

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Διοίκηση, Τεχνολογία και
Ποιότητα*

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Παρουσίαση Ακαδημίας Ποδοσφαίρου Top_11 Football Academy:
Καινοτόμες Ενέργειες, Ανάλυση Δεδομένων Μίκρο Και Μάκρο
Περιβάλλοντος

Κυριάκος Παύλου

Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Πάρης Κλεάνθους

Μάιος 2020

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών *Διοίκηση, Τεχνολογία και
Ποιότητα*

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Παρουσίαση Ακαδημίας Ποδοσφαίρου Top_11 Football Academy:
Καινοτόμες Ενέργειες, Ανάλυση Δεδομένων Μίκρο Και Μάκρο
Περιβάλλοντος

Κυριάκος Παύλου

Επιβλέπων Καθηγητής
Δρ. Πάρης Κλεάνθους

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των
απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών
Στην Διοίκηση Τεχνολογία και Ποιότητα
από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών
του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Μάιος 2020

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Κυριάκος Παύλου, 2020

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Προγράμματος Σπουδών.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει και να αξιολογήσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες της ποδοσφαιρικής ακαδημίας Top_11 Football Academy σε ένα (μετα)κρυσιακό οικονομικό περιβάλλον στο κυπριακό πλαίσιο. Η προβληματική της έρευνας εντοπίζεται στη σύσταση και λειτουργία μιας Ακαδημίας ποδοσφαίρου που λειτουργεί τόσο στον αθλητικό όσο και στον εκπαιδευτικό χώρο καθώς προσφέρει υπηρεσίες που εμπíπτουν και στους δύο χώρους. Η διατριβή είναι μια συγκεκριμένη περίπτωση μελέτης/case study μιας συγκεκριμένης Ακαδημίας Ποδοσφαίρου αλλά εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο κάλυψης του θέματος της πορείας των επιχειρήσεων σε μια (μετα)κρυσιακή εποχή. Εξετάζονται θέματα όπως η διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες, η οικονομική κατάσταση των πελατών καθώς και το γενικότερο προφίλ του Κύπριου καταναλωτή αναφορικά με μια υπηρεσία η οποία εντάσσεται στην κατηγορία της μη προτεραιότητας στην καταναλωτική λίστα.

Λέξεις κλειδιά: Ακαδημία Ποδοσφαίρου, Καινοτομία, Κύπρος

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate and evaluate the services provided by Top_11 Football Academy in a (post)crisis financial environment in the context of Cyprus.

The problematic of this research lays in the establishment and operation of a Football Academy that exists both in the sports and educational spaces. This thesis is a specific case study of a particular Football Academy but fits within the broader context of covering the issue of operation and adaptation of a business in a post-crisis environment. Within the issues addressed are: customer satisfaction, the financial situation of the customers and the general profile of the Cypriot consumer regarding a service which falls in the category of secondary needs in the consumer list.

Keywords: Junior Soccer Academy, Innovation, Cyprus

Table of Contents

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
Εισαγωγή.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η παγκόσμια οικονομική κρίση και η κατάσταση στην Κύπρο... 12	
1.1 Η αρχή της οικονομικής κρίσης.....	12
1.2 Η παγκοσμιοποίηση της οικονομικής κρίσης.....	13
1.3 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, οι άμεσες και οι έμμεσες επιπτώσεις στην Κύπρο.....	13
1.4 Πως επηρεάστηκε ο Κύπριος καταναλωτής.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Top_11 Football Academy-Ιστορία και εξέλιξη.....	16
2.1 Αθλητισμός και ποδόσφαιρο.....	16
2.2 Top_11 Football Academy: Ιστορία.....	18
2.3 Top_11 Football Academy: Μάρκετινγκ και προώθηση.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μικροοικονομία και μακροοικονομία -Μια γενική επισκόπηση σχετικών οικονομικών όρων και ζητημάτων.....	23
3.1 Μικροοικονομία και μακροοικονομία.....	23
3.2 Η συμπεριφορά του καταναλωτή.....	24
3.3 Καινοτομία.....	26
3.4 Αθλητική διαχείριση και αθλητικό μάρκετινγκ: Προϋποθέσεις επιτυχίας.....	27
3.5 Αθλητισμός, ακαδημίες ποδοσφαίρου και προϋποθέσεις μακροπρόθεσμης επιτυχίας.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Έρευνα.....	32
4.1 Μεθοδολογία.....	32

4.2. Μεθοδολογικά εργαλεία: σχεδιασμός και διεξαγωγή της έρευνας.....	33
4.3. Δειγματοληψία.....	34
4.4. Ανάλυση Δεδομένων.....	35
Πίνακας 1: Φύλο ερωτώμενων.....	35
Πίνακας 2: Ηλικίες ερωτώμενων.....	35
Πίνακας 3: Μορφωτικό επίπεδο ερωτώμενων.....	36
Πίνακας 4: Οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων.....	37
Πίνακας 5: Εξαρτώμενα άτομα υπό τη φροντίδα των ερωτώμενων.....	37
Πίνακας 6: Ο/Η σύντροφος των ερωτώμενων αν εργάζεται ή όχι.....	38
Πίνακας 7: Ακάθαρστο μηνιαίο εισόδημα οικογένειας ερωτώμενων.....	38
Πίνακας 8: Αριθμός παιδιών που έχουν οι ερωτώμενοι στην Top_11 Football Academy.....	39
Πίνακας 9: Ηλικίες παιδιών ερωτώμενων στην Top_11 Football Academy.....	39
Πίνακας 10: Φύλο παιδιού στην Top_11 Football Academy.....	40
Πίνακας 11: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την ποιότητα των υπηρεσιών που προφέρονται στην Ακαδημία».....	40
Πίνακας 12: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ακαδημία».....	41
Πίνακας 13: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας».....	41
Πίνακας 14: «Είμαι ικανοποιημένος/η από τις εγκαταστάσεις των γηπέδων της Ακαδημίας».....	42
Πίνακας 15: «Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συμπεριφορά του προσωπικού της Ακαδημίας».....	42
Πίνακας 16: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την πρόοδο (επίδοση) του παιδιού μου που γίνεται στην Ακαδημία».....	43

Πίνακας 17: «Η πρόοδος του παιδιού μου φαίνεται από τα αποτελέσματα των αγώνων».....	44
Πίνακας 18: «Το παιδί μου είναι χαρούμενο πριν και μετά την προπόνηση»....	45
Πίνακας 19: «Το πρόγραμμα "Εκπαίδευση και Αθλητισμός" (μεσημεριανό γεύμα, καθημερινό διάβασμα και προπόνηση) που προσφέρει η Ακαδημία είναι αναγκαίο για εμένα».....	46
Πίνακας 20: «Το αναπτυξιακό πρόγραμμα της Κ.Ο.Π. (Grassroots) βοηθά στην σωστή διαπαιδαγώγηση του παιδιού μου»	47
Πίνακας 21: «Ποιος ο ρόλος του προπονητή για το παιδί σας; Μόνο παιδαγωγός, μόνο εκπαιδευτής στο άθλημα ή και τα δύο;»	48
Πίνακας 22: «Θα προτιμούσατε το παιδί σας να έχει άλλον προπονητή/εκπαιδευτή;»	49
Πίνακας 23: «Πιστεύετε ότι εκτός από τις γενικές προπονήσεις το παιδί σας χρειάζεται επιπλέον για την ατομική του βελτίωση;»,.....	50
Πίνακας 24: Κριτήρια επιλογής της Top_11 Football Academy.....	51
Πίνακας 25: «Τι θα αλλάζατε στην Ακαδημία;»	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Επίλογος και Συζήτηση Συμπερασμάτων.....	52
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	55
ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	60
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	60
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ.....	61

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ΑΠΟΕΛ: Αθλητικός Ποδοσφαιρικός Όμιλος Ελλήνων Λευκωσίας

ΔΝΤ: Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΚΤ: Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα

FB: Facebook

ΚΟΠ: Κυπριακός Οργανισμός Ποδοσφαίρου

UEFA: Union of European Football Associations / Ένωση Ευρωπαϊκών Ποδοσφαιρικών Ομοσπονδιών

Εισαγωγή

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να διερευνήσει και να αξιολογήσει τις προσφερόμενες υπηρεσίες της ποδοσφαιρικής ακαδημίας Top_11 Football Academy σε ένα (μετα)κρυσιακό οικονομικό περιβάλλον στο κυπριακό πλαίσιο. Η έρευνα θέτει υπό εξέταση συγκεκριμένα ερωτήματα, τα οποία μεταξύ άλλων, αναφέρονται στα εξής:

α. Ικανοποίηση πελατών από την ποιότητα των υπηρεσιών της Ακαδημίας, β. Κριτήρια επιλογής της Ακαδημίας, γ. Ικανοποίηση από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας, δ. Ικανοποίηση από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών της Ακαδημίας. Για την απάντηση στα ερωτήματα που παρατίθενται, προωθήθηκε ερωτηματολόγιο σε περισσότερους από 50 πελάτες της Ακαδημίας.

Η προβληματική της έρευνας εντοπίζεται στην σύσταση και λειτουργία μιας Ακαδημίας ποδοσφαίρου που λειτουργεί τόσο στον αθλητικό όσο και στον εκπαιδευτικό χώρο σε μια (μετα)κρυσιακή περίοδο. Η περίοδος εξέτασης εστιάζει, κυρίως, στην φάση αναδόμησης της Ακαδημίας, από το 2017, ενώ παρουσιάζεται και η ιστορία της Ακαδημίας από τη σύσταση της, το 2013. Η κυπριακή κρίση και το πρωτοφανές κούρεμα καταθέσεων τον Μάρτη του 2013 άλλαξε το οικονομικό τοπίο στην Κύπρο και επηρέασε το πλάνο στρατηγικής και μάρκετινγκ πολλών εταιρειών, ανάμεσα σε αυτές και της Top_11 Football Academy.

Το θέμα, λοιπόν, θεωρείται πολυεπίπεδο και εγείρει διάφορα ερωτήματα τα οποία άπτονται μελέτης όχι μόνο από το πεδίο της διοίκησης επιχειρήσεων αλλά και από άλλες επιστήμες όπως τα οικονομικά αλλά και την εκπαίδευση, ένεκα του ότι η Top_11 Football Academy παρέχει υπηρεσίες τόσο αθλητικής όσο και εκπαιδευτικής φύσης.

Αφενός, ο τρόπος που η οικονομική κρίση επηρέασε την πορεία της Top_11 Football Academy και αφετέρου ο τρόπος προσαρμογής αλλά και η

ανταπόκριση από τους πελάτες της αποτελούν κεντρικά ερευνητικά ερωτήματα στην παρούσα έρευνα.

Η διατριβή είναι μια συγκεκριμένη περίπτωση μελέτης/case study μιας συγκεκριμένης Ακαδημίας Ποδοσφαίρου αλλά εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο κάλυψης του θέματος της πορείας των επιχειρήσεων σε μια (μετα)κρυσιακή εποχή. Σε αυτό το πλαίσιο, η παρούσα διατριβή είναι ενδιαφέρουσα για τους μελετητές της Κύπρου γιατί προσθέτει στην περιορισμένη βιβλιογραφία σχετικά με την πορεία των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα μετά την οικονομική κρίση και ως εκ τούτου μπορεί να χρησιμοποιηθεί για συγκριτική ανάλυση.

Η συλλογή και η αξιολόγηση πληροφοριών στα πλαίσια της έρευνας που έγινε για συγγραφή της παρούσας διατριβής, έχει ως στόχο να βοηθήσει την οποιαδήποτε σχετική επιχείρηση στη λήψη αποφάσεων, τον σχεδιασμό ενός επαγγελματικού πλάνου (business plan) μέσα από την καταγραφή και παράθεση στοιχείων, την σύγκριση αλλά και την ποιοτική αξιολόγηση των υπηρεσιών. Με βάση τις θεωρίες του μικρο και μακρο περιβάλλοντος, η ανάλυση επικεντρώθηκε σε ερωτήσεις αξιολόγησης της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών της Top_11 Football Academy. Όπως προαναφέρθηκε, το ερωτηματολόγιο το οποίο δημιουργήθηκε και προωθήθηκε για απαντήσεις σε συγκεκριμένα ερωτήματα που τέθηκαν, δομήθηκε με τρόπο λειτουργικό, ούτως ώστε να συλλεχθούν σημαντικές πληροφορίες για την συγγραφή της έρευνας, αλλά και για περαιτέρω προβληματισμό και ανάλυση σε ένα ευρύτερο ακαδημαϊκό και επιχειρησιακό πεδίο. Εντάσσοντας την έρευνα σε ένα χρονικό πλαίσιο το οποίο είναι καθορισμένο ή και στιγματισμένο, από ένα γεγονός το οποίο χαρακτήρισε και άλλαξε τόσο σε οικονομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο ένα μεγάλο μέρος, τουλάχιστον της Ευρώπης, γίνεται ακόμη περισσότερο κατανοητό το πώς μια μεμονωμένη επιχείρηση, όπως η υπό ανάλυση, επηρεάζεται, ενδεχομένως, και από παράγοντες και καταστάσεις που δεν βρίσκονται υπό τον έλεγχο της. Οι πράξεις καινοτομίας, λοιπόν, ίσως να αποτελούν μονόδρομο για την επιβίωση της σε μια αγορά η οποία έχει πλήθος

σχετικών υπηρεσιών που ανταγωνίζονται τόσο στις χαμηλές τιμές όσο και στην προσφορά ποιότητας στα πλαίσια του αθλητικού χώρου και προϊόντος.

Η παρούσα διατριβή είναι δομημένη σε 5 κεφάλαια, και συγκεκριμένα:

- α. Στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθεται ένα σύντομο πλαίσιο αναφοράς στην παγκόσμια οικονομική κρίση όπου περιγράφονται διάφορα σημαντικά γεγονότα, εστιάζοντας στην Κύπρο ούτως ώστε να γίνει κατανοητό το οικονομικό πλαίσιο το οποίο επηρέασε τη λειτουργία της επιχείρησης Top_11 Football Academy.
- β. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρατίθεται ένα λεπτομερές ιστορικό της υπό εξέταση ακαδημίας ποδοσφαίρου (Top_11 Football Academy) που αφορά συγκεκριμένες αναφορές σε στρατηγικά πλάνα επικοινωνίας και μάρκετινγκ μέσω της οικονομικής κρίσης και της προσαρμογής της στο (μετα)κρυσιακό περιβάλλον.
- γ. Στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφεται το θεωρητικό πλαίσιο στο οποίο βασίστηκε η παρούσα έρευνα (μικρο και μακρο περιβαλλον) και παρουσιάζονται επιχειρήματα για τη χρησιμότητά τους και γίνεται μια ενδελεχής βιβλιογραφική επισκόπηση για θέματα σχετικά με τα όσα άπτονται της διατριβής.
- δ. Στο τέταρτο κεφάλαιο, που αφορά τη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στην διεξαγωγή της έρευνας (ερωτηματολόγιο και ποσοτική ανάλυση), περιγράφονται η συλλογή και η επεξεργασία των ερευνητικών δεδομένων μέσω του ερωτηματολογίου της διατριβής, ενώ παρουσιάζονται και τα βασικά χαρακτηριστικά της περίπτωσης μελέτης/case study.
- ε. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο, παρατίθενται και εξηγούνται τα αποτελέσματα της έρευνας και παρουσιάζονται τα συμπεράσματα τα οποία ενδεχομένως να φανούν χρήσιμα σε μελλοντικές παρόμοιες έρευνες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η παγκόσμια οικονομική κρίση και η κατάσταση στην Κύπρο

1.1 Η αρχή της οικονομικής κρίσης

Η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 είναι ταυτισμένη με την κατάρρευση του αμερικάνικου τραπεζικού κολοσσού της Lehman Brothers. Ωστόσο, η οικονομική κρίση, επίσημα, θεωρείται ότι ξεκίνησε το 2007, με την κατάρρευση της ιστορικής New Century Financial Corporation, ενώ βρισκόταν στο ζενίθ και ο «κόκκινος» δανεισμός, τα επισφαλή, όπως ονομάζονται, δάνεια, τα οποία δίνονταν σε μη φερέγγυους δανειολήπτες, δημιουργώντας ένα αέναο κύκλο χρεών ο οποίος στόχευε στην αύξηση των κερδών των τραπεζών μέσα από τους τόκους. Οι Βαρουφάκης et al (2011) αναφέρονται στην «απορρύθμιση» των τραπεζών και τον ρόλο τον οποίο είχε στην οικονομική κρίση. Εξηγώντας, οι Βαρουφάκης et al (2011) αναφέρουν ότι με τον όρο απορρύθμιση εννοούμε την αλλαγή στο θεσμικό πλαίσιο ώστε οι κανόνες και οι ρυθμίσεις που αφορούν τη λειτουργία των τραπεζών και των κτηματικών εταιρειών είτε να καταργηθούν είτε να γίνουν πιο ελαστικοί (σελ. 15). Αυτό, οδήγησε στην χαλαρότητα των κριτηρίων όσον αφορά των δανεισμό, όπως αναφέρεται πιο πάνω, με αποτέλεσμα την πίστωση δανειστών που δεν πληρούσαν σχετικά εισοδηματικά και οικονομικά κριτήρια. Ως αποτέλεσμα, η ρευστοποίηση κεφαλαίων ελαχιστοποιείται και δημιουργείται μια κατάσταση παρατεταμένης «κρίσης». Η οικονομική κρίση, σε ένα παγκόσμιο περιβάλλον, δεν θα μπορούσε να περιοριστεί στις ΗΠΑ. Οι επιπτώσεις ήταν άμεσες, αν και όχι καθολικές, στην Ευρώπη, καθώς κάθε κράτος-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης πλήγηκε οικονομικά σε διαφορετικό βαθμό και σε διαφορετική χρονική περίοδο.

1.2 Η παγκοσμιοποίηση της οικονομικής κρίσης

Στον ευρωπαϊκό χώρο, τα σοβαρότερα προβλήματα λόγω κρίσης εντοπίστηκαν στον Νότο, όπου στις πλείστες περιπτώσεις, το ιδιωτικό τραπεζικό χρέος ανέλαβε ο δημόσιος τομέας. Η μείωση του χρέους προωθήθηκε με πολιτικές λιτότητας (μείωση κοινωνικών παροχών και επιδομάτων, μείωση προϋπολογισμού για έργα δημοσίου συμφέροντος), γεγονός το οποίο οδήγησε τα χαμηλότερα οικονομικά εύρωστα στρώματα και τις ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού σε ακόμη περισσότερες οικονομικές δυσκολίες. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (η «κυβέρνηση» ουσιαστικά της Ευρωπαϊκής Ένωσης) και τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης έσπευσαν να κάνουν για τις ευρωπαϊκές τράπεζες ό,τι είχε κάνει η αμερικανική κυβέρνηση για την Wall Street: να τις προμηθεύσουν με τεράστιες ποσότητες δημόσιου χρήματος ώστε να αντικαταστήσουν το τοξικό-ιδιωτικό χρήμα με δημόσιο χρήμα από τα κράτη-μέλη (Βαρουφάκης et al, 2011, σελ.32).

Όσα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης στράφηκαν προς αυτήν για οικονομική βοήθεια, αναγκάστηκαν και αυτά σε εφαρμογή μέτρων λιτότητας για αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Τρόικας η οποία αποτελείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και δημιουργήθηκε συγκεκριμένα για στήριξη της Ελλάδας και διαχείριση του τεράστιου χρέους της. Η Τρόικα, μέσω προγραμμάτων τα οποία περιορίζουν τις κρατικές δαπάνες, προσπαθεί να μειώσει το κρατικό χρέος των χωρών που ζητούν τη βοήθειά της.

1.3 Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, οι άμεσες και οι έμμεσες επιπτώσεις στην Κύπρο

Η Ελλάδα ήταν από τις πρώτες χώρες που πλήγηκαν από την οικονομική κρίση καθώς η περίοδος μετά το 1974 ήταν περίοδος συνεχόμενου και αυξανόμενου δανεισμού για την χώρα, με αποτέλεσμα να συσσωρευτούν δυσβάστακτα, όπως

φάνηκε, χρέη. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα είχε άμεσες επιπτώσεις και στην Κύπρο καθώς υπήρχαν τραπεζικές επενδύσεις κυπριακών τραπεζών σε ελληνικά ομόλογα. Αν και μπορεί να υποστηριχτεί ότι η οικονομική κρίση εμφανίστηκε στην Κύπρο με αρκετή καθυστέρηση σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη (Ανδρέου και Πασιαρδής, 2010, σελ.12), η Κύπρος χτυπήθηκε ισχυρά.

Ο Γεωργίου (2013) αναφέρει πως σοβαρά προβλήματα αναδύθηκαν στο κυπριακό τραπεζικό σύστημα και στον οικονομικό τομέα στις αρχές του 2011, όταν βάθαινε η δημοσιονομική κρίση στην Ελλάδα και η κρίση χρέους στην ευρωζώνη (σελ.59).

Η Κύπρος, το 2012, αιτήθηκε για παροχή οικονομικής βοήθειας από την Ε.Ε. ύψους 10 δισεκατομμυρίων ευρώ, ενώ ένα χρόνο μετά προβαίνει σε ένα πρωτοφανές «κούρεμα» των ανασφάλιστων καταθέσεων (των καταθέσεων άνω των 100 χιλιάδων ευρώ) για κάλυψή του. Βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα, η Κύπρος αντιμετώπισε μια πρωτοφανή κατάσταση έλλειψης ρευστότητας, περιορισμού των έργων ανάπτυξης και του κράτους πρόνοιας ενώ μακροπρόθεσμα έπρεπε να δημιουργήσει ένα νέο μοντέλο οικονομικής ανάπτυξης για επιβίωση της στις διεθνείς αγορές.

Αναφορικά με το πρωτοφανές κούρεμα καταθέσεων που έγινε στην Κύπρο, ο Γεωργίου (2013) σημειώνει ότι ήταν σαφές από το bailout/συμφωνία διάσωσης της 28^{ης} Μαρτίου 2013 ότι η κυπριακή οικονομία θα συρρικνωθεί, συμβαδίζοντας με την συρρίκνωση της ελληνικής οικονομίας (σελ. 65). Αξίζει να σημειωθεί ότι η οικονομική κρίση δεν επηρέασε μόνο τον τομέα της οικονομίας με τον οποίο υπάρχει άμεση συσχέτιση, επηρέασε και τον πολιτικό χώρο στην Κύπρο και κατά συνέπεια τις πολιτικές αντιμετώπισής της (βλέπε Κατσουρίδης, 2016a και 2016b).

1.4 Πως επηρεάστηκε ο Κύπριος καταναλωτής

Χαρακτηριστικά, στην Κύπρο, η ανεργία, όπως καταγράφηκε στην επίσημη ιστοσελίδα της Στατιστικής Υπηρεσίας Κύπρου, ανήλθε στα 11.541 άτομα το

2008 και έφτασε στα 41.625 άτομα το 2013, τετραπλασιάστηκε δηλαδή, με το κούρεμα καταθέσεων. Λαμβάνοντας υπόψιν τα όσα μεσολάβησαν την πενταετία ανάμεσα στο 2008 και το 2013, μπορεί να κατανοηθεί αυτή η ραγδαία και πρωτοφανής, για την Κύπρο, έκρηξη ποσοστού της ανεργίας στο εργατικό δυναμικό.

Οι οικονομικές δυσκολίες, και κυριότερο μια κατάσταση παρατεταμένης οικονομικής κρίσης, είναι λογικό να επηρεάζει την συμπεριφορά ενός καταναλωτή. Η καταναλωτική συμπεριφορά χαρακτηρίζεται, γενικότερα, ως η κατανάλωση προϊόντων και υπηρεσιών σύμφωνα με τις επιθυμίες, τις ανάγκες και την οικονομική δυνατότητα του ατόμου. Η συμπεριφορά αυτή επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες και κυρίως την οικονομική κατάσταση του καταναλωτή η οποία επηρεάζεται, κυρίως, από τη σταθερότητα στην εργασία. Εν έτει 2020, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η οικονομική κρίση είναι ακόμη κομμάτι της καθημερινότητας του Κύπριου πολίτη, καθότι η Κύπρος δεν έχει ακόμη ανακάμψει από το πλήγμα της. Είναι λογικό, λοιπόν, να υποθέσουμε ότι σε μια τέτοια κατάσταση, η αγορά υπηρεσιών για ψυχαγωγία, όπως αυτές που προσφέρει μια ακαδημία ποδοσφαίρου, παίρνουν μια δευτερευούσης σημασίας θέση στην ατζέντα με τις ανάγκες του καταναλωτή. Η επιβίωση, λοιπόν, μιας νεοσύστατης ακαδημίας ποδοσφαίρου, καθίσταται ακόμη δυσκολότερη σε αυτό το πλαίσιο. Σε σχετική μεταπτυχιακή έρευνα, η οποία παρουσιάστηκε στο ειδησεογραφικό πόνταλ/news portal του Omega News, αναφέρεται χαρακτηριστικά πως, εν μέσω οικονομικής κρίσης, «οι καταναλωτές έχουν αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αποφασίζουν και ψωνίζουν και εκμεταλλεύονται τις προσφορές των υπεραγορών».

Στο ίδιο κλίμα, το 2013, η Φρύνη Μιχαήλ, πρόεδρος του Συνδέσμου Κύπριων Καταναλωτών, αναφέρει ότι «Η κατανάλωση έχει μειωθεί στο ελάχιστο. Στα απολύτως απαραίτητα, λόγω μείωσης των εισοδημάτων αλλά και λόγω της αβεβαιότητας που επικρατεί» (σελ. 3).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Top_11 Football Academy-Ιστορία και εξέλιξη

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρατίθεται ένα λεπτομερές ιστορικό της υπό εξέταση ακαδημίας ποδοσφαίρου (Top_11 Football Academy) που αφορά συγκεκριμένες αναφορές σε στρατηγικά πλάνα επικοινωνίας και μάρκετινγκ διαμέσου της οικονομικής κρίσης και προσαρμογής στο (μετα) κρισιακό περιβάλλον.

Για να γίνει κατανοητό το συγκεκριμένο πλαίσιο λειτουργίας μιας επιχείρησης παροχής υπηρεσιών, και συγκεκριμένα μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου, θα πρέπει πρώτα να εξηγηθεί τόσο η λειτουργία των ακαδημιών ποδοσφαίρου στο εξωτερικό όσο και στο ευρύτερο κυπριακό πλαίσιο. Ακολούθως, θα γίνει συγκεκριμένη αναφορά στην Top_11 Football Academy, την λειτουργία και την εναρμόνισή της στον κυπριακό χώρο και πλαίσιο.

2.1. Αθλητισμός και ποδόσφαιρο

Η συνεχιζόμενη ανάπτυξη και προώθηση του αθλητισμού γενικότερα και εν δυνάμει του επαγγελματικού αθλητισμού, προώθησε τη σύσταση ακαδημιών ποδοσφαίρου που εστιάζουν πλέον και στην απασχόληση παιδιών. Οι Smith και Westerbeek (2007) υποστηρίζουν ότι ο αθλητισμός μπορεί να γεφυρώσει κοινωνικά και οικονομικά χάσματα και δίνει ευκαιρίες για βελτίωση της ποιότητας ζωής (σελ.1).

Οι ακαδημίες ποδοσφαίρου παιδιών, που τα τελευταία χρόνια περιλαμβάνει και τις κορασίδες, τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό, αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα πνευματικής και σωματικής ανάπτυξης, καθώς διδάσκουν τόσο το ευ αγωνίζεσθαι, όσο και την προαγωγή της συνεργασίας αλλά και την κοινωνικότητα.

Εκτός από την εκπαιδευτική ανάπτυξη των παιδιών, οι ακαδημίες ποδοσφαίρου λειτουργούν και ως «talent pools»/δεξαμενές ταλέντων, όπου εντοπίζονται νεαρά

ταλέντα ούτως ώστε να ενισχυθεί και να προωθηθεί η σωστή ένταξή τους στον πεδίο του επαγγελματικού αθλητισμού από νεαρή ηλικία.

Καθότι οι μεγαλύτερες ακαδημίες ποδοσφαίρου βρίσκονται σε χώρες όπως η Αγγλία, η Ολλανδία και η Ισπανία, μικρότερες και νεότερες χώρες στη σύσταση ακαδημιών, όπως η Κύπρος, ακολουθούν σχετικές προπονητικές και λοιπές πρακτικές οι οποίες προέρχονται από εκεί. Η λειτουργία των ακαδημιών ποδοσφαίρου στηρίζεται στις παραμέτρους της φιλοσοφίας του προπονητικού μοντέλου που προωθείται από αυτές τις χώρες, τις πρακτικές μάρκετινγκ, ηγεσίας αλλά και διαχείρισης.

Για τη σωστή διοίκηση της όποιας εταιρείας/επιχείρησης πρέπει να κατανοηθούν τα ειδικά χαρακτηριστικά της υπηρεσίας ή του προϊόντος που παρέχεται—σε αυτή την περίπτωση η αθλητική υπηρεσία και το αθλητικό προϊόν το οποίο προωθείται, (στην συγκεκριμένη περίπτωση η εκμάθηση ποδοσφαίρου και η ψυχαγωγία των παιδιών), καθώς επίσης και το κοινό στο οποίο προσαρμόζεται και προωθείται για κατανάλωση ή χρήση (γονείς αλλά και παιδιά). Αυτή η ενέργεια εστιάζει στην ταυτοποίηση των αδυναμιών και αλλαγών που πρέπει να γίνουν για καλύτερη διαχείριση και προώθηση, εντός των άλλων, της εικόνας της ακαδημίας.

Όπως όλες οι αθλητικές οργανώσεις, μια ακαδημία ποδοσφαίρου, προάγει την ιδέα της συνεχιζόμενης βελτίωσης ενώ υπάρχει φιλοσοφία και στόχος πίσω από τη δημιουργία τους. Η φιλοσοφία μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου είναι αθλητικής αλλά και παιδαγωγικής φύσης. Προάγεται η ευγενής άμιλλα και το ευ αγωνίζεσθαι, ενώ καλλιεργούνται και προάγονται κοινωνικά, ψυχολογικά και σωματικά ωφελήματα. Ανάμεσα σε άλλα ωφελήματα σημειώνεται και ανάπτυξη συνεργασίας, η καλλιέργεια ικανοτήτων, η κοινωνικότητα και η αύξηση της αυτοπεποίθησης. Ο χώρος της φυσικής αγωγής θεωρείται ότι αποτελεί ένα περιβάλλον όπου μπορεί να πραγματοποιηθεί η ανάπτυξη του χαρακτήρα των παιδιών (Μπαλασάς, Γ., Πρώιος, Δογάνης, & Μπαλασάς, Δ, 2006).

Στην Κύπρο, υπάρχουν πέραν των 100 εγγεγραμμένων ποδοσφαιρικών ακαδημιών σωματείων ή ιδιωτικών εξ' όσων αναφέρουν στοιχεία της ΚΟΠ, τουλάχιστον για το έτος 2018-2019.

Το ποδόσφαιρο στην Κύπρο παραμένει το δημοφιλέστερο άθλημα εδώ και δεκαετίες ενώ η Κ.Ο.Π. προσπαθεί να καλλιεργήσει τόσο αθλητική όσο και γενικότερη αθλητική συνείδηση στα παιδιά. Χαρακτηριστικά, σε άρθρο του Φιλελεύθερου που δημοσιεύτηκε τον Απρίλη του 2020, αναφέρεται το εξής: «Σε διαδικτυακό σεμινάριο που διοργανώνει η UEFA με θέμα το Ποδόσφαιρο στα Σχολεία, συμμετέχει η Κυπριακή Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου. Η ανάπτυξη του ποδοσφαίρου στα Σχολεία αποτελεί μέρος του στρατηγικού σχεδιασμού της UEFA για τα επόμενα χρόνια και στο πλαίσιο αυτό, θα δώσει κατευθυντήριες γραμμές στις Ομοσπονδίες μέλη της για το πως μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα Σχολεία για ανάπτυξη του αθλήματος».

2.2. Top_11 Football Academy: Ιστορία

Η ακαδημία ποδοσφαίρου παιδών Top_11 Football Academy δημιουργήθηκε από τον πρώην επαγγελματία ποδοσφαιριστή Κυριάκο (Κούλλη) Παύλου, κάτοχο διπλωμάτων UEFA A & Team Manager, με σκοπό την συνέχιση της επαγγελματικής του πορείας στον χώρο του αθλητισμού, αυτή τη φορά ως προπονητή ποδοσφαίρου για παιδιά. Με μια επαγγελματική πορεία 20 και πλέον χρόνων, ο Κούλλης Παύλου δημιούργησε την Ακαδημία το 2013 στην Ορόκλινη, Λάρνακα, ενώ το 2017 επέκτεινε την επιχείρηση του και τη μετέφερε στην Αραδίππου.

Στόχος της Top_11 Football Academy είναι η προσέλκυση όσων των δυνατών περισσότερων παιδιών στο ποδόσφαιρο ούτως ώστε να διαδοθούν οι σωστές ποδοσφαιρικές βάσεις, η σωστή εκπαίδευση και η καλλιέργεια της αγάπης προς το άθλημα αλλά και γενικότερα τον χώρο του αθλητισμού. Η Ακαδημία Top_11 συνδυάζει την άθληση και την εκπαίδευση των παιδιών, με απώτερο σκοπό την εγκαθίδρυση της στο χώρο σαν ένας πάροχος αθλητικών υπηρεσιών υψηλής

ποιότητας. Η Ακαδημία, στην παρούσα φάση, απασχολεί περίπου εκατόν παιδιά, αγόρια και κορίτσια, από τριών μέχρι δεκατριών ετών σε αθλητικές δραστηριότητες και πιο συγκεκριμένα στο ποδόσφαιρο.

Η οργανωτική δομή της Ακαδημίας περιλαμβάνει τον ιδιοκτήτη ο οποίος δρα σαν κύριος μέτοχος και τεχνικός διευθυντής, έναν υποδιευθυντή ο οποίος είναι κάτοχος διπλώματος UEFA C και παράλληλα δρα σαν προπονητής, 4 άλλους προπονητές (επίσης κατόχους διπλωμάτων UEFA C) και έναν προπονητή εξειδικευμένο συγκεκριμένα για τους τερματοφύλακες. Στους εξωτερικούς συνεργάτες της Top_11 Football Academy περιλαμβάνονται διατροφολόγος, γιατρός/ειδικός παθολόγος, ορθοπαιδικός, αθλητικός ψυχολόγος, εργοφυσιολόγος και γυμναστής. Η επιλογή των προπονητών, οι οποίοι αποτελούν τους κύριους πυλώνες στους οποίους στηρίζεται η Ακαδημία, καθώς έρχονται σε άμεση επαφή με τα παιδιά, γίνεται βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων. Ειδικότερα, απαιτείται από τους προπονητές, εκτός των άλλων, πείρα τουλάχιστον 2 χρόνων στον χώρο καθώς επίσης και δίπλωμα UEFA C, το οποίο διασφαλίζει βασικές προπονητικές γνώσεις, και λευκό ποινικό μητρώο. Ο Lyle (2002) αναφέρεται στην εξέλιξη και τη σημαντικότητα του ρόλου των προπονητών στην εξέλιξη, τόσο σε αθλητικό όσο και αξιακό επίπεδο, του αθλητή.

2.3. Top_11 Football Academy: Μάρκετινγκ και προώθηση

Αναφορικά με τον τρόπο προώθησης της Ακαδημίας, αυτό γίνεται στοχευμένα, σε ένα εύρος πελατών/γονιών ανήλικων παιδιών στην Λάρνακα. Η Top_11 Academy στηρίζεται από διάφορες εταιρείες οι οποίες δρουν σαν σπώνσορες/χορηγοί, κάτι το οποίο αφήνει περιθώριο για επένδυση στην διαφήμιση, σε τοπικά, φυσικά, πλαίσια. Η μεγαλύτερη, ωστόσο, διαφήμιση και προώθηση της Ακαδημίας, γίνεται από τους ευχαριστημένους γονείς/πελάτες, των οποίων τα παιδιά και η εξέλιξη τους, αποτελούν παραδείγματα του έργου της μέσω του «mouth to mouth advertisement»/«διαφήμιση από στόμα σε στόμα». Άλλοι τρόποι προώθησης της Ακαδημίας αποτελούν η ανάρτηση μεγάλου διαφημιστικού πανό έξω από τις εγκαταστάσεις της στην Αραδίππου, η διανομή

φυλλαδίων/flyers από πόρτα σε πόρτα και η προώθηση στα κοινωνικά δίκτυα – συγκεκριμένα στο Facebook και στο Instagram, σε άτομα ηλικίας 25 με 60 ετών, ηλικίες στις οποίες κάποιος ενδέχεται να έχει είτε παιδιά είτε εγγόνια που ενδιαφέρονται να απασχοληθούν στην Top_11 Academy. Η Ακαδημία έχει μια ισχυρή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, και ιδιαίτερα στο facebook (<https://www.facebook.com/top11footballacademy/>), όπου μετρά περισσότερα από 1200 likes. Η σελίδα αποτελεί το κύριο μέσο επικοινωνίας της Ακαδημίας με τους πελάτες/γονείς, κοινοποιούνται ενδεχόμενες προσφορές, αναρτώνται διάφορες επερχόμενες εκδηλώσεις, βίντεο και φωτογραφίες από τις προπονήσεις των παιδιών και όλες οι σχετικές πληροφορίες για τις υπηρεσίες που προσφέρει η Ακαδημία. Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η αμεσότητα και διαδραστικότητα που αυτή προσφέρει, αποτελούν ένα σύγχρονο τρόπο εξεύρεσης και προσέγγισης νέων αλλά και υφιστάμενων πελατών. Οι Shareef, Mukerji, Dwivedi, Rana, & Islam (2019) στην έρευνα τους, υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις έχουν πλέον αντιληφθεί τον σημαντικό ρόλο των κοινωνικών δικτύων στη ζωή του ατόμου και προωθούν ολοένα και περισσότερες στοχευμένες διαφημίσεις για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχουν μέσω αυτών, ενώ οι Felix, Rauschnabe, & Hinsch (2017) αναφέρουν ότι το μάρκετινγκ μέσω των κοινωνικών δικτύων είναι πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι των επιχειρήσεων του 21^{ου} αιώνα. Ένας άλλος τρόπος έμμεσης προώθησης της ακαδημίας, που στηρίζεται στις πρακτικές μάρκετινγκ, είναι η συνδιοργάνωση εκδηλώσεων με μεγάλους αλλά και τοπικούς φορείς, η κοινωνική προσφορά αλλά και η συμμετοχή της Ακαδημίας σε ένα πλαίσιο γενικότερων δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει ένα εύρος δράσεων.

Μια ακαδημία ποδοσφαίρου η οποία απασχολεί παιδιά, και ιδιαίτερα η Top_11 Academy, έχει ως στόχο τη σωστή, σε αθλητικές και εκπαιδευτικές βάσεις, διαπαιδαγώγηση των παιδιών. Η προσέγγιση των προπονητών προσαρμόζεται ανάλογα με τις ανάγκες των παιδιών και γίνονται προσπάθειες για εξατομικευμένα προγράμματα τα οποία στοχεύουν στην παραγωγή του

καλύτερου δυνατού αποτελέσματος, στη βάση του αθλητισμού και του ποδοσφαίρου ως ψυχαγωγία και όχι σαν αγγαρεία.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η σύσταση μιας Ακαδημίας Ποδοσφαίρου στην Κύπρο δεν διέπεται από ιδιαίτερους κανόνες λειτουργίας, παρά μόνο από τις συστάσεις της ΚΟΠ (Κυπριακή Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου) που αφορούν τις εγκαταστάσεις των γηπέδων και τα συγκεκριμένα διπλώματα που πρέπει να έχουν οι προπονητές για να μπορούν να απασχολούν παιδιά.

Στη βάση της φιλοσοφίας του αναπτυξιακού πρωταθλήματος, στα οποία λαμβάνουν μέρος τα παιδιά που βρίσκονται στις διάφορες ακαδημίες ποδοσφαίρου, προωθείται το ευ αγωνίζεσθαι και η ευγενής άμιλλα. Το αποτέλεσμα των αγώνων δεν προάγεται ως σημαντικό καθώς η όλη φιλοσοφία μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου είναι η προώθηση της αγάπης προς τον αθλητισμό, τον υγιεινό τρόπο ζωής και την άθληση γενικότερα. Η ποιότητα, επομένως, των παρεχόμενων υπηρεσιών, δεν διασφαλίζεται μέσω των αποτελεσμάτων των αγώνων παρά μόνο την εξασφάλιση της υψηλής εκπαίδευσης και εξειδίκευσης των προπονητών και γενικότερα όλου του προσωπικού που απασχολείται στην Ακαδημία.

Οι προκλήσεις τις οποίες αντιμετωπίζει μια σχετικά νεοσύστατη ακαδημία ποδοσφαίρου στην Κύπρο μπορούν να συνοψιστούν στο ότι, ως μια μικρή ιδιωτική επιχείρηση σε μια μικρή αγορά, το «client pool» είναι περιορισμένο και ο χώρος παροχής υπηρεσιών σε αυτό τον τομέα αρκετά ανταγωνιστικός, ιδιαίτερα στην πόλη της Λάρνακας. Αξίζει, επίσης, να σημειωθεί, ότι οι περισσότερες μεγάλες ομάδες (π.χ. ΑΠΟΕΛ, Ομόνοια, κ.λπ.), προωθούν τους μικρούς οπαδούς τους σε συγκεκριμένες ακαδημίες ποδοσφαίρου/σωματεία οπότε η διατήρηση και εξεύρεση πελατολογίου σε τέτοιες συνθήκες γίνεται ακόμα πιο δύσκολη.

Γενικότερα, υπάρχουν διάφορες μορφές επιχειρήσεων, όπως οι ατομικές επιχειρήσεις, οι προσωπικές εταιρείες και οι μετοχικές εταιρείες. Οι ατομικές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν την πιο συνηθισμένη μορφή επιχειρησιακής

οργάνωσης και λειτουργούν σε σχετικά μικρή κλίμακα. (Begg, Dornbusch, Fischer & Vernasca, 2015β, σελ.230). Μια τέτοια μορφή επιχείρησης είναι και η Top_11 Academy, και καλείται να ανταπεξέλθει υπό τις δεδομένες οικονομικές συνθήκες στο κυπριακό πλαίσιο.

Χαρακτηριστικά, αξίζει να σημειωθεί ότι σε άρθρο του, το ειδησεογραφικό πόνταλ themasports, χαρακτηρίζει εκδήλωση της Top_11 Football Academy, ως άκρως επιτυχημένη, ενώ το larnakaonline της προσδίδει τον τίτλο «κορυφαία ακαδημία της Κύπρου».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Μικροοικονομία και μακροοικονομία -Μια γενική επισκόπηση σχετικών οικονομικών όρων και ζητημάτων

3.1. Μικροοικονομία και μακροοικονομία

Η παρούσα μεταπτυχιακή μελέτη και τα ζητήματα που άπτονται αυτής εξετάζονται υπό το πρίσμα της μικροοικονομίας και της μακροοικονομίας. Η επιλογή και η συμπεριφορά ενός καταναλωτή απέναντι σε μια εταιρεία ή ένα προϊόν και μια υπηρεσία δεν μπορεί να εξεταστεί ανεξάρτητα χωρίς να λαμβάνονται υπόψιν οι σχετικές επιρροές του παγκόσμιου αλλά και τοπικού οικονομικού περιβάλλοντος.

Η οικονομία, ως επιστήμη και ως πεδίο μελέτης, είναι σύνθετη και αλληλένδετη με τομείς όπως η πολιτική επιστήμη και η κοινωνιολογία. Μπορεί να μελετηθεί μόνη της αλλά και σε σχέση με άλλους τομείς. Η οικονομία είναι ένα αχανές πεδίο μελέτης, φυσικά, αλλά για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας θα παρουσιαστούν συγκεκριμένοι τομείς της.

Ειδικότερα, όπως αναφέρουν οι Acemoglu, Laibson, & List (2015) η οικονομική επιστήμη μπορεί να διαιρεθεί σε δύο ευρεία πεδία μελέτης: τη Μικροοικονομική και τη Μακροοικονομική (σελ.41).

Η μελέτη της οικονομικής διαιρείται, περίπου από τη δεκαετία του 1930 και έπειτα, σε αυτούς τους δύο γενικούς κλάδους. (Mankiw & Taylor, 2011, σελ. 80).

Συγκεκριμένα, η μικροοικονομική δίνει έμφαση στη λεπτομερή κατανόηση των επιμέρους αγορών. Για να επιτευχθεί αυτός ο βαθμός λεπτομέρειας, υποβαθμίζονται πολλές αλληλεπιδράσεις με άλλες αγορές. Η μακροοικονομική απλουστεύει τα θεμελιώδη στοιχεία, προκειμένου να εστιάσει στο πώς επικοινωνούν μεταξύ τους και πώς αλληλοεπηρεάζονται (Begg, Dornbusch, Fisher & Vernasca, 2015β, σελ.34).

Ειδικότερα, η μικροοικονομική είναι η μελέτη του πώς τα άτομα, τα νοικοκυριά, οι επιχειρήσεις και οι κυβερνήσεις προβαίνουν σε επιλογές, και πώς αυτές οι επιλογές επηρεάζουν τις τιμές, την κατανομή των πόρων και την ευημερία των άλλων παραγόντων (Begg, Dornbusch, Fisher & Vernasca, 2015β, σελ.41). Αντίθετα, η μακροοικονομική είναι η μελέτη της οικονομίας ως σύνολο. Οι μακροοικονομολόγοι μελετούν ευρεία οικονομικά φαινόμενα, όπως τον ρυθμό μεγέθυνσης της συνολικής οικονομικής παραγωγής μιας χώρας ή το ποσοστό αύξησης του συνολικού επιπέδου τιμών (τιμών) ή το μέρος του εργατικού δυναμικού που ψάχνει για εργασία αλλά δεν μπορεί να βρει (το ποσοστό ανεργίας) (Begg, Dornbusch, Fisher & Vernasca, 2015β, σελ.42).

Άμεσα συνδεδεμένη με το θέμα της διατριβής είναι η θεωρία της μικροοικονομίας η οποία εστιάζει στον καταναλωτή και τις προτιμήσεις του. Υπό το πρίσμα της μικροοικονομίας θα εξεταστεί το κατά πόσο ο πελάτης/καταναλωτής είναι ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που παρέχει η Ακαδημία, από τις εγκαταστάσεις της, και διάφορα άλλα σχετικά ζητήματα.

Ο Bowles στο βιβλίο του *Microeconomics, Behavior, Institutions and Evolution* (2009) αναφέρει ότι η κατανόηση μας για την μικροοικονομία είναι θεμελιωδώς ρευστή και τίποτα δεν είναι απόλυτο στην έρευνα (σελ.21) ενώ οι Bardhan και Urdy (1999), αναφέρονται στην εξέλιξη της οικονομίας σαν επιστήμη και εστιάζουν στο πεδίο της μικροοικονομίας αρχίζοντας από αυτό που ονομάζουν «household budget» και πως αυτό επηρεάζει τη γενικότερη καταναλωτική συμπεριφορά του ατόμου ενώ ο Salvatore (2008), ισχυρίζεται ότι η μελέτη της μικροοικονομικής θεωρίας μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την επίλυση σύγχρονων οικονομικών ζητημάτων.

3.2. Η συμπεριφορά του καταναλωτή

Σημαντικό ρόλο στην συμπεριφορά του καταναλωτή παίζει, εκτός των άλλων, και η διαφήμιση, το λεγόμενο μάρκετινγκ, ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Ο τομέας της διαφήμισης, του μάρκετινγκ, είναι, ουσιαστικά, η κατανόηση της

αγοραστικής συμπεριφοράς του ατόμου μέσα από την κατανόηση των αναγκών του αλλά και των όποιων επιρροών του συγκεκριμένου περιβάλλοντος στο οποίο βρίσκεται (βλέπε Howard, 1977). Με την κατανόηση του περιβάλλοντος, των αναγκών των καταναλωτών αλλά και του ανταγωνισμού, μια επιχείρηση προωθεί ένα σχετικό πλάνο διαφήμισης των όσων έχει να προσφέρει στην αγορά. Σημειώνεται, ότι, κύριος καθοριστικός παράγοντας της ζήτησης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας είναι οι προτιμήσεις του καταναλωτή/πελάτη. Επίσης, σύμφωνα με τις προσδοκίες του καταναλωτή επηρεάζεται η ζήτηση για το προϊόν ή την υπηρεσία, όπως επίσης και η τιμή του. Σχετικά με το άνωθεν ζήτημα, ο Frank (2008), μελετά, εκτός των άλλων, τις αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά που προκύπτουν από τις μεταβολές στο ύψος του εισοδήματος αλλά και το ύψος των τιμών. Ένα υψηλότερο εισόδημα εγγυάται μια περισσότερη ευχέρεια στις αγορές ανεξάρτητα από το ύψος τους. Αντίθετα, ένα μικρότερο εισόδημα, αναγκάζει τον καταναλωτή να περιορίσει τις ανάγκες του αλλά και να είναι πιο προσεκτικός αναφορικά με το ζήτημα της τιμής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Ο Nelson (1970) αναφέρει ότι οι καταναλωτές κάνουν συνέχεια επιλογές ανάμεσα σε προϊόντα, τις οποίες συνέπειες (των επιλογών) γνωρίζουν ελάχιστα (σελ. 311), ενώ, σημειώνει, επίσης, ότι η καταναλωτική συμπεριφορά του ατόμου επηρεάζεται και από τη διαφήμιση για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, ενώ οι Hawkins & Mothersbaugh (2010), αναφέρονται στο πως η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζει τη δημιουργία ενός πλάνου μάρκετινγκ μιας εταιρείας. Ο Baker (2001) αναφέρεται στον «κίνδυνο» που εμπεριέχει η καταναλωτική συμπεριφορά, με την έννοια ότι η καταναλωτική συμπεριφορά εμπεριέχει συνέπειες οι οποίες δεν μπορούν να προβλεφθούν (σελ.14). Ο Nelson (1970) αναφέρει, επίσης, ότι ένας καταναλωτής μπορεί να ψάχνει τόσο την ποιότητα όσο και την τιμή (σελ. 312). Ο συνδυασμός ποιότητας και τιμής, είναι, πλέον, το ζητούμενο. Σε μια ελεύθερη παγκόσμια αγορά, η παροχή τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών καθίσταται πλέον πολύ εύκολη. Για επιβίωση των επιχειρήσεων σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον, η συνεχιζόμενη εξέλιξη είναι δεδομένη, καθώς ο καταναλωτής μπορεί πολύ εύκολα να επιλέξει ανάμεσα σε εκατοντάδες προϊόντα στην άνεση του σπιτιού του. Η τεχνολογική, λοιπόν,

εναρμόνιση μιας επιχείρησης με τις ανάγκες του καταναλωτή, είναι ζητούμενο για την επιβίωση της σε ένα αενάως τεχνολογικά αναπτυσσόμενο περιβάλλον. Οι Salaun και Flores (2001) αναφέρονται στο λεγόμενο «consumer loyalty», κάτι το οποίο χρειάζεται να καλλιεργηθεί τόσο από την επιχείρηση με την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών όσο και από τον καταναλωτή για την αμοιβαία κατανόηση των αναγκών και των δύο πλευρών, ενώ ο Yi (1990) και οι Giese & Cote (2000) εξετάζουν το θέμα ικανοποίησης του πελάτη –το λεγόμενο client satisfaction.

3.3 Καινοτομία

Η καινοτομία είναι συνώνυμο της πρωτοπορίας. Για την επιτυχία μιας επιχείρησης, μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος, η καινοτομία είναι απαραίτητη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δημιουργήσει το European Innovation Scoreboard (https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en), το οποίο παραθέτει στοιχεία καινοτομίας για όλες τις χώρες-μέλη για συγκριτική ανάλυση και εξαγωγή συμπερασμάτων. Οι Καραγιάννης και Μπακούρος (2010) αναφέρουν πως η καινοτομία αποτελεί σημαντικό στοιχείο της σύγχρονης επιχειρηματικότητας (entrepreneurship) (σελ. 9). Η καινοτομία μπορεί να είναι το ζητούμενο αλλά, πολλές φορές, δημιουργεί και προωθεί την αβεβαιότητα καθώς το αποτέλεσμα μπορεί να μην είναι το αναμενόμενο ή να έχει όση απήχηση χρειάζεται για επιτυχία του. Οι Καραγιάννης και Μπακούρος (2010) προσθέτουν, επίσης, ότι η απόδοση είναι το μόνιμο αποτέλεσμα της καινοτομίας.

Συμπληρώνουν ότι αυτό το μέρος του πλαισίου περιλαμβάνει τρία επίπεδα: παραγωγή (output), έκβαση (outcome) και αποτέλεσμα (impact) (Carayannis and Provan, 2008, όπως παρατίθεται στο Καραγιάννης και Μπακούρος, 2008, σελ. 45).

3.4. Αθλητική διαχείριση και αθλητικό μάρκετινγκ: Προϋποθέσεις επιτυχίας

Η διαχείριση μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου και οποιασδήποτε σχετικής αθλητικής επιχείρησης, εμπίπτει στα πλαίσια της λεγόμενης «αθλητικής διαχείρισης». Ανάμεσα σε άλλες σχετικές έρευνες, ο Chelladurai (1985) και ο Mullin (1980) δίνουν ορισμούς για το αθλητικό μάνατζμεντ. Επί της ουσίας, το αθλητικό μάνατζμεντ (ή αθλητική διαχείριση) διαφέρει από το συμβατικό μάνατζμεντ στο ότι βασίζεται κυρίως σε επιχειρήσεις που είναι ενταγμένες στον αθλητικό χώρο. Το εξειδικευμένο μάνατζμεντ αυτού του τύπου σε επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον χώρο του αθλητισμού είναι μια απαραίτητη προϋπόθεση επιτυχίας σε μια επιχείρηση/έναν χώρο όπως μια ακαδημία ποδοσφαίρου.

Οι Zeithmal και Bitner (2003) στην έρευνα τους αναφέρονται στα ειδικά χαρακτηριστικά του αθλητικού προϊόντος/υπηρεσίας. Θα μπορούσαμε να εντάξουμε την παροχή ποδοσφαιρικών υπηρεσιών μιας ακαδημίας στην κατηγορία «αθλητικό προϊόν». Συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι η ζήτηση των αθλητικών προϊόντων και υπηρεσιών επηρεάζεται από παράγοντες όπως η οικονομική κατάσταση του ατόμου αλλά και η αντίληψη για την σημαντικότητα της καθημερινής ή τακτικής άσκησης.

Η αθλητική αγορά και ο αθλητισμός ως προϊόν παρουσιάζουν μια συνεχή μεταβλητότητα στη ζήτηση, αν και γενικότερα, τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια αυξημένη εστίαση στον υγιεινό τρόπο ζωής και στην άσκηση και κατά συνέπεια αυξημένη ζήτηση.

Οι πλείστες μεγάλες επιχειρήσεις (π.χ. Coca Cola, Mc Donald's) επιθυμούν πλέον να συνάδουν το όνομά τους με τον αθλητισμό γενικότερα και την υγιεινή ζωή, γεγονός το οποίο ίσως να ευκολύνει την προώθηση και εγκαθίδρυση ενός «αθλητικού» τρόπου σκέψης. Ως συνέπεια, αυτό έχει οδηγήσει στην εμπορευματοποίηση του αθλητισμού και των αθλημάτων, ιδιαίτερα του ποδοσφαίρου το οποίο είναι από τη φύση του, το πιο γνωστό και αγαπητό

άθλημα ανά τον κόσμο. Στην Κύπρο, το ποδόσφαιρο είναι το πιο γνωστό και το πιο αγαπητό άθλημα, με ισχυρή παρουσία ομάδων και οργανωμένων οπαδών. Σχετική με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, είναι και η λεγόμενη πρακτική «benchmarking», η οποία αφορά την ταυτοποίηση των δυνατών σημείων/στοιχείων μιας πρακτικής και την υιοθέτηση τους από άλλες επιχειρήσεις, χώρες, σχολές κ.λπ. Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι το ίδιο γίνεται και στον επιχειρησιακό χώρο της Κύπρου και ιδιαίτερα τον αθλητικό επιχειρησιακό χώρο. Οι κατευθύνσεις παγκόσμιων οργανισμών όπως η UEFA, είναι χρήσιμες για τη σύσταση και λειτουργία των ακαδημιών ποδοσφαίρου ανά το παγκόσμιο.

3.5. Αθλητισμός, ακαδημίες ποδοσφαίρου και προϋποθέσεις μακροπρόθεσμης επιτυχίας

Ο Bryant (1993) αναφέρεται στην ιδιότητα του αθλητισμού ως κοινωνικό προϊόν, οι Mills, Butt, Maynard & Harwood (2012) προσδιορίζουν τους παράγοντες οι οποίοι είτε θετικά είτε αρνητικά επηρεάζουν την εξέλιξη ενός παίκτη. Αυτά είναι η επίγνωση (awareness), η ελαστικότητα (resilience), η προσήλωση στον στόχο (goal-directed attributes), η εξυπνάδα (intelligence), οι συγκεκριμένες δυνατότητες/γνωρίσματα που σχετίζονται με το άθλημα (sport-specific attributes), και παράγοντες που σχετίζονται με το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται ο εκάστοτε αθλητής (environmental factors) (σελ. 1593).

Οι Haugaasen, Toering & Jordet (2014) συνέλεξαν πληροφορίες μέσω ερωτηματολογίων από 745 παίκτες των νεανικών ελίτ γκρουπ ποδοσφαίρου των Premier League Clubs ηλικίας από 14 ετών μέχρι 21 από την Νορβηγία, για προσδιορισμό και καταγραφή των χαρακτηριστικών που σχετίζονται με το elite youth association football (σελ. 336). Συμπεραίνουν ότι οι διαφορές στην απόδοση των παικτών ενδεχομένως να σχετίζονται με τους διαφορετικούς τύπους προπόνησης τα πρώτα χρόνια της συμμετοχής τους στο ποδόσφαιρο αλλά και στις ώρες που έχουν αναλώσει σε σχετικές με το ποδόσφαιρο δραστηριότητες.

Ο Chelladurai (2013) αναφέρεται στη σημασία της ηγεσίας στον αθλητισμό και παραθέτει δύο προσεγγίσεις. Από τη μια, μια προσέγγιση η οποία προάγει έναν πιο απαιτητικό και άμεσο τρόπο ηγεσίας και την χαρακτηρίζει ως «σκληρή ηγεσία»/ «hard leadership». Αντίθετα, όπως επίσης σημειώνει, η «αυτόνομη-υποστηρικτική ηγεσία»/ «autonomy-supportive leadership» δίνει έμφαση στη δημιουργία ενός περιβάλλοντος το οποίο καλλιεργεί το αίσθημα της αυτονομίας και της ικανότητας στο άτομο (σελ.27).

Η εξέλιξη του αθλητισμού και των ακαδημιών ποδοσφαίρου είναι λογικό να συνάδει με την περαιτέρω εμπορευματοποίηση τόσο του αθλήματος όσο και του ποδοσφαίρου, γεγονός το οποίο ευνοεί τη δημιουργία και λειτουργία συναφών αθλητικών επιχειρήσεων.

Αναφορικά με τον παιδαγωγικό χαρακτήρα του αθλητισμού, είναι κάτι το οποίο μπορούμε να εντοπίσουμε σε όλες στις σύγχρονες αθλητικές ακαδημίες ανά την Ευρώπη. Συγκεκριμένα, στην Top_11 Academy, δίνεται ένα ειδικό βάρος στον παιδαγωγικό ρόλο της ακαδημίας ποδοσφαίρου, ένας ρόλος ο οποίος δεν περιορίζεται απλά στην διδασκαλία του ποδοσφαίρου ως άθλημα αλλά προώθηση μιας γενικότερης αθλητικής φιλοσοφίας.

Μια ακαδημία ποδοσφαίρου και ένας αθλητικός οργανισμός γενικότερα παρέχει τόσο αθλητική, όσο και κοινωνική εκπαίδευση. Σε μια ακαδημία ποδοσφαίρου οι νεαροί και οι νεαρές μαθαίνουν τις διάφορες τεχνικές και τακτικές του αθλήματος αλλά και τους εντρυφάτε τόσο η αθλητική/ποδοσφαιρική όσο και η κοινωνική παιδεία.

Ωστόσο, η οικονομική κρίση επηρέασε και τον χώρο του αθλητισμού και κατ' επέκταση και των ακαδημιών ποδοσφαίρου.

Σύμφωνα με διάφορες μελέτες, οι σημαντικοί παράγοντες της μακροπρόθεσμης επιτυχίας μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου μπορούν να συνοψιστούν ως: 1. Η διασφάλιση της υψηλής ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και 2. Αποτέλεσμα το οποίο κρίνεται ως ικανοποιητικό από τους γονείς/πελάτες.

Για την επιτυχία των πιο πάνω, τα παιδιά στην Ακαδημία εκπαιδεύονται με ένα ειδικό σύστημα προσαρμοσμένο στις ατομικές τους ανάγκες ενώ οι προπονήσεις γίνονται αρκετές φορές την εβδομάδα, με επιλογή για επιπλέον ατομικές προπονήσεις. Τα παιδιά χωρίζονται σε ηλικιακές ομάδες, οι οποίες σταδιακά προσαρμόζουν τον βαθμό δυσκολίας της προπόνησης και τις τεχνικές που διδάσκονται με γνώμονα το δίκαιο παιχνίδι, τον σεβασμό στο άθλημα αλλά και τον αλληλοσεβασμό, την προώθηση ενός υγιεινού τρόπου ζωής, τη σωστή συμπεριφορά στον χώρο, την καλλιέργεια ομαδικού πνεύματος και την προώθηση του επαγγελματισμού τόσο στη συμπεριφορά όσο και στον τρόπο προσέγγισης του αθλήματος.

Η ακαδημία, ασχολούμενη με παιδιά, δεν προσφέρει ποδοσφαιρικές προπονήσεις με την κλασική έννοια αλλά μαθήματα ποδοσφαίρου και αθλητισμού. Οι προπονητές είναι παράλληλα και παιδαγωγοί και εξειδικευμένοι ούτως ώστε να δώσουν στα παιδιά τα κατάλληλα ερεθίσματα με σκοπό την επίτευξη του επιθυμητού αποτελέσματος.

Καθότι το ποδόσφαιρο έχει ξεφύγει από την ταυτοποίηση του μόνο ως άθλημα και απλά ένα παιχνίδι, πλέον θεωρείται και επιστήμη, σε αυτό εμπλέκονται πλέον γιατροί, φυσιοθεραπευτές, διατροφολόγοι και διάφοροι επαγγελματίες υγείας. Συνάμα, είναι και μια επιχείρηση λαμβάνοντας υπόψιν τα στοιχήματα που διέπουν τους διάφορους ποδοσφαιρικούς αγώνες, τους σχετικούς χορηγούς και τους μετόχους των ομάδων. Η προώθηση και η δημιουργία του αθλητικού μάντζμεντ, πρόταξε η αυξημένη ζήτηση για επαγγελματίες αθλητές και η προώθηση τους καθώς επίσης και η επιβίωση σχετικών αθλητικών επιχειρήσεων (ακαδημιών αθλητισμού, γυμναστηρίων, κ.λπ.). Σε άρθρο του, ο Γεραμπίνης (2016), αναφέρει ότι «Οι Διευθύνσεις των συλλόγων δεν έχουν ξεκάθαρη και σταθερή φιλοσοφία. Βλέπουν τους άλλους συλλόγους ανταγωνιστικά και όχι συναγωνιστικά. Ενώ ισχυρίζονται ότι τους ενδιαφέρει να προάγουν το άθλημα, δεν αντιλαμβάνονται ότι στην ουσία απευθύνονται σε «αθλητισμό για όλους» και χάνεται η χαρά και διασκέδαση στα παιδιά από μικρή ηλικία στο βωμό της νίκης κάποιου αγώνα έναντι μιας άλλης ακαδημίας».

Οι προϋποθέσεις για την μακροπρόθεσμα επιτυχημένη λειτουργία μιας ακαδημίας ποδοσφαίρου μπορούν να συνοψιστούν ως οι εξής:

1. Αναφορικά με τις εγκαταστάσεις, πρέπει να είναι σύγχρονες, λειτουργικές και οργανωμένες. Γενικότερα πρέπει να επικρατεί ευχάριστο περιβάλλον, οι χώροι πρέπει να είναι προσβάσιμοι και καθαροί. Πρέπει να υπάρχουν αποδυτήρια, τουαλέτες και θέρμανση καθώς και σχετικός χώρος εκγύμνασης αλλά και κυλικείο.
2. Πρέπει να υπάρχει ο σχετικός εξοπλισμός και να αξιοποιείται αλλά και να είναι λειτουργικός (μπάλες, φανέλες, εμπόδια κ.λπ.).
3. Για να γίνουν τα πιο πάνω πρέπει να υπάρχουν σταθερές πηγές χρηματοδότησης και συντήρησης της ακαδημίας (π.χ. χρήματα από εγγραφές και μηνιαίες συνδρομές, χορηγία φανέλας από εταιρείες).
4. Μεγάλο ρόλο παίζει το σωστό και στοχευμένο μάρκετινγκ, η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις (συνεργασία με άλλες ακαδημίες για οργάνωση σχετικών εκδηλώσεων, διαφήμιση για μηνιαία συνδρομή σε καλύτερη τιμή για περισσότερα από ένα παιδιά).
5. Η διοίκηση και το προσωπικό περιλαμβανομένων και των ιδιοκτητών, των υπεύθυνων της ακαδημίας αλλά και του τεχνικού προσωπικού πρέπει να είναι εκπαιδευμένοι σε θέματα που άπτονται της Ακαδημίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Έρευνα

4.1 Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε αναφορικά με την έρευνα για τη συγγραφή της παρούσας διατριβής είναι το Case study ή αλλιώς περίπτωση μελέτης (για περισσότερα βλέπε Feagin, Orum & Sjoberg, 1991). Ειδικότερα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η περίπτωση μελέτης είναι τόσο περιγραφική όσο και επεξηγηματική καθώς εστιάζει σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, μελετά τα δυνατά και αδύνατα της σημεία για σκοπούς μελλοντικής σύγκρισης.

Ο Flyvbjerg (2006), αναφέρεται στις πέντε πιο κοινές λανθασμένες αντιλήψεις για τις περιπτώσεις μελέτης, οι οποίες μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν την εξέταση υποθέσεων, την υποκειμενικότητα και τη δυσκολία γενικοποίησης μιας συγκεκριμένης περίπτωσης μελέτης και τις εξετάζει. Ο Gerring (2006) αναφέρει ότι η μέθοδος της μελέτης περίπτωσης δεν λαμβάνει της δέουσας εκτίμησης και αυτό το καταλογίζει στο ότι οι μελετητές δεν την κατανοούν αρκετά (σελ. 8). Το θέμα της υποκειμενικότητας στην ανάλυση στοιχείων, που είναι, ίσως, και το μεγαλύτερο ζήτημα όσον αφορά την χρήση περίπτωση μελέτης. Ωστόσο, αυτός ο τρόπος προσέγγισης μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμος σε χώρες όπως η Κύπρος όπου οι εκάστοτε περιπτώσεις για μελέτη (π.χ. επιχειρήσεις) είναι λίγες και αρκετά όμοιες μεταξύ τους. Αναφορικά με τη χρήση ποιοτικής μεθόδου έρευνας σε περίπτωση μελέτης η Baxter & η Jack (2008), αναφέρουν πως αυτό είναι χρήσιμο για τους ερευνητές που θέλουν να μελετήσουν περίπλοκα θέματα (σελ. 544).

Οι περιορισμοί αυτής της μεθοδολογίας παρουσιάζονται στο ότι όταν είναι πρώτη φορά που συμβαίνει μια μελέτη σχετικά με ένα πεδίο, δεν έχεις μια ολοκληρωτικά ξεκάθαρη μεθοδολογία/τρόπο προσέγγισης και αυτό καταλήγει να είναι περισσότερο πειραματικό ως έρευνα παρά μια ολοκληρωμένη μελέτη. Παρόλα αυτά, στα πλαίσια της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής διατριβής και των περιορισμών της ως προς την έκταση, θεωρήθηκε ως μια κατάλληλη μέθοδος παρουσίασης του υπό εξέταση θέματος.

Μια μελέτη περίπτωσης μπορεί να αποδειχτεί χρήσιμη είτε για σύγκριση είτε για τονισμό λαθών ή επιτυχίας και άρα να διερευνηθεί νέος τρόπος προσέγγισης μιας κατάστασης/ενός γεγονότος ή να αντιγραφούν στοιχεία για μεγιστοποίηση ή και διασφάλιση της επιτυχίας, διερεύνηση τυχόν μελλοντικών λαθών όπως επίσης και προτεινόμενες αλλαγές.

Επιγραμματικά, μια περίπτωση μελέτης σταδιακά μπορεί να οριστεί ως η (α) έρευνα, (β) ανάλυση και (γ) καταγραφή στοιχείων. Σημαντικό να αναφερθεί είναι το ότι σαφώς και πρέπει να αποφεύγεται η γενίκευση και να μαζικοποιούνται οι περιπτώσεις μελέτης. Ωστόσο, η Top_11 Academy αποτελεί μια αντιπροσωπευτική περίπτωση ακαδημίας ποδοσφαίρου στην Κύπρο, με ενδεχομένως πολλές ομοιότητες στη σύσταση και στη λειτουργία της με άλλες ακαδημίες στο νησί.

4.2. Μεθοδολογικά εργαλεία: σχεδιασμός και διεξαγωγή της έρευνας

Για σκοπούς συλλογής δεδομένων αναφορικά με τη συγγραφή της παρούσας διατριβής, προτιμήθηκε η έρευνα μέσω ηλεκτρονικού (online) ερωτηματολογίου, που αποτελεί έναν από τους πιο διαδεδομένους τρόπους συλλογής πληροφοριών. Δημιουργήθηκε σχετικό ερωτηματολόγιο με συγκεκριμένες ερωτήσεις ως προς το περιεχόμενο τους μέσω του Google Drive/Google Sheets. Οι απαντήσεις που κλήθηκαν να δώσουν οι ερωτώμενοι, ήταν είτε επιλογή μεταξύ συγκεκριμένων/προκαθορισμένων, είτε σύντομες, ανοιχτού τύπου αλλά και απαντήσεις κλίμακας/προσδιορισμού βαθμού. Με τη δημιουργία του ερωτηματολογίου, ακολούθησε μια πιλοτική δοκιμή του. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε, αρχικά, σε πέντε άτομα, για την ταυτοποίηση τυχόν λαθών και την υπόδειξη ερωτήσεων οι οποίες δεν ήταν ξεκάθαρες. Με το τέλος της πιλοτικής δοκιμής, το ερωτηματολόγιο στάλθηκε μαζικά στους πελάτες της Top_11 Football Academy, περισσότερων από 100 σε αριθμό, όπου 52 απάντησαν. Οι ερωτήσεις που συμπεριλήφθηκαν στο ερωτηματολόγιο έγιναν μετά από σχετική μελέτη του θεωρητικού υπόβαθρου της έρευνας αλλά και τη μελέτη διάφορων άλλων παρόμοιων ερευνών. Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τα

δημογραφικά στοιχεία του ερωτώμενου και συγκεκριμένα το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση, το εισόδημα και τον αριθμό των εξαρτώμενων ατόμων υπό τη φροντίδα του ερωτώμενου.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις οι οποίες αφορούν τόσο τη συλλογή γενικών στοιχείων, π.χ. αριθμό, ηλικία και φύλο παιδιών στην ακαδημία, όσο και πιο εξειδικευμένες ερωτήσεις οι οποίες αποσκοπούν στην καταγραφή πιο συγκεκριμένων στοιχείων για εξαγωγή συμπερασμάτων. Οι ερωτήσεις αυτές αφορούν τον βαθμό ικανοποίησης από τις προσφερόμενες υπηρεσίες της Top_11 Football Academy, τον βαθμό ικανοποίησης από την απόδοση τιμής και ποιότητας των υπηρεσιών, τον βαθμό ικανοποίησης από την τιμή των προσφερόμενων υπηρεσιών, τον βαθμό ικανοποίησης από τις εγκαταστάσεις των γηπέδων, τον βαθμό ικανοποίησης από τη συμπεριφορά του προσωπικού της ακαδημίας και τον βαθμό ικανοποίησης από την πρόοδο/επίδοση του παιδιού. Οι ερωτήσεις, επίσης, αναφέρονταν στο κατά πόσο οι πελάτες συμφωνούν ότι η πρόοδος του παιδιού φαίνεται από τα αποτελέσματα των αγώνων, στο κατά πόσο συμφωνούν ότι το παιδί τους είναι χαρούμενο πριν και μετά την προπόνηση, κατά πόσο το πρόγραμμα «Εκπαίδευση και Αθλητισμός» είναι αναγκαίο για αυτούς και κατά πόσο το πρόγραμμα Grassroots της Κ.Ο.Π. βοηθά στη σωστή διαπαιδαγώγηση του παιδιού τους. Εκτός αυτών, οι ερωτήσεις, καλούν τους γονείς να απαντήσουν στο ποιος θεωρούν ότι είναι ο ρόλος του προπονητή για το παιδί τους, κατά πόσο θα προτιμούσαν να έχει το παιδί τους άλλο προπονητή, το αν θεωρούν ότι το παιδί τους χρειάζεται επιπλέον προπονήσεις. Τέλος, και πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο προωθεί και ερωτήσεις οι οποίες αναφέρονται στα κριτήρια επιλογής της Top_11 Football Academy και συστάσεις για αλλαγές στην ακαδημία.

4.3. Δειγματοληψία

Η δειγματοληψία πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2020. Το δείγμα αποτελούσαν όλοι οι πελάτες της Top_11 Football Academy, περισσότεροι από

100 σε αριθμό, ενώ ελήφθησαν 52 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια, από τους οποίους 22 άντρες και 30 γυναίκες, ηλικίας μεταξύ 25 και 54 ετών, ενώ το ερωτηματολόγιο είχε 25 ερωτήσεις.

4.4. Ανάλυση Δεδομένων

Συγκεκριμένα, ελήφθησαν και αναλύθηκαν 52 συνολικά απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο. Οι 30 απαντήσεις δόθηκαν από γυναίκες-πελάτισσες της Ακαδημίας και οι 22 από άντρες-πελάτες της ακαδημίας. Η συμμετοχή των γυναικών, αν και σε αριθμό υπερτερεί από αυτή των αντρών, δεν είναι θέμα το οποίο χρήζει περισσότερης ανάλυσης.

Πίνακας 1: Φύλο ερωτώμενων

ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΑΝΤΡΕΣ
30	22

Αναφορικά με την ηλικία των ερωτώμενων, 34 άτομα απάντησαν ότι βρίσκονται μεταξύ των ηλικιών 35 με 44 ετών, 12 άτομα είναι μεταξύ των ηλικιών 25 με 34 ετών και 6 άτομα μεταξύ των ηλικιών 45 με 54. Η ηλικιακή απόκλιση, το ότι δηλαδή, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο βρίσκονται στην ομάδα 35-44 μπορεί να δικαιολογηθεί ένεκα του ότι στην Ακαδημία τα πλείστα παιδιά είναι σχετικά μικρότερης ηλικίας, άρα και οι γονείς τους είναι νεαρότεροι.

Πίνακας 2: Ηλικίες ερωτώμενων

ΗΛΙΚΙΑ	25-34	35-44	45-54
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	12	34	6

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, 23 άτομα δήλωσαν ότι έχουν απολυτήριο Λυκείου ή Τεχνικής Σχολής, 16 άτομα είναι πτυχιούχοι, 9 άτομα έχουν μεταπτυχιακό ενώ 4 άτομα είναι κάτοχοι κάποιου επαγγελματικού διπλώματος. Το ότι πλειονότητα των ατόμων είναι κάτοχοι απολυτηρίου Λυκείου ή Τεχνικής Σχολής μπορεί να συσχετιστεί με την ηλικία των ερωτώμενων.

Πίνακας 3: Μορφωτικό επίπεδο ερωτώμενων

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	ΑΠΟΛΥΤΗΡΙΟ ΛΥΚΕΙΟΥ/ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΣΧΟΛΗΣ	ΔΙΠΛΩΜΑ	ΠΤΥΧΙΟ	ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	23	4	16	9

Αναφορικά με την οικογενειακή τους κατάσταση, 48 άτομα απάντησαν ότι ζουν με τα παιδιά τους, 3 ότι ζουν με τους γονείς και τα παιδιά τους ενώ 1 άτομο

απάντησε ότι ζει μόνο του. Η συντριπτική πλειονότητα των ερωτώμενων, λοιπόν, ζει με τα παιδιά τους.

Πίνακας 4: Οικογενειακή κατάσταση ερωτώμενων

ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΖΩ ΜΕ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΜΟΥ	ΖΩ ΜΕ ΤΟΥΣ ΓΟΝΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΜΟΥ	ΖΩ ΜΟΝΟΣ/Η
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	48	3	1

Ο αριθμός των εξαρτώμενων ατόμων που έχουν υπό την φροντίδα τους οι ερωτώμενοι, αναφέρονται ως 2 σε 20 περιπτώσεις, 1 σε 13 περιπτώσεις, 3 σε 12 περιπτώσεις, 4 σε 4 περιπτώσεις, 5 σε 1 περίπτωση και 6 σε 2 περιπτώσεις. Στα εξαρτώμενα άτομα υπό την φροντίδα κάποιου ερωτώμενου μπορεί να περιλαμβάνονται εκτός από ανήλικα παιδιά και συνταξιούχοι γονείς αλλά και άνεργοι σύντροφοι.

Πίνακας 5: Εξαρτώμενα άτομα υπό τη φροντίδα των ερωτώμενων

ΕΞΑΡΤΩΜΕΝΑ ΑΤΟΜΑ	ΕΝΑ	ΔΥΟ	ΤΡΙΑ	ΤΕΣΣΕΡΑ	ΠΕΝΤΕ	ΕΞΙ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	13	20	12	4	1	2

Στην ερώτηση εάν ο/η σύντροφος τους εργάζεται, 46 άτομα απάντησαν θετικά ενώ 6 απάντησαν αρνητικά. Αυτό ίσως να συσχετίζεται με μια καλύτερη οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η Κύπρος γενικότερα τον τελευταίο καιρό.

Πίνακας 6: Ο/Η σύντροφος των ερωτώμενων εργάζεται ή όχι

Ο/Η ΣΥΝΤΡΟΦΟΣ ΕΡΓΑΖΕΤΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	46	6

Στην ερώτηση αναφορικά με το ακάθαρστο μηνιαίο εισόδημα της οικογένειας σε ευρώ, 36 άτομα δήλωσαν ότι είναι περισσότερο από 2.000 ευρώ, 7 άτομα δήλωσαν ότι το οικογενειακό τους εισόδημα είναι μεταξύ 1.501 με 2.000 ευρώ, 5 άτομα ότι είναι μεταξύ 500 με 1.000 ευρώ, ενώ 4 άτομα απάντησαν ότι το εισόδημα τους είναι μεταξύ 1.001 με 1.500 ευρώ. Η συντριπτική πλειονότητα έχει μικτό οικογενειακό εισόδημα πέραν των 2.000 ευρώ, χωρίς αυτό, ωστόσο, να σημαίνει ότι αποκλίνουν κατά πολύ από το ποσό αυτό, λαμβάνοντας υπόψιν και τον μέσο μηνιαίο μισθό στην Κύπρο.

Πίνακας 7: Ακαθάριστο μηνιαίο εισόδημα οικογένειας ερωτώμενων

ΑΚΑΘΑΡΤΟ ΜΗΝΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ	500-1.000 ευρώ	1.001-1.500 ευρώ	1.501-2.000 ευρώ	Περισσότερα από 2.000 ευρώ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	5	4	7	36

Στην ερώτηση που αφορά το πόσα παιδιά έχουν οι ερωτώμενοι στην Ακαδημία Top_11 Football Academy, τριανταεννέα άτομα απάντησαν ότι έχουν 1 παιδί, δώδεκα άτομα απάντησαν ότι έχουν 2, ενώ ένα άτομο απάντησε ότι έχει 3 παιδιά, στο σύνολο τους 66 παιδιά στην Ακαδημία από τα περίπου 100 που αριθμεί για το έτος 2019-2020.

Πίνακας 8: Αριθμός παιδιών που έχουν οι ερωτώμενοι στην Top_11

Football Academy

ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ	ΕΝΑ	ΔΥΟ	ΤΡΙΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	39	12	1

Αναφορικά με τις ηλικίες των παιδιών των ερωτώμενων που βρίσκονται στην Top_11 Football Academy, 24 παιδιά είναι οκτώ ετών, 6 παιδιά είναι έξι ετών, 11 παιδιά είναι εννιά ετών, 6 παιδιά είναι επτά ετών, 5 παιδιά είναι πέντε ετών, 3 παιδιά είναι τεσσάρων ετών, 4 παιδιά είναι δέκα ετών, 4 παιδιά είναι δώδεκα ετών, δύο παιδιά είναι 11 ετών, ένα παιδί είναι 10 ετών, ένα παιδί είναι δεκατριών ετών, συνολικά 66 παιδιά. Η πλειονότητα των παιδιών είναι 8 ετών, κάτι το οποίο συνάδει και με την εξέλιξη των αναγκών και αιτημάτων του παιδιού. Τα μεγαλύτερα σε ηλικία παιδιά είναι λογικό να ζητούν από τους γονείς τους να απασχοληθούν σε μια εξωσχολική δραστηριότητα σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι τα μικρότερα παιδιά.

Πίνακας 9: Ηλικίες παιδιών ερωτώμενων στην Top_11 Football

Academy

ΗΛΙΚΙΕΣ ΠΑΙΔΙΩΝ	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	3	5	6	6	24	11	4	2	4	1

Στην ερώτηση που αφορά το φύλο των παιδιών που βρίσκονται στην Top_11 Football Academy, όλοι οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι τα παιδιά τους είναι αγόρια. Αν και η Ακαδημία έχει ειδικό τμήμα προπόνησης για κορίτσια, το ποδόσφαιρο θεωρείται ακόμη, σε ένα μεγάλο βαθμό και κατά βάση, ως αντρικό άθλημα.

Πίνακας 10: Φύλο παιδιού στην Top_11 Football Academy

ΦΥΛΟ ΠΑΙΔΙΟΥ	ΑΓΟΡΙ
ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	52

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από την ποιότητα των υπηρεσιών που προφέρονται στην Ακαδημία», 36 ερωτώμενοι δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα με αυτή τη δήλωση ενώ 16 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν. Η ικανοποίηση των πελατών από τις υπηρεσίες της Ακαδημίας διαφαίνεται στον ολόενα και αυξανόμενο αριθμό εισροής τους σε αυτή καθώς επίσης και την προσφορά, εκ μέρους της Ακαδημίας, περισσότερων υπηρεσιών για κάλυψη των αναγκών των πελατών της.

Πίνακας 11: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την ποιότητα των υπηρεσιών που προφέρονται στην Ακαδημία»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	36	16

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ακαδημία», 38 άτομα απάντησαν ότι

συμφωνούν απόλυτα με αυτή τη δήλωση ενώ 14 άτομα δήλωσαν ότι απλώς συμφωνούν. Οι σχετικές αποκρίσεις σε αυτή την ερώτηση συνάδουν και με τις απαντήσεις στην πιο πάνω ερώτηση η οποία αναφέρεται στην ικανοποίηση από τις υπηρεσίες της Ακαδημίας. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι τιμή, ποιότητα και γενικότερη ικανοποίηση σχετίζονται για τον καταναλωτή.

Πίνακας 12: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ακαδημία»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	38	14

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας», 43 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα με αυτή τη δήλωση ενώ 9 άτομα δήλωσαν ότι απλώς συμφωνούν. Να σημειωθεί ότι η Ακαδημία προσφέρει αρκετές ειδικές τιμές σε γονείς-πελάτες οι οποίοι είτε έχουν περισσότερα από ένα παιδιά στην Ακαδημία, είτε αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες ή είναι μακροχρόνιοι πελάτες της.

Πίνακας 13: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	43	9

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από τις εγκαταστάσεις των γηπέδων της Ακαδημίας», 18 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα, 16 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν, 13 άτομα δήλωσαν ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, ενώ 5

άτομα δήλωσαν ότι διαφωνούν. Αυτή η ερώτηση, παρουσιάζει την μεγαλύτερη αδυναμία της Ακαδημίας η οποία δεν είναι άλλη από τις εγκαταστάσεις της. Γίνονται, πλέον, ενέργειες για καλύτερευση και εκμοντερνισμό τους.

Πίνακας 14: «Είμαι ικανοποιημένος/η από τις εγκαταστάσεις των γηπέδων της Ακαδημίας»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	18	16	13	5

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συμπεριφορά του προσωπικού της Ακαδημίας», 39 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα ενώ 13 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν. Η συνεχιζόμενη εκπαίδευση του προσωπικού της Ακαδημίας, ως προς τον τρόπο αντιμετώπισης που πρέπει να έχουν τόσο ως προς τους γονείς όσο και προς τα παιδιά, είναι σημαντική.

Πίνακας 15: «Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συμπεριφορά του προσωπικού της Ακαδημίας»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	39	13

Στην δήλωση «Είμαι ικανοποιημένος/η από την πρόοδο (επίδοση) του παιδιού μου που γίνεται στην Ακαδημία», 35 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα,

15 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν ενώ 2 άτομα απάντησαν πως ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν. Η συντριπτική πλειοψηφία των γονιών βλέπει την πρόοδο του παιδιού του καθώς τα διάφορα εξατομικευμένα προγράμματα που προπόνησης που προσφέρονται από την Top_11 Academy έχουν ως στόχο την βελτίωση των ποδοσφαιρικών ικανοτήτων των παιδιών που απασχολούνται σε αυτή.

Πίνακας 16: «Είμαι ικανοποιημένος/η από την πρόοδο (επίδοση) του παιδιού μου που γίνεται στην Ακαδημία»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	35	15	2

Στην δήλωση «Η πρόοδος του παιδιού μου φαίνεται από τα αποτελέσματα των αγώνων», 19 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα, 18 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν, 10 άτομα απάντησαν ότι ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 4 άτομα απάντησαν ότι διαφωνούν ενώ ένα άτομο απάντησε ότι διαφωνεί απόλυτα. Αν και σκοπός των αναπτυξιακών πρωταθλημάτων που οργανώνουν οι ακαδημίες παιδών δεν έχουν σκοπό την επίτευξη της νίκης, αναπόφευκτα ο πελάτης, τις πλείστες φορές, θα συνδέσει την πρόοδο με την επιτυχία στον αγώνα.

Πίνακας 17: «Η πρόοδος του παιδιού μου φαίνεται από τα αποτελέσματα των αγώνων»

	ΣΥΜΦΩΝ Ω ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝ Ω	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝ Ω ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝ Ω	ΔΙΑΦΩΝ Ω ΑΠΟΛΥΤ Α
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩ Ν	19	18	10	4	1

Στην δήλωση «Το παιδί μου είναι χαρούμενο πριν και μετά την προπόνηση», 34 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα, 16 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν, ένα άτομο απάντησε πως ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί ενώ ένα άτομο απάντησε ότι διαφωνεί. Είναι πολύ σημαντικό για τη σωστή και υγιή ανάπτυξη των παιδιών η άθληση να μη θεωρείται ως αγγαρεία ή ως κάτι βαρετό. Με την άθληση να προάγεται σαν ένα διασκεδαστικό παιχνίδι, τα παιδιά ανυπομονούν να βρεθούν στο γήπεδο.

Πίνακας 18: «Το παιδί μου είναι χαρούμενο πριν και μετά την προπόνηση»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	34	16	1	1

Στην δήλωση «Το πρόγραμμα "Εκπαίδευση και Αθλητισμός" (μεσημεριανό γεύμα, καθημερινό διάβασμα και προπόνηση) που προσφέρει η Ακαδημία είναι αναγκαίο για εμένα», 24 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 13 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν, 8 άτομα απάντησαν ότι διαφωνούν ενώ 7 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα. Το πρόγραμμα αυτό αποτελεί μια από τις καινοτομίες που προωθεί η Top_11 Academy, εναρμονισμένη με τις σύγχρονες ανάγκες των γονιών/πελατών αλλά και των παιδιών.

Πίνακας 19: «Το πρόγραμμα "Εκπαίδευση και Αθλητισμός" (μεσημεριανό γεύμα, καθημερινό διάβασμα και προπόνηση) που προσφέρει η Ακαδημία είναι αναγκαίο για εμένα»

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝΩ	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝΩ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	7	13	24	8

Στην δήλωση «Το αναπτυξιακό πρόγραμμα της Κ.Ο.Π. (Grassroots) βοηθά στην σωστή διαπαιδαγώγηση του παιδιού μου», 16 άτομα απάντησαν ότι συμφωνούν απόλυτα, 15 άτομα απάντησαν πως ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν, 14 άτομα απάντησαν πως συμφωνούν, 4 άτομα απάντησαν πως διαφωνούν απόλυτα ενώ 3 άτομα απάντησαν πως διαφωνούν. Να σημειωθεί ότι το συγκεκριμένο πρόγραμμα της ΚΟΠ, εστιάζει στους ακόλουθους πυλώνες, οι οποίοι αναφέρονται στη σελίδα τους: 1. Προβολή αξιών που πρεσβεύει το ποδόσφαιρο και ο αθλητισμός γενικότερα, 2.Στενή και ποιοτική επαφή της ΚΟΠ με όλες τις Ακαδημίες, 3.Αύξηση συμμετοχής παιδιών στα Πρωταθλήματα, 4. Αύξηση συμμετοχής κοριτσιών, 5. Προώθηση ποδοσφαίρου στα Δημοτικά Σχολεία σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας, 6. Προώθηση γυναικείου ποδοσφαίρου σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας, 7. Φιλοσοφία και αντίληψη για το ποδόσφαιρο, 8. Συνεργασία ΚΟΠ - Ακαδημιών για Ακαδημαϊκή πρόοδο, 9. Σχεδιασμός ετήσιου προγραμματισμού για τους προπονητές, 10.Αναγνώριση στην αξία της συμμετοχής και στο τίμιο παιχνίδι (<https://www.cfa.com.cy/Gr/news/35042>).

Πίνακας 20: «Το αναπτυξιακό πρόγραμμα της Κ.Ο.Π. (Grassroots) βοηθά στην σωστή διαπαιδαγώγηση του παιδιού μου»

	ΣΥΜΦΩΝ Ω ΑΠΟΛΥΤΑ	ΣΥΜΦΩΝ Ω	ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝ Ω ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ	ΔΙΑΦΩΝ Ω	ΔΙΑΦΩΝ Ω ΑΠΟΛΥΤ Α
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩ Ν	16	14	15	3	4

Στην ερώτηση «Ποιός ο ρόλος του προπονητή για το παιδί σας; Μόνο παιδαγωγός, μόνο εκπαιδευτής στο άθλημα ή και τα δύο;», 46 άτομα απάντησαν πως ο ρόλος του προπονητή αφορά και τα δύο ενώ 6 άτομα απάντησαν πως ο ρόλος του περιορίζεται μόνο σαν εκπαιδευτής στο άθλημα. Ο διπλός ρόλος του προπονητή, ως εκπαιδευτή στο άθλημα αλλά και ως παιδαγωγού βασίζεται σε εκμοντερνισμένες αντιλήψεις σχετικά με τον αθλητισμό και τα όσα μπορεί να προσφέρει στην ψυχολογική, νοητική και γενικότερη ανάπτυξη και του παιδιού.

Πίνακας 21: «Ποιος ο ρόλος του προπονητή για το παιδί σας; Μόνο παιδαγωγός, μόνο εκπαιδευτής στο άθλημα ή και τα δύο;»

	ΠΑΙΔΑΓΩΓΟΣ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ ΣΤΟ ΑΘΛΗΜΑ	ΜΟΝΟ ΩΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΣ ΣΤΟ ΑΘΛΗΜΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	46	6

Στην ερώτηση «Θα προτιμούσατε το παιδί σας να έχει άλλον προπονητή/εκπαιδευτή;», 45 άτομα απάντησαν πως θα ήθελαν το παιδί τους να συνεχίσει να έχει τον ίδιο προπονητή, 6 άτομα απάντησαν πως θα ήθελαν το παιδί τους να έχει άλλον προπονητή ο οποίος απασχολείται εντός της Ακαδημίας και ένα άτομο απάντησε πως δεν έχει γνώμη επί του θέματος. Η ικανοποίηση από τον εκπαιδευτή/προπονητή με τον οποίο έρχεται σε άμεση επαφή ο πελάτης/γονείς και το παιδί είναι κρίσιμης σημασίας για την διασφάλιση της επιτυχίας της Ακαδημίας.

Πίνακας 22: «Θα προτιμούσατε το παιδί σας να έχει άλλον προπονητή/εκπαιδευτή;»

	ΤΟΝ ΙΔΙΟ ΠΡΟΠΟΝΗΤΗ	ΑΛΛΟΝ ΠΡΟΠΟΝΗΤΗ Ο ΟΠΟΙΟΣ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΕΝΤΟΣ ΑΚΑΔΗΜΙΑΣ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	45	6

Στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι εκτός από τις γενικές προπονήσεις το παιδί σας χρειάζεται επιπλέον για την ατομική του βελτίωση;», 24 άτομα απάντησαν ότι πιστεύουν ότι το παιδί τους χρειάζεται επιπλέον προπονήσεις μια φορά την εβδομάδα, 13 άτομα απάντησαν ότι πιστεύουν ότι το παιδί τους χρειάζεται περισσότερες από μια επιπλέον ατομικές προπονήσεις την εβδομάδα, 12 άτομα απάντησαν ότι πιστεύουν ότι το παιδί τους δεν χρειάζεται ατομικές προπονήσεις ενώ 3 άτομα απάντησαν πως δεν έχουν γνώμη επί του θέματος. Η πλειονότητα των ερωτώμενων θεωρεί ότι το παιδί τους χρειάζεται επιπλέον προπονήσεις για βελτίωση της ατομικής του επίδοσης, γεγονός το οποίο μπορεί να προέρχεται μέσω της σύγκρισης που αναπόφευκτα προκύπτει ανάμεσα στα παιδιά.

Πίνακας 23: «Πιστεύετε ότι εκτός από τις γενικές προπονήσεις το παιδί σας χρειάζεται επιπλέον για την ατομική του βελτίωση;»,

	ΝΑΙ, ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	ΝΑΙ, ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	ΟΧΙ	ΔΕΝ ΕΧΩ ΓΝΩΜΗ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	24	13	12	3

Στην ερώτηση «Με ποια κριτήρια επιλέξατε την Ακαδημία μας;», 13 άτομα απάντησαν ότι η επιλογή τους έγινε βάσει συστάσεων, 13 άτομα απάντησαν ότι η επιλογή τους έγινε βάσει της ποιότητας των προπονητών, 12 άτομα απάντησαν ότι η επιλογή τους έγινε βάσει της προσωπικής τους επαφής με την Ακαδημία, 8 άτομα ανέφεραν τις προσφερόμενες υπηρεσίες της Ακαδημίας ως τον λόγο επιλογής τους, 3 άτομα ανέφεραν την εξυπηρέτηση ενώ 3 άτομα έθιξαν το θέμα της τοποθεσίας. Η επιλογή της Ακαδημίας Top_11 για λόγους οι οποίοι σχετίζονται με τις συστάσεις από στόμα σε στόμα, δείχνει το ότι η διαφήμιση από στόμα σε στόμα λειτουργεί και μάλιστα με τρόπο καταλυτικό για την εισδοχή νέων πελατών στους κόλπους της επιχείρησης. Το θέμα, επίσης, της ποιότητας των προπονητών, δείχνει ότι η διασφάλιση της υψηλής ποιότητας παροχής υπηρεσιών προκύπτει μέσα από την επιλογή του προσωπικού που αποτελούν καθρέπτη της.

Πίνακας 24: Κριτήρια επιλογής της Top_11 Football Academy

	ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΠΟΝΗΤΩΝ	ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ	ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ	ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	13	13	12	8	3	3

Στην ερώτηση «Τι θα αλλάζατε στην Ακαδημία», 30 άτομα απάντησαν πως δεν θα άλλαζαν τίποτα, 21 άτομα απάντησαν πως θα άλλαζαν τις εγκαταστάσεις της Ακαδημίας ενώ ένα άτομο δεν απάντησε τη συγκεκριμένη ερώτηση. Το σχετικό θέμα, αναφορικά με τις εγκαταστάσεις της Ακαδημίας, θίχτηκε και πιο πάνω.

Πίνακας 25: «Τι θα αλλάζατε στην Ακαδημία;»

	ΔΕΝ ΘΑ ΑΛΛΑΞΑ ΤΙΠΟΤΑ	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	ΚΑΜΙΑ ΑΠΑΝΤΗΣΗ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	30	21	1

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Επίλογος και Συζήτηση Συμπερασμάτων

Η πιο πάνω έρευνα επιχείρησε να καταδείξει κάποιες καινοτόμες ενέργειες οι οποίες εφαρμόστηκαν από την Top_11 Academy, μια ακαδημία ποδοσφαίρου στην Κύπρο αλλά και να συζητήσει και να καταδείξει κάποιες πτυχές της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε ένα μετα-κρυσιακό περιβάλλον. Λαμβάνοντας υπόψιν το μικρό μέγεθος της Κύπρου αλλά και τις δυσκολίες ανάκαμψης μετά το κούρεμα καταθέσεων του 2013, σημειώνεται ότι η λειτουργία και η βιωσιμότητα των πλείστων επιχειρήσεων καθίσταται αρκετά δύσκολη, αν δεν αποτελούν μέγιστη ανάγκη τα προϊόντα ή υπηρεσίες που προσφέρουν για τον καταναλωτή. Ως εκ τούτου, το κατά κεφαλήν εισόδημα και η γενικότερη οικονομική άνεση που έχει ένας γονιός θα επηρεάσει την επιλογή του αν θα στείλει το παιδί του σε μια ακαδημία ποδοσφαίρου, γεγονός που μπορεί να εξηγηθεί και από τη σχετική μελέτη των θεωριών του μικρο και μακρο περιβάλλοντος. Ούτως ώστε να ανταπεξέλθει αυτά τα εμπόδια, η Top_11 Academy, έχει σχεδιάσει ένα επιχειρηματικό πλάνο το οποίο επενδύει στην καινοτομία και συγκεκριμένα:

1. Στην Ακαδημία προσφέρεται η επιλογή οι μαθητές να κάνουν το καθημερινό τους διάβασμα εκεί άρα ο αθλητισμός συσχετίζεται άμεσα με την εκπαίδευση,
2. Η μη προσήλωση στο αποτέλεσμα του αγώνα διδάσκει βαθύτερες αξίες στα παιδιά κάτι το οποίο αποτελεί πρωτοπορία στις παιδαγωγικές μεθόδους,
3. Υπάρχουν ειδικές ομάδες για κορίτσια σε ένα κατά βάση «ανδροκεντρικό» άθλημα,
4. Ανάμεσα στους πελάτες και τη διοίκηση της Ακαδημίας έχει αναπτυχθεί ένα δίκτυο επικοινωνίας και συνεργασίας που διακλαδώνεται πέρα από τη συμβατική σχέση επιχείρησης και πελάτη καθώς προωθείται ένα πιο οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον,

5. Η χρήση νέων επαναστατικών τεχνολογιών τόσο στην εκπαίδευση των παιδιών αναφορικά με το ποδόσφαιρο, όσο και στην προώθηση της Ακαδημίας αλλά και την επικοινωνία με τους πελάτες/γονείς, είναι ένας από τους λόγους που η Top_11 επιβιώνει σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Επιπλέον, η διατριβή παρουσίασε τα βασικότερα στοιχεία του επιτυχημένου μάνατζμεντ (που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως «αθλητικό μάνατζμεντ/διαχείριση) σε μια ακαδημία ποδοσφαίρου, τα οποία αναφέρονται και συνοψίζονται στα εξής:

1. Σωστή στρατηγική και ισχυρή ηγεσία,
2. Ανάπτυξη και προώθηση της κατάλληλης ποδοσφαιρικής/αθλητικής φιλοσοφίας, στη βάση των οποίων αναπτύσσονται και προωθούνται προγράμματα προπονήσεων για διασφάλιση της απόδοσης των παιδιών και της ποιότητας των υπηρεσιών,
3. Κατάρτιση της όποιας αθλητικής ακαδημίας με το κατάλληλο προσωπικό (προπονητές, γυμναστές, διατροφολόγοι),
4. Συγκεκριμένα προγράμματα εκπαίδευσης του προσωπικού για εναρμόνιση τους με τις ανάγκες των πελατών,
5. Καθορισμένα προγράμματα προπονήσεων σύμφωνα με τις ανάγκες και την ηλικία των παιδιών,
6. Σύγχρονες εγκαταστάσεις (γήπεδα, αποδυτήρια, ιατρεία).

Οι περιορισμοί της παρούσας διατριβής παρουσιάζονται στην πολύ συγκεκριμένη εστίαση της σε μια μόνο Ακαδημία Ποδοσφαίρου χωρίς να παρουσιάζονται στοιχεία από συναφείς Ακαδημίες στην Κύπρο ή στο εξωτερικό συγκεκριμένα για μια πιο εις βάθος μελέτη και σύγκριση τυχόν ευρημάτων. Επίσης, θα ήταν, ενδεχομένως, καλύτερο, το ερωτηματολόγιο να εστιάσει περισσότερο σε συγκεκριμένα θέματα που αφορούν την προώθηση περισσότερων στοιχείων που να σχετίζονται με τις επιρροές του μικρο και μακρο περιβάλλοντος (π.χ. ερωτήσεις που να αφορούν το συνολικό μηνιαίο budget της

οικογένειας για ψυχαγωγία, ποια είναι η ιεράρχηση των αναγκών τους και πόσο σημαντικό θεωρούν το «έξοδο» μιας Ακαδημίας Ποδοσφαίρου για το παιδί τους). Ωστόσο, στην παρούσα έρευνα έγινε μια προσπάθεια για σφαιρική μελέτη του ζητήματος, με τους σχετικούς, φυσικά, περιορισμούς που τίθενται στα πλαίσια συγγραφής της. Η μελέτη ενός θέματος δεν μπορεί να καταστεί δυνατή χωρίς να εξετάζονται και να αναζητούνται οι λόγοι πίσω από κάθε ενέργεια, και στη συγκεκριμένη περίπτωση, η καταναλωτική συμπεριφορά, οι επιδράσεις του μικρο-περιβάλλοντος, οι καινοτομίες για διαφοροποίηση και οι πρακτικές καλής αθλητικής διαχείρισης και προώθησης των σχετικών υπηρεσιών.

Σε μια εποχή που το ποδόσφαιρο έχει αποκτήσει πλέον ένα πολύ μεγάλο εμπορικό ρόλο σε μια καταναλωτική κοινωνία, διατηρεί τον κεντρικό του ρόλο ως ένα πολύ δημοφιλές λαϊκό άθλημα, θα ήταν ενδιαφέρον να εξεταστεί υπό το πρίσμα τόσο των κοινωνικών, όσο και των οικονομικών επιστημών. Ιδιαίτερα, η συγκεκριμένη διατριβή, εστίασε στο κομμάτι μιας συγκεκριμένης Ακαδημίας ποδοσφαίρου. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να ερευνήσουν περισσότερες σχετικές ακαδημίες, προσφέροντας υλικό για περισσότερη έρευνα και συζήτηση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΟΦΩΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Acemoglu, D., Laibson, D., & List, J., (2015). Μικροοικονομική. *Κριτική*.

Ακαδημία Ποδοσφαίρου Top_11 Football Academy, σελίδα στο Facebook.

<https://www.facebook.com/top11footballacademy/> Τελευταία πρόσβαση: 21

Απριλίου 2020

Ανδρέου Α., & Πασιαρδής Π., (2010). Αναδιανεμητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης. *Δοκίμια Οικονομικής Πολιτικής, Αρ. 08-10. Διαθέσιμο:*

<https://www.ucy.ac.cy/erc/documents/08-10.pdf>

Βαρουφάκης, Γ., Πατώκος, Τ., Τσερκέζης, Λ., & Κουτσοπέτρος, Χ. (2011). Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και την Ευρώπη το 2011. *Παρατηρητήριο Οικονομικών και Κοινωνικών Εξελίξεων, Μελέτες, 17.*

Begg, D., Dornbusch, R., Fischer, S., & Vernasca, G. (2015α). Εισαγωγή στην Οικονομική, ΤΟΜΟΣ Α. *Κριτική*.

Begg, D., Dornbusch, R., Fischer, S., & Vernasca, G. (2015β). Εισαγωγή στην Οικονομική, ΤΟΜΟΣ Β. *Κριτική*.

Γεραμπίνης, Π. (2016). Παιδικό ποδόσφαιρο: Τι πρέπει να προσέχουμε.

Διαθέσιμο ηλεκτρονικά στο: <https://doepap.gr/pediko-podosfero-ti-prepi-na-prosechoume-grafi-o-p-gerampinis-kfa/> Τελευταία πρόσβαση: 21 Απριλίου 2020

Η ΚΟΠ συμμετέχει σε σεμινάριο της UEFA για το ποδόσφαιρο στα Σχολεία.

Διαθέσιμο ηλεκτρονικά στο:

<https://goal.philenews.com/podosfero/kypros/akadimies/i-kop-symmetechei-se-seminario-tis-uefa-gia-to-podosfairo-sta-scholeia/> Τελευταία πρόσβαση: 21

Απριλίου 2020

Η κρίση άλλαξε τις συνήθειες των Κύπριων καταναλωτών. Διαθέσιμο ηλεκτρονικά στο: <https://omegalive.com.cy/h-krish-allakse-tis-synhtheies-twn-kypriwn-katanalwtwn.html> Τελευταία πρόσβαση: 12 Απριλίου 2020

Καραγιάννης, Η., & Μπακούρος, Λ. Ι. (2010). Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα, Θεωρία–Πράξη. *Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σοφία.*

Μεγάλη επιτυχία στην εκδήλωση της «Top 11» με... υψηλές παρουσίες (videos – pics). Διαθέσιμο ηλεκτρονικά: <http://larnakaonline.com.cy/2019/08/20/top-11-mia-apo-tis-koryfaies-akadimies-podosfairou-sti-kypro-vrisketai-stin-aradippou/>.

Τελευταία πρόσβαση: 20 Απριλίου 2020

Κυπριακή Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου. <https://cfa.com.cy/Gr/news/35499>

Τελευταία πρόσβαση: 20 Απριλίου 2020

Mankwi, G., & Taylor, M. (2011). Αρχές Οικονομικής Θεωρίας με αναφορά στις ευρωπαϊκές οικονομίες. *GUTENBERG.*

Μπαλασάς, Γ., Πρώιος, Μ., Δογάνης, Γ., & Μπαλασάς, Δ. (2006). Ηθική Ανάπτυξη και Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό τόμος 4 (2), 225 – 236.*

Στατιστική Υπηρεσία Κύπρου.

https://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/index_gr/index_gr?OpenDocument. Τελευταία πρόσβαση: 9 Μαρτίου 2020

Σύνδεσμος Κυπρίων Καταναλωτών. https://www.cyprusconsumers.org.cy/wp-content/uploads/issue_145.pdf Τελευταία πρόσβαση: 20 Απριλίου 2020

TOP -11: Μια από τις κορυφαίες ακαδημίες ποδοσφαίρου στη Κύπρο, βρίσκεται στην Αραδίππου. Διαθέσιμο ηλεκτρονικά:

<http://larnakaonline.com.cy/2019/08/20/top-11-mia-apo-tis-koryfaies-akadimies-podosfairou-sti-kypro-vrisketai-stin-aradippou/>. Τελευταία πρόσβαση: 21

Απριλίου 2020

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Baker, M. J. (Ed.). (2001). *Marketing: critical perspectives on business and management* (Vol. 3). Taylor & Francis.
- Bardhan, P., & Udry, C. (1999). *Development microeconomics*. OUP Oxford.
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The qualitative report*, 13(4), 544-559.
- Bowles, S. (2009). *Microeconomics: behavior, institutions, and evolution*. Princeton University Press.
- Bryant, J. E. (1993). Sport management and the interdependence with sport sociology: Sport as a social product. *Journal of Sport Management*, 7(3), 194-198.
- Chelladurai, P., & Arnott, M. (1985). Decision styles in coaching: Preferences of basketball players. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 56(1), 15-24.
- Chelladurai, P. (2013). A personal journey in theorizing in sport management. *Sport Management Review*, 16(1), 22-28.
- European Innovation Scoreboard
https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/innovation/scoreboards_en -Τελευταία πρόσβαση 22 Μαρτίου 2020).
- Feagin, J. R., Orum, A. M., & Sjoberg, G. (Eds.). (1991). *A case for the case study*. UNC Press Books.
- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118-126.

- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative inquiry*, 12(2), 219-245.
- Frank, R. H. (2008). *Microeconomics and behavior*. Boston: McGraw-Hill Irwin,.
- Georgiou, G. C. (2013). Cyprus's Financial Crisis and the Threat to the Euro. *Mediterranean Quarterly*, 24(3), 56-73.
- Gerring, J. (2006). *Case study research: Principles and practices*. Cambridge university press.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.
- Haugaasen, M., Toering, T., & Jordet, G. (2014). From childhood to senior professional football: A multi-level approach to elite youth football players' engagement in football-specific activities. *Psychology of sport and exercise*, 15(4), 336-344.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. Boston: McGraw-Hill Irwin,.
- Howard, J. A. (1977). *Consumer behavior: Application of theory* (Vol. 325). New York: McGraw-Hill.
- Katsourides, Y. (2016a). Negative images of Europe in an era of crisis: The media and public opinion in Cyprus. *Journal of Contemporary European Studies*, 24(1), 61-85.
- Katsourides, Y. (2016b). Delegitimization accelerated: Democracy, accountability and the Troika experience in Cyprus. *Portuguese Journal of Social Science*, 15(2), 195-216.

- Lyle, J. (2002). *Sports coaching concepts: A framework for coaches' behaviour*. Psychology Press.
- Mills, A., Butt, J., Maynard, I., & Harwood, C. (2012). Identifying factors perceived to influence the development of elite youth football academy players. *Journal of sports sciences*, 30(15), 1593-1604.
- Mullin, B. J. (1980). Sport management: The nature and utility of the concept. *Arena review*, 4(3), 1-11.
- Nelson, P. (1970). Information and consumer behavior. *Journal of political economy*, 78(2), 311-329.
- Salaün, Yvette, and Karine Flores. "Information quality:: meeting the needs of the consumer." *International journal of information management* 21, no. 1 (2001): 21-37.
- Salvatore, D. (2008). *Microeconomics: theory and applications*. OUP Catalogue.
- Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 58-69.
- Smith, A. C., & Westerbeek, H. M. (2007). Sport as a vehicle for deploying corporate social responsibility. *Journal of corporate citizenship*, (25), 43-54.
- Yi, Y. (1990). A critical review of consumer satisfaction. *Review of marketing*, 4(1), 68-123.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2003). Customer perceptions of service. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών Διοίκησης, Τεχνολογία και Ποιότητα

Αγαπητοί/-ές,

Στο πλαίσιο της εκπόνησης της Μεταπτυχιακής μου Διατριβής στη Διοίκηση, Τεχνολογία και Ποιότητα με θέμα:

"Παρουσίαση Ακαδημίας ποδοσφαίρου: Καινοτόμες ενέργειες, ανάλυση δεδομένων μικρο και μακρο περιβάλλοντος", δημιούργησα το παρακάτω ερωτηματολόγιο, με σκοπό να συλλέξω πληροφορίες που θα απαντήσουν σε ερωτήματα που αφορούν: α. Την ικανοποίηση των πελατών από την ποιότητα των υπηρεσιών της Ακαδημίας, β. Τα κριτήρια επιλογής της Ακαδημίας, γ. Την ικανοποίηση από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας, δ. Την ικανοποίηση από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών της Ακαδημίας.

Σας παρακαλώ, λοιπόν, όπως διαθέσετε 5 λεπτά από τον χρόνο σας για τη συμπλήρωση του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου, το οποίο είναι ανώνυμο. Οι απαντήσεις σας είναι, απολύτως εμπιστευτικές και οι πληροφορίες που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν, αποκλειστικά, για τον σκοπό της παρούσας έρευνας.

Σας ευχαριστώ, εκ των προτέρων, για την πολύτιμη βοήθειά σας και το χρόνο που διαθέσατε για τη συμπλήρωσή του.

Στη διάθεσή σας για οποιαδήποτε διευκρίνιση ή συμπληρωματική πληροφορία.

Κυριάκος Παύλου

email: koullispavlou@hotmail.com

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

A. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. ΦΥΛΟ

ΓΥΝΑΙΚΑ

ΑΝΤΡΑΣ

2. Ηλικία

3. Επίπεδο εκπαίδευσης

Δημοτικό

Γυμνάσιο/ Λύκειο

Απόφοιτος μεταλυκειακής εκπαίδευσης (π.χ. Τεχνική Σχολή)

Πανεπιστήμιο

Μεταπτυχιακό

4. Οικογενειακή κατάσταση

Παντρεμένος/η Διαζευγμένος/η Ανύπαντρος/η Χήρος/α

5. Πόσα παιδιά και εξαρτώμενα άτομα έχετε υπό τη φροντίδα σας;

6. Ο/η σύζυγος/σύντροφός σας εργάζεται;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

7. Μηνιαίο εισόδημα σε ευρώ

500-1.000

1.001-1.500

1.501-2.000

Άνω των 2000

B. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

8. Πόσα παιδιά έχετε στην ακαδημία;

1. 2. 3. 4+.

9. Πόσων χρονών είναι τα παιδιά σας που βρίσκονται στην Ακαδημία;

10. Ποιο είναι το φύλο των παιδιών σας που βρίσκονται στην Ακαδημία;

11. «Είμαι ικανοποιημένος/η από την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ακαδημία»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

12. «Είμαι ικανοποιημένος/η από την απόδοση τιμής/ποιότητας των υπηρεσιών της Ακαδημίας»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

13. «Είμαι ικανοποιημένος/η από την τιμή των υπηρεσιών της Ακαδημίας»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

14. «Είμαι ικανοποιημένος/η από τις εγκαταστάσεις των γηπέδων της Ακαδημίας»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

15. «Είμαι ικανοποιημένος/η από τη συμπεριφορά του προσωπικού της Ακαδημίας»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

16. «Είμαι ικανοποιημένος/η από την πρόοδο (επίδοση) του παιδιού μου που γίνεται στην Ακαδημία»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

17. «Θεωρώ ότι η πρόοδος του παιδιού μου φαίνεται από τα αποτελέσματα των αγώνων»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

18. «Το παιδί μου είναι χαρούμενο πριν και μετά την προπόνηση»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

19. «Το πρόγραμμα «Εκπαίδευση και Αθλητισμός» (μεσημεριανό γεύμα, καθημερινό διάβασμα και προπόνηση) που προσφέρει η Ακαδημία είναι αναγκαίο για εμένα»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

20. «Το αναπτυξιακό πρόγραμμα της Κ.Ο.Π (Grassroots) βοηθά στη σωστή διαπαιδαγώγηση του παιδικού μου»

Συμφωνώ απόλυτα

Συμφωνώ

Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ

Διαφωνώ

Διαφωνώ απόλυτα

Δεν γνωρίζω/Δεν απαντώ

21. Ποιος ο ρόλος του προπονητή για το παιδί σας;

Μόνο ως εκπαιδευτής στο άθλημα

Μόνο ως διαπαιδαγωγός

Και για τα δύο

22. Θα προτιμούσατε να είχατε άλλον προπονητή/εκπαιδευτή για το παιδί σας εντός της ακαδημίας ;

Όχι , τον ίδιο

Άλλον εντός Ακαδημίας

Άλλον εκτός Ακαδημίας

Δεν έχω γνώμη

23.Πιστεύετε ότι εκτός από τις γενικές προπονήσεις χρειάζονται επιπλέον προπονήσεις για την ατομική βελτίωση του παιδιού σας;

Ναι, περισσότερες από μια φορά την εβδομάδα

Μια φορά την εβδομάδα

Όχι

Δεν έχω γνώμη

24. Με τι κριτήρια επιλέξατε την ακαδημία μας; (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

Τιμή

Προϊόντα/Υπηρεσίες

Εξυπηρέτηση

Προσωπική επαφή

Συστάσεις

Τοποθεσία

Δεν έχω γνώμη

25.Αν θα αλλάζατε κάτι στην Ακαδημία τι θα ήταν αυτό? (Μπορείτε να σημειώσετε περισσότερες από μια απαντήσεις)

Μείωση τιμής

Εγκαταστάσεις

Προσωπικό

Άλλο (σημειώστε).....

Κανένα από τα πιο πάνω