ο.=3,34). Συμπερασματικά, τα κίνητρα των ατόμων προκειμένου να συμμετάσχουν σε υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής αφορούν κύρια στην ανάγκη χαλάρωσης ή επαφής με το φυσικό περιβάλλον. Τα στοιχεία αυτά θα πρέπει περισσότερο να τονίσουν κατά την προβολή τους ή να εξελίσουν οι εταιρείες υπαίθριας αθλητικής αναψυχής προκειμένου να προσεγγίσουν και να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των συμμετεχόντων στις δράσεις τους.

Λέξεις κλειδιά: κίνητρα, υπαίθριες δραστηριότητες, συμμετέχοντες

16472

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΚΟΥ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

**Παπαδόπουλος Α., Μουντάκης Κ., Στεργιούλας Α., Κωνσταντίνος Π.
Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τ.Ο.Δ.Α.**

andpaplg@yahoo.gr

DEVELOPMENT OF A QUESTIONNAIRE TO INVESTIGATE THE FACTORS AFFECTING THE ORGANIZATION OF THE YOUTH SOCCER IN GREECE

**A. Papadopoulos, K. Mountakis, A. Stergioulas, P. Konstantinakos
University of Peloponnese, Department of Sports Management**

Η εκπαίδευση των παιδιών στα τμήματα υποδομής ποδοσφαίρου αρχίζει από την ηλικία των 6-8 ετών περίπου και ολοκληρώνεται μετά την εφηβική ηλικία. Είναι μια μεγάλη χρονική περίοδο η οποία απαιτεί κατάλληλο σχεδιασμό και οργάνωση. Η

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

παρούσα μελέτη σχεδιάστηκε για να κατασκευάσει ένα αξιόπιστο ερευνητικό εργαλείο με στόχο να προσδιορίσει τους παράγοντες που συμμετέχουν στην οργάνωση και στην υλοποίηση του παιδικού ποδοσφαίρου στη χώρα μας. Μετά από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με τον προγραμματισμό, το περιεχόμενο και την αξιολόγηση της εκπαίδευσης των παιδιών στο ποδόσφαιρο σχεδιάστηκαν 44 ερωτήσεις. Ακολούθως πραγματοποιήθηκαν 30 ημιδομημένες συνεντεύξεις με προπονητές οι οποίοι εργάζονταν σε τμήματα υποδομής ποδοσφαίρου. Σκοπός των συνεντεύξεων αυτών ήταν να σχεδιαστούν ερωτήσεις που είχαν σχέση με την οργάνωση της εκπαίδευσης των παιδιών στο ποδόσφαιρο. Με τον τρόπο αυτό προστέθηκαν άλλες 15 ερωτήσεις και στην κλίμακα συνολικά περιέχονταν 59 ερωτήσεις. Κατόπιν, το ερωτηματολόγιο υπεβλήθη σε κριτική ανάλυση από 6 Ακαδημαϊκούς, που δίδασκαν μεθοδολογία έρευνας, στατιστική και οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου. Αυτοί σημείωσαν αν οι ερωτήσεις μετρούσαν τους παράγοντες οργάνωσης στο παιδικό ποδόσφαιρο και αφαίρεσαν 3 ερωτήσεις. Το τελικό ερωτηματολόγιο με 53 ερωτήσεις, αξιολογήθηκε και διορθώθηκε από φιλόλογο για να διασφαλιστεί η κατανόηση των ερωτήσεων. Στη συνέχεια για να ελεγχθεί η εγκυρότητα, η αντικειμενικότητα και η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου, πραγματοποιήθηκε πιλοτική μελέτη στην οποία πήραν μέρος με κλήρωση 148 προπονητές, οι οποίοι εργάζονταν σε ακαδημίες ποδοσφαίρου σε 51 νομούς της χώρας. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε για συμπλήρωση στους προπονητές με προσωπική επαφή. Η επιλογή των προπονητών έγινε μετά από στρωματοποιημένη κατά επίπεδα τυχαία δειγματοληψία. Οι προπονητές ποδοσφαίρου κλήθηκαν να βαθμολογήσουν τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου σε κλίμακα Likert, όπου (1) χαμηλή σημαντικότητα και (5) υψηλή σημαντικότητα. Ο έλεγχος της δομικής εγκυρότητας της κλίμακας έγινε με διερευνητική παραγοντική ανάλυση (exploratory factor analysis), για να αποφασιστεί πόσοι παράγοντες θα χρησιμοποιηθούν, με ιδιοτιμές >1 (eigenvalues >1). Μετά την παραγοντική ανάλυση και τη φόρτιση των ερωτήσεων οι μεταβλητές που παρέμειναν ήταν 26. Η ανάλυση της αξιοπιστίας της κλίμακας (Cronbach's alfa) παρουσίασε εσωτερική συνοχή ($\alpha = 0,87$). Οι παράγοντες που προέκυψαν από την ανάλυση ήταν: α) ο παράγοντας «εκπαιδευτικές δραστηριότητες» με 5 μεταβλητές, β) ο παράγοντας «εκπαιδευτικοί στόχοι» με 7 μεταβλητές, γ) ο παράγοντας «επιστημονικό προσωπικό» με 6 μεταβλητές, δ) ο παράγοντας «υποδομή - μέσα» με 5 μεταβλητές και ε) ο παράγοντας «χρονική διάρκεια» με 3 μεταβλητές και εξηγούσαν το 57.00% της διακύμανσης των μεταβλητών. Συμπεραίνεται ότι το ερωτηματολόγιο που αναπτύχθηκε στην παρούσα μελέτη, είναι μια έγκυρη και αξιόπιστη κλίμακα για να μετρήσει τους παράγοντες οργάνωσης στο παιδικό ποδόσφαιρο στην Ελλάδα.

Λέξεις κλειδιά: ποδόσφαιρο, κατασκευή ερωτηματολογίου, οργάνωση

17081

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΑΝΑΜΕΙΞΗΣ ΣΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΧΟΡΩΝ Μπαλάσκα Π. , Δούκα Σ., Τσιφτελίδου Σ., Αλεξανδρή Κ.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α., Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

pmpalask@phed.auth.gr

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

THE ROLE OF SERVICE QUALITY ON THE DEVELOPMENT OF INVOLVEMENT IN TRADITIONAL RECREATIONAL DANCE PROGRAMS

P. Balaska , S. Douka, S. Tsiftelidou, K. Alexandris

Aristotle University of Thessaloniki, D.P.E.S.S., Region area of Central Macedonia

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να μελετηθεί αν η ποιότητα υπηρεσιών προγραμμάτων παραδοσιακών χορών μπορεί να συνεισφέρει στην ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες υψηλής και χαμηλής ανάμειξης με τον παραδοσιακό χορό. Το δείγμα αποτέλεσαν εκατόν σαράντα (N=140) συμμετέχοντες σε προγράμματα παραδοσιακών χορών της Β. Ελλάδας. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν: α) το ερωτηματολόγιο των τριών διαστάσεων της Ανάμειξης (Κεντρικότητα, Έλξη, Αυτό-έκφραση) των Kyle et al., 2003 και β) το ερωτηματολόγιο της Ποιότητας Υπηρεσιών (Προσωπικό, Προσδοκώμενα Αποτελέσματα, Εγκαταστάσεις, Αξιοπιστία και Ανταπόκριση) των Alexandris et al. (2004). Από την ανάλυση συστοιχιών (Cluster analysis) των διαστάσεων της Ανάμειξης προέκυψαν δύο ομάδες συμμετεχόντων: υψηλής και χαμηλής ανάμειξης. Από την ανάλυση διακριτότητας (Discriminant Analysis) με εξαρτημένη μεταβλητή τις ομάδες της ανάμειξης και ανεξάρτητες μεταβλητές τις διαστάσεις της ποιότητας προέκυψε ότι τέσσερις από τις πέντε διαστάσεις (προσδοκώμενα αποτελέσματα, εγκαταστάσεις, αξιοπιστία και ανταπόκριση) προσέφεραν στατιστικά σημαντική συνεισφορά στην ταξινόμηση των συμμετεχόντων σε ομάδες χαμηλής και υψηλής ανάμειξης. Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνουν την σημασία της ποιότητας υπηρεσιών στην ανάπτυξη της ανάπτυξης των συμμετεχόντων με τα προγράμματα παραδοσιακών χορών. Ως εκ τούτου θα συζητηθούν ως προς την οργάνωση, το μάρκετινγκ και τον σχεδιασμό των προγραμμάτων με προτάσεις για τους φορείς που υλοποιούν προγράμματα ενεργητικής αναψυχής.

Λέξεις κλειδιά: ποιότητα υπηρεσιών, ανάμειξη, ενεργητική αναψυχή

17300

ΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ E-CRM: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΙΑΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ

Κουρτεσοπούλου Α. , Παπαϊωάννου Α., Κριεμάδης Θ.

Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τ.Ο.Δ.Α.

akourtes@hotmail.com

EXPLORING E-CRM APPLICATION: A CASE STUDY IN OUTDOOR RECREATION SECTOR

A. Kourtesopoulou , A. Papaioannou, T. Kriemadis

University of Peloponnese, Department of Sports Management

Customer relationship management (CRM) is a comprehensive business and marketing strategy that integrate technology, process, and all business activities around the customer. With the rapid growth of electronic business and rise of Internet-based services, the internet has provided a platform to deliver CRM functions on the Web (e-CRM) which is focused on web-based interaction between companies and their customers. The purpose of this study was to provide a better understanding of how the Internet is used as a strategic tool in e-CRM in the outdoor recreation sector. Two primary research questions were addressed in this study: (i) How can the online environment be described? (ii) How are the customers served in this online environment? A qualitative method of double case study approach was used for the purpose of this study, combining two data collection methods, participant observation

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

and documentation. Primary data collected through an observation checklist (consisted of 48-items & 11-sub-scales) in which the observers concentrated their records and secondary through documents from different published sources to verify the collected data. The selected sample was the sites of two outdoor recreation companies, Eco-Action and Wilderness Scotland which had the highest web quality score. Conclusions were drawn based on the similarities and differences, which were found according to the observation checklist adopted from the literature (Khan and Shahzad, 2005). Exploring the online environment our study found that outdoor recreation companies' page-loading speed was fast, with simple design. Both web sites were customer focus oriented, used a satisfactory security level (eg. providing copyrights) and navigation efficiency. Regarding to business content the particular websites were clear and concise text to describe business, had contact information and simple background, providing free services and simple registration forms. Exploring customers service website environment, there were mentioned major differences between the two outdoor recreation websites in all customer service components such as: placing order, payment option, shipping information, returns, interactive service and web policy. Our case study implies that both outdoor recreation companies provide a clear online environment setting, although they appeared to have important differences referring to customer services. Managers need to develop an appropriate customer service system if they want to improve customer relationships, for example framing and declaring the online purchasing process. This in turn facilitates a clear e-CRM strategy, as holistic process which focuses on creating two-way communication with customers so that organizations have an intimate knowledge of their needs, wants, and buying patterns.

Λέξεις κλειδιά: e-CRM, outdoor recreation companies, internet

17359

ΤΡΑΥΜΑΤΙΣΜΟΣ ΔΙΑΓΩΝΙΖΟΜΕΝΟΥ ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΔΟΚΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Η ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΤΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ ΝΑ ΤΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ ΜΙΑ ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Παπαδόπουλος Ν.

Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Σερρών

nkrapado@yahoo.gr

EXAMINEE'S INJURY AT ATHLETIC TESTING AND THE OBLIGATION OF THE ADMINISTRATION TO GIVE HIM A SECOND CHANCE

N. Papadopoulos

Serres' Technological Institute of Education

Είναι πολύ σύνηθες το φαινόμενο να τραυματίζονται διαγωνιζόμενοι κατά τη διάρκεια αθλητικών δοκιμασιών, οι οποίες προβλέπονται είτε από τη νομοθεσία για την πρόσληψη προσωπικού στον δημόσιο τομέα είτε από τη νομοθεσία για την εισαγωγή σε ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα και στρατιωτικές σχολές είτε από το πρόγραμμα σπουδών Α.Ε.Ι. και στρατιωτικών σχολών, και να μη δύνανται να συνεχίσουν την εξέταση, με αποτέλεσμα να απορρίπτονται. Σε όλες τις περιπτώσεις αυτές, συνιστά υποχρέωση της Διοικήσεως (εξεταστικής επιτροπής, βαθμολογητών κ.λπ.), η οποία εδράζεται απευθείας στο Σύνταγμα, να παρέχει τη δυνατότητα στους τραυματιζόμενους διαγωνιζόμενους να επαναλάβουν την εξέταση μετά την ανάρρωσή τους. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η υποχρέωση αυτή προβλέπεται από την ίδια την κοινή νομοθεσία η οποία διέπει τη σχετική αθλητική δοκιμασία (κανονισμός

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

σπουδών κ.λπ.). Σ' εκείνες όμως τις περιπτώσεις που δεν προβλέπεται από την κοινή νομοθεσία η επανεξέταση του τραυματισθέντος διαγωνιζόμενου, η Διοίκηση οφείλει να ορίσει νέα ημερομηνία εξέτασης του τραυματισθέντος, εφαρμόζοντας τη γενική αρχή του δικαίου "impossibillium nulla obligatio est" (=κανείς δεν υποχρεούται στα αδύνατα), η οποία απορρέει από τη θεμελιώδη αρχή της αξίας του ανθρώπου (άρθρο 2§1 του Συντάγματος) και το δικαίωμα του καθενός να αναπτύσσει ελεύθερα την προσωπικότητά του και να συμμετέχει στην κοινωνική, οικονομική και πολιτική ζωή της χώρας (άρθρο 5§1 του Συντάγματος). Μια τέτοια περίπτωση αντιμετώπισε η απόφαση 325/2010 του Διοικητικού Εφετείου Θεσσαλονίκης, η οποία δικαίωσε διαγωνιζόμενο για θέση δημοτικού αστυνομικού, ο οποίος κατά τη διάρκεια της προβλεπόμενης αθλητικής δοκιμασίας τραυματίστηκε στο 4ο άθλημα με αποτέλεσμα να μη μπορεί να εξετασθεί στο 5ο άθλημα (και τελευταίο), οπότε κρίθηκε από την αρμόδια Επιτροπή απορριπτός, μολοντί είχε εξετασθεί επιτυχώς στα άλλα τέσσερα (4) αθλήματα. Τυχόν άρνηση ή παράλειψη της Διοικήσεως να ορίσει νέα ημερομηνία εξέτασης διαγωνιζόμενου, ο οποίος αποδεδειγμένα τραυματίστηκε κατά την αθλητική δοκιμασία και ζητεί επανεξέταση, καθιστά την πράξη ή παράλειψή της ακυρωτέα και γεννά υποχρέωση αποζημίωσης. Η Διοίκηση κατά τον προσδιορισμό της νέας ημερομηνίας εξέτασης πρέπει να λαμβάνει υπόψη της και τον απαιτούμενο χρόνο για την ανάρρωση του διαγωνιζόμενου. Φυσικά, ο προσδιορισμός της νέας ημερομηνίας εξέτασης του τραυματισθέντος διαγωνιζόμενου πρέπει να μην υπονομεύει την όλη οικονομία του διαγωνισμού (δημοσίευση αποτελεσμάτων σε εύλογο χρόνο) και τα δικαιώματα των άλλων διαγωνιζομένων. Έτσι, παρέλκει ο προσδιορισμός νέας ημερομηνίας εξέτασης, όταν ο διαγωνιζόμενος έχει αποτύχει σε άλλη δοκιμασία (με αποτέλεσμα να κρίνεται ούτως ή άλλως απορριπτός) ή όταν η επίκληση τραυματισμού είναι προσχηματική κ.λπ.

Λέξεις κλειδιά: τραυματισμός, εξέταση, διαγωνισμός

15469

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ

**Πουλημένος Β., Μπάρλας Α., Κουστέλιος Α., Μπουργάνης Α.
Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Τ.Ε.Φ.Α.Α.**

bilpoul@hotmail.com

PROMOTION ACTIVITIES OF CORPORATE OBJECTIVES THROUGH SPORTS SPONSORSHIP

**V. Poulimenos, A. Barlas, A. Koustelios, A. Bourganis
University of Thessaly, D.P.E.S.S.**

Η χορηγία ως είδος διαφήμισης έχει αυξηθεί εντυπωσιακά τα τελευταία χρόνια και αποτελεί χρήσιμο εργαλείο προώθησης για τις διάφορες επιχειρήσεις. Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να προσδιορίσει ποιες δραστηριότητες προώθησης θεωρούνται αποδοτικότερες από τα διευθυντικά στελέχη των εταιριών. Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν δέκα οικονομικοί διευθυντές ποικίλων επιχειρήσεων, οκτώ (8) άνδρες και δύο (2) γυναίκες, των οποίων οι εταιρίες τους παρέιχαν χορηγικά προγράμματα σε αθλητικά σωματεία, και συγκεκριμένα χορηγούσαν την ΠΑΕ του Πανιωνίου Γ.Σ. και την ΠΑΕ του Ολυμπιακού Βόλου. Οι προτιμήσεις των διευθυντικών στελεχών των εταιριών ως προς τις δραστηριότητες προώθησης μελετήθηκαν με τη χρήση ερωτηματολογίου κλίμακας 1-7(1= Διαφωνώ απόλυτα, 7= Συμφωνώ απόλυτα).

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

Η διαδικασία της έρευνας διεξήχθη κατόπιν συνεννόησης με τους διευθυντές μάρκετινγκ των αθλητικών σωματίων προκειμένου να διαμεσολαβήσουν για την επικοινωνία του ερευνητή με τους διευθυντές των εταιριών όπου τους παρείχαν χορηγικά προγράμματα. Ο ερευνητής ήρθε σε επαφή με τους διευθυντές των εταιριών όπου και σε συνεργασία συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο με τα 8 μέσα προώθησης. Για την στατιστική ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος spss. Αναλύοντας τα αποτελέσματα σχετικά με τα μέσα προώθησης παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των διευθυντών θεώρησε σημαντικότερο το Όνομα της Εταιρίας/Προϊόντος στην Αθλητική Ενδυμασία, ενώ εξίσου μεγάλη προτίμηση είχε και η Τηλεοπτική Κάλυψη. Λιγότερο σημαντικά θεωρήθηκαν η Παρουσία Πωλητών σε Χορηγούμενα Αθλητικά Γεγονότα και οι Πωλήσεις Προϊόντων στο Στάδιο. Η σημαντικότητα της συγκεκριμένης ερευνητικής μελέτης έγκειται στην απουσία σύγχρονων ερευνών σχετικά με τις δραστηριότητες προώθησης που περιλαμβάνονται σε αθλητικά χορηγικά προγράμματα, ενώ ταυτόχρονα επισημαίνει τις προτιμήσεις των διευθυντών. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν επιβεβαιώνουν την θέληση των εταιριών να συμβάλουν στην ενίσχυση της διαφήμισης μέσω της χορηγίας, βεβαιώνοντας ακόμη ότι οι προωθήσεις αθλημάτων/γεγονότων δεν χρησιμοποιούνται για πωλήσεις στο ίδιο το γεγονός.

Λέξεις κλειδιά: αθλητική χορηγία, δραστηριότητες προώθησης, διαφήμιση

15538

ezat_shahmansoori@yahoo.com

THE ROLE OF MEDIA ON ATHLETE'S PERFORMANCE AND STRESS CREATION

E. Shamansouri , K. Talebi

Islamic Azad University, Arak Branch, Department of Physical Education ,Arak,Iran

The present research aimed at exploring the role of media in stress creation and athlete's performance from the athlete's views. Based on the present research purposes, media include journals, newspapers, television and sport reporters which each of them are effective on athletes' behaviors. Stress is defined as a state that results from the demands that are placed on the individual which require that person to engage in some coping behavior (Jones, 1990). The Multidimensional Anxiety Theory by Martens et al (1990), for instance, focuses on the anxiety response that accompanies high levels of stress. It takes into consideration two different elements: cognitive anxiety and somatic anxiety. In general, The Multidimensional Anxiety Theory hypothesizes that as cognitive anxiety increases, athletic performance decreases. The research tried to address following questions: What are the role of media in stress creation? What is the role of stress in athlete's performance? The population universe consisted of 800 athletes who participated in Iran's football league. In the research, 200 athletes were selected as samples according to random stratified sampling. Data gathering tools was a stress questionnaire and athlete's performance quality. We used a questionnaire which had been confirmed by a group of experts. In addition we examined the reliability of the questionnaire (Chronbach's Alpha =0/85). According to the research findings, 75 percent of respondents believed that media have a significant role in creating stress because of following reasons: too much attention paid to competitions' sensational margins, dissemination of false news, augmenting excitement and stress levels among athletes, magnifying sports insignificant events. These factors cause athletes' loss of attention and focus, resulting in their performance

* Η συμμετοχή στο συνέδριο με προφορική ανακοίνωση πιστοποιείται από το παρόν ηλεκτρονικό αρχείο.

* The participation in the congress with an oral presentation is certified through this electronic file.

drop. Depressed mood, specifically, acts as a catalyst for reduced vigor, increased aggression, confusion, fatigue, and tension, thereby debilitating performance (Mellalieu, 2003). Moreover, high levels of stress accompany increased anxiety (Sanders, 1983).

Λέξεις κλειδιά: Media, Stress, Athlete's performance

16151

**ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΧΟΡΗΓΙΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΦΙΛΑΘΛΩΝ
ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ**

Τόλκα Β. , Τζέτζης Γ.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α

v.tolka@paokfc.gr

**SPONSORSHIP EFFECTIVENESS FOR FANS OF DIFFERENT FREQUENCY OF
ATTENDANCE**

V. Tolka , G. Tzetzis

Aristotle University of Thessaloniki, D.P.E.S.S.

Σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να αξιολογηθεί η διαφορά των μεταβλητών αποτελεσματικότητας της χορηγίας σε φιλάθλους επαγγελματικού ποδοσφαίρου διαφορετικής συμμετοχής. Στην έρευνα συμμετείχαν 420 φιλάθλοι επαγγελματικών ομάδων ποδοσφαίρου που συμπλήρωσαν ερωτηματολόγιο αξιολόγησης της αποτελεσματικότητας της χορηγίας. Οι συμμετέχοντες χωρίστηκαν σε τρεις ομάδες, σύμφωνα με τη συχνότητα επίσκεψής τους σε αγώνες επαγγελματικού ποδοσφαίρου, σε χαμηλής συχνότητας (1-4 φορές), μεσαίας συχνότητας (5-10 φορές) και υψηλής συχνότητας (11-15 φορές). Έγινε ανάλυση διακύμανσης μεταξύ των ομάδων ως προς τις μεταβλητές αποτελεσματικότητας της χορηγίας και συγκεκριμένα: α) της στάσης απέναντι στις χορηγίες, β) της δημιουργίας θετικής εικόνας για τον χορηγό και τα προϊόντα του, γ) της πιθανότητας αναγνώρισης της επωνυμίας και των προϊόντων του χορηγού σε διαφημιστικά μηνύματα στο μέλλον, δ) των μελλοντικών προθέσεων αγοράς προϊόντων του χορηγού και ε) των μελλοντικών προθέσεων θετικής προφορικής επικοινωνίας. Από την ανάλυση διαπιστώθηκε ότι υπήρχε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των τριών ομάδων συμμετοχής ως προς όλες τις μεταβλητές αποτελεσματικότητας της χορηγίας, εκτός από τις μεταβλητές των μελλοντικών προθέσεων. Η έλλειψη διαφοράς στις προθέσεις οφείλεται στην πολύ υψηλή πρόθεση που είχαν όλες οι ομάδες συμμετοχής. Οι διαφορές μεταξύ των επιπέδων συμμετοχής φαίνεται ότι παίζουν καθοριστικό ρόλο στην αποτελεσματικότητα της χορηγίας. Οι φιλάθλοι υψηλής συμμετοχής επηρεάζονται περισσότερο από αυτούς της μεσαίας και αυτοί από αυτούς της χαμηλής συμμετοχής. Στόχος των εταιριών – χορηγών θα πρέπει να είναι η επιλογή των κατάλληλων μεθόδων προσέγγισης των φιλάθλων διαφορετικού επιπέδου συμμετοχής και των επαγγελματικών σωματείων η δημιουργία ταυτισμένων φιλάθλων υψηλής συμμετοχής.

Λέξεις κλειδιά: ποδόσφαιρο, στάσεις, προθέσεις συμπεριφοράς

18002

ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΣΤΙΣ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ, ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ, ΤΗΝ ΑΞΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΡΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΜΕΤΑΞΥ ΦΙΛΑΘΛΩΝ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟΥ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗΣ ΑΝΑΜΙΞΗΣ

Θαμνόπουλος Ι., Τζέτζης Γ., Λάιος Α.

Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α., Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, Τ.Ε.Φ.Α.Α.

yathamno@gmail.com

DIFFERENCES IN PERCEPTIONS OF SERVICE QUALITY, SATISFACTION, VALUE AND FUTURE INTENTIONS AMONG FOOTBALL FANS OF DIFFERENT INVOLVEMENT

J. Thamnopoulos, G.Tzetzis, A. Laios

Aristotle University of Thessaloniki, D.P.E.S.S., Democritus University of Thrace, D.P.E.S.S.

Με ζητούμενο την αύξηση της προσέλευσης και διατήρησης των θεατών, αλλά και την αύξηση της συχνότητας κατανάλωσης, η παρούσα μελέτη έχει σκοπό να ερευνήσει το κατά πόσο υπάρχουν διαφορές στις αντιλήψεις σχετικά με την ποιότητα υπηρεσιών, την ικανοποίηση και την αξία, αλλά και στις μελλοντικές προθέσεις των θεατών, ανάμεσα σε φιλάθλους διαφορετικής συχνότητας συμμετοχής. Στην έρευνα συμμετείχαν 925 φίλαθλοι από 6 διαφορετικούς συλλόγους επαγγελματικού ποδοσφαίρου οι οποίοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο «SPORTSERV» των Theodorakis και Alexandris (2008) για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών, της ικανοποίησης, της αξίας και των μελλοντικών προθέσεων. Η διανομή και η συγκέντρωση των ερωτηματολογίων έγιναν πριν την έναρξη των αγώνων. Για να είναι όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό το δείγμα, έγινε στρωσιματογενής δειγματοληψία και τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν τυχαία και συμπληρώθηκαν εθελοντικά. Για την σύγκριση των διαφορών μεταξύ των φιλάθλων διαφορετικής ανάμιξης έγινε Ανάλυση Διακύμανσης (ANOVA) και για την εύρεση των διαφορών μεταξύ των ομάδων έγινε ανάλυση post hoc Scheffe. Από τα αποτελέσματα των αναλύσεων φάνηκε ότι οι περιστασιακοί και οι λιγότερο συχνοί χρήστες, έχουν χαμηλότερο μέσο όρο στην αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών, ικανοποίησης αξίας και προθέσεων συμπεριφοράς σε σχέση με τους θεατές που παρακολουθούν τους αγώνες πολύ συχνά. Τα αποτελέσματα έχουν πρακτική και θεωρητική αξία. Προτείνεται η καταγραφή συχνότητας των επισκέψεων των φιλάθλων και ο σχεδιασμός πλάνων μάρκετινγκ προσαρμοσμένων στις αντιλήψεις των ομάδων διαφορετικής συχνότητας συμμετοχής καθώς και έρευνα σε διαφορετικά σπορ.

Λέξεις κλειδιά: Ποιότητα υπηρεσιών, ικανοποίηση, αξία,