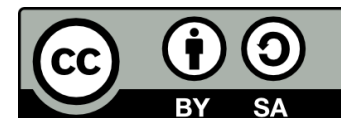




Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Πελατών Αναψυχής II

Αθλητική χορηγία: Εγκεκριμένα προϊόντα στον αθλητισμό: Εμπορικό σύμβολο, εγκεκριμένα προϊόντα στον αθλητισμό, πλεονεκτήματα/μειονεκτήματα

Νικόλαος Θεοδωράκης
Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Φ.Α.Α. Σερρών, Α.Π.Θ.



Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» έχει χρηματοδοτήσει μόνο τη αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.





Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Πελατών Αναψυχής II

Εγκεκριμένα προϊόντα στον αθλητισμό:
Εμπορικό σύμβολο, εγκεκριμένα προϊόντα
στον αθλητισμό,
πλεονεκτήματα/μειονεκτήματα

Περιεχόμενα ενότητας

1. Εμπορικό σύμβολο

- i. ορισμός
- ii. Είδη εμπορικών συμβόλων



Περιεχόμενα ενότητας

2. Εγκεκριμένα προϊόντα στον αθλητισμό (ΕΠΑ)

- i. Είδη ΕΠΑ
- ii. Αξιοποίηση πνευματικών δικαιωμάτων
- iii. Προσφορά ΕΠ στους καταναλωτές
- iv. Παράγοντες οικοδόμησης προγράμματος δημιουργίας εγκεκριμένων προϊόντων (ΕΠ)
- v. Διαδικασία απόκτησης ΕΠ
- vi. Επιτυχία προγραμμάτων παραχώρησης ΕΠ
- vii. Παράνομα προϊόντα
- viii. Πλεονεκτήματα/μειονεκτήματα



Σκοποί ενότητας

Να γίνει κατανοητή στους φοιτητές η έννοια των εγκεκριμένων προϊόντων στον αθλητισμό.



Εμπορικό Σύμβολο

Οποιαδήποτε λέξη, όνομα, σύμβολο, επινόηση, ή συνδυασμός αυτών, που χρησιμοποιείται από ένα κατασκευαστή ή έμπορο για να προσδιορίσει τα προϊόντα του και να τα διακρίνει από αυτά που κατασκευάζονται ή πωλούνται από άλλους (Berry and Wong στον Mullin et al., 2004).



Λειτουργίες Εμπορικών Συμβόλων

- Αναγνώριση
- Φυσική πηγή
- Ανώνυμη πηγή
- Ποιότητα
- Διαφήμιση
- Εμπορευσιμότητα



Εγκεκριμένα Προϊόντα στον Αθλητισμό (*sport licensing*)

Οι αθλητικοί οργανισμοί μεταφέρουν το δικαίωμα της χρήσης των ονομάτων, των σημάτων και των λογοτύπων τους σε άλλες εταιρείες για να τα χρησιμοποιήσουν στη παραγωγή προϊόντων προς πώληση.



Εγκεκριμένα Προϊόντα στον Αθλητισμό (*sport licensing*)

- Αποτελούν σημαντικό κομμάτι του *marketing mix*
- Υψηλά οφέλη τόσο για τους κατόχους των δικαιωμάτων (*licensors*) όσο και για τις εταιρείες που τα χρησιμοποιούν (*licensees*)



Είδη Εγκεκριμένων Προϊόντων στον Αθλητισμό

- Λογότυπα και εμβλήματα αθλητικών γεγονότων και ομάδων (*'logo licensing'*)
- Μασκότ αθλητικών γεγονότων και ομάδων (*'character licensing'*)
- Εγκεκριμένα προϊόντα αθλητών (*'personality licensing'*)
- Εγκεκριμένα προϊόντα ιματισμού, υπόδησης κ.ά. (*'product licensing'*)



Βιομηχανία Αξιοποίησης Πνευματικών Δικαιωμάτων από Εταιρίες

Βασίζεται στο ότι οι αθλητικοί καταναλωτές:

- Παρακολουθούν αθλητικά γεγονότα
- Ακολουθούν μια ομάδα
- Συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες



Προσφορά Εγκεκριμένων Προϊόντων στους Καταναλωτές

- Υποκατάστατο της εμπειρίας ενός αθλητικού γεγονότος
- Παίρνουν την εμπειρία στο σπίτι
- Τρόπος υποστήριξης της ομάδας/αθλητή/αθλ. γεγονότος
- Μείωση της απόστασης μεταξύ καταναλωτών και ομάδων-αθλητών



Προσφορά Εγκεκριμένων Προϊόντων στους Καταναλωτές

- Ταύτιση με την ομάδα
- Δημιουργία/αίσθηση κοινότητας
- Προσφορά αυθεντικών και επίσημων εγκεκριμένων προϊόντων



Προσφορά Εγκεκριμένων Προϊόντων στους Καταναλωτές

- Αύξηση προμήθειας προϊόντων
- Ο ανταγωνισμός μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση τιμών, τη δημιουργία νέων προϊόντων και τη βελτίωση της ποιότητας



Παράγοντες Οικοδόμησης Προγράμματος Δημιουργίας Εγκεκριμένων Προϊόντων

- Οργανωτικοί στόχοι
- Επιλογή κατόχου αδειάς
- Δέσμευση
- Πόροι
- Επικοινωνία
- Σχέση
- Συμβολαιογραφική συμφωνία
- Νομική προστασία



Διαδικασία Απόκτησης Εγκεκριμένου Προϊόντος

- Οι εταιρείες (*licensees*) πληρώνουν ένα αρχικό ποσό για την απόκτηση των δικαιωμάτων
- Πληρωμή ποσού για την χρησιμοποίηση λογοτύπων, σλόγκαν ή άλλων εμπορικών σημάτων που θα χρησιμοποιηθούν στα προϊόντα της εταιρείας
- Παραγωγή προϊόντος



Επιτυχία Προγραμμάτων Παραχώρησης Εγκεκριμένων Προϊόντων

- Συντονισμός προσπαθειών των κατόχων αποκλειστικών δικαιωμάτων
- Υψηλού επιπέδου έλεγχος ποιότητας εγκεκριμένων προϊόντων
- Διευκόλυνση διανομής προϊόντων
- Αποτελεσματικός έλεγχος της αγοράς για τον εντοπισμό παράνομων προϊόντων



Παράνομα Προϊόντα

- Μη εξουσιοδοτημένη χρήση ονόματος, λογότυπου ή εμπορικού σήματος μιας λίσκας, ενός αθλ. γεγονότος, ενός αθλητή ή μιας ομάδας
 - Μείωση κερδών
 - Επίδραση στην ποιότητα των προϊόντων, με αποτέλεσμα τη μείωση πίστης στη μάρκα (*brand loyalty*)



Πλεονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τους κατόχους δικαιωμάτων)

- Βελτίωση εικόνας και δημοτικότητας
- Αύξηση κερδών από την πώληση δικαιωμάτων
- Αύξηση ενημέρωσης και αναγνώρισης του προϊόντος
- Δυνατότητα διείσδυσης σε νέες αγορές



Πλεονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τους κατόχους δικαιωμάτων)

- Περιορισμένο κόστος παραγωγής
- Χτίσιμο σχέσεων με οπαδούς
- Νόμιμη προστασία
- Χτίσιμο σχέσεων με στόχους της αγοράς που έχουν μεγάλη πίστη στο προϊόν (π.χ. Man. United-Μέση Ανατολή)



Πλεονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τις εταιρίες)

- Αύξηση ενημέρωσης και αναγνώρισης
- Ελάττωση εξόδων για διαφήμιση και προώθηση
- Αύξηση εσόδων
- Θετική συσχέτιση με τον αθλητισμό



Πλεονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τις εταιρείες)

- Βοήθεια στο χτίσιμο της αξίας της μάρκας (*brand equity*)
- Δυνατότητα αύξησης των τιμών
- Σύνδεση φιλάθλων με ομάδες και παίκτες
- Προώθηση καινοτομίας
- Διείσδυση σε νέες αγορές



Μειονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τους κατόχους δικαιωμάτων)

- Παράνομα προϊόντα
- Κακή ποιότητα προϊόντων από τους κατασκευαστές
- Σύνδεση εμπορικού σήματος με κατώτερο προϊόν ή εταιρεία



Μειονεκτήματα Εγκεκριμένων Προϊόντων (για τις εταιρείες)

- Μείωση δημοτικότητας του αθλητή
- Μείωση απόδοσης των ομάδων
- Αλλαγές στο στυλ, στις τάσεις της μόδας και στις προτιμήσεις των καταναλωτών
- Κόστος απόκτησης δικαιωμάτων
- Κόστος κατασκευής προϊόντων και ρίσκο



Μειονεκτήματα Εγκριμένων Προϊόντων (για τις εταιρείες)

- Ανταγωνισμός
 - Αύξηση κόστους απόκτησης δικαιωμάτων
 - Αρνητική επίδραση στο μερίδιο αγοράς
- Παράνομα προϊόντα



Βιβλιογραφία

- Berry, R. C., and Wong. (1993). Law and Business of the Sports Industries: Common Issues in Amateur and Professional Sports. Westport, CT: Praeger. Vol 2 2nd ed.
- Mullin, B. J., Hardy. W. A. (2004). Αθλητικό Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Πασχαλίδης. Αθήνα.
- Shilbury, D., Shayne, Q., Westerbeek, H., & Costa, G. (2007). Στρατηγικό Μάρκετινγκ του Αθλητισμού και της Αναψυχής. Εκδόσεις ΤΕΛΕΘΡΙΟΝ, Αθήνα.



Βιβλιογραφία

- Moorman, A. M., and Hambrick, M. E. (2009). To license or not To License: That is the Question for Professional Sport Leagues and the NCAA
- Ashley, M. (2011). Sports Licensing: 2010 Year-in-Review. The licensing Journal. 1-6





Σας ευχαριστώ!

Νικόλαος Θεοδωράκης

Επίκουρος Καθηγητής Τ.Ε.Φ.Α.Α. Σερρών
Α.Π.Θ.



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

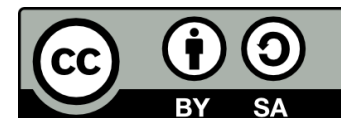


ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ
2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ





Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Αλεξάνδρα Φουντούκη
Θεσσαλονίκη, Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

