



# Μάρκετινγκ και Συμπεριφορά Πελατών Αναψυχής II

## Αθλητική Χορηγία:

Έρευνα στην αθλητική χορηγία: Σημαντικότητα της έρευνας, παράγοντες που επηρεάζουν τις επιπτώσεις της χορηγίας, επιπτώσεις της χορηγίας, ευρήματα ερευνών

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



# 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.





# Έρευνα στην Αθλητική Χορηγία

Σημαντικότητα της έρευνας, παράγοντες που επηρεάζουν τις επιπτώσεις της χορηγίας, επιπτώσεις της χορηγίας, ευρήματα ερευνών

# Περιεχόμενα ενότητας

1. Έρευνα στην αθλητική χορηγία
  - i. Σημαντικότητα της έρευνας
2. Πρόσφατες έρευνες
  - i. παράγοντες που επηρεάζουν τις επιπτώσεις της χορηγίας
  - ii. επιπτώσεις της χορηγίας
  - iii. Συμβουλές προς διοικητικά στελέχη



# Περιεχόμενα ενότητας

---

1. Έρευνα στην Αθλητική Χορηγία
  - i. Σημαντικότητα της έρευνας
2. Πρόσφατες έρευνες



# Σκοποί ενότητας

- Να γίνει κατανοητή στους φοιτητές η σημαντικότητα της έρευνας στην αθλητική χορηγία.
- Να αναλυθούν θέματα που απασχολούν την έρευνα στην αθλητική χορηγία.



# Στόχοι Μάρκετινγκ μέσω Χορηγίας

- Επικοινωνιακοί στόχοι
  - Έκθεση της Μάρκας
  - Χτίσιμο εικόνας
  - Εταιρική εικόνα





# Στόχοι Μάρκετινγκ μέσω Χορηγίας

- Προώθηση Πωλήσεων
- Αντιμετώπιση ανταγωνιστών
- Ανταμοιβές/δώρα σε εργαζομένους και καταναλωτές



# Ποσά που δαπανώνται στις Χορηγίες

- 24,6 δισ. δολάρια παγκοσμίως το 2001
- 44 δισ. δολάρια παγκοσμίως το 2009
- 12,2 δισ. δολάρια στην Ευρώπη το 2009



# Έρευνα στην Χορηγία

- Οι *marketers* έχουν εστιάσει την προσοχή τους και στη χορηγία, ως μια στρατηγική επικοινωνίας εξαιτίας της αποτελεσματικότητάς της να μεταφέρει τα μηνύματα της μάρκας σε μεγάλες ομάδες του πληθυσμού.
- Αποτελεί έναν ταχέως αναπτυσσόμενο τομέα του μάρκετινγκ, ο οποίος έχει ξεπεράσει άλλα προωθητικά εργαλεία.



# Έρευνα στην Χορηγία

- Την τελευταία δεκαετία η έρευνα για την χορηγία έχει επικεντρωθεί στη φύση της σχέσης μεταξύ του χορηγού, του χορηγούμενου και του καταναλωτή.
- Η χορηγία προβάλλει τα οφέλη των χορηγημένων με τους οποίους οι καταναλωτές αναπτύσσουν ψυχολογικές σχέσεις.



# Έρευνα στην Αθλητική Χορηγία

Η σύγχρονη έρευνα στην αθλητική χορηγία ασχολείται με την σχέση μεταξύ χορηγού και φιλάθλων, εξετάζοντας την διαδικασία, μέσω της οποίας οι φίλαθλοι αναπτύσσουν συμπεριφορές απέναντι στο χορηγό της αγαπημένης τους ομάδας.



# Πρόσφατες Έρευνες στην Αθλητική Χορηγία

Πρόσφατες έρευνες πάνω στην αθλητική χορηγία εξετάζουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τις επιπτώσεις της αθλητικής χορηγίας στους φιλάθλους/καταναλωτές.



# Παράγοντες που επηρεάζουν τις Επιπτώσεις της Αθλητικής Χορηγίας

- Ταύτιση με την Ομάδα
- Εμπλοκή με τους οπαδούς
- Εμπλοκή με τον αθλητισμό
- Εξοικείωση με το προϊόν
- Στάση προς την χορηγία



# Επιπτώσεις Αθλητικής Χορηγίας

- Αναγνώριση του χορηγού
- Στάση προς τον χορηγό
- Υποστήριξη χορηγού
- Ικανοποίηση με τον χορηγό
- Τάση για κατανάλωση προϊόντων του χορηγού
- Εικόνα χορηγού
- Από στόμα σε στόμα επικοινωνία
- Αντιλαμβανόμενη ειλικρίνεια των χορηγών





# Ταύτιση με την Ομάδα

- Ψυχολογική σύνδεση με την ομάδα
- Βαθμός στον οποίο τα άτομα αισθάνονται την ομάδα ως προέκταση του εαυτού τους
- Σταθερή μέσα στο χρόνο
- Επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά των φιλάθλων



# Εμπλοκή με τον Αθλητισμό

- Αντιπροσωπεύει το ενδιαφέρον των ατόμων για μια συγκεκριμένη αθλητική δραστηριότητα.
- Βοηθάει τους ερευνητές να κατανοήσουν περαιτέρω την συμπεριφορά και την λήψη αποφάσεων των φιλάθλων.
- Παράγοντας που επηρεάζει την ταύτιση με την ομάδα.



# Εμπλοκή με τον Αθλητισμό

- Έλξη:
  - Αντιλαμβανόμενη σημασία που έχει μια δραστηριότητα για το άτομο, καθώς και το ενδιαφέρον και την απόλαυση που απορρέουν από αυτήν τη δραστηριότητα.



# Εμπλοκή με τον Αθλητισμό

- Κεντρικότητα:

Η θέση που έχει μια δραστηριότητα στον τρόπο ζωής ενός ατόμου:

- δυνατότητα να βρίσκεται με οικογένεια/φίλους
- υγιεινός τρόπος ζωής



# Στάση προς την Χορηγία

- Οι καταναλωτές συνήθως εκτιμούν τα οφέλη της χορηγίας για τις δραστηριότητες στις οποίες εμπλέκονται και σχηματίζουν θετικές στάσεις προς την χορηγία.
- Η διαφήμιση φαίνεται ως εγωιστική και προς το συμφέρον του διαφημιζόμενου, χωρίς να εμπεριέχει κάποιο όφελος προς την κοινωνία.



# Εικόνα Χορηγού

- Η εικόνα που σχηματίζουν οι καταναλωτές για μια μάρκα (*brand*) βασίζεται σε αυτό που θυμούνται ότι σχετίζεται με αυτήν.
- Μια θετική στάση απέναντι σε ένα χορηγό δημιουργείται όταν ο καταναλωτής αξιολογεί θετικά τα οφέλη της χορηγίας για την ομάδα.



# Ευρήματα Ερευνών

- Υψηλά επίπεδα ταύτισης με την ομάδα
  - Αναγνώριση του χορηγού
  - Θετική στάση προς τον χορηγό
  - Υποστήριξη του χορηγού
  - Ικανοποίηση με τον χορηγό
- Οι διαστάσεις της εμπλοκής με τον αθλητισμό (έλξη, κεντρικότητα) προκαλούν τάσεις για κατανάλωση.



# Ευρήματα Ερευνών

- Η ταύτιση με την ομάδα είναι ο μηχανισμός μέσω του οποίου η εμπλοκή με τον αθλητισμό επηρεάζει τις τάσεις για κατανάλωση.
- Η εικόνα του χορηγού επηρεάζει τις τάσεις για κατανάλωση και την από στόμα σε στόμα επικοινωνία.





# Συμβουλές προς Διοικητικά Στελέχη

- Η εμπλοκή με τον αθλητισμό είναι ένα σημαντικό εργαλείο για τον διαχωρισμό των φιλάθλων.
- Προσέγγιση και των λιγότερο ταυτισμένων με την ομάδα φιλάθλων, οι οποίοι αποτελούν ένα μεγάλο τμήμα του πληθυσμού.
- Στα κριτήρια αξιολόγησης της χορηγίας μπορούν να συγκαταλεχθούν και η εικόνα του χορηγού, η από στόμα σε στόμα επικοινωνία και οι τάσεις για κατανάλωση.



# Βιβλιογραφία

- Gwinner, K., and Swanson, S. (2003). A model of fan identification: Antecedents and sponsorship outcomes. *Journal of services marketing*, 17, 275-294
- Keller, K. L.(2003). Brand synthesis: The multidimensionality of brand knowledge. *The journal of consumer research*, 29(4), 595-600
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., and Bacon. J. (2004). Predictors of behavioural loyalty among hikers along the Appalachian Trail. *Leisure sciences*, 26, 99-118
- Tsiotsou, R., and Alexandris, K. (2007). Delineating the outcomes of sponsorship Sponsor image, word of mouth, and purchase intentions. *International journal of retail & distribution management.*, 37(4), 358-269



# Βιβλιογραφία

- Sponsorship spending to rise 2.2 percent in 2009 (2009). <http://www.sponsorship.com/About-IEG/Press-Room/Sponsorship-Spending-To-Rise-2.2-Percent-in-2009.aspx>
- Alexandris, K., Tsiotsou, R. H. (2012). Testing a hierarchy of effects model of sponsorship effectiveness. *Journal of sport management*, 26, 363-378
- Nassis, N., Theodorakis, N. D., Alexandris, K., Tsellou, A., and Afthinos, Y. (2012). Testing the role of team identification on the relationship between sport involvement and sponsorship outcomes in the context of professional soccer. *International Journal of Sport Management*. 13, 1-17





# Σας ευχαριστώ!

## Νικόλαος Θεοδωράκης

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

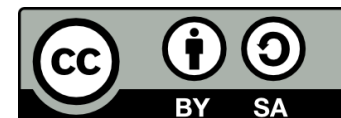


Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





# Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Αλεξάνδρα Φουντούκη  
Θεσσαλονίκη, Εαρινό Εξάμηνο 2012-2013



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ  
*επένδυση στην κοινωνία της γνώσης*  
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

