

# **ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**



## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**

### **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**



- Θα παρουσιαστεί η έννοια του αθλητικού μάνατζμεντ
- Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι αθλητικοί οργανισμοί
- Τα χαρακτηριστικά του αθλητικού μάνατζμεντ ως διαδικασία συντονισμού
- Τα καθήκοντα των σπορ μάνατζερ
- Η εξέλιξη του σπορ μάνατζμεντ διεθνώς με την πάροδο των ετών

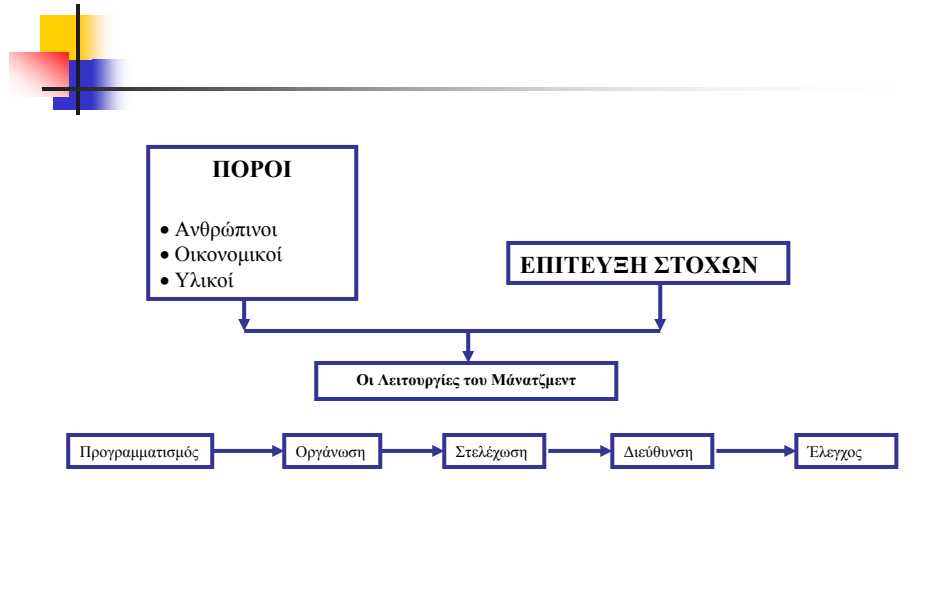
## ΕΠΙΣΤΗΜΗ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ

- Πέρασε από διάφορα στάδια και αντιπροσωπεύτηκε από διάφορες 'σχολές' και 'κινήματα'.
- Τα κινήματα αυτά είχαν ως στόχο:
  - α) να εξηγήσουν φαινόμενα και συμπεριφορές,
  - β) να κατηγοριοποιήσουν λειτουργίες και πρακτικές,
  - γ) να προτείνουν λύσεις

## ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΟΥΝ ΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (Τσιότσου, 2001)

- Σύγχρονες φιλοσοφικές τάσεις
- Αξίες της κοινωνίας
- Πολιτική και οικονομική κατάσταση
- Εκπαίδευση
- Θρησκεία
- Οικολογία

## ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ



## ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

- Σπορ,
- Αθλητισμός
- Μάνατζμεντ,
- Διοίκηση

## ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ



- Ο αθλητισμός έχει πολλές μορφές
- Για πολλούς σημαίνει ευχαρίστηση-διασκέδαση
- Για άλλους σημαίνει δουλειά (επαγγελματίες αθλητές)
- Για άλλους ένας τρόπος απασχόλησης (αθλητικός τουρισμός)
- Για άλλους μια επιχείρηση (εταιρεία αθλητικού μάρκετινγκ)
- Μπορεί να περιλαμβάνει πολλούς συμμετέχοντες (ομαδικά αθλήματα- ποδόσφαιρο, μπάσκετ), δύο συμμετέχοντες (τένις, μπάδμιντον), ή ένα συμμετέχοντα (γκολφ, σέρφινγκ)
- Μπορεί επίσης να περιλαμβάνει συνδυασμό των παραπάνω

## ΣΠΟΡ



- Το ποδόσφαιρο, το μπάσκετ, το βόλεϊ είναι σπορ.
- Είναι όμως διαφορετικά από την υποβρύχια κατάδυση, τους αγώνες αυτοκινήτου, το μαραθώνιο;
- Το σπορ πρέπει να έχει παιγνιώδη μορφή και κάποια στοιχεία ανταγωνισμού
- Πρέπει να βασίζεται στη σωματική δύναμη και να περιλαμβάνει στοιχεία, όπως, επιδεξιότητα, στρατηγική, τύχη και να υπάρχει αβεβαιότητα αποτελέσματος



## **ΣΠΟΡ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (Chelladurai, P., 1993)**

---

- Είναι ο συντονισμός των πηγών ενέργειας, των τεχνολογιών, των διαδικασιών και του προσωπικού για την αποτελεσματική παραγωγή αθλητικών υπηρεσιών
- Τμηματοποιημένη άποψη
- Ομαδοποιημένη άποψη
- Για καλύτερη κατανόηση είναι απαραίτητο να προσδιορίσουμε τα προϊόντα των αθλητικών οργανισμών



## **ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**

---

- Αγαθά (εξοπλισμός, κλπ), Υπηρεσίες, ή και τα δύο
- Το μάνατζμεντ του αθλητισμού ενδιαφέρεται περισσότερο για τις υπηρεσίες που προσφέρουν οι αθλητικοί οργανισμοί
- Τα αγαθά ανήκουν κυρίως στο συμβατικό βιομηχανικό τομέα



## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ**

---

- Υπηρεσίες προς τους συμμετέχοντες
- Υπηρεσίες προς τους θεατές
- Υπηρεσίες χορηγιών



## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ**

---

- Τα προϊόντα των αθλητικών οργανισμών κατηγοριοποιούνται με βάση δύο διαστάσεις:
- 1) Διαχωρισμός μεταξύ καταναλωτικών και επαγγελματικών υπηρεσιών,
- 2) Τα κίνητρα των πελατών για συμμετοχή στον αθλητισμό



## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ**

- **Καταναλωτικές Υπηρεσίες**
- Οι καταναλωτικές υπηρεσίες είναι υπηρεσίες ρουτίνας που περιλαμβάνουν λίγες πληροφορίες και μικρή εξειδίκευση.
- Παράδειγμα:
- Πώληση ή ενοικίαση αθλητικού εξοπλισμού από ένα γυμναστήριο

- **Επαγγελματικές Υπηρεσίες**
- Οι επαγγελματικές υπηρεσίες περιλαμβάνουν υπηρεσίες προς τους ανθρώπους και περιλαμβάνουν πολλές γνώσεις και πληροφορίες
- Παράδειγμα:
- Η προπονητική ενός αθλήματος, τα τεστ φυσικής κατάστασης, κλπ



## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ**

- **Κίνητρα των πελατών για συμμετοχή στον αθλητισμό:**  
Ευχαρίστηση, Ανθρώπινες δεξιότητες, Τελειότητα, Υγεία/Καλή φυσική κατάσταση, Συντήρηση, Θεραπεία
- Η κατηγοριοποίηση αυτή ισχύει από την άποψη του συμμετοχικού αθλητισμού και όχι σε όλο το πεδίο του ΣΜ, το οποίο περιλαμβάνει και τις υπηρεσίες προς τους θεατές



## **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΘΕΑΤΕΣ**

---

**Ο Αγώνας**

**Το Θέαμα**

**Το Τρίτο Μέρος**



## **Ο ΑΓΩΝΑΣ**

---

- **Ο συναγωνισμός και η αδυναμία πρόβλεψης του αποτελέσματος είναι η ουσία του αθλητισμού ως ψυχαγωγία**
- **Όσο μεγαλύτερο το επίπεδο τελειότητας, τόσο μεγαλύτερη η ψυχαγωγική αξία**
- **Παράδειγμα: Ολυμπιακοί αγώνες, Παγκόσμια πρωταθλήματα**





## ΤΟ ΘΕΑΜΑ

---

- Οι τελετές έναρξης και λήξης Ολυμπιακών Αγώνων
- Οι εκδηλώσεις στη διάρκεια των ημιχρόνων είναι εξίσου σημαντικά στοιχεία με τον ίδιο τον αγώνα για κάποιους θεατές



## ΤΟ ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ

---

- Η αστικοποίηση, ο ατομικισμός, ο συναγωνισμός, η τεχνολογία και η γεωγραφική κινητικότητα έχουν κάνει τους πρωτογενείς κοινωνικούς δεσμούς της οικογένειας και των φίλων χαλαρούς.
- Τα άτομα αναζητούν ικανοποίηση των αναγκών για κοινωνικοποίηση με λιγότερο προσωπικούς τρόπους
- Οι τόποι όπου εκφράζονται αυτές οι ανάγκες ονομάζονται τρίτα μέρη σε αντίθεση με το τόπο κατοικίας και εργασίας.
- Τα διοικητικά στελέχη του αθλητισμού μπορούν να προβάλλουν αυτή την υπηρεσία

## ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΧΟΡΗΓΙΩΝ

- Πρόσβαση στην αγορά
  - Πρόσβαση για επικοινωνία με μια συγκεκριμένη αγορά, τους οπαδούς και τους θεατές
- Σύνδεση ονόματος
  - Δημιουργία εικόνας ή προβολή της εικόνας για την επιχείρηση χορηγό
- Ψυχολογικά οφέλη
  - Αλτρουιστικά (π.χ., αίσθηση υποστήριξης μιας άξιας προσπάθειας)
  - Εγωιστικά (π.χ., η προσωπική ευχαρίστηση να δει κάποιος το όνομα του στη λίστα των χορηγών)
- Κοινωνικές ιδέες
  - κοινωνική ιδέα της άσκησης από μερικούς αθλητικούς οργανισμούς με σκοπό τη προαγωγή της υγείας και της φυσικής κατάστασης

## ΑΘΛΗΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Αθλητικά αγαθά	Υπηρεσίες στους συμμετέχοντες	Υπηρεσίες στους θεατές	Υπηρεσίες στους χορηγούς
Κατασκευή Πωλήσεις	Καταναλωτικές/επαγγελματικές έξ Κίνητρα συμμετοχής Ευχαρίστηση Υγεία Φυσική κατάσταση Δεξιότητες Τελειότητα Συντήρηση	Αγώνας Θέαμα Τρίτο μέρος	Πρόσβαση Σύνδεση Ψυχολογικά οφέλη Αλτρουισμός Εγωισμός Κοινωνικές ιδέες Ενεργός τρόπος ζωής Ψυχαγωγία Φυσική κατάσταση Υγεία



## **ΤΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΩΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ**

---

- Ο συντονισμός αποτελεί την ουσία του μάνατζμεντ
- Για να απαντήσουμε στην ερώτηση τι συντονίζει το ΣΜ πρέπει να εξετάσουμε την παραγωγή και το μάρκετινγκ των υπηρεσιών μας
- Ο συντονισμός αφορά: α) στις τεχνολογίες, β) στις μονάδες υποστήριξης που διευκολύνουν την παραγωγή και το μάρκετινγκ του αθλητισμού, και γ) στο περιβάλλον στο οποίο πραγματοποιούνται



## **ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ ΣΠΟΡΤ ΜΑΝΑΤΖΕΡ**

---

- Καθορισμός των στόχων του αθλητικού οργανισμού
- Διοίκηση προσωπικού
- Οικονομική διαχείριση και μάρκετινγκ
- Δημόσιες και κοινωνικές σχέσεις
- Νομικές υποθέσεις
- Επίβλεψη αθλητικών εγκαταστάσεων
- Σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων
- Αξιολόγηση προγραμμάτων προσωπικού



## **ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΣΠΟΡΤ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (ΗΠΑ)**

---

- 1966, Ohio University
- 1980, 20 πανεπιστήμια προσφέρουν βασικές σπουδές στο Σπορ Μάνατζμεντ.
- 1985, 83 πανεπιστήμια (40 βασικές σπουδές, 32 μεταπτυχιακές, 11 και από τις δύο)
- 1989, 109 πανεπιστήμια (51 βασικές, 33 Μάστερ, 25 και από τις δύο)
- 1993, 201 (6 διδακτορικές σπουδές)
- 1996, Δημιουργήθηκε το πρώτο πρόγραμμα σπουδών Σπορ Μάνατζμεντ



## **ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΣΠΟΡΤ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (ΚΑΝΑΔΑΣ)**

---

- 1980, 10 προπτυχιακά, 9 μάστερ, 2 διδακτορικά προγράμματα
- 1988, 6 προπτυχιακά, 9 μάστερ, 2 διδακτορικά προγράμματα
- 1990, 6 προπτυχιακά, 9 μάστερ, 3 διδακτορικά προγράμματα



## **ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΣΠΟΡΤ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (ΔΙΕΘΝΩΣ)**

---

- Γερμανία
- Γαλλία
- Μ. Βρετανία
- Κορέα
- Αυστραλία
- Ταϊβάν
- Ιαπωνία



## **ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ**

---

- Δώστε παραδείγματα υπηρεσιών που προσφέρουν οι αθλητικοί οργανισμοί και αφορούν υπηρεσίες:
  - προς τους συμμετέχοντες
  - προς τους θεατές
  - χορηγιών
- Παρουσιάστε πρακτικές εφαρμογές των καθηκόντων ενός σπορ μάνατζερ



## ΘΕΜΑΤΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗΣ

---

- Πως εξελίσσεται η επιστήμη του σπορ μάλιστα τα τελευταία έτη διεθνώς? Σε τι οφείλεται αυτή η εξέλιξη?
- Ποια η διαφορά αθλητισμού και σπορ?



## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

---

- Ο χώρος τον οποίο αποκαλούμε Αθλητικό Μάνατζμεντ έχει διευρυνθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια.
- Στις Η.Π.Α. 200 περίπου πανεπιστήμια προσφέρουν μαθήματα στο Α.Μ. σε επίπεδο βασικών και μεταπτυχιακών σπουδών ενώ τα τελευταία έτη και η Ευρώπη κάνει ανάλογα βήματα με αποτέλεσμα να έχουμε μακροπρόθεσμα θετικές επιδράσεις στο χώρο.
- Για καλύτερη κατανόηση το Α.Μ. προσδιορίζει τα προϊόντα των αθλητικών οργανισμών σε αγαθά και υπηρεσίες με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ιδιότητες

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**



- **Chelladurai, P. (1994). Sport Management: Defining the field. European Journal of Sport Management,1, 7-21.**
- **Hernandez Acosta, R. (2002). Managing sport organizations. Human Kinetics.**
- **Slack, T. (1997). Understanding sport organizations. Human Kinetics**