



Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Πρόγραμμα Σπουδών

Διοίκηση Αθλητισμού

Διπλωματική Εργασία

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

Ευδοκία Σαββίδου

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Παναγιώτα Μπαλάσκα

Συνεπιβλέπων καθηγητής: Θωμάς Καραγιώργος

Ναύπλιο, Ιανουάριος 2023

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



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

Ευδοκία Σαββίδου

Επιτροπή Επίβλεψης Πτυχιακής / Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Παναγιώτα Μπαλάσκα

ΣΕΠ, ΕΑΠ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Θωμάς Καραγιώργος

ΣΕΠ, ΕΑΠ

Ναύπλιο, Ιανουάριος, 202

Η διπλωματική αυτή εργασία απαρτίζει τον επίλογο ενός απολαυστικού ταξιδιού, που ξεκίνησε ως επιθυμία ζωής και πραγματοποιήθηκε. Για την ολοκλήρωση αυτή, κυρίως, θα επιθυμούσα να εξωτερικεύσω την ιδιαίτερη εκτίμηση και τις ευχαριστίες μου στην σύμβουλό μου καθηγήτρια Δρ. Παναγιώτα Μπαλάσκα για την αέναη ενίσχυση καθώς για τα σχόλια και τις προτάσεις της σε όλο το πέρας της συγγραφής της εργασίας, καθώς και στον συνεπιβλέποντα καθηγητή Δρ. Θωμά Καραγιώργο και να τους αποδώσω την εγκάρδια ευγνωμοσύνη μου. Επίσης, θα ήθελα να εξωτερικέψω την θερμή μου ευγνωμοσύνη σε όλους όσους είχα την χαρά να συνεργαστώ καθ' όλη την έρευνα και πιο συγκεκριμένα την οργανωτική επιτροπή του αγώνα Artemisio Mountain Running, με ιδιαίτερες ευχαριστίες στο μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου κ. Φίλιππο Δελή, του οποίου η υποστήριξη στην προώθηση των ερωτηματολογίων καθώς και ο χρόνος που αφιέρωσε για να επιστρέψουν οι απαντήσεις, μου επέτρεψαν να συμπληρώσω ικανοποιητικό αριθμό ερωτηματολογίων και να συντάξω το περιεχόμενο της εν λόγω διπλωματικής.

Εν κατακλείδι, το πιο μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου για όλη την αμέριστη υποστήριξη σε αυτή την πολύ έντονη ακαδημαϊκή χρονιά. Τα λόγια δεν μπορούν να περιγράψουν το πόσο ευγνώμων αισθάνομαι για την αγάπη και τη συμπαράσταση που μου δείξατε, για ακόμα μια φορά, μέσω αυτής της έρευνας, το αποκορύφωμα δυο ετών εξ αποστάσεως εκπαίδευσης.

Περίληψη

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

Λέξεις – Κλειδιά: ορεινό τρέξιμο, συνειρμοί επωνυμίας, παράγοντες συνειρμών, αθλητές

Brand associations: Their contribution to the decision to participate in mountain running events.

Evdokia Savvidou

Abstract

The dynamics and presence of mountain running outdoor events in Greece have risen impressively the past two decades. The aim of present study was to a) determine the associations originate from participating at mountain running events and b) detect the role of those association on predicting the decision-making concerning re-participating at the same mountain running event. One hundred and seventy-four participants at Artemission Mountain Running event took part at the present study. The instrument used was a questionnaire based on Team Association Scale (Gladden & Funk, 2002), as it was revised and used at the field of mountain running outdoor events in Greece by Polatidou (2015). Results showed six association factors: event personality, personnel, escape, identification- socialization, elite athletes and event history. Associations positively predicted the intention of future participation ($R^2 = .48$, $F=25.58$, $p<.000$). The factors of event history ($t=3.88$, $p<.000$, 32% of variability), Escape ($t=3.29$, $p<.005$, 26% of prediction ή variability) and event personality ($t=2.17$, $p<.05$, 19% of variability) positively predicted the intention of future participation. In conclusion, associations originating from event participation can influence the participants behavior towards them.

Keywords: mountain running, brand associations, association factors, athletes

Περιεχόμενα

Περίληψη	5
Abstract	6
Κατάλογος Πινάκων	9
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια	10
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Το ορεινό τρέξιμο	1
1.2 Αθλητικές διοργανώσεις	2
1.3 Ο αντίκτυπος των αθλητικών διοργανώσεων	3
1.4 Οι διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα.	5
2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	6
2.1 Το ορεινό τρέξιμο ως δραστηριότητα serious leisure	6
2.2. Επωνυμία – Καταναλωτικοί συνειρμοί	7
2.2.1. Καταναλωτικοί συνειρμοί και αθλητικό προϊόν	9
3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	11
3.1. Σκοπός της έρευνας	11
3.2. Ερευνητικές υποθέσεις	11
3.3. Μέθοδος έρευνας	11
3.3.1. Δείγμα / Συλλογή Δεδομένων.	12
3.3.2 Ερωτηματολόγια Έρευνας	12
3.3.2.1. Καταγραφή αριθμού προσωπικών συμμετοχών στη διοργάνωση	12
3.3.2.2. Ερωτηματολόγιο καταγραφής των συνειρμών προς την διοργάνωση	12
3.3.2.3. Για την καταγραφή της πρόθεσης επανάληψης της συμμετοχής τη διοργάνωση χρησιμοποιήθηκε η ερώτηση:	14
3.3.2.4. Ερωτηματολόγιο καταγραφής Δημογραφικών στοιχείων	14
4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	15
4.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά.	15
4.2. Συχνότητα Συμμετοχής	16
4.3. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση	16
4.3.1. Τεστ επάρκειας δείγματος	16
4.3.2. Συνειρμοί για την διοργάνωση	16
4.3.3. Αξιοπιστία των παραγόντων της κλίμακας των συνειρμών για τη διοργάνωση.	19
4.3.4. Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση με βάση τους συνειρμούς από τη διοργάνωση.	20

5. ΣΥΖΗΤΗΣΗ	21
5.1. Η διοργάνωση	21
5.2. Οι συμμετέχοντες στη διοργάνωση	21
5.3 Συνειρμοί που πηγάζουν από τη διοργάνωση	23
5.4 Συνεισφορά των συνειρμών στην επανάληψη της συμμετοχής	25
6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	27
6.1. Περιορισμοί της έρευνας	27
Βιβλιογραφία	28
Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας	31

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος.....σελ.15
Πίνακας 2. Αποτελέσματα ΚΜΟ και τεστ σφαιρικότητας Bartlett's.....σελ.16
Πίνακας 3. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση των Συνειρμών της Διοργάνωσης και φορτίσεις παραγόντων.....σελ.17
Πίνακας 4. Cronbach's a, μέσοι όροι, τυπικές αποκλίσεις και αριθμός θεμάτων των συνειρμών για τη διοργάνωση.....σελ.19
Πίνακας 5. Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση.....σελ.20

Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ΣΕΠ	Συνεργαζόμενο Εκπαιδευτικό Προσωπικό
GDPR	General Data Protection Regulation
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
AMR	Artemissio Mountain Running
TAS	Team Association Scale
TAM	Team Association Model

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Το ορεινό τρέξιμο

Το αγωνιστικό τρέξιμο στο βουνό αποτελεί μια δραστηριότητα την αρχή της οποίας μπορούμε να εντοπίσουμε στα τέλη του 19ου αιώνα. Το 1897 στο Chamonix στους πρόποδες του Mont Blanc δέκα οδηγοί της εταιρίας οδηγών βουνού του Chamonix ξεκίνησαν από την εκκλησία του Saint Michel και αφού έφτασαν στην κορυφή Brevet επέστρεψαν πίσω στο σημείο από όπου εκκίνησαν, πραγματοποιώντας αυτό που θεωρείται για την περιοχή της κοιλάδας του Chamonix και ενός από τους σημαντικότερους στον κόσμο προορισμούς αθλητικού τουρισμού, ως ο πρώτος αγώνας ορεινού τρεξίματος. Πέντε χρόνια νωρίτερα στις Ηνωμένες πολιτείες της Αμερικής πραγματοποιείται το Bemis-Forslund Pie Race στην περιοχή Gill, Massachusetts (Run the alps, 2020). Παράλληλα εκείνη την εποχή καταγράφονται αγωνιστικές προσπάθειες μεμονωμένων ατόμων, γεγονός που δείχνει πως ο συνδυασμός της ορειβασίας αποτελούσε από παλιά μια πρόκληση.

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

1.2 Αθλητικές διοργανώσεις

Στις πρώτες κατηγοριοποιήσεις των αθλητικών διοργανώσεων βλέπουμε αυτή του Getz (1997), η οποία πραγματοποιείται με βάση το μέγεθος και το εύρος της απήχυσής τους. Οι Μέγα Διοργανώσεις ή αλλιώς Mega Events αποτελούν μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις οι οποίες έχουν πολύ σημαντικό οικονομικό αντίκτυπο στις χώρες που τις φιλοξενούν, ενώ παράλληλα η τηλεοπτική τους κάλυψη είναι παγκόσμια. Οι αθλητικές διοργανώσεις «χαρακτηριστικού γνωρίσματος» - hallmark events- ταυτίζονται με τα χαρακτηριστικά ή το πνεύμα της περιοχής στην οποία λαμβάνουν χώρα, με αποτέλεσμα να γίνονται συνώνυμες και να κατακτούν διεθνή αναγνώριση και ανταπόκριση. Οι Μεγάλες διοργανώσεις, προσελκύουν σημαντικά μεγέθη θεατών, έχουν παγκόσμια απήχηση και κάλυψη MME, ενώ ταυτόχρονα έχουν σημαίνουσες οικονομικές επιπτώσεις στην περιοχή όπου φιλοξενούνται (Tennis open events, Formula One κ.α). Οι διοργανώσεις αθλημάτων με αθλητικό διαγωνιστικό χαρακτήρα, απαρτίζουν τμήμα του εθνικού ετήσιου αθλητικού ημερολογίου. Τέλος, οι αθλητικές διοργανώσεις Μικρής κλίμακας, στοχεύουν ιδιαιτέρως στο κόσμο της ευρύτερης περιοχής ή και της χώρας στην οποία υλοποιούνται. Ορισμένες από αυτές ωστόσο αναπτύσσονται και ξεφεύγουν από τα τοπικά όρια, λαμβάνοντας και διεθνείς προεκτάσεις. Οι διοργανώσεις αυτές έχουν θετικό οικονομικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες, ενώ παράλληλα δίνουν κύρος, ενισχύουν την εικόνα της περιοχής και δυναμώνουν το αίσθημα της ενότητας. Υπάρχουν παραδείγματα όπου οι διοργανώσεις αυτές έχουν ενθαρρύνει και προωθήσει τη συμμετοχή στο άθλημα που φιλοξενούν και έχουν διαμορφώσει στάσεις προς αυτά (Olympus Marathon, Paranesti VFUT, Zagori mountain Running, Hydra trail, Taygetos challenge κ.α, Πολατίδου, 2015).

Ο Higham (1999) ορίζει ως «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» -«small scale outdoor events», αθλητικές αγωνιστικές διοργανώσεις με εποχιακό χαρακτήρα, αθλητικές εκδηλώσεις και εθνικό αλλά και διεθνή χαρακτήρα, καθώς και διοργανώσεις βετεράνων και ατόμων με αναπηρίες με τοπικό χαρακτήρα (p.87). Οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» έχουν πολύ σημαντικές θετικές επιδράσεις στις περιοχές που τις φιλοξενούν. Αυτό συμβαίνει γιατί απαιτούν ελάχιστες εγκαταστάσεις ή χρησιμοποιούν ήδη υφιστάμενες και έτσι δεν απαιτούνται μεγάλες οικονομικές επενδύσεις σε αυτόν το τομέα (Kaplanidou & Gibson, 2010, Higham & Hinch, 2001; Kaplanidou & Vogt, 2010).

Με βάση την κατηγοριοποίηση που πραγματοποίησε ο Gibson (1998) στην έννοια του αθλητικού τουρισμού σε ενεργό αθλητικό τουρισμό (active sport tourism), τουρισμό αθλητικών διοργανώσεων (event sport tourism) και αθλητικό τουρισμό νοσταλγίας (nostalgia sport event tourism), οι Higham and Hinch (2018) πρότειναν το διαχωρισμό της έννοιας σε διοργανώσεις θεατών (spectators events), διοργανώσεις συμμετοχής (participations events), διοργανώσεις ενεργού εμπλοκής σε αθλήματα αναψυχής (active engagement in recreation sports) και αθλήματα κληρονομιάς & νοσταλγίας (sports heritage and nostalgia). Με βάση αυτή την κατηγοριοποίηση οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» εντάσσονται στην κατηγορία των participation events – διοργανώσεων συμμετοχής.

Οι διοργανώσεις συμμετοχής με επίκεντρο αθλήματα, όπως το τρέξιμο, η ποδηλασία, το τρίαθλο, έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν σημαντικούς αριθμούς συμμετεχόντων, με αθλητές υψηλού επιπέδου αλλά και συμμετέχοντες που αν και είναι ερασιτέχνες, ωστόσο δραστηριοποιούνται ενεργητικά με το άθλημα. Όπως αναφέρει ο Falcus (2017), οι συμμετέχοντες αυτοί προπονούνται σοβαρά και συστηματικά ακολουθώντας προπονητικά προγράμματα, επιλέγουν με προσοχή τις διοργανώσεις συμμετοχής στις οποίες θα λάβουν μέρος και θέτουν συγκεκριμένους στόχους επιδόσεων. Οι στόχοι που θέτουν, όπως υποστηρίζουν οι Higman & Hinch (2018) έχουν αναφορά τους ίδιους ως άτομα και τους προσωπικούς τους στόχους, ενώ η απόδοσή τους έχει ως αναφορά προηγούμενες επιδόσεις τους και τον ανταγωνισμό με τον εαυτό τους και δεν προσανατολίζεται στον ανταγωνισμό με τους άλλους συμμετέχοντες.

1.3 Ο αντίκτυπος των αθλητικών διοργανώσεων

Οι αθλητικές διοργανώσεις έχουν άμεσες και έμμεσες οικονομικές επιδράσεις στις περιοχές όπου διοργανώνονται κυρίως γιατί προσελκύουν θεατές και συμμετέχοντες (VanBlarcorn και Kayahan, 20011). Οι σημαντικότερες υπηρεσίες τις οποίες καταναλώνουν οι θεατές και οι συμμετέχοντες είναι οι υπηρεσίες καταλυμάτων, διατροφής και μεταφορών, ενώ συμπληρωματικά κινούνται και πολλοί άλλοι τομείς της αγοράς, όπως η αγορά τοπικών προϊόντων, υπηρεσιών φροντίδας και αθλητικών ειδών. Παράλληλα, οι τοπικές επιχειρήσεις επενδύουν στις αναγκαίες για την λειτουργία τους επενδύσεις, όπως αγορές προϊόντων, μισθούς (έμμεσες επιπτώσεις). Οι Bull και Lovell (2010) επισημαίνουν και τις κοινωνικές επιδράσεις που αφορούν την αυξημένη τοπική περηφάνια, την κοινωνική ανάμειξη, την ενίσχυση της κοινοτικής ενότητας και την αλληλεπίδραση.

Οι Derom & Ramshaw (2016) υποστήριξαν πως η ραγδαία ανάπτυξη των διοργανώσεων συμμετοχής τα τελευταία χρόνια έχει δημιουργήσει ένα μεγάλο πλεονέκτημα ευκαιριών σε πολλούς τουριστικούς προορισμούς. Τουριστικοί προορισμοί οι οποίοι δεν έχουν τη δυναμική να φιλοξενήσουν πολύ μεγάλες διοργανώσεις εξαιτίας περιορισμών στην χωρητικότητά τους, μπορούν να φιλοξενήσουν διοργανώσεις συμμετοχής. Οι περισσότερες διοργανώσεις συμμετοχής συγκεντρώνουν μικρούς πληθυσμούς θεατών, οι οποίοι συνήθως είναι φίλοι ή οικογένεια ενός συμμετέχοντα που τον συνοδεύουν στη διοργάνωση για να τον υποστηρίξουν. Ωστόσο, υπάρχουν και διοργανώσεις των οποίων η φήμη έχει ξεγλιστρήσει από τα περιορισμένα όρια της χώρας του προορισμού, πλέον αποτελούν διοργανώσεις αναφοράς για το άθλημα σε όλο τον κόσμο και έτσι προσελκύουν και φίλους του αθλήματος. Ήδη εδώ και περισσότερες από δύο δεκαετίες οι ερευνητές έχουν υποστηρίξει πως τόσο οι συμμετέχοντες στις διοργανώσεις συμμετοχής, όσο και οι ακόλουθοί τους κατά την διαμονή τους στον προορισμό εμπλέκονται σε πολλαπλές τουριστικές δραστηριότητες, όπως δραστηριότητες αθλητικής αναψυχής, περιηγήσεις σε αξιοθέατα, επισκέψεις σε ιαματικές εγκαταστάσεις (Higman, 1999, Chogahara & Yamaguchi, 1998).

Ένα πολύ σημαντικό πεδίο των επιδράσεων μιας αθλητικής διοργάνωσης είναι οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις τους, ειδικότερα σε αυτές όπου το φυσικό περιβάλλον είναι στην πραγματικότητα η «εγκατάσταση» που χρησιμοποιείται (μονοπάτια σε αγώνες ορεινούς τρεξίματος, χωματόδρομοι – άσφαλτος κ.α). Η όχληση και ο κίνδυνος, στον οποίο τίθεται η χλωρίδα και η πανίδα, αποτελούν ένα από τους πιο σημαντικούς παράγοντες διατάραξης των φυσικών οικοσυστημάτων, που γίνονται υπαίθριες αθλητικές διοργανώσεις (Wipf, Fischer, Schmid & Stoeckli, 2005). Ο καθαρισμός δέντρων και θάμνων, η διαπλάτυνση και καθαρισμός μονοπατιών χωρίς μελέτη για να δημιουργηθούν νέα μονοπάτια ή να είναι προσπελάσιμα άλλα παλαιότερα, ώστε να χρησιμοποιηθούν σε μια διοργάνωση ορεινού mountain bike ή τρεξίματος, μπορεί να αλλοιώσει την όψη του περιβάλλοντος και να προκαλέσει πολύ σημαντικά προβλήματα στην τοπική πανίδα (Balaganskaya & Myllynen-Malinen, 2000). Ειδικότερα, η μετακίνηση έξω από τα όρια των σηματοδοτημένων μονοπατιών προξενεί ανεπανόρθωτες ζημιές στην χλωρίδα, ανεπανόρθωτη στις περιπτώσεις που αυτή είναι ενδημική (Schmidt, 2006). Η ξέφραγη μετακίνηση του κόσμου με αυτοκίνητα, οι ρίποι, καθώς και το επίπεδο του θορύβου που αυτά προξενούν, ιδιαίτερα σε εύθικτα οικοσυστήματα, διαταράσσει την φυσιολογική ζωή της πανίδας (Collins et al., 2009).

1.4 Οι διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα.

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

Σήμερα, σε όλα τα μήκη και πλάτη της Ελλάδας, υλοποιούνται διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος, με μια σημαντική παραλλαγή αγώνων και σε βαθμό δυσκολίας, αλλά και σε χιλιομετρικές αποστάσεις (Πολατίδου, 2015). Το 2017 διοργανώθηκαν σε ελληνικό έδαφος συνολικά 201 αθλητικοί αγώνες ορεινού τρεξίματος με συνολικά 27.767 συμμετοχές και με 12.778 άτομα να έχουν λάβει μέρος σε τουλάχιστον μια διοργάνωση (adventure.com, 2017). Παρά τις ακυρώσεις διοργανώσεων, τις προσαρμογές στους αριθμούς συμμετοχών και τα πρωτόκολλα που χρειάστηκε πολλές από αυτές να υιοθετήσουν, εξαιτίας των συνθηκών της πανδημίας τα έτη 2020 και 2021, οι διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος στην Ελλάδα ανέκαμψαν. Το δίμηνο Ιουνίου - Ιουλίου 2021 πραγματοποιήθηκαν 31 αγώνες (adventure.com, 2021), ενώ η ιστοσελίδα runningnews.gr (2022) αναφέρει αποτελέσματα 138 αγώνων ορεινού τρεξίματος από τον Ιανουάριο ως και τον Αύγουστο του 2022, αριθμοί που καταδεικνύουν τη δυναμική των διοργανώσεων στον Ελλαδικό χώρο.

2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 Το ορεινό τρέξιμο ως δραστηριότητα serious leisure

Η συμμετοχή σε διοργανώσεις αγώνων δρόμου, έχει άμεση σχέση με το αίσθημα της ευχαρίστησης και την σημασία που έχει το τρέξιμο στη ζωή των συμμετεχόντων (Ridinger, Funk, Jordan και Karlanidou, 2012). Όπως αναφέρει ο Yair (1992) άτομα διαφορετικών ηλικιών, ικανοτήτων, δεξιοτήτων και κοινωνικοοικονομικού υπόβαθρου συμμετέχουν λαμβάνουν μέρος στη δραστηριότητα του τρεξίματος μεγάλων αποστάσεων, το οποίο ως σπορ μπορεί να χαρακτηριστεί ως άθλημα μαζικού αθλητισμού. Σύμφωνα με τον ερευνητή υπάρχουν διάφοροι τύποι δρομέων με βάση τη συχνότητα και την ένταση της συμμετοχής τους, καθώς και τους δρομικούς τους στόχους. Κατηγοριοποιεί τους δρομείς σε επαγγελματίες και joggers, καθώς και σε δρομείς “serious” και διασκέδασης.

Ο όρος serious που χρησιμοποιεί ο Yair (1992) πηγάζει από την έννοια serious leisure που έχει χρησιμοποιήσει ο Stebbins (1982), με σκοπό να την διαφοροποιήσει από την “casual leisure”, την περιστασιακή αναψυχή. Το άτομο που κάνει serious leisure ασχολείται συστηματικά με μια δραστηριότητα σε επίπεδο που πολλές φορές μπορεί να λογιστεί αντίστοιχο επαγγελματιών. Αφιερώνει στη δραστηριότητα σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητας του, επενδύει σε προσωπική προσπάθεια και προσωπικό χρόνο, σε εξειδικευμένη γνώση, σε συστηματική προπόνηση, καθώς και σε οικονομικούς πόρους. Παρουσιάζει παράλληλα υψηλά ποσοστά αυτοεκτίμησης, προσωπικής επίτευξης, ενδυνάμωσης της προσωπικής του εικόνας και αίσθησης του ανήκει στο χώρο της συγκεκριμένης δραστηριότητας.

Τα άτομα που ασχολούνται με το ορεινό τρέξιμο ασχολούνται, ανταποκρίνονται ουσιαστικά στην έννοια serious leisure με βάση τον ορισμό του Stebbins. Επενδύουν σημαντικό κομμάτι της καθημερινότητάς τους και του προσωπικού τους χρόνου στη δραστηριότητα (σχεδόν καθημερινές δρομικές προπονήσεις και προπονήσεις μυϊκής ενδυνάμωσης) προσαρμόζοντας ή βάζοντας πολλές φορές σε δεύτερη μοίρα προσωπική, κοινωνική ζωή και υποχρεώσεις. Επενδύουν σημαντικούς οικονομικούς πόρους στη δραστηριότητα (εξειδικευμένος αθλητικός εξοπλισμός, προϊόντα διατροφής, συνδρομές συμμετοχής σε αγώνες, έξοδα ταξιδιού για τη

συμμετοχής σε αγώνες, έξοδα για αποκατάσταση από την προπόνηση και τυχόν τραυματισμούς), για την οποία επιδιώκουν να έχουν εξειδικευμένη γνώση αλλά και ενημέρωση σε θέματα πολλαπλών τομέων. Η ενασχόλησή τους με το τρέξιμο στο βουνό είναι συστηματική και πολλές φορές εξελισσόμενη καθώς θέτουν υψηλότερους, δυσκολότερους στόχους. Παρά το γεγονός ότι χρειάζεται κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας να υπομένουν μεγάλες καταπονήσεις και σωματικούς πόνους τα ψυχικά οφέλη που αποκομίζουν ως αποτέλεσμα της ενασχόλησης τους αυτής (προσωπική ενδυνάμωση, αυτοπραγμάτωση, ενίσχυση της εικόνας του εαυτού τους) τους οδηγούν σε υψηλά ποσοστά ταύτισης και αφοσίωσης με τη δραστηριότητα (Alexandris, 2015). Στο πλαίσιο λοιπόν αυτής της υψηλού επιπέδου ενασχόλησης με τη δραστηριότητα του τρεξίματος μια σειρά παραγόντων αλληλοεπιδρούν και συνεισφέρουν αφενός στην ικανοποίηση από την συμμετοχή στις διοργανώσεις αυτές και αφετέρου βάζουν τα θεμέλια για μια μελλοντική επανάληψη της συμμετοχής (Πολατίδου, 2015).

2.2. Επωνυμία – Καταναλωτικοί συνειρμοί

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

Οι καταναλωτικοί συνειρμοί διαδραματίζουν ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο χτίσιμο μιας δυνατής ταυτότητα για την επωνυμία. Όπως αναφέρει ο Keller (2013) κάθε εταιρία επιθυμεί τα προϊόντα της να συνδεθούν με κάτι θετικό και σε σχέση με τη γραμμή της επιχείρησης. Τονίζει πως αν ο πελάτης αντιληφθεί την μάρκα – επωνυμία θετικά αυτό θα οδηγήσει απευθείας στη βελτίωση των πωλήσεων. Αντίθετα, αν η συσχέτιση είναι αρνητική θα υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις στην επιχείρηση. Αυτό σημαίνει πως οι καταναλωτικοί συνειρμοί προσδίδουν μια σειρά από ιδιότητες στο προϊόν που επικοινωνείται στους καταναλωτές με τέτοιο τρόπο ώστε να προκαλέσει θετικά συναισθήματα και στάσεις.

Παράλληλα συμβάλλουν στη διαφοροποίηση της μάρκας – επωνυμίας από τους ανταγωνιστές δίνον στον καταναλωτή λόγους για να αγοράσει από τη συγκεκριμένη επωνυμία και όχι από κάποια άλλη (Anh, & Juga, 2018).

Οι καταναλωτικοί συνειρμοί διαχωρίζονται σε τρεις κατηγορίες (Keller, 1993). Την πρώτη κατηγορία αποτελούν οι ιδιότητες – γνωρίσματα. Αφορούν τα περιγραφικά γνωρίσματα ενός προϊόντος ή μια υπηρεσίας και το πως αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής το προϊόν – υπηρεσία. Τα γνωρίσματα αυτά ταξινομούνται στα γνωρίσματα που σχετίζονται με το προϊόν, δηλαδή τα αναγκαία στοιχεία για την λειτουργία του προϊόντος ή υπηρεσίας και στα μη συναρτώμενα με το προϊόν χαρακτηριστικά, τα οποία συνδέονται με εξωτερικούς παράγοντες του προϊόντος - υπηρεσίας και αφορούν την κατανάλωση ή αγορά τους. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τα οφέλη. Απαρτίζουν την προσωπική αξία που δίνουν οι πελάτες στο προϊόν ή τις υπηρεσίες και δηλώνουν αυτό που ο καταναλωτής πιστεύει πως είναι δυνατόν να του παρέχει το προϊόν - υπηρεσία. Τα οφέλη δύνανται να διαχωριστούν σε τρεις κατηγορίες. Τα λειτουργικά οφέλη, που αποτελούν τα εσωτερικής φύσης πλεονεκτήματα από την κατανάλωση του προϊόντος ή υπηρεσίας. Συνδέονται με πρωταρχικά κίνητρα, όπως είναι οι ψυχολογικές ανάγκες και η ανάγκη για ασφάλεια (Maslow, 1970). Τα βιωματικά οφέλη, που συνδέονται με τη χρήση του προϊόντος - υπηρεσίας και ικανοποιούν ανάγκες όπως η αισθητική ευχαρίστηση, η ποικιλία και η γνωστική διέγερση και τέλος τα συμβολικά οφέλη, τα οποία απαρτίζουν τα εξωγενή πλεονεκτήματα του προϊόντος - υπηρεσίας. Τα συμβολικά οφέλη ικανοποιούν την ανάγκη για κοινωνική καταξίωση και προσωπική έκφραση. Η τρίτη κατηγορία αφορά τις στάσεις προς την επωνυμία. Ως στάση προς την επωνυμία ορίζεται η συνολική εκτίμηση της επωνυμίας από τον καταναλωτή (Wilkie, 1986).

Όπως υποστήριξαν οι Low και Lamb (2000) οι όροι που εμπλέκονται με τους καταναλωτικούς συνειρμούς και συνδέουν τη μνήμη ενός ατόμου με την Επωνυμία είναι η εικόνα της επωνυμίας, η στάση της επωνυμίας και η αντιλαμβανόμενη ποιότητα. Πιο συγκεκριμένα, όπως αναφέρουν οι Dobni & Zinkhan, (1990) η εικόνα της επωνυμίας περιλαμβάνει τις αποτελεσματικές και συμβολικές αντιλήψεις για την μάρκα και αποδίδεται ως οι αιτιολογημένες ή συναισθηματικές αντιλήψεις τις οποίες ο πελάτης συνδέει με μια επωνυμία. Η στάση της επωνυμίας νοείται ως η καθολική αξιολόγηση της επωνυμίας από τον καταναλωτή, θετική ή αρνητική είτε αυτή είναι καλή είτε κακή (Mitchell & Olson, 1981), όπως αναφέρεται στους Low και Lamb (2000). Τέλος, ως αντιλαμβανόμενη ποιότητα ορίζεται η

κρίση του πελάτη για την καθολική ποιότητα ή ανωτερότητα της επωνυμίας (Aaker & Jacobson, 1994, όπως αναφέρεται στους Low και Lamb (2000).

Οι τρεις έννοιες που αναφέρονται ανωτέρω, δεν απαρτίζουν τα μόνα συστατικά των καταναλωτικών συνειρμών, ωστόσο αποτελούν ένα σημαντικό κριτήριο αφετηρίας για την επιπλέον διερεύνηση των καταναλωτικών συνειρμών. Παράλληλα εντείνουν την άποψη πως σε μερικές περιπτώσεις λειτουργούν ως διαφορετικές διαστάσεις ενώ σε άλλες περιπτώσεις ως μια. Αυτό γίνεται γιατί οι πελάτες που παρουσιάζουν υψηλό βαθμό αφοσίωσης με μία μάρκα - επωνυμία καταφέρνουν και αναπτύσσουν περισσότερες διαστάσεις και κατηγορίες, καθώς έχουν μεγαλύτερη εμπειρία απέναντί της και βαθύτερες γνώσεις των δομών της (Alba & Hutchinson, 1987).

2.2.1. Καταναλωτικοί συνειρμοί και αθλητικό προϊόν

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

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

Η Πολατίδου (2015) θέλησε να διαπιστώσει την εφαρμογή της TAS στο χώρο των μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων όπως αυτές αναφέρθηκαν από τους Gladden & Funk, (2002). Μετά από προσαρμογή των θεμάτων των 13 διαστάσεων της κλίμακας, ώστε να ανταποκρίνονται στη φύση των αθλητικών διοργανώσεων, και τη διεξαγωγή έρευνας σε συμμετέχοντες τριών διοργανώσεων ορεινού τρεξίματος αναδείχθηκαν επτά διαστάσεις: η

προσωπικότητα της διοργάνωσης, οι ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης, η ταύτιση – κοινωνικοποίηση, η απόδραση, οι ελίτ αθλητές, η ιστορία της διοργάνωσης και το σήμα-λογότυπα της διοργάνωσης. Όπως η ερευνήτρια ανέφερε, σε ορισμένες περιπτώσεις θέματα διαστάσεων των Gladden & Funk (2002) συνενώθηκαν και δημιούργησαν νέες διαστάσεις. Αυτό συνέβη καθώς το περιεχόμενο κάποιων θεμάτων γίνεται αντιληπτό με διαφορετικό τρόπο όταν αφορά συμμετοχή σε διοργανώσεις μικρής κλίμακας και διαφορετικά όταν αυτό αφορά τη θέαση μιας αθλητικής διοργάνωσης. Από τις επτά διαστάσεις των συνειρμών μόνο η διάσταση προσωπικότητα της διοργάνωσης προέβλεψε την πρόθεση επανάληψης της συμμετοχής στη διοργάνωση. Εν κατακλείδι, στην έρευνά της η Πολατίδου (2015), υποστήριξε ότι οι συνειρμοί συμμετεχόντων σε αγώνες ορεινού τρεξίματος μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό παράγοντα στη δημιουργία εμπιστοσύνης μεταξύ της αθλητικής υπηρεσίας που προσφέρει μια διοργάνωση και του συμμετέχοντα σε μια διοργάνωση.

3. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1. Σκοπός της έρευνας

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση του ρόλου που διαδραματίζουν οι καταναλωτικοί συνειρμοί, όπως αυτοί εκφράζονται ως συνειρμοί που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» και πιο συγκεκριμένα σε αθλητικές διοργανώσεις μικρής κλίμακας που ως επίκεντρο έχουν αγώνες ορεινού τρεξίματος. Ο στόχος ήταν η κατανόηση του ρόλου που δύναται να διαδραματίσουν στην προβολή των αθλητικών διοργανώσεων υπαίθριων δραστηριοτήτων μικρής κλίμακας και στην μείζονα συμμετοχή σε αυτές. Οι «μικρής κλίμακας αθλητικές διοργανώσεις» μπορούν να αντιμετωπιστούν ως “επώνυμα προϊόντα” που προσελκύουν πελάτες. Εύλογα οι καταναλωτικοί συνειρμοί που αναπτύσσονται διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Ωστόσο, οι έρευνες για την επωνυμία των μικρής κλίμακας αθλητικών διοργανώσεων είναι ελάχιστες (Πολατίδου, 2015), ενώ τα παραδείγματα στην αθλητική βιομηχανία που αντιμετωπίζουν αθλητικούς φορείς ως εμπορικές φίρμες αφορούν κυρίως ομαδικά αθλήματα (Funk & Cluden, 2002).

3.2. Ερευνητικές υποθέσεις

H1. Οι καταναλωτικοί συνειρμοί που πηγάζουν από τη συμμετοχή σε μια αθλητική διοργάνωση μικρής κλίμακας επηρεάζουν την επανάληψη της συμμετοχής σε αυτήν.

3.3. Μέθοδος έρευνας

Η μεθοδολογία που δύναται να σχεδιαστεί μια έρευνα είναι σημαντική και γι’ αυτό οι ερευνητές ενδείκνυται να χρησιμοποιούν τις πιο αρμόζουσες, προκειμένου να κατορθώσουν να επιτύχουν την αναγκαία αξιοπιστία και εγκυρότητα. Όπως υποστηρίζει η Soriano (1995), πρωταρχικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν στην πρόθεση της μεθοδολογίας που θα χρησιμοποιηθεί, συνδέονται με το χρόνο που είναι απαραίτητος για την εφαρμογή της διαδικασίας, όπως και με τις οικονομικές δυνατότητες και τις τεχνικές πληροφορίες που είναι αναγκαίες.

Στην εν λόγω έρευνα πραγματοποιήθηκε ποσοτική έρευνα (ερωτηματολόγιο) στην οποία έλαβαν μέρος συμμετέχοντες της διοργάνωσης ορεινού τρεξίματος Artemisio Mountain running.

3.3.1. Δείγμα / Συλλογή Δεδομένων.

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

3.3.2 Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας περιλάμβανε τις εξής κατηγορίες ερωτήσεων:

3.3.2.1. Καταγραφή αριθμού προσωπικών συμμετοχών στη διοργάνωση

Για την καταγραφή του αριθμού συμμετοχών στη διοργάνωση ορεινού τρεξίματος χρησιμοποιήθηκε η ερώτηση

Πόσες φορές έχετε τρέξει στη διοργάνωση Artemisio Mountain Running

3.3.2.2. Ερωτηματολόγιο καταγραφής των συνειρμών προς την διοργάνωση

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

Διοργάνωσης. Στην παρούσα εργασία χρησιμοποιήθηκαν συνολικά 27 θέματα κατηγοριοποιημένα σε επτά διαστάσεις. Πιο συγκεκριμένα, τα 27 θέματα ήταν τα εξής:

Προσωπικότητα της διοργάνωσης

- Οι διαδρομές των αγώνων της διοργάνωσης ενισχύουν την απόλαυση που νιώθεις όταν τρέχεις στο βουνό
- Οι διαδρομές των αγώνων είναι ιδιαίτερα συναρπαστικές
- Οι διαδρομές των αγώνων είναι απαιτητικές στο βαθμό δυσκολίας τους
- Οι διαδρομές των αγώνων είναι σωστά σηματοδοτημένες
- Οι διαδρομές των αγώνων έχουν μεγάλη φυσική ομορφιά
- Η τροφοδοσία των αγώνων είναι ικανοποιητική

Ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης,

- Η οργανωτική ομάδα εργάζεται με γνώμονα την υλοποίηση μια υψηλής ποιότητας διοργάνωση
- Η οργανωτική ομάδα παίρνει σωστές αποφάσεις όσον αφορά τους συμμετέχοντες
- Οι εθελοντές της διοργάνωσης κάνουν πολύ σωστά τη δουλειά τους
- Η παρουσία και τοποθέτηση των ομάδων διάσωσης στη διαδρομή των αγώνων είναι πολύ σωστή
- Η οργανωτική ομάδα έχει ανταποκριθεί στις ανάγκες της διοργάνωσης ικανοποιητικά

Σήμα – Λογότυπα διοργάνωσης

- Η συνολική χωροταξική διευθέτηση στους χώρους της διοργάνωσης (υποδοχή, εκκίνηση - τερματισμός, περίπτερα προϊόντων, χώρος pasta party κ.α) είναι ικανοποιητική
- Η εικόνα της διοργάνωσης (λογότυπα, ιστοσελίδα, διαφημιστικά banner κ.α.) είναι πολύ ικανοποιητική.
- Τα αναμνηστικά προϊόντα του πακέτου συμμετοχής της διοργάνωσης είναι ελκυστικά

Ταύτιση- Κοινωνικοποίηση

- Συμμετέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση με τους συναθλητές & φίλους μου
- Η διοργάνωση έχει δημιουργήσει μια πολύ θετική εικόνα στους συναθλητές μου
- Η διοργάνωση είναι αποδεκτή από τους συναθλητές μου
- Μου αρέσει να συζητώ για θέματα που αφορούν τη διοργάνωση γενικότερα με φίλους και συναθλητές μου

Elite αθλητές

- Μου αρέσει να βλέπω elite αθλητές να διαγωνίζονται στους αγώνες της διοργάνωσης
- Είναι πολύ σημαντικό να συμμετέχουν γνωστοί αθλητές του ορεινού τρεξίματος στη διοργάνωση
- Στη διοργάνωση συμμετέχουν οι elite αθλητές που θα ήθελα να δω

Ιστορία της διοργάνωσης

- Ο αγώνας έχει να επιδείξει μια ιστορία από επιτυχημένες διοργανώσεις
- Ο αγώνας έχει δημιουργήσει μια πολύ καλή εικόνα στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος
- Πιστεύω ότι ο αγώνας δεν έχει καλή ιστορία
- Πιστεύω ότι ο αγώνας είναι από τους καλύτερους στην Ελλάδα

Απόδραση

- Αφήνω πίσω μου προβλήματα της καθημερινότητας μου όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση και όταν συζητάω για αυτήν
- Χαλαρώνω από εντάσεις της καθημερινότητας όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν
- Νιώθω πως κάνω κάτι που πραγματικά μου αρέσει όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν

3.3.2.3. Για την καταγραφή της πρόθεσης επανάληψης της συμμετοχής τη διοργάνωση χρησιμοποιήθηκε η ερώτηση:

- Θα λάβω μέρος ξανά στη διοργάνωση Artemisio mountain Running

Στις απαντήσεις χρησιμοποιήθηκε 7βαθμια κλίμακα τύπου Likert. Η απάντηση 1 αντιστοιχούσε διαφωνώ πάρα πολύ, ενώ η απάντηση 7 στο συμφωνώ πάρα πολύ.

3.3.2.4. Ερωτηματολόγιο καταγραφής Δημογραφικών στοιχείων

Το ερωτηματολόγιο των δημογραφικών στοιχείων περιέλαβε ερωτήσεις που αφορούσαν το φύλο, την ηλικία και τον τόπο διαμονής.

4. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

4.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά.

Το δείγμα αποτέλεσαν 174 συμμετέχοντες (N=174) της διοργάνωσης ορεινού τρεξίματος Artemissio mountain running, που πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα το 2022. Από αυτούς 122 ήταν άνδρες (70,1%) και 52 (29,9) γυναίκες. Ποσοστό 25,3% (n= 44) ανήκε στην ηλικιακή κατηγορία των 46 ως 50 ετών, ενώ το 26,4% (n= 46) είχαν εμπειρία 3-5 ετών στο τρέξιμο (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά δείγματος.

Φύλο	Ηλικία	Έτη ενασχόλησης με το τρέξιμο	Συμμετοχές στο AMR	Επιλογή αγώνα
Άνδρες 122 (70,1%)	-20, (6,3%)	1-2: 52,3%	1: 50%	26 χλμ: 39,6%
	21-29 (9,8 %), 30-35 (16,1%)	3-5: 26,4% 6-7: 8% 8-9: 5,7%	2: 36,2% 3: 10,3% 4: 6%	12 χλμ: 60,3%
Γυναίκες 52 (29,9%)	36-40 (13,8%)	10+: (7,5%		
	41-45 (14,4%)			
	46-50 (25,3%)			
	51-55 (10,9%)			
	56+ (2,3%)			

4.2. Συχνότητα Συμμετοχής

Ογδόντα επτά από τους συμμετέχοντες (50%) συμμετείχαν πρώτη φορά στη διοργάνωση, ενώ 105 άτομα (60,3%) έλαβαν μέρος στον αγώνα των 12 χιλιομέτρων. Τέλος, πενήντα τρεις συμμετέχοντες (30,5%) δήλωσαν πως επισκέπτονται την περιοχή του Αρτεμισίου για τις προπονήσεις τους (Πίνακας 1).

4.3. Διερευνητική παραγοντική ανάλυση

4.3.1. Τεστ επάρκειας δείγματος

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

Πίνακας 2. Αποτελέσματα ΚΜΟ και τεστ σφαιρικότητας Bartlett's

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

4.3.2. Συνειρμοί για την διοργάνωση

Πραγματοποιήθηκε διερευνητική παραγοντική ανάλυση με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και στη συνέχεια ορθογώνια (Varimax) περιστροφή των αξόνων, με κριτήριο ιδιοτιμές μεγαλύτερες του 1.0. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της ανάλυσης προέκυψαν έξι διαστάσεις: Προσωπικότητα διοργάνωσης (ΠΔ) με 5 θέματα, Μ.Ο: 5.97, Τ.Α: .64, Ανθρώπινοι πόροι της διοργάνωσης (ΑΠΔ), με 5 θέματα Μ.Ο: 5.95, Τ.Α: .83, Ταύτιση- Κοινωνικοποίηση (ΤΚ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5,75, Τ.Α: .88,

Απόδραση (ΑΠ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5,73, Τ.Α: .88, Ελίτ αθλητές (ΕΑ), με 3 θέματα, Μ.Ο: 5.37, Τ.Α: .98, Ιστορία Διοργάνωσης (ΙΔ), με 3 θέματα Μ.Ο: 5,68, Τ.Α: .89.

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

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

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

Οι διαδρομές των αγώνων ενισχύουν την απόλαυση που νιώθεις όταν τρέχεις στο βουνό.			.677			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι συναρπαστική			.753			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι απαιτητική			.754			
Οι διαδρομές των αγώνων είναι σωστά σηματοδοτημένες			.713			
Οι διαδρομές των αγώνων έχουν μεγάλη φυσική ομορφιά			,744			
Χαλαρώνω για λίγο από τις εντάσεις της καθημερινότητας μου όταν τρέχω και όταν συζητάω για τον συγκεκριμένο αγώνα .				.819		
Αφήνω πίσω τα προβλήματά της καθημερινότητας όσο τρέχω και συζητάω για τον συγκεκριμένο αγώνα				.766		
Νιώθω πως κάνω κάτι που πραγματικά μου αρέσει όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν				.760		
Ο αγώνας έχει να επιδείξει μια ιστορία από επιτυχημένες διοργανώσεις					.649	
Ο αγώνας έχει δημιουργήσει μια πολύ καλή εικόνα στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος					.750	
Πιστεύω ότι ο αγώνας; Είναι από τους καλύτερους στην Ελλάδα					.600	

Συμμετέχω στον συγκεκριμένο αγώνα με τους φίλους μου						.816
Ο συγκεκριμένος αγώνας είναι αποδεκτός από τους φίλους μου.						.703
Ο συγκεκριμένος αγώνας έχει θετική εικόνα (image) στους φίλους μου						.707
Ιδιοτιμές	12.069	2.262	1.825	1.502	1.322	1.199
% της συνολικής διακύμανσης	43,105	8.078	6.517	5.366	4.722	4.282

4.3.3. Αξιοπιστία των παραγόντων της κλίμακας των συνειρμών για τη διοργάνωση.

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

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

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

4.3.4. Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση με βάση τους συνειρμούς από τη διοργάνωση.

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

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

Πίνακας 5. Πρόβλεψη της επανάληψης συμμετοχής στη διοργάνωση.

Επανάληψη συμμετοχής	B	Beta	t	p
Συνειρμοί για τη διοργάνωση				
<i>Ιστορία της διοργάνωσης</i>	.346	.316	3.88	.000
<i>Απόδραση</i>	.293	.264	3.91	.001
<i>Προσωπικότητα της διοργάνωσης</i>	.283	.185	2.17	.031
Προσωπικό διοργάνωσης	.056	.047	.580	.563
Ελίτ αθλητές	-.029	.062	-.471	.638
Ταύτιση - κοινωνικοποίηση	.043	.038	.492	.623
($R^2 = .48$, $F=25.58.10$, $p<.001$)				.

5. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

5.1. Η διοργάνωση

Η παρούσα έρευνα υλοποιήθηκε στο Artemissio mountain running, διοργάνωση αγώνων ορεινού τρεξίματος που υλοποιείται σε διαδρομές του ομώνυμου όρους του νομού Αργολίδας. Η διοργάνωση, που το 2022 συμπλήρωσε τα επτά έτη παρουσίας της στο χώρο του Ελληνικού ορεινού τρεξίματος, φιλοξένησε στο πλαίσιο της αγώνα των 26 χιλιομέτρων, αγώνα 12 χιλιομέτρων, καθώς και παιδικό αγώνα. Με επίκεντρο το χωριό Καρυά, η Οργανωτική Επιτροπή του AMR2022 σε συνεργασία με τον Πολιτιστικό και Εξωραϊστικό Σύλλογος των Απανταχού Καρυωτών και φίλων της Καρυάς "Το Αρτεμίσιο", είχε ως στόχο να συμβάλει, με την παρούσα διοργάνωση, στη συντήρηση και ανάδειξη των τοπικών μονοπατιών, την προβολή του φυσικού περιβάλλοντος του Αρτεμίσιου όρους, και παράλληλα την προβολή του τόπου.

Σύμφωνα με τους διοργανωτές « η φύση της διαδρομής του αγώνα είναι τεχνική (ειδικά στο κομμάτι της κορυφής), απαιτεί καλή φυσική κατάσταση, είναι δυνητικά εκτεθειμένη σε απότομες αλλαγές του καιρού στα ψηλότερα σημεία του βουνού και απευθύνεται σε καλά προπονημένους δρομείς, με ανάλογη εμπειρία ορεινών αγώνων». Όσον αφορά τον μικρότερο σε χιλιομετρική απόσταση αγώνα, αυτός «απευθύνεται σε όλους και θεωρείται ιδανική για την εισαγωγή στο ορεινό τρέν». Με την υλοποίηση δύο αγώνων διαφορετικής χιλιομετρικής απόστασης και βαθμού δυσκολίας οι διοργανωτές θέλησαν να δώσουν την ευκαιρία τόσο σε εμπείρους δρομείς αγώνων ορεινού τρεξίματος, όσο και σε νεοεισερχόμενους να συμμετέχουν στη διοργάνωση, προσβλέποντας πέρα από τη γνωριμία νέου κόσμου με το άθλημα και σε μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην ευρύτερη περιοχή στην οποία υλοποιείται η διοργάνωση.

5.2. Οι συμμετέχοντες στη διοργάνωση

Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος φάνηκε το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των συμμετεχόντων για τον «μικρό» αγώνα της διοργάνωσης, που έχει εισαγωγικό χαρακτήρα στο άθλημα του ορεινού τρεξίματος, καθώς το 60,3% του συνόλου του έλαβαν μέρος σε αυτόν. Μάλιστα το 75% των γυναικών που έλαβαν μέρος στη διοργάνωση (n=39) συμμετείχαν σε αυτόν, δείχνοντας τη διάθεση του γυναικείου φύλλου να γνωρίσει το άθλημα συμμετέχοντας

σε μικρότερης χιλιομετρικής απόστασης αγώνες. Συνολικά το ποσοστό του 29,9% των γυναικών που έλαβαν μέρος στους δύο αγώνες (7,5% στα 26 χλμ και 22,4% στα 12 χλμ) δείχνουν την άνοδο του ενδιαφέροντος των γυναικών για το άθλημα σε ποσοστά που σταδιακά αυξάνονται σε σχέση με προηγούμενες μελέτες (Πολατίδου, 2015) και επιβεβαιώνουν τον ανοδικό ρυθμό ενασχόλησης των γυναικών με το άθλημα σε πανελλαδικό επίπεδο (adventure.com).

Ως διοργάνωση, το Artemissio mountain running φαίνεται πως αξιολογείται από τους συμμετέχοντες ως μια πολύ κατάλληλη διοργάνωση για μια πρώτη γνωριμία και εισαγωγή στο άθλημα του ορεινού τρεξίματος, καθώς το 52,3% των συμμετεχόντων δήλωσε πως ασχολείται με το άθλημα ως δύο χρόνια. Παράλληλα, συγκέντρωσε και περισσότερο έμπειρους συμμετέχοντες (60 χρόνων έως 21,2%) με το 7,5% από αυτούς να δηλώνουν εμπειρία μεγαλύτερη των 10 ετών στο άθλημα. Το 16,3% των συμμετεχόντων μάλιστα δήλωσε πως έχει συμμετάσχει σε τουλάχιστον τρεις διοργανώσεις γεγονός που καταδεικνύει την εμπιστοσύνη τους στη διοργάνωση, αν μάλιστα αναλογιστούμε πως μεσολάβησαν δύο έτη μη πραγματοποίησης της λόγω των μέτρων πρόληψης για τον SARS-CoV-2.

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

τα τέσσερα άτομα της ηλικιακής κατηγορίας 56+ ετών έλαβαν μέρος στον αγώνα των 26 χιλιομέτρων, γεγονός που καταδεικνύει την αφοσίωση δρομέων ορεινού τρεξίματος στο άθλημα, καθώς συνεχίζουν να ασχολούνται με μια δραστηριότητα που ενέχει υψηλό βαθμός δυσκολίας σε μια σειρά σωματικών, ψυχολογικών και νοητικών παραμέτρων.

5.3 Συνειρμοί που πηγάζουν από τη διοργάνωση

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

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

Παράλληλα, υψηλή σημασία όπως φάνηκε στα αποτελέσματα προσδόθηκε στο προσωπικό της διοργάνωσης (οργανωτική ομάδα – εθελοντές), το οποίο κρίθηκε ως πολύ ικανοποιητικό. Ειδικότερα, όσον αφορά τον παράγοντα προσωπικό της διοργάνωσης επιβεβαιώθηκε και στην παρούσα έρευνα πως στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος τόσο οι οργανωτικές επιτροπές των αγώνων όσο και οι εθελοντές θεωρούνται ως ένας παράγοντας, παρά το διαφορετικό ρόλο τον οποίο καλούνται να διεκπεραιώσουν, συμπέρασμα στο οποίο κατέληξε και η έρευνα των Πολατίδου και συν., (2017). Αντίθετα, η κλίμακα των συνειρμών των Gladden & Funk (2002) διαχωρίζει τον παράγοντα σε δύο τμήματα, αυτόν της διοίκησης και των εθελοντών, μια διάκριση πολύ λογική, καθώς σε άλλα αθλήματα, και μάλιστα σε υψηλό επαγγελματικό επίπεδο, οι ρόλοι διοίκησης και εθελοντών είναι ξεκάθαρα διακριτοί. Το

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

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

Η συμμετοχή ελίτ αθλητών στη διοργάνωση, ενώ κρίθηκε θετικά, ωστόσο δε φαίνεται να ικανοποίησε τους συμμετέχοντες. Αν και επισημάνθηκε ως παράγοντας ιδιαίτερου βάρους από τους συμμετέχοντες (δεύτερος αμέσως μετά τον παράγοντα προσωπικό της διοργάνωσης),

ωστόσο στην πράξη δε φαίνεται να ικανοποίησε τους συμμετέχοντες. Αν αναλογιστούμε μάλιστα πως το ορεινό τρέξιμο αποτελεί ένα από τα ελάχιστα αθλήματα όπου ένας αθλούμενος μπορεί να σταθεί στην εκκίνηση ενός αγώνα μαζί με ελίτ αθλητές, να διαγωνίζεται στην ίδια διαδρομή και με τις ίδιες συνθήκες, τότε μπορούμε να καταλάβουμε τη σημασία που δίνει στον παράγοντα αυτό ένα μεγάλο σημαντικό μέρος των συμμετεχόντων.

5.4 Συνεισφορά των συνειρμών στην επανάληψη της συμμετοχής

Στην παρούσα έρευνα σημαντική και πολύπλευρη φάνηκε πως ήταν η συνεισφορά των συνειρμών που έχουν δημιουργήσει οι συμμετέχοντες από τη συμμετοχή τους στη διοργάνωση στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής τους σε αυτή. Μάλιστα, σε αντίθεση με την έρευνα της Πολατίδου (2015) όπου μόνο ο παράγοντας ιστορία της διοργάνωσης συνέβαλλε στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής, στην παρούσα εργασία σημαντική συμβολή στην πρόβλεψη μιας μελλοντικής συμμετοχής στη διοργάνωση είχαν επιπρόσθετα οι παράγοντες απόδραση και προσωπικότητα της διοργάνωσης. Φαίνεται λοιπόν, πως ιδιαίτερο βάρος στην λήψη της απόφασης μιας μελλοντικής συμμετοχής στη διοργάνωση είχαν ένας παράγοντας που αφορά καθαρά τα φυσικά χαρακτηριστικά των διαδρομών των αγώνων, ένας παράγοντας που αφορά την ψυχολογική ανάγκη απόδρασης από την τυπική καθημερινότητα και τα προβλήματα της και ένας παράγοντας που αφορά την εικόνα που έχει δώσει προς τα έξω η διοργάνωση στην πορεία των χρόνων υλοποίησής της, έτσι ώστε να θεωρείται πετυχημένη.

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

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

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

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι συνειρμοί που μια διοργάνωση μπορεί να προκαλέσει στη μνήμη ενός δρομέα ορεινού τρεξίματος, ο οποίος έχει ήδη τρέξει στο παρελθόν σε αυτήν, μπορούν να συντελέσουν στην πρόβλεψη μιας επόμενης συμμετοχής του σε αυτήν. Στην παρούσα έρευνα φάνηκε πως η Ιστορία που έχει χτίσει μια διοργάνωση στα χρόνια υλοποίησής της δεν αποτελεί το μοναδικό παράγοντα που δημιουργεί συνειρμούς ικανούς να οδηγήσουν σε μια εκ νέου συμμετοχή, όπως αναδείχτηκε στην έρευνα της Πολατίδου (2015). Ιδιαίτερα σε μικρότερες διοργανώσεις ορεινού τρεξίματος, με τοπικό χαρακτήρα είναι πολύ σημαντικό οι διαδρομές που προσφέρονται να κερδίσουν τους συμμετέχοντες, συμβάλλοντας παράλληλα στην ικανοποίηση βαθύτερων εσωτερικών αναγκών, όπως αυτή της απόδρασης. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουν να εξασφαλίσουν όχι μόνο τη βιωσιμότητά τους, αλλά και θα αποκτήσουν τα εχέγγυα που μπορούν να συμβάλλουν σε μια μελλοντική ανάπτυξή τους.

6.1. Περιορισμοί της έρευνας

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

Βιβλιογραφία

- Aaker, D. (1991). *Managing brand equity*. New York: Free Press.
- Alexandris, K. (2016). Testing the role of sport event personality on the development of event involvement and loyalty: The case of mountain running races. *International Journal of Event and Festival Management*.
- Alba, J. W., & Hutchinson, J. W. (1987). Dimensions of consumer expertise. *Journal of consumer research*, 13(4), 411-454.
- Bull, C., & Lovell, J., (2007). The Impact of Hosting Major Sporting Events on Local Residents: an Analysis of the Views and Perceptions of Canterbury Residents in Relation to the Tour de France. *Journal of Sport & Tourism*, 229-248
- Chogahara, M., & Yamaguchi, Y. (1998). Resocialization and continuity of involvement in physical activity among elderly Japanese. *International review for the sociology of sport*, 33(3), 277-289.
- Collins, A., Flynn, A., Munday, M., & Roberts, A. (2007), Assessing the environmental consequences of major sporting events: the 2003-04 FA Cup Final. *Urban Studies*, 457-476
- Derom, I., & Ramshaw, G. (2016). Leveraging sport heritage to promote tourism destinations: The case of the Tour of Flanders Cyclo event. *Journal of Sport & Tourism*, 20(3-4), 263-283.
- Getz, D. (1997). Trends and Issues in Sport Event Tourism. *Tourism Recreation Research*, 61-66
- Gibson, H. J. (1998). Active sport tourism: Who participates? *Leisure studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, H., Willming., C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism Management*, 181-190
- Gladden, J., Funk, D. (2001), Understanding broyalty in professional sport: Examining the link between brand association and brand loyalty, *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 3, 67-94
- Higham, J., (1999). Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism. *Current issues in Tourism*, 82-90
- Higham, J. and Hinch, T. (2018). *Sport Tourism Development (3rd Edition)*. Bristol: Channel View Publications

- Kaplanidou, K., & Gibson, H. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourism: The case of small-scale recurring sport events. *Journal of Sports* Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists. *Journal of sport management*, 24(5), 544-566. *and Tourism*, 163-179
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer – based brand equity. *Journal of Marketing*. 57, 1-22
- Kotler, P. (1991), *Marketing Management*, (7th ed.). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Low, G., & Lamb Jr, C. (2000). The measurement and dimensionality of brand associations. *Journal of Product & Brand Management*, 350 – 370
- Maslow, A. H. (1970). New introduction: Religions, values, and peak-experiences. *Journal of Transpersonal Psychology*, 2(2), 83-90.
- Ridinger, L., Funk, D., Jordan, J., & Kaplanidou, K., (2012). Marathons for the Masses: Exploring the Role of Negotiation-Efficacy and Involvement on Running Commitment, *Journal of Leisure Research*, 155-178
- Soriano, F. I. (1995). *Conducting needs assessments: A multidisciplinary approach*. SAGE Publications
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A conceptual statement. *Pacific sociological review*, 25(2), 251-272.
- Schmidt, O. (2006). *Wood and tree fungi* (p. 334). Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Wilkie, W. (1986). *Consumer Behavior*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Wipf, S., Rixen, C., Fischer, M., Schmid, B., & Stoeckli, V. (2005). Effects of ski piste preparation on alpine vegetation. *Journal of Applied Ecology*, 306–316
- VanBlarcom, B., & Kayahan, C. (2011). Assessing the economic impact of a UNESCO World Heritage designation. *Journal of Heritage Tourism*, 143-164
- Van den Berg, L., Braun, E., & Otgaar, A. H. (2000). City and enterprise: Corporate social responsibility in European and US cities.
- Yair, G. (1992). What keeps them running? The ‘circle of commitment’ of long-distance runners. *Leisure Studies*, 11(3), 257-270.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

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

Πολατίδου Π., Αλεξανδρή Κ., Μπαλάσκα Π. & Πολατίδου Γ. (2017). Διαφορές στην Αντίληψη της Ποιότητας Υπηρεσιών, το Βαθμό Ικανοποίησης και την Ανάπτυξη της από Στόμα σε Στόμα Επικοινωνίας Συμμετεχόντων σε Διοργανώσεις Ορεινού Τρεξίματος με Βάση το Επίπεδο Ανάμειξης τους με το Ορεινό Τρέξιμο. *Ελληνικό Περιοδικό Διοίκηση Αθλητισμού & Αναψυχής*, 13, 50 – 66

Παράρτημα Α: Ερωτηματολόγιο έρευνας

Artemisio Mountain Running

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί και θα θέλαμε να συμπληρώσετε ως στόχο έχει να καταγράψει τους συνειρμούς και την εικόνα που έχετε δημιουργήσει για τη διοργάνωση του αγώνα **Artemisio mountain running** μέσα από τη συμμετοχή σας σε αυτήν στην πορεία των χρόνων υλοποίησης της διοργάνωσης. Παράλληλα διερευνά την σχέση σας με το άθλημα του ορεινού τρεξίματος και τη συμαντικότητά του στη ζωή σας.

Αφορά μια συνεργασία της διοργάνωσης στο πλαίσιο πανεπιστημιακής έρευνας που πραγματοποιείται στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο από την Σαββίδου Ευδοκία υπό την επίβλεψη της Δρ. Παναγιώτας Μπαλάσκα.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων είναι ανώνυμη και πέραν των απαντήσεων σας δεν λαμβάνεται καμία προσωπική σας πληροφορία.

Θα θέλαμε να σας ευχαριστήσουμε θερμά για το χρόνο που θα διαθέσετε για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Η συμβολή σας στην έρευνα είναι πολύτιμη.

Ποια είναι η ηλικία σας;

Στήλη 1

ως 20
21-29
30-35
36-40
41-45
46-50
51-55
56-60
61-65
66+

Ποιο είναι το φύλο σας*

Γυναίκα
Ανδρας

Πόσα χρόνια ασχολήστε με το άθλημα του ορεινού τρεξίματος; *

Η απάντησή σας

Από ποια περιοχή της Ελλάδας ταξιδέψατε για να λάβετε μέρος στη διοργάνωση Artemisio Mountain Running;*

Η απάντησή σας

Σε ποιούς από τους αγώνες της διοργάνωσης έχετε τρέξει;

Στήλη 1

Artemisio 26km

Artemisio 12km

Πόσες χρονιές έχετε λάβει μέρος στη διοργάνωση Artemisio Mountain Running ; *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5+

Επισκέπτεστε την περιοχή του Αρτεμίσιου με σκοπό να προπονηθείτε για τους αγώνες της διοργάνωσης ή για προπονήσεις σας σε άλλους αγώνες;*

- Ναι
- Όχι

Αν ναι, πόσες φορές το έτος κατά μέσο όρο;

- 1-2
- 3-5
- 6+

Ποιοι Συνειρμοί έρχονται στο μυαλό σας όταν θυμάστε τη συμμετοχή σας στη διοργάνωση του Artemisio Mountain Running

Στη συνέχεια θα βρείτε μια σειρά δηλώσεων που αφορούν συνειρμούς οι οποίοι έρχονται στο μυαλό σας όταν σκέφτεστε ή θυμάστε τη συμμετοχή σας στους αγώνες ορεινού τρεξίματος Artemisio mountain running. Σας παρακαλούμε συμπληρώστε πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με αυτές, έχοντας στο μυαλό σας μόνο τη διοργάνωση του Artemisio Mountain Running

Οι διαδρομές των αγώνων της διοργάνωσης ενισχύουν την απόλαυση που νιώθετε όταν τρέχεις στο βουνό*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Οι διαδρομές των αγώνων είναι ιδιαίτερα συναρπαστικές*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Οι διαδρομές των αγώνων είναι απαιτητικές στο βαθμό δυσκολίας τους*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Οι διαδρομές των αγώνων είναι σωστά σηματοδοτημένες*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Οι διαδρομές των αγώνων έχουν μεγάλη φυσική ομορφιά*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η τροφοδοσία των αγώνων είναι ικανοποιητική*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η οργανωτική ομάδα εργάζεται με γνώμονα την υλοποίηση μια υψηλής ποιότητας διοργάνωση*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η οργανωτική ομάδα παίρνει σωστές αποφάσεις όσον αφορά τους συμμετέχοντες*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Οι εθελοντές της διοργάνωσης κάνουν πολύ σωστά τη δουλειά τους*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η παρουσία και τοποθέτηση των ομάδων διάσωσης στη διαδρομή των αγώνων είναι πολύ σωστή*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η οργανωτική ομάδα έχει ανταποκριθεί στις ανάγκες της διοργάνωσης ικανοποιητικά*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η συνολική χωροταξική διευθέτηση στους χώρους της διοργάνωσης (υποδοχή, εκκίνηση - τερματισμός, περίπτερα προϊόντων, χώρος pasta party κ.α) είναι ικανοποιητική *

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η εικόνα της διοργάνωσης (λογότυπα, ιστοσελίδα, διαφημιστικά banner κ.α.) είναι πολύ ικανοποιητική. *

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Τα αναμνηστικά προϊόντα του πακέτου συμμετοχής της διοργάνωσης είναι ελκυστικά*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Συμμετέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση με τους συναθλητές & φίλους μου*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η διοργάνωση Artemisio Mountain Running έχει δημιουργήσει μια πολύ θετική εικόνα στους συναθλητές μου*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Η διοργάνωση Artemisio Mountain Running είναι αποδεκτή από τους συναθλητές μου *

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Μου αρέσει να συζητώ για θέματα που αφορούν τη διοργάνωση Artemisio Mountain Running γενικότερα με φίλους και συναθλητές μου*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Μου αρέσει να βλέπω elite αθλητές να διαγωνίζονται στους αγώνες της διοργάνωσης *

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Είναι πολύ σημαντικό να συμμετέχουν γνωστοί αθλητές του ορεινού τρεξίματος στη διοργάνωση*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Στη διοργάνωση συμμετέχουν οι elite αθλητές που θα ήθελα να δω*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Ο αγώνας έχει να επιδείξει μια ιστορία από επιτυχημένες διοργανώσεις*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Ο αγώνας έχει δημιουργήσει μια πολύ καλή εικόνα στο χώρο του ελληνικού ορεινού τρεξίματος*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Πιστεύω ότι ο αγώνας δεν έχει καλή ιστορία*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Πιστεύω ότι ο αγώνας είναι από τους καλύτερους στην Ελλάδα*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Αφήνω πίσω μου προβλήματα της καθημερινότητας μου όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση και όταν συζητάω για αυτήν*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Χαλαρώνω από εντάσεις της καθημερινότητας όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Νιώθω πως κάνω κάτι που πραγματικά μου αρέσει όταν τρέχω στη συγκεκριμένη διοργάνωση ή όταν συζητώ για αυτήν*

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Θα λάβω μέρος ξανά στη διοργάνωση του Artemisio Mountain Running *

Διαφωνώ πάρα πολύ

Διαφωνώ πολύ

Διαφωνώ

Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ

Συμφωνώ

Συμφωνώ πολύ

Συμφωνώ πάρα πολύ

Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.