



# Οργάνωση Προγραμμάτων Αναψυχής Ι

Οργάνωση Προγραμμάτων Αναψυχής Ι: Μάρκετινγκ  
Οργανισμών Αναψυχής – Α Μέρος

Νικόλαος Θεοδωράκης

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



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

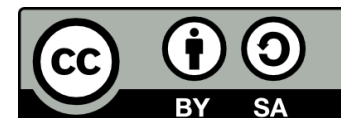


ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

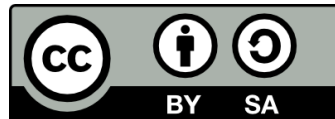


ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



# 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.





# Οργάνωση Προγραμμάτων Αναψυχής

Μάρκετινγκ Οργανισμών Αναψυχής – Α  
Μέρος

# Περιεχόμενα ενότητας

---

## 1. Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες



# Στόχοι ενότητας

- Να αναλυθεί το μίγμα μάρκετινγκ στις αθλητικές υπηρεσίες.
- Να γίνει κατανοητή από τους φοιτητές η εφαρμογή των αρχών του μάρκετινγκ στους αθλητικούς οργανισμούς και προγράμματα αναψυχής.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

- Το παραδοσιακό μείγμα του μάρκετινγκ περιλαμβάνει την ανάλυση:
  - i. Προϊόντος
  - ii. Τιμής / Κοστολόγησης
  - iii. Καναλιών Διανομής / Τοποθεσίας
  - iv. Προώθησης



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

1. Στην περίπτωση των υπηρεσιών αναψυχής το μείγμα του μάρκετινγκ είναι διευρυμένο :
  - i. Προϊόντος
  - ii. Τιμής / Κοστολόγησης
  - iii. Καναλιών Διανομής / Τοποθεσίας
  - iv. Προώθησης
  - v. Προσωπικό
  - vi. Φυσικό / Υλικό Περιβάλλον
  - vii. Λειτουργική διαδικασία





# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Προϊόν:

- Μπορεί να ορισθεί ως το σύνολο των χαρακτηριστικών του προϊόντος, και τα οφέλη που αποκομίζουν οι καταναλωτές. Είναι απαραίτητο, ιδιαίτερα στις αθλητικές υπηρεσίες, να μπορούμε να δώσουμε μια ξεκάθαρη απάντηση στο ερώτημα: Ποιο είναι το προϊόν το οποίο προσφέρουμε;



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Επίπεδα προϊόντος:

- **Κύριο Προϊόν:** Σχετίζεται με την βασική ανάγκη που ικανοποιούμε ως υπηρεσία. Παραδείγματα: αναψυχή, υγεία, κοινωνικοποίηση κτλ.
- **Χειροπιαστό Προϊόν:** Αποτελεί το υλικό στοιχείο. Παραδείγματα: εγκαταστάσεις, όργανα γυμναστικής, αποδυτήρια, γήπεδα, κτλ.
- **Υποστηρικτικό Προϊόν:** Παραδείγματα: Καφετέρια, πάρκινγκ, σάουνα, διατροφή, ιατρικές υπηρεσίες, κτλ.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Τιμή / Τιμολόγηση:

- Στην περίπτωση των αθλητικών υπηρεσιών υπάρχουν πολλαπλοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τις αποφάσεις για την κοστολόγηση: Παραδείγματα τέτοιων βασικών παραγόντων αποτελούν:
  - i. Η εκτίμηση του κόστους παραγωγής και διανομής των υπηρεσιών.
  - ii. Οι στόχοι της κοστολόγησης. Το κέρδος δεν είναι πάντα ο βασικός στόχος στις αθλητικές υπηρεσίες. Στους κρατικούς οργανισμούς η επιβίωση (αποφυγή ζημίας), και οι κοινωνικοί στόχοι είναι βασικό μέρος της πολιτικής τους.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Τιμή / Τιμολόγηση:

- iii. Η εκτίμηση της ζήτησης για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες (π.χ., ελαστικότητα της ζήτησης - επίδραση των αλλαγών των τιμών στη ζήτηση).
- iv. Η ανάλυση των ανταγωνιστικών προϊόντων (χαρακτηριστικά και τιμή τους).
- v. Η μέθοδος της κοστολόγησης. Τρεις είναι οι βασικές μέθοδοι: α) βασισμένοι στην εταιρεία (κόστος παραγωγής και διανομής), β) στους ανταγωνιστές και γ) βασισμένοι στον πελάτη και την ζήτηση.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Τοποθεσία / Κανάλια Διανομής:

- Περιλαμβάνει την διαδικασία (τοποθεσία) διανομής των προϊόντων / υπηρεσιών με στόχο την αγορά από τους καταναλωτές. Είναι πολύ σημαντική η ανάπτυξη ενός καλού δικτύου διανομής των προϊόντων.
- Δύο είναι τα βασικά σημεία για την ανάπτυξη των καναλιών διανομής:
  - i. **Διαθεσιμότητα:** Βαθμός ευκολίας που ο καταναλωτής έρχεται σε επαφή με τον διανομέα και κάνει χρήση της υπηρεσίας.
  - ii. **Προσιτότητα:** Ο Βαθμός που το προϊόν είναι διαθέσιμο στον καταναλωτή όταν και όποτε το χρειάζεται.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Πρώθηση:

- Είναι η ανάπτυξη μέσων για την διανομή πληροφοριών σχετικά με το προϊόν, τα κανάλια διανομής, και την τιμή.
- Αποτελούν δράσεις σχεδιασμένες με στόχο να:
  - i. Βελτιώσουν την ενημέρωση,
  - ii. Προσελκύσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών,
  - iii. Αναπτύξουν την επιθυμία για αγορά,
  - iv. Παρακινήσουν τον καταναλωτή να αγοράσει.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Προσωπικό:

- Το προσωπικό είναι βασικό κομμάτι του τελικού προϊόντος στις αθλητικές υπηρεσίες. Είναι συνεπώς σημαντικό να ληφθεί ιδιαίτερη μέριμνα για ζητήματα διοίκησης του ανθρώπινου δυναμικού. Βασικά ζητήματα που χρειάζονται προσοχή είναι:
  - i. Ο καθορισμός των αναγκών του οργανισμού
  - ii. Η λεπτομερή περιγραφή των κενών (ή καινούριων) θέσεων
  - iii. Η διαδικασία της πρόσληψης
  - iv. Η συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Προσωπικό:

- Βασικά ζητήματα που χρειάζονται προσοχή είναι:
  - v. Η εκτίμηση της απόδοσης του προσωπικού
  - vi. Η παροχή κινήτρων
  - vii. Η δυνατότητα εξέλιξης μέσα στον οργανισμό
  - viii. Η ικανοποίηση του προσωπικού





# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Φυσικό / Υλικό Περιβάλλον:

- Στον χώρο του αθλητισμού το περιβάλλον μέσα στο οποίο λαμβάνουν χώρα τα αθλητικά προγράμματα (π.χ., ένα γυμναστήριο), και κάθε είδους εκδήλωση είναι πολύ σημαντικός παράγοντας τόσο για τους καταναλωτές όσο και για το προσωπικό.
- Στόχος των υπεύθυνων του μάρκετινγκ πρέπει να είναι το φυσικό περιβάλλον να είναι ελκυστικό για τους καταναλωτές κι ευχάριστο για τους εργαζομένους.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

## Λειτουργική διαδικασία:

- Περιλαμβάνει την ανάλυση και κωδικοποίησης της καθημερινής λειτουργίας του οργανισμού. Η τμηματοποίηση, η κατανομή ευθυνών, και ο καθημερινός προγραμματισμός είναι σημαντικά στοιχεία της λειτουργικής διαδικασίας.



# Το Μείγμα Μάρκετινγκ στις Αθλητικές Υπηρεσίες

- Για παράδειγμα, η καθημερινή λειτουργία ενός γυμναστηρίου ακολουθεί κάποιο συγκεκριμένο πρόγραμμα. Βασικά στοιχεία του προγράμματος είναι το ωράριο λειτουργίας, ο προγραμματισμός των τάξεων / προγραμμάτων, η ταξινόμηση του γυμναστηρίου σε τομείς (π.χ., αίθουσα με βάρη, αεροβική, υπηρεσίες, υποδοχή, κτλ.) και ο ορισμός υπευθύνων για κάθε τομέα, οι βάρδιες των γυμναστών κτλ. Όλα αυτά πρέπει να είναι κωδικοποιημένα με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη λεπτομέρεια.



# Βιβλιογραφία

- Αλεξανδρής, Κ. (2011). Αρχές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ. Οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού και αναψυχής. Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη
- Αυθίνος, Δ. (2006). Άσκηση – Άθληση, Κινητική Αναψυχή – Οργανωτική Διάσταση. Εκδόσεις Χαραλάμπους, Αθήνα
- Γκανάτσιος, Γ. & Γαργαλιάνος, Δ. (2008). Ο Αθλητισμός στην Τοπική Αυτοδιοίκηση. Εκδόσεις Χαραλάμπους, Αθήνα
- Κουθούρης, Χ. (2009). Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής – ακραία αθλήματα. Μάνατζμεντ υπηρεσιών – εκπαίδευση στελεχών. Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη
- Κάκκος, Β. (2006). Αθλητισμός και όλους. Στο Δομή και Οργάνωση του Ελληνικού Αθλητισμού. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα



# Βιβλιογραφία

- Παπαδημητρίου, Δ. (2005). Διοίκηση αθλητικών οργανισμών και επιχειρήσεων. Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα
- Acosta Hernandez, R. (2002). Managing sport organizations. Human Kinetics, Champaign ILL
- Jensen, C, & Guthrie, S. (2006). Outdoor recreation in America. 6<sup>th</sup> edition. Human Kinetics, Champaign ILL
- Hensley, S., Markham – Starr, S., Montague, E., & Hodgkinson J. (2006). Public recreation. In Introduction to recreation and leisure. Human Kinetics, Champaign ILL
- Torkildsen, G. (2000). Leisure and recreation management. 4<sup>th</sup> edition. E & FN SPON, London





# Τέλος Ενότητας

Επεξεργασία: Αλεξάνδρα Φουντούκη  
Θεσσαλονίκη, Χειμερινό Εξάμηνο 2013-14



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

