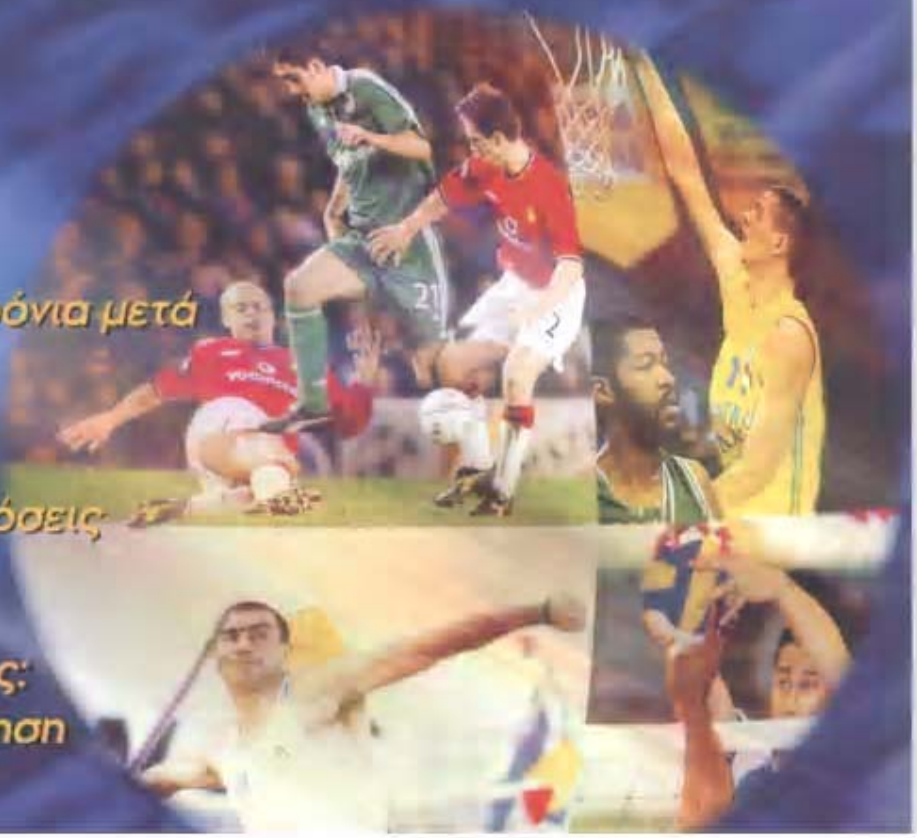
Οικονομία & Αθλητισμός

Δημηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση Αθλητικής Οικονομίας, Διοίκησης και Μάρκετινγκ
Τόμος 1ος, Τεύχος 1ο, Μάρτιος-Απρίλιος 2001
Τιμή: 1500 δρχ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΜΕ ΤΟΝ ΥΠΟΥΡΓΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
Κ. ΕΥΑΓΓΕΛΟ ΒΕΝΙΖΕΛΟ



Υπόθεση Bosman: πέντε χρόνια μετά
του I. Kipker

Ολυμπιακοί Χορηγοί
και Χρηματιστηριακές Επιδόσεις
της Ε. Κασιμάτη

Επαγγελματικός Αθλητισμός:
Ιεραρχικές Δομές και Διοίκηση
του Δ. Νικολαΐδη

Στον κατάλληλο χρόνο

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

- ΜΕΛΕΤΗ - ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ - ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
- ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ (ΚΟΠΤΙΚΑ, ΑΝΑΓΛΥΦΑ, ΓΚΟΦΡΕ, ΑΣΗΜΟΤΥΠΙΕΣ, ΧΡΥΣΟΤΥΠΙΕΣ, ΕΤΙΚΕΤΕΣ, ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΕΣ, ΚΑΡΤΟΛΙΝΕΣ)
- ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΕΣ
- ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
- ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ OFFSET

ΚΑΜΠΥΛΗ

ADVERTISING

ΑΝΤΙΓΟΝΗΣ 60, ΚΟΛΩΝΟΣ

ΤΗΛ.: 5156820, FAX: 5156811

E-MAIL:kambili@otenet.gr

Οικονομία & Αθλητισμός

Υπό την Αιγίδα του Πανελλήνιου Συνδέσμου
Αθλητικών Οικονομολόγων & Στελεχών ΦΤΕΑΔΟΣ
Τόμος 1ος - Τεύχος 1ο
Μάρτιος - Απρίλιος 2001

Ιδιοκτησία:
- Αθηναϊκό Ινστιτούτο Εκπαίδευσης και Έρευνας
- Καμπύλη Advertising

Εκδότες:
Γρηγόρης Παπανίκος
Γιώργος Σκπινιώτης

Διευθυντής Έκδοσης και Υπεύθυνος Ύλης:
Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος

Καλλιτεχνική Επιμέλεια:
Δημήτρης Καμπνάς

D.T.P. - Εκτύπωση:
ΚΑΜΠΥΛΗ Advertising Α.Ε.

Συντακτική και Επιστημονική Επιτροπή:

Δρ. Γιώργος Αυλωνίτης
Καθηγητής Μάρκετινγκ Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθήνας
Δρ. Ανδρέας Γιαννάκης
Καθηγητής Πανεπιστήμιο Κονέκτικατ - ΗΠΑ
Δρ. Νίκος Καρταλιούλης
Διευθυντής Κυπριακής Ολυμπιακής Επιτροπής
Αθανάσιος Ηπάλιος
π. Γενικός Διευθυντής, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
Δρ. Δημήτριος Νικολαΐδης
Εμπορικός Διευθυντής ΠΑΕ ΑΡΗΣ
Δρ. Βασίλειος Πατσουράτης
Καθηγητής Οικονομικών, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθήνας

Επιμέλεια Δοκιμίων:
Στεφανία-Μαρίνα Γιαννακάκη

Επιτροπή Επιστημονικών Κριτών:
Τα επιστημονικά άρθρα δημοσιεύονται στο Ο & Α. κατόπιν κρίσης, από δύο τουλάκιστον κριτές. Η επιστημονική επιτροπή κριτών του περιοδικού αποτελείται από καθηγητές και ερευνητές της Ελλάδος και του εξωτερικού. Την τελική ευθύνη δημοσίευσης των άρθρων έχει ο διευθυντής του περιοδικού.

Υποβολή Επιστημονικών Άρθρων:
Τα άρθρα προς δημοσίευση θα πρέπει να υποβάλλονται σε δύο αντίτυπα και σε δισκέτα στον **Δρ. Γρηγόρη Θ. Παπανίκα**
Πρόεδρο & Γενικό Διευθυντή
του Αθηναϊκού Ινστιτούτου Εκπαίδευσης και Έρευνας,
Σολωμού 12, 10683 Αθήνα (Τηλ.: 3834227, Φαξ 3847734
email: athner@x-treme.gr)

Συνδρομές:
Το Οικονομία και Αθλητισμός κυκλοφορεί 6 φορές το χρόνο. Η ετήσια συνδρομή για βιβλιοθήκες, οργανισμούς και ιδρύματα είναι 20 χιλιάδες δραχμές, για άτομα είναι 10 χιλιάδες δραχμές και για φοιτητές 6 χιλιάδες δραχμές.

Διαφημίσεις:
Πλήρης τιμοκατάλογος των καταχωρήσεων στο περιοδικό

ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΙΚΕΣ ΚΟΝΤΡΕΣ

Η αδυναμία οργάνωσης του ποδοσφαίρου σε επαγγελματικές βάσεις έχει πολύ βαθύτερες αιτίες. Όσο και αν φαίνεται παράξενο, η αντίδραση όλων όσων εμπλέκονται στην προσφορά και τη ζήτηση του ποδοσφαιρικού θεάματος είναι λογική - ορθολογική, όπως θα έλεγε ένας οικονομολόγος.

Οι αιτίες αυτές δεν αφορούν μόνο το ποδόσφαιρο. Διαπερνούν όλους τους τομείς της ελληνικής οικο-

Το πιο καυτό ζήτημα του ελληνικού αθλητισμού, το οποίο απασχολεί τους τελευταίους μήνες την ελληνική αθλητική κοινωνία, αποτελεί η διαμάχη που έχει ξεσπάσει μεταξύ του Υφυπουργού Πολιτισμού (αρμόδιου για θέματα αθλητισμού) κ. Γιώργου Φλωρίδη με τον Πρόεδρο της Ένωσης Ποδοσφαιρικών Ανωνύμων Εταιρειών, κ. Βίκτωρα Μητρόπουλο. Πέρα από τις όποιες, υπαρκτές ή ανύπαρκτες προσωπικές κόντρες, έχουν τεθεί σημαντικά ζητήματα επί τάπητος που, αν η αφορμή είναι η κόντρα, οι αιτίες τους αιωρούν θέματα ζώνης σημα-

Το αστείο του ζητήματος είναι ότι μία-μία οι Π.Α.Ε. καταθέτουν προτάσεις προς τον Υπουργό για την καλύτερη οργάνωση του ποδοσφαίρου, που, από μόνο του, δείχνει την κρίση στην οποία διέρχεται ο χώρος. Οι εταιρείες, που προσφέρουν το προϊόν-θέαμα "ποδόσφαιρο", όχι μόνο δεν έχουν μία κοινή άποψη, αλλά δεν έχουν φθάσει σε εκείνο το επίπεδο επαγγελματισμού, που θα τους επέτρεπε να συμφωνήσουν έστω και κατά πλειοψηφία, για το τί θέλουν από την πολιτεία και κυρίως πώς θα μπορούσαν να το απαιτήσουν. Ίσως, η περίοδος αυτή του ελληνικού ποδοσφαίρου να διδάσκεται στους φοιτητές του μέλλοντος ως ένα κλασικό παράδειγμα κακής διαχείρισης μιας κρίσης επικοινωνίας.

Ποια είναι όμως αυτά τα ζητήματα που θα πρέπει να απασχολούν όσους ασχολούνται με το ποδόσφαιρο; Το πιο σημαντικό είναι η ανυπαρξία προσφοράς ενός ελκυστικού προϊόντος, που θα στηρίζεται στην αβεβαιότητα του αποτελέσματος κάθε αγώνα, αλλά και του τελικού νικητή. Αυτό αφορά όλους, διότι με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η μεγιστοποίηση των οικονομικών ωφελειών. Ταυτόχρονα, όμως, επιτυγχάνονται και δύο άλλοι πολύ σημαντικοί στόχοι που οι αδαείς πιστεύουν ότι έρχονται σε σύγκρουση με την εμπορευματοποίηση του ποδοσφαίρου: πρώτον, η προσφορά ωραίου θεάματος και δεύτερον, η μεγαλύτερη πιθανότητα μικρών ομάδων να κατακτούν, όχι μόνο νίκες, αλλά και πρωταθλήματα.

Ο λόγος που δεν συμβαίνει αυτό στην Ελλάδα είναι διότι το ποδόσφαιρο δεν είναι οργανωμένο σε καθαρά επαγγελματικές βάσεις. Δηλαδή, δεν έχει εμπορευματοποιηθεί σε σημείο που οι αγωνιστικές επιδόσεις να συμβαδίζουν με τις οικονομικές επιδόσεις όλων όσων εμπλέκονται. Τα αποτελέσματα που επιτυγχάνει η εμπορευματοποίηση των αθλητικών δραστηριοτήτων, όσο και αν φαίνεται περίεργο, ικανοποιούν πλήρως τις ανάγκες και του πιο απαιτητικού αγνού φιλάθλου. Δεν έχει παρά να κοιτάξει κανείς τι γίνεται στην απέναντι όχθη του Ατλαντικού Ωκεανού, όπου η ομορφιά του αθλητικού θεάματος συνδυάζεται με την εναλλαγή των ομάδων στην κατάκτηση πρωταθλημάτων σε όλα τα επαγγελματικά αθλήματα.

Η αδυναμία οργάνωσης του ποδοσφαίρου σε επαγγελματικές βάσεις έχει πολύ βαθύτερες αιτίες. Όσο και αν φαίνεται παράξενο, η αντίδραση όλων όσων εμπλέκονται στην προσφορά και τη ζήτηση του ποδοσφαιρικού θεάματος είναι λογική - ορθολογική, όπως θα έλεγε ένας οικονομολόγος. Οι αιτίες αυτές δεν αφορούν μόνο το ποδόσφαιρο. Διαπερνούν όλους τους τομείς της ελληνικής οικονομικής δραστηριότητας. Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας στηρίζεται στην άμεση ανάμειξη του κράτους. Καπιταλισμός ναι, αλλά κρατοδίαιτος καπιταλισμός. Κάτι ανάλογο συμβαίνει και στο ποδόσφαιρο. Το ποδόσφαιρο είναι το πιο επικερδές επαγγελματικό άθλημα στην Ελλάδα. Έχει τη μεγαλύτερη ζήτηση και μην παραπλανάται κανείς από την πτώση του αριθμού των φιλάθλων που πηγαίνουν στο γήπεδο. Αυτό είναι ένα θέμα που απαιτεί βαθύτερη ανάλυση, κάτι που θα γίνει και θα παρουσιασθεί μέσα από τις σελίδες αυτού του περιοδικού, κι από μόνο του, επιφέρει, πολύ σωστά, την ανάμειξη πολλών.

Ένας πρωτοετής φοιτητής οικονομικών μαθαίνει πολύ καλά ότι, όταν ένας κλάδος έχει (οικονομικό) κέρδη, τότε αυξάνεται και ο αριθμός των επιχειρήσεων, άρα και των παραγόντων που θέλουν να εισέλθουν σε αυτή την αγορά. Με δεδομένο, όμως, την κρατοδίαιτη φύση της ελληνικής οικονομίας, δεν είναι καθόλου παράλογο που έχουμε αυτές τις ποδοσφαιρικές κόντρες. Η ουσία του ζητήματος είναι η αδυναμία συμφωνίας στο μοίρασμα των υπαρχόντων και κυρίως των δυνητικών εσόδων που μπορεί να προσφέρει το ποδόσφαιρο. Το μοίρασμα αυτό δημιουργεί δύο επίπεδα συγκρούσεων. Στο πρώτο επίπεδο, υπάρχει η σύγκρουση μεταξύ πολιτείας και όλων των Π.Α.Ε. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, υπάρχει η σύγκρουση μεταξύ των ίδιων των Π.Α.Ε. στο μοίρασμα των χρημάτων που τους αναλογεί στο σύνολο. Παράδειγμα σύγκρουσης στο πρώτο επίπεδο είναι τα χρήματα του στοιχήματος, ενώ στο δεύτερο επίπεδο είναι το μοίρασμα των χρημάτων του συνδρομητικού καναλιού.

Τα δύο αυτά ζητήματα δεν είναι ούτε πολιτικά ούτε νομικά παρ' όλο που απαιτούν πολιτική και νομική διευθέτηση. Τα ζητήματα αυτά θα πρέπει να λυθούν κατόπιν επιστημονικής μελέτης, όχι απαραίτητα από τους άμεσα εμπλεκόμενους αλλά με τη σύμφωνη γνώμη τους όσον αφορά στην αναγκαιότητά της. Στόχος της μελέτης θα πρέπει να είναι η ανάλυση των παραγόντων που θα επιτρέψουν στο ελληνικό ποδόσφαιρο να είναι οικονομικά βιώσιμο και σε μία δεύτερη φάση να μεγιστοποιεί τα οικονομικά οφέλη, που αναμφισβήτητα έχει τη δυνατότητα αυτό το άθλημα να πετύχει. Αν γίνει αυτό, τότε ο αγνός έλληνας φίλαθλος θα χαίρεται να παίρνει την οικογένεια του και να πηγαίνει να βλέπει την αγαπημένη του ποδοσφαιρική ομάδα στο γήπεδο.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ

"Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 δεν είναι μία υπόθεση της Αθήνας, ή έστω της Αττικής. Είναι μία υπόθεση όλης της Ελλάδας, όλων των πόλεων και των περιφερειών της χώρας. Και αυτό αποτυπώνεται τόσο στο πρόγραμμα "Ελλάδα -2004", όσο και στη δομή και το πρόγραμμα της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας.

Η Πολιτιστική Ολυμπιάδα άλλωστε κατέχει προέχουσα θέση μέσα στο πρόγραμμα "Ελλάδα 2004", που αφορά γενικότερα τις υποδομές και τους θεσμούς της Περιφέρειας, μέσα στην προοπτική του 2004."

Ποιες είναι οι πιο σημαντικές θεσμικές αλλαγές που προβλέπονται στην αναθεώρηση του Συντάγματος και πως αυτές αναμένεται να αλλάξουν την καθημερινή ζωή του Έλληνα πολίτη;

Η συνταγματική αναθεώρηση συνεπάγεται μία σειρά σημαντικών αλλαγών στον τομέα των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων, οι οποίες είναι εν πολλοίς άγνωστες στην ευρεία κοινή γνώμη. Η αναθεώρηση άλλωστε είναι αδικημένη επικοινωνιακά, καθώς πολλές μεγάλες μεταβολές προκύπτουν μετά από ευρύτατη συναίνεση και δεν έχουν αυτό που λέμε "επικοινωνιακό ενδιαφέρον".

Πιστεύω πάντως ότι η μεγαλύτερη μεταβολή που φέρνει η συνταγματική Αναθεώρηση είναι η ακόμα πληρέστερη θωράκιση του κοινωνικού κράτους και του κράτους δικαίου. Το ότι εισάγεται η αρχή της υποχρέωσης του κράτους να διασφαλίζει την αποτελεσματική άσκηση των ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων και η αρχή της ισχύος των ατομικών δικαιωμάτων στις ιδιωτικές σχέσεις, είναι ένα παράδειγμα των καινοτομιών που εισάγονται, οι συνέπειες των οποίων διατρέχουν όλη την συνταγματική ύλη.

Είναι διάχυτη η εντύπωση ότι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 θα ωφελήσουν οικονομικά μόνο την Αθήνα. Υπάρχουν κατά τη γνώμη σας δυνατότητες αξιοποίησης των Αγώνων προς όφελος και των άλλων περιοχών της Ελλάδας;

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 δεν είναι μία υπόθεση της Αθήνας, ή έστω της Αττικής. Είναι μία υπόθεση όλης της Ελλάδας, όλων των πόλεων και των περιφερειών της χώρας. Και αυτό αποτυπώνεται τόσο στο πρόγραμμα "Ελλάδα -2004", όσο και στη δομή και το πρόγραμμα της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας.

Η Πολιτιστική Ολυμπιάδα άλλωστε κατέχει προέχουσα θέση μέσα στο πρόγραμμα "Ελλάδα 2004", που αφορά γενικότερα τις υποδομές και τους θεσμούς της Περιφέρειας, μέσα στην προοπτική του 2004.

Επιπλέον, η Πολιτιστική Ολυμπιάδα επιτρέπει σε όλες τις περιοχές της Ελλάδας να διεκδικήσουν και να παίξουν ένα ουσιαστικό ρόλο. Η ίδια αντίληψη διατρέχει γενικότερα και την μεγάλη αναπτυξιακή προσπάθεια που γίνεται μέσω του Γ΄ΚΠΣ, του οποίου οι πόροι διατίθενται κυρίως στην περιφέρεια.

Γίνεται πολύς λόγος για την Πολιτιστική Ολυμπιάδα. Ποια είναι η στρατηγική προώθησης των δραστηριοτήτων της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας; Προβλέπονται τέτοιες δραστηριότητες το εξωτερικό;

Το πρόγραμμα της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας κινείται σε δύο επίπεδα. Το ένα επίπεδο συγκροτείται από τα μεγάλα συμβολικά γεγονότα, τα οποία επιδιώκουμε να έχουν διεθνή χαρακτήρα και παγκόσμια επικοινωνιακή προβολή, ώστε να μεταδώσουν το μήνυμα της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας σε όλον τον κόσμο. Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται η πραγματοποίηση μίας μεγάλης συμβολικής εκδήλωσης σε κάθε ήπειρο, σε κάθε χώρα, ώστε να μεταδοθεί αυτό το μήνυμα . Το δεύτερο επίπεδο είναι εκείνο της Ελλάδας ως "Επικράτειας Πολιτισμού", που ουσιαστικά συγκροτεί την εθνική συμμετοχή στην Πολιτιστική Ολυμπιάδα.

Στόχος μας είναι η περίοδος 2001- 2004 να χαρακτηριστεί από λίγα, πολύ σημαντικά όμως κυλιόμενα πολιτιστικά γεγονότα, τα οποία φιλοδοξούν να μετατραπούν σε θεσμούς που θα καλύπτουν όλο το πεδίο του πολιτισμού. Επιδίωξή μας επίσης είναι τα γεγονότα αυτά να έχουν έναν οικουμενικό χαρακτήρα, χωρίς να παραγνωρίζουμε βέβαια το γεγονός ότι τίποτε δεν μπορεί να είναι παγκόσμιο, αν δεν έχει μία εθνική συθεντικότητα.

Όλα αυτά βέβαια πρέπει να τα μετατρέψουμε σε μεγάλα τηλεοπτικά και επικοινωνιακά γεγονότα, μέσα και από τη λειτουργία του Διαδικτύου.

Θέλουμε οι διεθνείς διαδρομές της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας να είναι και ψηφιακές και πραγματικές. Ψηφιακές μέσα από τη λειτουργία του Διαδικτύου, όπως είναι η σκυταλοδρομία του πολιτισμού και της ειρήνης, πραγματικές μέσα από μία σκυταλοδρομία εκδηλώσεων στα μεγάλα μέτωπα όπου δοκιμάζεται η ειρήνη, όπως το Κόσοβο, η Ιρλανδία, η Ιερουσαλήμ κλπ. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσονται και άλλες δραστηριότητες όπως π.χ. ο εμβολιασμός παιδιών σε χώρες του Τρίτου Κόσμου. Μία ακόμα ειδική διαδρομή της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας είναι και το "Πολιτιστικό Δίκτυο των Αποδήμων Ελλήνων", που συγκροτείται σε συνεργασία με το ΣΑΕ, σε ψηφιακό και πραγματικό επίπεδο.

Υπάρχουν βέβαια κάποιες εκδηλώσεις, οι οποίες θα διοργανωθούν είτε διαδοχικά είτε ταυτόχρονα, σε ένα ή περισσότερα μέρη του κόσμου, όπως πχ. η έκθεση "Οι Χιλιετίες του Πολιτισμού", που επιδιώκουμε να διοργανωθεί στις ΗΠΑ, την Κίνα, την Αίγυπτο και την Αυστραλία. Και βέβαια, δεν μιλάμε για μεμονωμένες εκδηλώσεις, αλλά για σύνθετα πολιτιστικά γεγονότα, τα οποία θα πλαισιώνονται από σχετικά συμπόσια, διαλέξεις και εκδόσεις. Υπάρχουν επίσης διεθνείς εκδηλώσεις και συνέδρια και επιμέρους διοργανώσεις όπως η Διεθνής Μαθηματική Ολυμπιάδα, το Έτος Σωκράτη, η Παγκόσμια Ημέρα Ποίησης, η Όπερα της Γης του Μίκη Θεοδωράκη, -η οποία θα πραγματοποιηθεί με την συμμετοχή 200 καλλιτεχνών από όλο τον κόσμο- και πολλά άλλα μείζονα πολιτιστικά γεγονότα. Ας μην ξεχνάμε άλλωστε ότι η παρουσία της Ελλάδας,

ως τιμώμενης χώρας στην Διεθνή Έκθεση Βιβλίου της Φραγκφούρτης τον Οκτώβριο του 2001 εντάσσεται ακριβώς σε αυτόν τον καμβά.

Και δύο λόγια για το ποδόσφαιρο. Πιστεύετε ότι η επικοινωνιακή στρατηγική που ακολούθησε το υπουργείο (η κυβέρνηση), ήταν η πλέον κατάλληλη για τη λύση των πολύ σημαντικών προβλημάτων στο χώρο του ποδοσφαίρου; (Σημείωση: Είναι φανερό ότι από το Σεπτέμβριο υπάρχει μία κρίση επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων του ποδοσφαίρου και της υπεύθυνης πολιτικής ηγεσίας).

Είναι φυσικό όσα συμβαίνουν στο χώρο του ποδοσφαίρου και γενικότερα στο χώρο του αθλητισμού να συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης και των φιλάθλων. Και είναι επίσης φυσικό κάθε καινούργια προσπάθεια που αποσκοπεί στην εγκαθίδρυση ενός σύγχρονου και λειτουργικού θεσμικού πλαισίου στο χώρο αυτό να προκαλεί αντιδράσεις, καθώς υπάρχουν συμφέροντα που θίγονται και χρόνιες πρακτικές που αναθεωρούνται.
Η κυβέρνηση αντιμετωπίζει με ιδιαίτερη προσοχή τα ζητήματα που συνδέονται με τον χώρο του ποδοσφαίρου και πρώτη μας προτεραιότητα είναι η διασφάλιση της διαφάνειας.
Η προσέγγισή μας είναι πολιτική και άρα νομοθετική και κανονιστική. Με το νέο σχέδιο νόμου που ετοιμάζουμε επιδιώκεται η ρύθμιση πέντε μεγάλων ζητημάτων του αθλητικού χώρου. Πρώτον, η διαφάνεια στα οικονομικά όλων των φορέων που δραστηριοποιούνται στον αθλητικό χώρο, δεύτερον η λειτουργία της αθλητικής δικαιοσύνης, τρίτον το πεδίο της διαιτησίας, τέταρτον το φαινόμενο της βίας στα γήπεδα, και ασφαλώς το ζήτημα του ντόπινγκ, όπου θα πρέπει να εφαρμοστούν με συνέπεια οι διεθνείς προδιαγραφές. Όλα αυτά, όπως αντιλαμβάνεσθε, συνεπάγονται συγκρούσεις, όχι με πρόσωπα, αλλά με καταστάσεις παγιωμένες εδώ και χρόνια. Αυτό είναι σαφές, όπως σαφές είναι ότι κανένας και τίποτε δεν μπορεί να παρεμποδίσει την αλλαγή αυτών των καταστάσεων

Τέλος, μία ερώτηση για τα χρέη των δύο ιστορικών ομάδων καλαθοσφαίρισης της Θεσσαλονίκης. Ποια είναι η άποψή σας για τα χρέη των δύο ιστορικών ΚΑΕ Άρη και ΠΑΟΚ;

Το πρόβλημα θα πρέπει να αντιμετωπιστεί συνολικά, στο πλαίσιο της νομοθετικής πρωτοβουλίας για την οποία μιλήσαμε προηγουμένως. Από κει και πέρα, θα πρέπει να θεσπιστούν ειδικές διαδικασίες εκκαθάρισης που θα προστατεύουν τις ομάδες ως συμβολικές ενώσεις φιλάθλων που καταθέτουν την ψυχή τους στην υπόθεση αυτή.

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

Wladimir Andreff

Ο Wladimir Andreff βρέθηκε πρόσφατα στην Αθήνα στο πλαίσιο Διεθνούς Συνεδρίου με θέμα τις Οικονομικές Επιπτώσεις του Αθλητισμού.

Ο κ. Andreff είναι καθηγητής οικονομικών στο Πανεπιστήμιο του Παρισιού και Αντιπρόεδρος της Διεθνούς Ένωσης Αθλητικών Οικονομολόγων. (International Association of Sports Economists, I.A.S.E.).

Ο & Α: Ποια είναι η αποστολή, οι σκοποί και τα μέλη της Διεθνούς Ένωσης Αθλητικών Οικονομολόγων;

Wladimir Andreff: Η Διεθνής Ένωση των Αθλητικών Οικονομολόγων (I.A.S.E.) δημιουργήθηκε στις 2 Ιουλίου 1999 στο Λιμόζ (Γαλλία) μετά από μία προεργασία στα Οικονομικά του Αθλητισμού, με τη συμμετοχή τριάντα ανθρώπων από περίπου δέκα χώρες. Τώρα ο κατάλογος μελών της I.A.S.E. περιέχει πάνω από εκατό ονόματα από περισσότερες από είκοσι χώρες. Εντούτοις, υπάρχουν πολύ λίγα μέλη στην I.A.S.E. από τις αναπτυσσόμενες και τις ανατολικοευρωπαϊκές χώρες. Η προέλευση των μελών επικεντρώνεται σε δύο περιοχές: Βόρεια Αμερική και Δυτική Ευρώπη. Κατά συνέπεια, είναι αρκετά λογικό γιατί τα μέλη της I.A.S.E. έχουν εκλέξει έναν Αμερικανό Πρόεδρο (Paul Staudohar) και έναν Γάλλο και έναν Βρετανό (Peter Sloane) ως αντιπρόεδρους.

Στην αρχή, η ιδέα της ίδρυσης της I.A.S.E. ήταν η δημιουργία ενός παγκοσμίου δικτύου σχετικών ερευνητών και επιστημόνων, για διάφορους σκοπούς και σε διάφορα ιδρύματα (ακαδημαϊκά ή όχι), σε κάποια ζητήματα των οικονομικών του αθλητισμού. Αν και η I.A.S.E. είναι ανοικτή σε οποιοδήποτε οικονομικό θέμα που είναι σχετικό με τον αθλητισμό, τέσσερις ερευνητικοί τομείς τονίστηκαν: τα γενικά οικονομικά του αθλητικού συστήματος, η αγορά εργασίας για τους επαγγελματίες παίκτες, η αθλητική χρηματοδότηση και ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης στον αθλητισμό. Με τον αυξανόμενο αριθμό ανθρώπων που προσχωρούν στην IASE, τα θέματα έχουν διαφοροποιηθεί σε έναν μεγάλο βαθμό.

Αλλά για ποιο λόγο θα πρέπει να αναπτύξουμε την I.A.S.E; Η απάντηση είναι: για την κυκλοφορία της ερευνητικής εργασίας και την προώθηση επιστημο-

νικών συζητήσεων στα οικονομικά του αθλητισμού. Δύο εργαλεία έχουν εφαρμοστεί για αυτούς τους λόγους. Το ένα είναι ένα τριμηνιαίο περιοδικό που σχετίζεται με την IASE, το Journal of Sports Economics (JSE), που επιμελείται από τους Leo X. Kahane και Todd L. Idson και κυκλοφορεί από τον εκδοτικό οίκο Sage στις ΗΠΑ. Τα πρώτα τέσσερα τεύχη έχουν κυκλοφορήσει το 2000. Το δεύτερο εργαλείο είναι η οργάνωση μιας ετήσιας διάσκεψης για τα οικονομικά του αθλητισμού. Μετά από την προεργασία στη Λιμόζ, είχαμε μια πολύ σημαντική διάσκεψη στη Λισσαβόνα (Ιδρυμα Οικονομικών), στις 2 και 3 Νοεμβρίου, το 2000. Το Λονδίνο και η Αμβέρσα είναι υποψήφιες πόλεις για τα ερχόμενα έτη και μια διάσκεψη πρέπει να πραγματοποιηθεί επίσης στις ΗΠΑ.

Στην ατζέντα του προσεχούς μέλλοντος είναι οι προοπτικές της δημιουργίας εθνικών οργανισμών που σχετίζονται με την I.A.S.E. (ο Αμερικανικός Οργανισμός είναι ακόμα καθ' οδόν) και της κυκλοφορίας κάποιου μικρού πληροφοριακού δελτίου (πιθανώς στο διαδύκτιο). Μερικά μέλη της I.A.S.E. έχουν σημαντική εμπειρία σε θέματα αθλητικής πολιτικής. Για παράδειγμα, συνεργάζομαι με μια ομάδα εμπειρογνωμόνων στο Γαλλικό Υπουργείο της Νεολαίας και του Αθλητισμού, με το στόχο την επίτευξη ενός εθνικού οικονομικού απολογισμού του αθλητισμού.

Ο & Α: Ποιο πιστεύετε ότι είναι το μέλλον των οικονομικών του αθλητισμού ως ξεχωριστού επιστημονικού κλάδου;

Wladimir Andreff: Το μέλλον των οικονομικών του αθλητισμού, ως ξεχωριστό πεδίο μελέτης και επιστημονικής έρευνας, είναι πάρα πολύ ελπιδοφόρο. Πριν την προώθηση του JSE, ο Leo Kahane είχε πραγματοποιήσει μια διερεύνηση στη βάση δεδομένων των οικονομικών περιοδικών EconLit που δείχνει ότι, ο έτος προς έτος, αριθμός παραπομπών των δημοσιευμένων άρθρων για τα οικονομικά του αθλητισμού έχει αυξηθεί από λιγότερο 5 το χρόνο την περίοδο 1969-1979, σε 48 το 1997. Ένα άλλο θέμα είναι ότι η οικονομική δραστηριότητα που συνδέεται με τον αθλητισμό αντιστοιχεί στο 1% με 2% του ΑΕΠ στις Δυτικές Ευρωπαϊκές Χώρες (σύμφωνα με την έρευνά μας για το Συμβούλιο της Ευρώπης), δηλαδή, για παράδειγμα, περισσότερο από τη βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας. Στη Γαλλία, προς το τέλος της δεκαετίας του 1990, ο δεύτερος δυναμικότερος οικονομικός τομέας από την άποψη της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων είναι η αθλητική επιχείρηση, αμέσως μετά από την αποκαλούμενη "νέα

Από τότε που προέκυψε η υπόθεση Bosman, ο σχεδιασμός μιας ευρωπαϊκής αθλητικής πολιτικής για τον επαγγελματικό αθλητισμό έχει γίνει ένα μεγάλο ζήτημα. Η ελεύθερη κινητικότητα των επαγγελματιών παικτών δεν είναι χωρίς προβλήματα: η ομάδα που έχει εκπαιδεύσει έναν νέο παίκτη δεν πληρώνεται πλέον για την επένδυσή της και οι παίκτες των εθνικών ομάδων μισθώνονται συνήθως από τις επαγγελματικές ομάδες στο εξωτερικό.

μάτα θα εισρέουν στις αθλητικές δραστηριότητες, τόσο περισσότερο θα ερευνηθούν τα οικονομικά του αθλητισμού, ως πεδίο των οικονομικών μελετών και της έρευνας. Επιπλέον, τα οικονομικά του αθλητισμού διδάσκονται σε ένα αυξανόμενο αριθμό

Στη Γαλλία, προς το τέλος της δεκαετίας του 1990, ο δεύτερος δυναμικότερος οικονομικός τομέας από την άποψη της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων είναι η αθλητική επιχείρηση, αμέσως μετά από την αποκαλούμενη "νέα οικονομία" (Διαδίκτυο, κ.λπ.). Όσο περισσότερα χρήματα θα εισρέουν στις αθλητικές δραστηριότητες, τόσο περισσότερο θα ερευνηθούν τα οικονομικά του αθλητισμού, ως πεδίο των οικονομικών μελετών και της έρευνας.

σκαλία το 1978 στο πανεπιστήμιο της Λιμόζ, και διδάσκω ακόμα στη Σορβόννη). Μερικοί από τους σπουδαστές μας θα γίνουν νέοι ερευνητές στο πεδίο.

Ο & Α: Η Γαλλία και η Ελλάδα είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πώς βλέπετε την ανάπτυξη μιας ευρωπαϊκής αθλητικής πολιτικής και ποιες θα είναι οι συνέπειες της διεύρυνσης της για την μετακίνηση των παικτών και τον εθνικό χαρακτήρα των επαγγελματικών αθλημάτων;

Wladimir Andreff: Από τότε που προέκυψε η υπόθεση Bosman, ο σχεδιασμός μιας ευρωπαϊκής αθλητικής πολιτικής για τον επαγγελματικό αθλητισμό έχει γίνει ένα μεγάλο ζήτημα. Η ελεύθερη κινητικότητα των επαγγελματιών παικτών δεν είναι χωρίς προβλήματα: η ομάδα που έχει εκπαιδεύσει έναν νέο παίκτη δεν πληρώνεται πλέον για την επένδυσή της και οι παίκτες των εθνικών ομάδων μισθώνονται συνήθως από τις επαγγελματικές ομάδες στο εξωτερικό (βλέπε τη γαλλική εθνική ομάδα ποδοσφαίρου που έχει κερδίσει το Mundial το 1998 και το Euro Cup το 2000 με μόνο έναν ή δύο παίκτες να παίζουν στις γαλλικές ομάδες). Επιπλέον, οι παίκτες κινούνται προς τις χώρες με τις υψηλότερες αμοιβές, τη χαμηλότερη φορολογία (που εξηγεί το "μυϊκό στράγγισμα" - αναλογικά με το "στράγγισμα του εγκεφάλου" - από το γαλλικό ποδόσφαιρο στα Ιταλικά, Βρετανικά και Ιαπανικά πρωταθλήματα), και ούτω καθεξής.

Τώρα, η Ευρωπαϊκή Ένωση, η F.I.F.A. και η U.E.F.A. είναι σε ένα "σταυροδρόμι". Η επιλογή είναι μεταξύ της σύστασης ενός ακριβούς κανονισμού, παρόμοιου με αυτόν του Αμερικανικού επαγγελματικού αθλη-

των ομάδων, κ.λπ.), ή μιας νεοφιλελεύθερης πολιτικής της ελεύθερης οικονομίας. Η τελευταία μπορεί να είναι καταστρεπτική για τον ευρωπαϊκό επαγγελματικό αθλητισμό με τη δημιουργία, σε κάθε τομέα του επαγγελματικού αθλητισμού, μιάς "prive" και κλειστής Ευρωπαϊκής Superleague, συλλέγοντας τις καλύτερες ευρωπαϊκές ομάδες (η προσπάθεια της δημιουργίας μίας τέτοιας Superleague είχε αποτύχει στο ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο δύο έτη πριν, αλλά έχει πετύχει αυτό το έτος στην καλαθοσφαίριση). Η συνέπεια είναι ότι το Ελληνικό, το Γαλλικό, το Βελγικό, το Ολλανδικό, κ.λπ. πρωταθλήματα, θα γίνουν κατά κάποιο τρόπο δεύτερο τμήμα για τη Superleague που θα "κλέψει" όλους τους καλύτερους παίκτες, χάρη στους πολύ υψηλούς μισθούς, και θα αφήσει τα εθνικά πρωταθλήματα στερημένα από αστέρια και ταλαντούχους παίκτες.

Μια τελευταία λέξη: υπάρχει επίσης η ανάγκη για έναν εναρμονισμό των ευρωπαϊκών αθλητικών πολιτικών, εκτός του επαγγελματικού αθλητισμού και εννοώ τον "Αθλητισμό για Όλους". Για παράδειγμα, μια πολιτική που συνδέεται με τους εθελοντές εργαζομένους χωρίς τους οποίους ο "Αθλητισμός για Όλους" δεν θα είναι σε θέση να επιζήσει μακροπρόθεσμα. Κατά την άποψή μου, αυτή η τελευταία ερώτηση τίθεται αρκετά στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή (και αλλού) ακόμα κι αν ο Γάλλος Υπουργός της Νεολαίας και του Αθλητισμού κάνει συχνά έκκληση για μια ευρωπαϊκή πολιτική για τον "Αθλητισμό για Όλους".

Ο & Α: Η Αθήνα πρόκειται να οργανώσει τους πρώτους Ολυμπιακούς Αγώνες αυτού του αιώνα. Η Δ.Ο.Ε. αναφέρει ότι οι Αγώνες του 2004 είναι μία

μεγάλη οικονομική σημασία των σύγχρονων Ολυμπιακών Αγώνων;

Wladimir Andreff: Ο κ. Pound έχει κάνει πρόσφατα μια αξιολόγηση-αυτοκριτική για τη γιγάντωση των Ολυμπιακών Αγώνων με τη συμμετοχή αυξανόμενου αριθμού αθλητών, προπονητών και δημοσιογράφων. Θα προσέθετα επίσης μια αυξανόμενη εισροή χρημάτων που ανεβαίνει στα ύψη από τα παιχνίδια του Μόντρεαλ (1976). Κατόπιν, η Δ.Ο.Ε. έχει αναγνωρίσει τους χορηγούς στα Ολυμπιακά Αθλήματα στη δεκαετία του '80. Να ολοκληρώσουμε με τις καταχρήσεις, τη δωροδοκία και τη διαφθορά στη διαδικασία της δέσμευσης των Αγώνων από το Σωλτ Λέικ Σίτυ.

Θα εξέφραζα την προσωπική μου ευχή ότι οι Αγώνες του 2004 στην Αθήνα θα σταματούσαν αυτήν την την "μαρκετοποίηση" των Ολυμπιακών Αγώνων (να μην μιλήσουμε και για ακόμη σοβαρότερα παραπτώματα όπως το ντόπινγκ). Αλλά φοβάμαι ότι αυτό θα είναι μόνο ένας ευσεβής πόθος. Στον 21ο αιώνα (όπως και στο τέλος του 20ου αιώνα), η οργάνωση ενός μεγάλου γεγονότος σαν τους Ολυμπιακούς Αγώνες απαιτεί τη συλλογή μεγάλων χρηματικών ποσών. Επιπλέον, η υποδοχή των Αγώνων ασκεί συνήθως μία μεγάλη οικονομική επίδραση στην πόλη (ή χώρα) όπου βρίσκονται οι Αγώνες. Είμαι βέβαιος πως ο δήμαρχος και άλλες δημοτικές αρχές της Αθήνας αναμένουν σημαντικά οικονομικά εκμεταλλεύσιμα υποπροϊόντα από τους αγώνες του 2004. Και, πράγματι, εάν όχι όλοι, κάποιοι θα πάρουν μερικά (ήμουν υπεύθυνος για μια ενδεχόμενη μελέτη για τα οικονομικά υποπροϊόντα των Χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων στο Albertville, 1992 - τα οικονομικά οφέλη είναι συχνά κάτω από τις αναμενόμενες προσδοκίες). Αυτό με οδηγεί στην τελευταία παρατήρησή μου.

Υπάρχει μία διαδικασία μπλοφαρίσματος στον ανταγωνισμό μεταξύ των πόλεων που υποβάλλουν αίτηση για τη λήψη της οργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων. Κάθε πόλη θα επιθυμούσε να δείξει ότι το πρόγραμμά της είναι (οικονομικά) καλύτερο από τα προγράμματα των αντίπαλων πόλεων. Κατά συνέπεια, οι ενδεχόμενοι προϋπολογισμοί των Αγώνων επεκτείνονται και η επιλεγμένη πόλη είναι συχνά αυτή που προσφέρει το καλύτερο πρόγραμμα, αλλά σχεδόν πάντα και το ακριβότερο. Επομένως, από τη μία Ολυμπιάδα στην άλλη, τα χρήματα που ρέουν στα παιχνίδια αυξάνονται.

Εάν κάποιος θεωρεί ότι για να επιστρέψουν τα "αρχικά ιδανικά" πρέπει να γίνουν Ολυμπιακοί Αγώνες χωρίς χρήματα, σκέφτομαι ότι είναι πάρα πολύ αυτοπιστικό στις συνθήκες της 21ης διεθνοποιημένης οικονομίας της αγοράς. Περισσότερο από αυτοπιστικό, θα μπορούσε να είναι απολύτως λανθασμένο από τη στιγμή που, ακόμη και στους Αρχαίους Ελληνικούς Αγώνες, οι αθλητές ανταμείβονταν, τουλάχιστον σε είδος εάν όχι με χρήματα. Κατά συνέπεια, υπήρξε κάποια "ανταλλαγή της οικονομίας" που συνυπήρχε παράλληλα με τα αρχαία παιχνίδια. Ήταν σίγουρα καλύτερα από το σημερινό πληθωρισμό των χρηματικών εισροών μέσα από τους μοντέρνους Ολυμπιακούς Αγώνες. Αλλά, παρακαλώ, δεν θα έπρεπε να θεωρήσουμε τα "αρχικά ιδανικά" ως εντελώς αγνά από οποιαδήποτε οικονομική επιρροή. Όμως μια τέτοια αγνότητα δεν έχει υπάρξει ποτέ, παρά μόνο

ΥΠΟΘΕΣΗ BOSMAN: Πέντε Χρόνια Μετά

του INGO KIPKER

Ο Ingo Kipker ολοκληρώνει τη διδακτορική του διατριβή στα οικονομικά του αθλητισμού, στο Πανεπιστήμιο Ernst-Moritz-Arndt-University στη Greifswald. Είναι μέλος του "Arbeitskreis Sportokonomie", τη γερμανική ένωση αθλητικών οικονομολόγων. Τρέχουσα διεύθυνση επικοινωνίας: Wildenbruchstr. 51, 40545 Dusseldorf, Γερμανία. Email: ingo_kipker@gmx.de

1. Αναμενόμενες Εξελίξεις Μετά Την Υπόθεση Bosman

Μέχρι το 1995, το σύστημα μετεγγραφών στο ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο είχε μια ιδιαίτερη ρύθμιση. Σε αντίθεση με κάθε άλλη επιχείρηση στην αγορά εργασίας, οι ποδοσφαιριστές μπορούσαν να μετεγγραφούν σε μια νέα ομάδα, μόνο αν ο "εργοδότης" της τελευταίας κατέβαλε μια αμοιβή μετεγγραφής στην αρχική ομάδα. Ως αποτέλεσμα, οι ποδοσφαιριστές έβρισκαν εμπόδιο στο να λαμβάνουν αυτό που πραγματικά άξιζαν, όπως θα προσδιοριζόταν σε μία ελεύθερη αγορά (βλέπε Forrest & Simmons 2000).

Η δικαστική απόφαση Bosman άλλαξε δύο στοιχεία του ευρωπαϊκού συστήματος μετεγγραφών: πρώτον, το δικαίωμα απαίτησης αμοιβής για τους μετεγγραφόμενους παίκτες, ανεξαρτήτως συμβολαίου και δεύτερον, το δικαίωμα επιβολής ορίου στον αριθμό ξένων παικτών. Ως αποτέλεσμα, οι μάνατζερ των ομάδων και τα ανώτερα στελέχη των ομοσπονδιών υποστήριξαν ότι η δικαστική απόφαση θα είχε καταστροφική επίδραση στο επαγγελματικό ποδόσφαιρο. Οι περισσότερες απόψεις αφορούσαν τον κίνδυνο ανατροπής της αγωνιστικής ισορροπίας ανταγωνισμού, διότι η δικαστική απόφαση θα αποδυνάμωνε τις φτωχότερες ομάδες και θα ενίσχυε αυτές που έπαιζαν μεγάλο ρόλο στην αγορά του ποδοσφαίρου. Μερικοί παρατηρητές φοβήθηκαν ότι οι ομάδες θα έχαναν το κίνητρο για ανάπτυξη των φυτωρίων τους. Επιπλέον, οι ομοσπονδίες φοβόντουσαν ότι οι αλλοδαποί θα αντικαθιστούσαν τους νέους παίκτες και μακροπρόθεσμα, αυτό θα αποδυνάμωνε τις εθνικές ομάδες.

Διάφορες μελέτες έχουν αναλύσει τις επιδράσεις του ελέγχου των αμοιβών των παικτών, τον προσδιορι-

σμό των συμβολαίων, την κινητικότητα των παικτών και την ισορροπία του ανταγωνισμού μεταξύ των ομάδων. Εντούτοις, οι μελέτες αυτές δεν ήταν και πολύ χρήσιμες από πρακτική σκοπιά, τόσο για τις ομοσπονδίες, όσο και για τις στρατηγικές επιλογές των ποδοσφαιρικών ομάδων. Η παρούσα μελέτη θα συζητήσει βασικές έννοιες για την κατανόηση των προκλήσεων της δικαστικής απόφασης Bosman.

Η μελέτη οργανώνεται σε πέντε μέρη. Το δεύτερο μέρος ερευνά τα εμπειρικά στοιχεία των εξελίξεων στο ευρωπαϊκό ποδόσφαιρο μετά από την δικαστική απόφαση Bosman. Οι εξελίξεις μπορούν να αντιμετωπισθούν με διάφορες παρεμβάσεις από τις εθνικές ομοσπονδίες ή από τις ίδιες τις ομάδες. Τα οφέλη και η αποτελεσματικότητα των κανονισμών που θεσπίζονται από τις ομοσπονδίες αξιολογούνται στο τρίτο μέρος. Η μελέτη αναλύει τρεις επιλεγμένες Στρατηγικές Ανθρωπίνων Πόρων. Οι ομάδες μπορούν να καθιερώσουν εναλλακτικά πρωταθλήματα, να διευρύνουν τις δραστηριότητες ανίχνευσης παικτών ή να διαμορφώσουν στρατηγικές συμμαχίες. Οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι αυτών των στρατηγικών συζητούνται στο τέταρτο μέρος της εργασίας. Στο πέμπτο μέρος δίνονται τα συμπεράσματα της μελέτης. [2]

2. Εμπειρικά Στοιχεία από τη Bundesliga και την Premier League

Παρακάτω αναλύονται οι εξελίξεις, μετά την υπόθεση Bosman, για το γερμανικό και το αγγλικό πρωτάθλημα. Σύμφωνα με τα αναμενόμενα αποτελέσματα, συζητούνται πέντε τάσεις: [3]

1) Σημαντική μείωση στη ζήτηση εγχώριων παικτών. Το ποσοστό Γερμανών παικτών στη Bundesliga έχει ελαττωθεί σημαντικά μεταξύ 1995/96 και 1999/00. Την περίοδο 1999/2000 μόνο το 60% των παικτών της Bundesliga ήταν Γερμανοί, ενώ περίπου το 30% των παικτών προέρχονταν από τις χώρες της UEFA και 10% από χώρες εκτός UEFA. Εν τω μεταξύ, οι ομάδες πρώτης και δεύτερης κατηγορίας έχουν αντικαταστήσει τους ντόπιους παίκτες στην ίδια αναλογία ***(βλ. Γραφική Παράσταση 1)***. Η Schalke 04 είχε την πιο διεθνή ομάδα, αφού την περίοδο 1999/2000 τα δύο τρίτα της ομάδας αυτής προήλθαν από ξένες χώρες ***(βλ. Πίνακα 1)***. Ως φόρο τιμής προς τον Ολλανδό προπονητή Huub Stevens, το 50% της ομάδας στελεχώθηκε με Βέλγους και Ολλανδούς παίκτες. Από την άλλη πλευρά, η Hansa Rostock ήταν η ομάδα που απασχόλησε τους περισσότερους Γερμανούς παίκτες (περίπου 70%). Συγχρόνως, η διεθνής ζήτηση για Γερμανούς παίκτες έχει ελαττωθεί σημαντικά. Την περίοδο 1999/2000 μόνο δύο υποψήφιοι παίκτες της Εθνικής Ομάδας (Bierhoff, Ziege) έπαιζαν σε ξένη ομάδα (έναντι έξι το 1996, όταν η Γερμανία κέρδισε το ευρωπαϊκό πρωτάθλημα). Η ίδια εξέλιξη παρατηρείται και στο αγγλικό πρωτάθλημα. Ο αριθμός ξένων παικτών στην Premier League και στην πρώτη κατηγορία τριπλασιάστηκε σχεδόν από το 1995 ως το 2000 ***(βλ. Γραφική Παράσταση 2)***. Η άνοδος στις χαμηλότερες κατηγορίες περιορίστηκε από την διάταξη των Επιλέκτων ***(βλ. μέρος 3.2. της παρούσας εργασίας)***.

2) Δραματική πτώση στην ενσωμάτωση νέων σε ηλικιαπαικτών. Η ένταξη νέων παικτών στην αρχική ομάδα αποτελεί σημαντικό πρόβλημα γι' αυτούς. Μετά από μια "συμφωνία κυρίων" την περίοδο 1995/96, ο αριθμός νέων παικτών που ενσωματώθηκαν μειώθηκε εντυπωσιακά, από 24 σε 4 ταλαντούχους παίκτες ανά περίοδο ***(βλ. Γραφική Παράσταση 3)***. Αυτή η εξέλιξη δείχνει ότι οι πιθανότητες των νέων ταλαντούχων παικτών να προωθηθούν στην πρώτη ομάδα έχουν μειωθεί σημαντικά. Ειδικά η Borussia Dortmund και η Bayer Leverkusen, οι οποίες δαπανούν σημαντικά ποσά στα προπονητικά φυτώριά τους και έχουν επιτυχείς ομάδες νέων παικτών, αποτυγχάνουν να ενσωματώσουν τους νέους παίκτες στην πρώτη ομάδα τους. Οι περισσότερες ομάδες υποστηρίζουν ότι η πίεση από τον ανταγωνισμό σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, δεν επιτρέπει τα πειράματα με τους νέους παίκτες. Από την άλλη πλευρά, ο αυξανόμενος αριθμός εθνικών και ευρωπαϊκών παιχνιδιών *(π.χ. με την επέκταση του Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος)* θα έπρεπε να δώσει στις ομάδες των πρώτων κατηγοριών την ευκαιρία να αφήσουν τους νέους παίκτες να αποκτήσουν αγωνιστική εμπειρία.

3) Υψηλή συσχέτιση μεταξύ της Συμμετοχής Παικτών από τις Εθνικές Ομάδες και της επίδοσης στο Euro 2000. Η Bundesliga, είναι το ευρωπαϊκό πρωτάθλημα, που έχει τη χαμηλότερη συμμετοχή παικτών από την Εθνική Ομάδα, ακολουθούμενη από την Αγγλία. Η Γαλλία, με το υψηλότερο ποσοστό παικτών Εθνικής Ομάδας που παίζουν στη χώρα τους, έχει κερδίσει το Παγκόσμιο Κύπελλο το 1998 και το Euro 2000. Η Ιταλία, με το δεύτερο υψηλότερο ανάλογο ποσοστό, έφθασε στον τελικό. Ο Πίνακας 2 δείχνει ότι υπάρχει μία σημαντική συσχέτιση μεταξύ της συμμετοχής των παικτών επιπέδου Εθνικής Ομάδας στα εθνικά τους πρωταθλήματα και της θέσης που κατέλαβε η χώρα στο Euro 2000.

---

[2] Το ακόλουθο άρθρο δεν λαμβάνει υπόψη την τρέχουσα επιχειρηματολογία για την αναδιάρθρωση του διεθνούς συστήματος μετεγγραφής παικτών.

[3] Για περαιτέρω εξελίξεις, βλέπε Hoehouse (1999), Szymanski (1999) και Buch et al (2000).

4) Έξοδα Μεταφοράς, Μισθολογικές Συμβάσεις και Αμοιβές. Η μετατόπιση των αμοιβών συνεχίζεται. Όπως αναμενόταν, οι αμοιβές έχουν αυξηθεί μετά την υπόθεση Bosman *(βλ. Πίνακα 3)*. Στη Bundesliga, οι μέσες δαπάνες για αμοιβές ανά ομάδα έχουν αυξηθεί περισσότερο από 300%, από το 1992 και μετά. Η αύξηση στην Premier League ήταν ακόμα υψηλότερη. Τα έξοδα μετακίνησης δεν σταμάτησαν μετά την υπόθεση Bosman. Αντίθετα, οι ομάδες αγωνιούν να προστατεύσουν τις επενδύσεις τους σε παίκτες και τα νέα συμβόλαια περιλαμβάνουν συχνά μια καθορισμένη αμοιβή μετεγγραφής, την οποία οφείλουν να καταβάλουν οι παίκτες, όταν αφήνουν τις ομάδες τους στη διάρκεια ισχύος των συμβολαίων τους. Επιπλέον, οι παίκτες που αντιπροσωπεύονται από ελεύθερους μάνατζερ απαιτούν ένα υπογεγραμμένο μπόνους ως καλωσόρισμα. Παρ' όλα αυτά, η σταθερή αύξηση στις αμοιβές και τα έξοδα μετεγγραφής δεν προκύπτει απλώς από την δικαστική απόφαση Bosman. Δεδομένου του τρέχοντος νομικού καθεστώτος και της διάρθρωσης των ομάδων της Bundesliga, που δημιουργούν ελάχιστα κίνητρα κέρδους και μεγιστοποίησης των κερδών, οι αυξήσεις στα έσοδα έχουν χρησιμοποιηθεί άμεσα για τα έξοδα μετεγγραφών ή τις αυξήσεις αμοιβών των παικτών. Στην Premier League, η αυξομείωση των εσόδων έχει χρησιμοποιηθεί για την "δημοπράτηση" των ποδοσφαιρικών αστεριών. Επομένως, η αύξηση των συνολικών εσόδων, από την τηλεόραση και από την είσοδο πολλών ομάδων στο χρηματιστήριο, μπορεί να εξηγήσει την αύξηση του κόστους μετεγγραφών και αμοιβών. [4]

5) Η δικαστική απόφαση Bosman και η ισορροπία του ανταγωνισμού. Ο όρος "ισορροπία του ανταγωνισμού" μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να χαρακτηρίσει πολλές πτυχές του ανταγωνισμού στον τομέα του ποδοσφαίρου. Η ισορροπία του ανταγωνισμού μπορεί να μετρηθεί σε τρεις, τουλάχιστον, χρονικές διαστάσεις.[5] Η ακόλουθη συζήτηση επικεντρώνεται σε έναν μεσοπρόθεσμο και έναν μακροπρόθεσμο δείκτη. Ο δείκτης Vrooman (VI) υπολογίζεται ως ο λόγος της τυπικής απόκλισης της διαφοροποίησης των ομάδων προς μία τέλεια διαφοροποίηση. Όταν υπάχρει πλήρης ισορροπία στη δύναμη των ομάδων, τότε ο δείκτης λαμβάνει την τιμή ένα. Ο μακροπρόθεσμος δείκτης, δείκτης Ακόλουθης Επιτυχίας (Z), μπορεί να μετρηθεί με την αφαίρεση των θέσεων των πρώτων πέντε ομάδων από τις θέσεις τους στην επόμενη περίοδο. Ένας υψηλός αριθμός αντιπροσωπεύει μια επακόλουθη χαμηλή επιτυχία και αντίστροφα. ***Στον Πίνακα 4***, ο δείκτης Vrooman δείχνει, ότι η δικαστική απόφαση Bosman δεν άσκησε καμία σημαντική επίδραση στην ισορροπία ανταγωνισμού στις ευρωπαϊκές ομάδες. Μια οριακή μείωση στην ισορρόπία ανταγωνισμού μπορεί να παρατηρηθεί μόνο στο αγγλικό και το ολλανδικό πρωτάθλημα, αλλά όλα τα άλλα πρωταθλήματα παραμένουν αμετάβλητα. Κατά τρόπο αρκετά ενδιαφέρον, ο δείκτης Ακόλουθης Επιτυχίας (Z) μειώθηκε αξιοσημείωτα σε όλα τα πρωταθλήματα, σε αντίθεση με τη Bundesliga και για μια ακόμα φορά την Premier League, αν και οι αυξανόμενες ευκαιρίες εσόδων από τα ευρωπαϊκά πρωταθλήματα τείνουν να ενισχύσουν την επαναλαμβανόμενη επιτυχία των κυρίαρχων συλλόγων.[6] Τα αποτελέσματα είναι παρόμοια με εκείνα της Βορείου Αμερικής, μετά την απελευθέρωση της αγοράς παικτών (reverse clause), όπου η ισορροπία του ανταγωνισμού παρέμεινε σταθερή ή αυξανόμενη σε όλα τα σημαντικά πρωταθλήματα.[7] Οι εμπειρικές μελέτες δείχνουν ότι το σύστημα μετεγγραφών δεν εκπλήρωσε ποτέ το στόχο της εξίσωσης των διασκορπισμένων οικονομικών δυνατοτήτων των ομάδων. [8]

Μετά την απελευθέρωση της αγοράς, οι μεγάλοι παίκτες πήγαν στις ομάδες με μεγάλη απήχηση. Τα έσοδα από την μετεγγραφή, που αντιπροσωπεύουν την

---

[4] Παρόμοιες συζήτησεις παρατηρήθηκαν όταν καθένας από το Αμερικανικό Πρωτάθλημα αναγκάστηκε να εισαγει την ελεύθερη αντιπροσώπευση (free agency). Οι παίκτες αμείβονται τώρα σύμφωνα με την παραγωγικότητά τους (Rosis 1999).

[5] Η βραχυπρόθεσμη ισορροπία μετρά την αβεβαιότητα της έκβασης από παιχνίδια του πρωταθλήματος ή τις αλλαγές στις θέσεις των ομάδων του πρωταθλήματος κατά τη διάρκεια της ετήσιας περιόδου. Η ανάλυση της έκβασης της εποχιακής αβεβαιότητας περιγράφει την ενδιάμεση ανταγωνιστική ισορροπία σε ένα πρωτάθλημα. Η απουσία μακροπρόθεσμης κυριαρχίας μιας ή μερικών ομάδων μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να αναλύσει τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστική ισορροπία ενός πρωταθλήματος.

[6] Επιπλέον, τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι το Γαλλικό Ligue National και η Γερμανική Bundesliga είναι τα πιο ισορροπημένα πρωταθλήματα στην Ευρώπη. Το ολλανδικό και το πορτογαλικό πρωτάθλημα επιδεικνύουν την αντίθετη τάση. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι κυρίαρχοι σύλλογοι και από τα δύο πρωταθλήματα περιλήφθηκαν σε μια πρωτοποριακή οργάνωση διαμόρφωσης ενός Ατλαντικού πρωταθλήματος.

[7] "... η ανάλυσή μας δείχνει ότι η συνταγωνιστική ισορροπία είναι απρόσβλητη όταν η ελεύθερη αντιπροσώπευση αντικαθιστά τη διάταξη της εναλλακτικής επιλογής" (Quirk, 1995; Fort, 1968) και "Δεδομένου ότι η Ελεύθερη Αντιπροσώπευση εισήχθη το 1976, η ανταγωνιστική ισορροπία στο παιχνίδι του μπέιζ-μπώλ είναι πολύ περισσότερη από την αντίστοιχη για όλο τον αιώνα" (Zimbalist, 1992, 45).

[8] "Οποιαδήποτε ανακατανομή του εισοδήματος από τις μεγάλες στις μικρές ομάδες είναι μια πολύ μικρή πτυχή του συστήματος της συνολικής μεταφοράς" Moorhouse (1999) και "Το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων που μπαίνουν στην Premier League έχει ξοδευτεί για τους υπερπόντιους παίκτες, ενώ πολύ λίγα έρευσαν στο αγγλικό πρωτάθλημα" (Szymanski, 1999).

πρόσθετη αγοραστική αξία του παίκτη, τα εισέπραττε η αρχική ομάδα. Μετά την απόφαση Bosman, οι μεγάλοι παίκτες πηγαίνουν ακόμα στις μεγάλες ομάδες, αλλά την υπεραξία την καρπώνεται ο παίκτης υπό τη μορφή υπογραφής μπόνους και υψηλότερων αμοιβών. Και στα δύο συστήματα μετεγγραφών, πριν και μετά από την υπόθεση Bosman, οι παίκτες μεταναστεύουν εκεί όπου η παραγωγικότητά τους είναι μέγιστη και οι πλούσιες ομάδες εξουσιάζουν τον ανταγωνισμό (Βλέπε Dobson & Gerrard 1997).[9] Η ελεύθερη μετακίνηση, μετά την υπόθεση Bosman, αποφέρει μεγαλύτερο κύκλο εργασιών. Με την ελεύθερη μετακίνηση είναι δυσκολότερο και ακριβότερο να κρατηθεί μια δυνατή ομάδα μαζί ως σύνολο, ενώ είναι ευκολότερο να χτιστεί μια δυνατή ομάδα με την απόκτηση των καλύτερων παικτών. Επομένως, η ελεύθερη μετακίνηση δημιουργεί περισσότερη εναλλαγή στην κορυφή, όπως και στις τελευταίες θέσεις της βαθμολογίας.

3. Η Αξιολόγηση των Στρατηγικών των Ευρωπαϊκών Ομοσπονδιών.

Τα μέτρα που λαμβάνονται από τις ευρωπαϊκές ομοσπονδίες είναι παρόμοια μεταξύ τους. Όλες οι ρυθμίσεις που έχουν εφαρμοστεί ή έχουν σχεδιαστεί για να εφαρμοστούν, προσπαθούν να ενισχύσουν τα κίνητρα για την εκπαίδευση και την ανάπτυξη νέων εθνικών ταλέντων. Οι ομοσπονδίες προσπαθούν να επιτύχουν τους σημαντικούς στόχους τους με την ανάπτυξη των ταλέντων και το σχηματισμό μιας ανταγωνιστικής εθνικής ομάδας.

Η ακόλουθη συζήτηση περιγράφει και αξιολογεί τις σχετικές μεθόδους που έχουν εισαχθεί από τη Γερμανική Ομοσπονδία Ποδοσφαίρου (DFB). Μια σειρά κανονισμών έχει καθιερωθεί και προγραμματιστεί από τη DFB για την αντιμετώπιση των εξελίξεων μετά την υπόθεση Bosman. Όλοι οι εισηγμένοι και προγραμματισμένοι κανονισμοί προσπαθούν να προάγουν τους Γερμανούς παίκτες, με την καθιέρωση πρόσθετων κινήτρων και κυρώσεων για την ανάπτυξη των νέων παικτών. Οι περιορισμοί καθιερώνονται για την αποτροπή της συγκέντρωσης των ταλέντων στις κυρίαρχες ομάδες. Οι κανονισμοί προσπαθούν να ενισχύσουν την ίση διανομή των ταλέντων στις ομάδες, ειδικά στις ερασιτεχνικές ομάδες, όπου τα ταλέντα έχουν μια καλύτερη ευκαιρία να κερδίσουν σε εμπειρίες αγώνων.

Από την περίοδο 1997/98, ένα σύστημα επιδομάτων παρέχει πρόσθετα οικονομικά κίνητρα για την εκπαίδευση των νέων ταλέντων. Για παράδειγμα, μια ομάδα που στέλνει έναν παίκτη στην Εθνική Ομάδα Νέων κάτω από 16 ετών, μπορεί να κερδίσει μέχρι και 9.160.[10] Το πρόγραμμα "Stützpunkt" εισήχθει τον Σεπτέμβριο του 1999. Σε 350 περιφερειακά κέντρα κατάρτισης, οι καλύτεροι νέοι παίκτες ηλικίας μεταξύ δέκα και δεκαεπτά ετών, προσκαλούνται στις κανονικές περιόδους προπόνησης. Εν τω μεταξύ, μέχρι 8.000 νέοι παίκτες καθοδηγούνται από εξουσιοδοτημένους προπονητές. Οι τυποποιημένες μέθοδοι προπόνησης και οι τεχνικές απαιτήσεις έχουν σκοπό την εξασφάλιση ίσων όρων προπόνησης για όλους τους συμμετέχοντες. Το πρόγραμμα αντιγράφει το μοντέλο, το οποίο έχει καθιερωθεί σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες εδώ και μερικά έτη (π.χ. το Πρότυπο Κέντρο της Αγγλίας ή το Centres de Performation της Γαλλίας). Αρχίζοντας από το 2001, όλες οι γερμανικές ομάδες στην Πρώτη και Δεύτερη Κατηγορία πρέπει να εκπληρώσουν μία λίστα τεχνικών και προσωπικών απαιτήσεων, προκειμένου να λάβουν την άδεια της Bundesliga (βλ. Kipker 2000). Οι απαιτήσεις για τις ομάδες της πρώτης κατηγορίας είναι σημαντικά υψηλότερες από τα κριτήρια για τη δεύτερη κατηγορία. Επιπλέον, μερικές ομάδες της δεύτερης κατηγορίας θα λάβουν και πρόσθετο χρόνο για να επιτύχουν τα απαιτούμενα στάνταρ.[11] Μια πρόσφατα εισαχθείσα σύμβαση για την προπόνηση και την ανάπτυξη, μεταξύ των ομάδων και των νέων παικτών, είναι βασισμένη σε μία συμφωνία "3+2", η οποία παρέχει και στις δύο πλευρές μια επιλογή επέκτασης του συμβολαίου των τριών ετών σε δύο περιόδους επιπλέον. Κατά τη διάρκεια ισχύος του συμβολαίου, η ομάδα έχει το δικαίωμα να απαιτήσει απεριόριστη αμοιβή μετεγγραφής, εάν ο νέος παίκτης ζητηθεί από μια άλλη ομάδα. Αυτή η σύμβαση ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο της ομάδας να χάσει ένα ταλέντο χωρίς αποζημίωση, μετά από τις μεγάλες επενδύσεις στην προπόνηση και την εκπαίδευση του.[12]

Η σύγκριση στην Ευρώπη δείχνει ότι κάθε ομοσπονδία έχει εισαγάγει διαφορετικούς κανονισμούς σχετικά με τον περιορισμό των παικτών που δεν προέρχονται από χώρες της UEFA *(βλ. Πίνακα 5)*. Η ισπανι-

---

9 Αντιθέτως, στα σημαντικότερα πρωταθλήματα η αλληλεξάρτηση των περιορισμών των δεικτών των παικτών μπορεί να εμποδίσει τη μεταφορά των παικτών-αστεριών στην ομάδα όπου η παραγωγικότητα τους είναι μέγιστη (βλ. Hausman και Leonard, 1997).

10 Τα κρίματα πρέπει να επαναπενδυθούν στην ανάπτυξη ταλέντου της ομάδας. Περίπου 335.000 € έχουν διανεμηθεί το 1999 κατ' αυτόν τον τρόπο, σε περίπου 40 ομάδες.

11 Προς το παρόν, μόνο η Bayern Μονάχου, η FC Καισερσλάουτερν και η Bayer Λεβερκούζεν εκπληρώνουν τα περισσότερα από τα απαραίτητα πρότυπα, ενώ κανένας δεν εκπληρώνει όλα τα κριτήρια. Μερικές ομάδες πρέπει να επενδύσουν, κατά εκτίμηση, μέχρι 5 εκατομμύριο γερμανικά μάρκα για να περάσουν την εξέταση των αδειών το 2001.

12 Ένα ελάχιστο ποσοστό 60% όλων των συμβάσεων προώθησης πρέπει να υπογραφεί με τα γερμανικά ταλέντα. Για κάθε σύμβαση κατάρτισης & ανάπτυξης, η λίγκα θα λάβει μια πληρωμή 15.300 € από τα DFB.

κή ομοσπονδία δεν έχει κανέναν περιορισμό στους παίκτες από τη Νότια Αμερική. Η Ιταλία έχει συνάψει ειδικές χαλαρές συμφωνίες για συγκεκριμένες χώρες που δεν ανήκουν στη UEFA. Από την άλλη πλευρά, η αγγλική διάταξη για την ελίτ των παικτών περιορίζει τη μετανάστευση των αλλοδαπών παικτών, οι οποίοι δεν συμμετείχαν στο 75% των πρόσφατων αγώνων της εθνικής τους ομάδας. Στην τρίτη κατηγορία του ιταλικού και ισπανικού πρωταθλήματος, οι αλλοδαποί παίκτες δεν είναι αποδεκτοί. Στη Bundesliga, δώδεκα Γερμανοί παίκτες, το ελάχιστο, απαιτούνται στην επαγγελματική ομάδα (αναφέρεται στην §7α του κανονισμού αδειών), ενώ ένας μέγιστος αριθμός τριών παικτών, που δεν ανήκουν σε χώρες της UEFA, μπορούν να παίζουν ταυτόχρονα στον αγώνα. Μια πρόσφατη μελέτη (Kicker, Ιανουάριος 2000) επιβεβαιώνει πως σχεδόν κάθε ομάδα στην πρώτη και στη δεύτερη κατηγορία αποφεύγει να συμμορφωθεί με αυτήν την απαίτηση. Οι περισσότερες από τις ομάδες εγγράφουν τους ερασιτέχνες παίκτες ή τους προπονητές στη λίστα της ομάδας τους. Επιπλέον, οι ομάδες κάνουν εντατική χρήση της ευκαιρίας να μετατρέψουν τους αλλοδαπούς παίκτες σε "ποδοσφαιρικούς" υπήκοους. Παίκτες που έχουν παίξει πέντε έτη στη Γερμανία και τρία έτη σε μια γερμανική ομάδα νέων, μπορούν να λάβουν τη γερμανική υπηκοότητα στο ποδόσφαιρο. Ακόμα κι αν η μελέτη έχει οδηγήσει σε συζητήσεις μεταξύ της ομοσπονδίας και των ομάδων, κανένα περαιτέρω βήμα δεν έχει αναληφθεί για την εξασφάλιση της δέσμευσης απέναντι στον παρόντα κανονισμό. Μια παρόμοια συμπεριφορά, με ηθικούς κινδύνους, πραγματοποιήθηκε στο Γαλλικό Εθνικό Πρωτάθλημα, όταν νοτιοαμερικανοί παίκτες, σε συνεργασία με τους υπεύθυνους των ομάδων, πλαστογράφησαν το διαβατήριό τους για να επιδείξουν ευρωπαϊκή υπηκοότητα.

Ο περιορισμός των ξένων παικτών δεν έχει την αναμενόμενη επίδραση. Περιορίζει "τεχνητά" τη ζήτηση για παίκτες εκτός των χωρών της UEFA και αυξάνει τους μισθούς των εγχώριων ή Ευρωπαίων παικτών *(βλέπε Frick & Wagner 1996)*. Έτσι εξηγείται γιατί οι ομάδες προτιμούν να αποκτήσουν φθηνούς παίκτες π.χ. από την Ανατολική Ευρώπη. Επομένως, οι ομοσπονδίες πρέπει να εγκαταλείψουν τους περιορισμούς στους αλλοδαπούς παίκτες για να εξαλείψουν αυτές τις επιδράσεις στην ανάπτυξη των εγχώριων ταλέντων.

Τα οικονομικά κίνητρα των ομοσπονδιών είναι πάρα πολύ χαμηλά σε σύγκριση με τις δυνατότητες κέρδους των ομάδων στον εθνικό και διεθνή ανταγωνισμό. Η παραβίαση του περιορισμού, ούτε ελέγχεται από τις ομοσπονδίες, ούτε τιμωρείται σοβαρά. Επομένως, οι περισσότερες από τις προσπάθειες των ομοσπονδιών θα παραμείνουν ανεπιτυχείς.

Οι ομοσπονδίες και οι ομάδες υιοθετούν διαφορετικές μεθόδους για να επιτύχουν την ανάπτυξη, μετά την απόφαση Bosman. Το πρόβλημα είναι, ότι αμφότερα τα συμβαλλόμενα μέρη, ακολουθούν διαφορετικούς στόχους. Οι ομοσπονδίες στοχεύουν να αναπτύξουν την εθνική νεολαία και να διαμορφώσουν μια ισχυρή εθνική ομάδα. Οι σύλλογοι προσπαθούν κι αυτοί να δημιουργήσουν μια ανταγωνιστική ομάδα, αλλά πρέπει να υπακούσουν στους οικονομικούς περιορισμούς τους. Δεδομένου ότι η ανάπτυξη της εθνικής νεολαίας είναι μια επικίνδυνη και δαπανηρή επιχείρηση, οι μάνατζερ των συλλόγων προτιμούν να αποκτήσουν τους ανέξοδους ανώτερους αλλοδαπούς παίκτες. Γι' αυτό και οι περισσότεροι ευρωπαϊκοί σύλλογοι έχουν καθιερώσει τις εντατικές σχέσεις και τις συμμαχίες μεταξύ ομάδας και φυτωρίου για να αποκτήσουν πρόσβαση στο προϊόν ανάπτυξης άλλων συλλόγων.

4. Η Αξιολόγηση των Εταιρικών Στρατηγικών Ανθρώπινου Δυναμικού

Στο πλαίσιο που περιγράφηκε παραπάνω, οι στρατηγικές του ανθρώπινου δυναμικού βασίζονται σε μία κλασσική απόφαση του **"φτιάξε ή αγόρασε"**. Οι σύλλογοι μπορούν να ενισχύσουν τις δραστηριότητες κατάρτισης για την ανάπτυξη μιας ανέξοδης ομάδας υψηλών δυνατοτήτων ή μπορούν να αποκτήσουν το ταλέντο που χρειάζονται από άλλες πηγές. Τα εμπειρικά στοιχεία προτείνουν ότι η έλλειψη αγώνων είναι το ουσιαστικό άλυτο πρόβλημα και όχι η κατάρτιση και η εκπαίδευση των νέων παικτών. Επομένως, οι σύλλογοι μετά από μια στρατηγική εσωτερικής προώθησης πρέπει να επικεντρωθούν στην παροχή πρόσθετης εμπειρίας αγώνων στους νέους παίκτες - παραδείγματος χάριν στο πλαίσιο μιας εφεδρικής ομάδας. Από την άλλη πλευρά, οι σύλλογοι που ακολουθούν μία στρατηγική αγοράς παικτών πρέπει να ενισχύσουν την παρατήρηση-κατασκοπεία και τις δραστηριότητες των ομάδων των φυτωρίων.

Η ανάλυση των ευρωπαϊκών πρωταθλημάτων δείχνει ότι όλα τα εσωτερικά πρωταθλήματα έχουν καθιερώσει ήδη μια ευκαιρία για τους εφεδρικούς παίκτες τους για να αποκτήσουν την απαιτούμενη εμπειρία. Στην Ιταλία, για παράδειγμα, υπάρχει από το 1962 ένα πρωτάθλημα νέων. Το Campeonatio Primavera δέχεται μόνο Ιταλούς παίκτες κάτω των 21 ετών. Επίσης, σχεδόν όλες οι επαγγελματικές γαλλικές ομάδες έχουν καθιερώσει τις αντίστοιχες εφεδρικές ομάδες τους στην τέταρτη κατηγορία. Η προώθηση αυτών των ομάδων στην τρίτη κατηγορία είναι περιορισμένη. Από τις ομάδες Β των ισπανικών συλλόγων που συμμετέχουν στην τρίτη και τέταρτη κατηγορία, μόνο η Ρεάλ Μαδρίτης και η Μπαρτσελόνα έχουν μια εφεδρική ομάδα στην "Segunda Divison". Η Αγγλία, με της σειρά της, έχει εφαρμόσει περιφερειακά πρωταθλήματα με αυτόνομους αγώνες για τις εφεδρικές ομάδες. Στη Bundesliga, τέσσερις ομάδες πρώτης κατηγορίας

έχουν καθιερώσει μια ομάδα Β στην τρίτη κατηγορία (Regionalliga). Οι κανονισμοί της Bundesliga απαγορεύουν στους συλλόγους να έχουν μία ομάδα Β στη δεύτερη κατηγορία. Ο προπονητής της Bayern Μονάχου, Ottmar Hitzfeld, έχει προτείνει πρόσφατα μία Bundesliga για παίκτες ηλικίας κάτω των 21 ετών. Σύμφωνα με την ιδέα του, οι ομάδες πρέπει να αποτελούνται, κατά προτίμηση από νέους Γερμανούς παίκτες και οι αγώνες πρέπει να πραγματοποιούνται σε αγωνιστικές ημέρες της Bundesliga, πριν από τον αγώνα της ομάδας Α. Κρίνοντας με βάση την ανεπαρκή αποδοχή του Regionalliga, είναι απίθανο η πρόταση αυτή να βρει πολλούς χορηγούς μέσα στους συλλόγους της Bundesliga.

Ένα εξωτερικό σύστημα ανίχνευσης βοηθά στην ανεύρεση νέων με υψηλές προοπτικές σε άλλους συλλόγους. Δεδομένου ότι οι παίκτες νοτιοαμερικανικής προέλευσης έχουν γίνει ακριβότεροι στην μετα-Bosman εποχή *(βλέπε Boch et. al. 2000)*, οι δραστηριότητες των ανιχνευτών - παρατηρητών των ευρωπαϊκών συλλόγων, επικεντρώνονται στη Βραζιλιάνικη και Αργεντίνικη αγορά παικτών. Με αυτό τον τρόπο, η ακριβή και επικίνδυνη ανάπτυξη του αυτούσιου ταλέντου μπορεί να μειωθεί. Από την άλλη πλευρά, μία απόφαση αγοράς ενέχει πάντα τον κίνδυνο μιας δυσμενούς επιλογής. Μια εξωτερική παρατήρηση φέρει τον κίνδυνο μιας καθυστερημένης αξιολόγησης ενός παίκτη. Επιπλέον, η αμοιβή της μετεγγραφής πρέπει να καταβάλλεται άμεσα με την απόκτηση του παίκτη. Κανονικά, οι ξένοι παίκτες και οι μάνατζερ ή οι σύλλογοί τους απαιτούν ένα σημαντικό επιπρόσθετο ποσό για κάθε μετεγγραφή, μπόνους μετεγγραφής και μισθό, όταν εκδηλώνεται ενδιαφέρον από κάποιον ευρωπαϊκό σύλλογο.

Η καθιέρωση των Ομάδων-Φυτωρίων (Farm Teams), όπου οι νέοι παίκτες μπορούν να κατακτήσουν την εμπειρία αγώνων και να αποκτηθούν, έτσι, φθηνά νέα ταλέντα, μπορεί να είναι άλλη μια εναλλακτική λύση. Η περιπλοκότερη στρατηγική για τις ομάδες-φυτώρια έχει αναπτυχθεί από τον Ajax Amsterdam ***(βλέπε Πίνακα 6)***. Ο Ajax έχει ιδρύσει ή έχει αγοράσει μερίδια διαφόρων ξένων συλλόγων (Ajax Cape Town, Ashanti Goldfields) και καθιέρωσε σε βάθος συνεργασίες μεταξύ συλλόγου - φυτωρίου με άλλες ευρωπαϊκές ομάδες. Επιπλέον, ο Ajax έχει ανειγγείλει πρόσφατα μια συνεργασία με την ομάδα δεύτερης κατηγορίας HFC Haarlem, με την οποία το Haarlem θα ενεργήσει ως ομάδα φυτωρίου.

Η συμφωνία περιλαμβάνει ότι ο Ajax θα έχει την επιλογή της αφρόκρεμας των παικτών του φυτωρίου, με αντάλλαγμα παίκτες που δεν έχουν αποκτήσει ακόμα εμπειρίες σε αγώνες. Και στους δύο αφρικανικούς συλλόγους οι ομάδες σε όλα τα επίπεδα καθοδηγούνται στο σύστημα του Ajax για να διευκολύνουν μια πιθανή ένταξη στην πρώτη ομάδα του Ajax. Ο στόχος πίσω από το ολιστικό σχέδιο που παίζεται σε όλες τις ομάδες φυτωρίου του Ajax είναι να παραχθεί σταθερά συγκεκριμένο ανθρώπινο δυναμικό. Αυτό το συγκεκριμένο ανθρώπινο κεφάλαιο είναι αποδοτικότερο στην τρέχουσα απασχόληση από οπουδήποτε αλλού. Επειδή είναι μικρότερη η αξία έξω από την ομάδα του Ajax, δεν χρειάζεται να αποζημειωθεί πλήρως και οι παίκτες τείνουν να μείνουν περισσότερο στο σύλλογο.

Παρά την τελειότητα της ιδέας, η στρατηγική δεν έχει αποδώσει, μέχρι στιγμής, τα αναμενόμενα. Ο Ajax έχει μειωμένη επιτυχία, τόσο στον εσωτερικό, όσο και στον ευρωπαϊκό ανταγωνισμό, παρά τις υψηλές αμοιβές και το πλεονέκτημα που έχει στην απόκτηση παικτών. Ούτε ένας παίκτης φυτωρίου δεν προωθήθηκε στην πρώτη ομάδα, ούτε πωλήθηκε για σημαντικό κέρδος. Η στρατηγική αποδεικνύεται εξαιρετικά δαπανηρή, καθώς τα μερίδια παρήγαγαν μια απώλεια πρό του φόρου 7,2 εκατομμυρίων NLG την περίοδο 1999/2000. Από την άλλη πλευρά, η σημερινή ομάδα του Ajax υποτίθεται πως είναι η Ολλανδική ομάδα του μέλλοντος και αποτελείται από άριστους παίκτες, που τυχαίνει όλοι να είναι στα νιάτα τους (μέση ηλικία ομάδας 21 χρόνια). Η εμπειρία του Ajax φανερώνει ότι χρειάζεται χρόνος και σημαντικές επενδύσεις για την αποκόμιση των οφελών της στρατηγικής. Δεδομένου ότι η εκπαίδευση της νεολαίας είναι μια επιχείρηση που εμπεριέχει αβεβαιότητα, η στρατηγική είναι επίσης αβέβαιη. Το πλεονέκτημα αυτής της ιδέας είναι ότι το κόστος μετεγγραφής είναι αρκετά χαμηλό, όταν αποκτιέται το ελπιδοφόρο ταλέντο από τις ομάδες φυτώρια. Επιπλέον, οι κίνδυνοι δυσμενούς επιλογής μπορούν να περιοριστούν σε μια σχέση φυτωρίου - ομάδων, δεδομένου ότι οι παίκτες μπορούν να δοκιμαστούν για μία πιο μακροχρόνια περίοδο στο περιβάλλον των μελλοντικών ομάδων τους.

Η συνεργασία μεταξύ των συλλόγων έχει μια σύντομη παράδοση στην Ευρώπη. Σε αντίθεση με το μοντέλο του Ajax, η κάθετη ολοκλήρωση επικεντρώνεται στις συνεργασίες και δεν περιλαμβάνει την απόκτηση μεριδίων. Η Ρεάλ Μαδρίτης έχει ανοίξει σχολεία ποδοσφαίρου σε όλη την Ισπανία σε συνεργασία με τους τοπικούς συλλόγους και προγραμματίζει να χτίσει σχολεία ποδοσφαίρου στην Λατινική Αμερική. Στην Ιταλία, το μεγαλύτερο μέρος της Serie A έχει διαμορφώσει συνεργασίες με τις δευτερεύουσες ομάδες του πρωταθλήματος (π.χ. Milan με Monza, Inter με Catamina). Οι περισσότερες από τις συνεργασίες περιλαμβάνουν την ανταλλαγή νέων ταλέντων. Η Πάρμα εφαρμόζει μια νέα μέθοδο. Ο σύλλογος της A Serie έχει επιλογές μετεγγραφής από τις βραζιλιάνικες ομάδες Corinthians και Palmerias. Στην Αγγλία, η Μάντζεστερ Γιουνάιτεντ έχει καθιερώσει τις σε βάθος συμμαχίες με αφρικανικούς και ευρωπαϊκούς συλλόγους. Το 2000 η

Λιντς Γιουνάιτεντ ανήγγειλε μια συμμαχία με την ομάδα δεύτερης κατηγορίας Oldham Athletics. Η Oldham υποτίθεται πως θα ενεργούσε ως δορυφορική ομάδα-ακαδημία νέων. Όμως, η διαπραγμάτευση εμποδίστηκε από την FA αργότερα το 2000. Μερικοί αγγλικοί σύλλογοι δεύτερης κατηγορίας έχουν διαμορφώσει συνεργασίες με τις ιταλικές ομάδες από την A Serie. Εν τω μεταξύ, οι σύλλογοι της Bundesliga εστιάζουν στις συμμαχίες με ερασιτεχνικές ομάδες. Υπάρχουν μόνο λίγες συστηματικές συνεργασίες εθνικού επιπέδου - και καμία διεθνούς - των γερμανικών συλλόγων.

Οι περισσότερες από τις προσπάθειες κάθετης ολοκλήρωσης είναι πάρα πολύ πρόσφατες για να αξιολογηθούν λεπτομερώς. Η ανάλυση της παρούσας κατάστασης δείχνει ότι οι περισσότεροι σύλλογοι της πρώτης κατηγορίας έχουν δραστηριοποιηθεί, ανεξάρτητα από την δικαστική απόφαση Bosman. Ούτε ένας σύλλογος δεν έχει αποδείξει ακόμα ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από την στρατηγική για το ανθρώπινο δυναμικό τους. Κάθε προσέγγιση περιλαμβάνει συγκεκριμένους κινδύνους και αβεβαιότητες, επομένως μία άριστη γενική λύση μπορεί να βρεθεί. Όμως, όλες οι προαναφερθείσες στρατηγικές δεν θα διευκολύνουν τους συλλόγους να αναπτύξουν και να στηρίξουν αποδοτικά συμβόλαια παικτών. Τα συμβόλαια αυτά περιλαμβάνουν διαφοροποιημένες ρήτρες αμοιβών που στηρίζονται στην παραγωγικότητα και την απόδοση του παίκτη. Αυτού του είδους οι συμβάσεις δίνουν ένα επιπρόσθετο κίνητρο στον παίκτη να μείνει για περισσότερο καιρό στην ομάδα.

5. Συμπεράσματα

Η ιστορία των επαγγελματικών αθλητικών ομάδων αποκαλύπτει ότι οι ηγεσίες των πρωταθλημάτων είναι πολύ δημιουργικές στην εφεύρεση και την επιβολή μεθόδων για τον περιορισμό των αμοιβών των παικτών. Μερικές από αυτές τις μεθόδους (πρόταση επιφύλαξης Rookie, πλαφόν των μισθών) συζητιούνται, προς το παρόν, στην Ευρώπη. Η βορειοαμερικανική εμπειρία δείχνει ότι οι περισσότερες από τις τρέχουσες συμφωνίες βρίσκονται, συνολικά, σε ανεπάρκεια ως προς την ενίσχυση της ισορροπίας των ομάδων αγωνιστικά και την αναχαίτιση των γενικών δαπανών για τους μισθούς, παρακάμπτοντας τους κανονισμούς προς ίδιο όφελος των συλλόγων.

Από την άλλη πλευρά, στην Ευρώπη, αυτές οι μέθοδοι είναι δύσκολο να εφαρμοστούν και αδύνατον να διατηρηθούν. Αντ' αυτού, οι διευθυντές των συλλόγων πρέπει να προσαρμόσουν την επιχειρηματική τους στρατηγική, να βρούν μια αποδοτική στρατηγική του ανθρώπινου δυναμικού και ειδικά, να βελτιστοποιήσουν την ανάπτυξη των νέων τους. Από την οικονομική προοπτική, μια σημαντική επένδυση στην κατάρτιση & την ανάπτυξη φαίνονται να είναι ανεπαρκείς, δεδομένου ότι οι νέοι παίκτες δεν προάγονται στην πρώτη ομάδα. Δεδομένου ότι το σύστημα μετεγγραφής δεν άσκησε ποτέ σημαντική επίδραση στην ισορροπία της αγωνιστικής ισχύος των ομάδων, καμία ρύθμιση εξίσωσης δεν απαιτείται μετά από την κατάργηση των περιορισμών στην αγορά εργασίας των παικτών. Οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης των πρωταθλημάτων αποθαρρύνονται σε κάθε προσπάθεια εφαρμογής κάποιας ρήτρας περιορισμού στην μετακίνηση αλλοδαπών παικτών. Επιπλέον, όλες οι ρυθμίσεις στην αγορά εργασίας πρέπει να εναρμονιστούν στο πλαίσιο ενός υγιούς ανταγωνισμού σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Βιβλιογραφία

Buch, H.-P., Frick, B. and Lehmann, E. (2000): The Economics of Transfer Fees. In: Frick, B., Lehmann, E. und Wagner, G. (eds.): Economics of Professional Soccer. Published in 2001.

Dobson, S. and Gerrard, B. (1997): The Testing for Rent-Sharing in Football Transfer Fees: Evidence from the English Football League. Discussion Paper, E9703. Leeds University Business School.

Forrest, D. and Simmons, R. (2000): Living with the Bosman Ruling. Soccer Analyst, Vol. 2, Issue 3, 10-11.

Frick, B. and Wagner, G. (1996): Bosman und die Folgen. WiSt 12/96, 611-615.

Hausman, J.A. and Leonard, G.K. (1997): Superstars in the National Basketball Association: Economic Value and Policy. Journal of Labor Economics 15, 586-624.

Haehn, T. and Szymanski, S. (1999): The Americanization of European Football. Economic Policy, Nr. 28, S. 205-240.

Kipker, I. (2000): Germans Reaction to the Bosman Ruling. Soccer Analyst, Issue 2.4, 3-8.

Kuypers, T. and Szymanski, S. (1999): Winners and Losers: The Business Strategy of Football. London: Penguin Group.

Moorhouse, P. (1999): Football Post-Bosman: The Real Issues. In: Jeanrenaud, C. und Kesenne, S. (eds.): Competition Policy in Professional Sports. Antwerpen: Standaard Editions, S. 161-180.

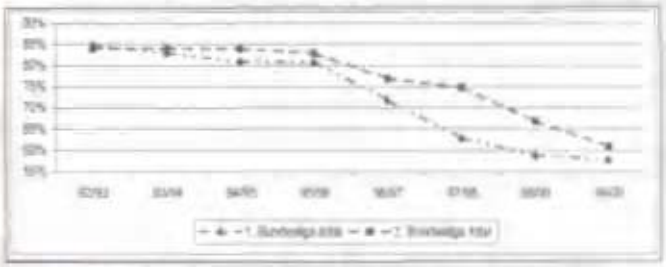
Ross, S. (1999): Restraints of Player Competition. In: Jeanrenaud, C. and Kesenne, S. (eds.): Competition Policy in Professional Sports. Antwerpen: Standaard, 91-116.

Szymanski, S. (1999): The Market for Soccer Players in England after Bosman: Winners and Losers. In: Jeanrenaud, C. and Kesenne, S. (eds.): Competition Policy in Professional Sports. Antwerpen: Standaard Editions, 133-160.

Quirk, J. and Fort, R. (1995): Cross-subsidization, Incentives, and Outcomes in Professional Team Sports Leagues. Journal of Economic Literature, Nr. 33, 1265-1299.

Zimbalist, A. (1992): Baseball and Billions. New York: Basic Books.

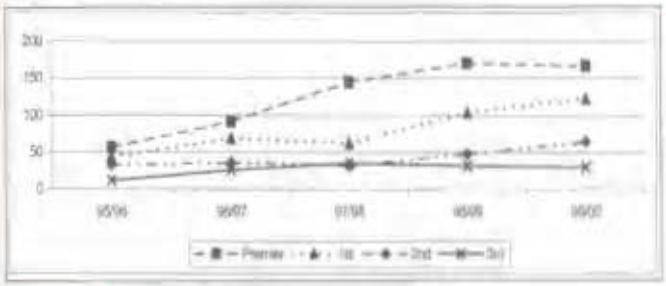
Διάγραμμα 1: Κατανομή Γερμανών Παικτών στη Bundesliga *(Πηγή: DFB-Journal 3/1999)*



Πίνακας 1: Κατανομή Γερμανών Παικτών στη Bundesliga *(Πηγή: DFB-Journal 3/1999, Kicker)*

	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99	1999/00
1. Bundesliga total	81,0%	72,0%	63,0%	59,0%	58,0%
Bayern München	71,4%	84,6%	75,0%	68,9%	62,9%
Hansa Rostock	92,3%	82,1%	73,1%	66,7%	70,8%
Schalke 04	77,3%	76,0%	54,2%	46,2%	35,7%

Γράφημα 2: Αριθμός Αλλοδαπών Παικτών στις Αγγλικές Ομάδες *(Πηγή: Soccer)*



Πίνακας 2: Κατανομή Παικτών Σύμφωνα με την Προέλευση 99/00 και η Επίδοση στο Euro 2000 *(Πηγή: France Football 02/00)*

	Germany Bundesliga		England Premier League		Spain Primera Div.		Italy Serie A		France Ligue National	
EURO 2000	Qualifying		Qualifying		Quarter Final		Final		Champion	
Nationals	143	0,58%	168	0,64%	172	0,64%	168	0,68%	156	0,62%
West Europe	39	0,16%	54	0,21%	28	0,10%	26	0,11%	8	0,03%
East Europe	32	0,13%	7	0,03%	21	0,08%	15	0,06%	16	0,04%
Africa	16	0,07%	12	0,05%	2	0,01%	6	0,02%	17	0,07%
America	8	0,03%	14	0,05%	43	0,16%	29	0,12%	9	0,04%
Others	7	0,03%	5	0,02%	2	0,01%	3	0,01%	9	0,04%
Total	243	1,00%	260	1,00%	268	1,00%	247	1,00%	240	1,00%

Γράφημα 3: Συνολικός Αριθμός Ταλαντούχων Παικτών Μικρής Ηλικίας (Κάτω των 21 Χρόνων) Ανά Περίοδο στη Bundesliga

Πίνακας 3: Μέσοι Μισθοί Κατά Ομάδα & Μετεγγραφές 1990-99 *(Πηγή: DFB Lizenzierungsverfahren).*

		1992/93	1993/94	1994/95	1995/96	1996/97	1997/98	1998/99
BL	Wages in Mio DM	190,8	214,2	270	340,2	403,2	511,2	621
BL	Transfer in Mio DM	97,2	97,2	115,2	158,4	151,2	176,4	250,2
PL	Wages in Mio GBP	N/A	64,0	80,0	100,0	135,0	190,0	245,0
PL	Transfer in Mio GBP	45,8	42,0	38,0	106,0	83,0	77,0	127,0

Πίνακας 4: Ανταγωνιστική Ισοροπία στις Ευρωπαϊκές Ομάδες Ποδοσφαίρου Πέντε Χρόνια Πριν και Μετά την Απόφαση Bosman.

		France	Germany	Spain	England	Italy	Portugal	Holland	Total
1991-1995	VI	1,33	1,37	1,42	1,43	1,61	1,73	1,79	1,53
1996-2000	VI	1,32	1,36	1,43	1,51	1,59	1,72	1,89	1,54
1991-1995	Z	13,0	20,0	15,2	21,2	15,8	8,2	7,6	14,4
1996-2000	Z	19,6	17,2	18,8	10,2	15,2	11,6	12,6	15,0

Πίνακας 5: Περιορισμοί στους Αλλοδαπούς Παίκτες στις Ευρωπαϊκές Ομάδες Ποδοσφαίρου.

France	Germany	Spain		England		Italy	
1η-3η Div.	1η-3η Div.	1η-2η Div	3η Div.	Premier L.	1η-3η Div	Serie A (B)	Serie C
max. 3 Non-UEFA in the squad and on the field	max. 3 Non-UEFA in the squad and on the field	max. 6 Non-UEFA in the squad and 4 on the field, SA Clause	No Non-UEFA player, SA Clause	No squad restrictions, no more than 2 Non-UEFA on the field, Elite Clause	No normal restrictions, Elite Clause	max. 5 (3) Non-UEFA in the squad and 3 (1) on the field	No Non-UEFA player

Πίνακας 6: Επιλεγμένες Στρατηγικές για τις Ομάδες Φυτώρια των Ευρωπαϊκών Συλλόγων.

Ajax Amsterdam	Manchester United	Werder Bremen
Netherlands 2. Div.:	Belgium 1. Div.:	Germany 4. Div.:
HFC Haarlem (co-operation)	FC Antwerpen (co-operation)	Concordia Hamburg
Belgium 1. Div.:	South Africa 2.Div.:	(co-operation)
Germinal Beerschot (stake 30%)	FC Fortune (co-operation)	Germany 5. Div.:
South Africa 1.Div.:	Ireland PL:	FC Bremerhaven, SC Vahr
Cape Town Ajax (stake 51%)	Shelbourne (co-operation)	(co-operation)
Ghana 1. Div.:	Sweden:	USA 2. Div.:
Ashanti Goldfields (stake 51%)	IFK Gothenburg (co-operation)	Seattle Sounders (alliance)

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

της ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ ΚΑΣΙΜΑΤΗ
Οικονομικής Αναλύτριας, Εθνική Χρηματιστηριακή

Στην παρούσα μελέτη θα επικεντρωθούμε στις εταιρίες-χορηγούς της Ολυμπιάδας του Σίδνεϋ και στις χρηματιστηριακές τους επιδόσεις. Θα εξετάσουμε δηλαδή τη διαδικασία ανάληψης από μια επιχείρηση Ολυμπιακής χορηγίας, τα οφέλη και πλεονεκτήματα που εκτιμούν οι επιχειρήσεις ότι έχουν, καθώς και την χρηματιστηριακή τους συμπεριφορά αμέσως μετά τη δημοσιοποίηση του καταλόγου των χορηγών. Η παρούσα ανάλυση περιλαμβάνει και συγκριτικά στοιχεία με την χρηματιστηριακή απόδοση ανταγωνιστικών-μη χορηγών-εταιριών, ενώ δεν λείπει και η συγκριτική διαγραμματική παρουσίαση των Ολυμπιακών χορηγών με τους Δείκτες Τιμών των Χρηματιστηρίων, όπου αποτελούν μέλη.

Τί είναι η Ολυμπιακή Χορηγία;

Το πρόγραμμα της Ολυμπιακής Χορηγίας έχει αναπτυχθεί από την Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) και το αντίστοιχο τμήμα μάρκετινγκ.

Το πρόγραμμα Ολυμπιακής Χορηγίας περιλαμβάνει τρία επίπεδα:

-Το T.O.P πρόγραμμα. Δημιουργήθηκε το 1985, ελέγχεται από την ΔΟΕ και προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων "The Olympic Partners". Το TOP Program το διαχειρίζεται η Meridian, εταιρία υπεύθυνη για θέματα μάρκετινγκ της ΔΟΕ. Απευθύνεται κυρίως σε πολυεθνικές, που προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες σε παγκόσμια κλίμακα. Στόχος της ΔΟΕ είναι το TOP πρόγραμμα να αφορά πολλαπλές Ολυμπιάδες. Έντεκα διεθνείς εταιρίες συμμετέχουν στο πρόγραμμα αυτό, και επειδή στην Ολυμπιάδα του Σίδνεϋ ήταν το τέταρτο κατά σειρά ονομάστηκε TOP IV.

-Το Εθνικό πρόγραμμα, το οποίο βρίσκεται υπό την εποπτεία της Ολυμπιακής Επιτροπής της κάθε χώρας. Διαρκεί ως το τέλος της Ολυμπιάδας και οι εταιρίες που αναλαμβάνουν τη χορηγία δεν επιτρέπεται να είναι ανταγωνίστριες των χορηγών του προγράμματος TOP.

-Το χορηγικό πρόγραμμα των προμηθευτών, το οποίο αναλαμβάνει η εκάστοτε οργανωτική επιτροπή, π.χ. "ΑΘΗΝΑ 2004".

Γιατί μια επιχείρηση γίνεται Ολυμπιακός Χορηγός;

Μια επιχείρηση μέσω της ανάληψης Ολυμπιακής χορηγίας επιδιώκει να επιτύχει όφελος στους ακόλουθους τομείς:

Α. Αύξηση και ενίσχυση της φήμης και πελατείας της εταιρίας, καθώς το ιδεώδες των Ολυμπιακών Αγώνων συνδέεται με το όνομα του σπόνσορα.

Β. Ενδυνάμωση των βασικών σκοπών της επιχείρησης, όπως αύξηση πωλήσεων, διεύρυνση του μεριδίου αγοράς και αναγνωρισιμότητα της εταιρίας και του προϊόντος της.

Γ. Δημιουργία κινήτρων για εργασία από τους υπαλλήλους, καθώς και ενδυνάμωση της εκτίμησης που τρέφουν απέναντι στην εταιρία τους-χορηγό.

Δ. Ευκαιρίες διαφήμισης και προβολής των εταιριών, καθώς και δυνατότητες λανσαρίσματος νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Ε. Η αποκλειστικότητα της χορηγίας προσφέρει σαφές συγκριτικό διαφημιστικό πλεονέκτημα απέναντι σε άλλες ανταγωνιστικές εταιρίες.

ΣΤ. Οι Ολυμπιακές χορηγίες αποτελούν μέρος του ευρύτερου προσανατολισμού μιας επιχείρησης για προσφορά προς την κοινωνία χωρίς να προσδοκάται άμεσο οικονομικό όφελος.

Όλοι οι παραπάνω λόγοι οδηγούν άμεσα ή έμμεσα στη μεγιστοποίηση της Καθαρής Παρούσης Αξίας της επιχείρησης.

Μεγιστοποίηση (NPV)=Σ Ri/(1+r)i

Όπου:

i=0, 1, 2, 3, ... T

Ri: Χρηματική ροή τη χρονική περίοδο (i)

r: απαιτούμενη απόδοση

T: Χρονικός Ορίζοντας της Επιχείρησης.

Μεγιστοποίηση της Κ.Π.Α της επιχείρησης συνεπάγεται και αύξηση της χρηματιστηριακής απόδοσης της μετοχής;
Σ' αυτό το ερώτημα θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε στις επόμενες σελίδες.

Η ανάλυσή μας βασίζεται σε ένα δείγμα, που απαρτίζεται από εταιρίες του προγράμματος TOP και από προμηθευτές αθλητικών ειδών. Κοινό χαρακτηριστικό όλων των εταιριών αποτελεί το γεγονός ότι είναι εισηγμένες σε κάποιο Χρηματιστήριο Αξιών.

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζονται οι εταιρίες που απαρτίζουν το δείγμα μας και οι Δείκτες στους οποίους είναι μέλη. Τα στοιχεία που διαθέτουμε αφορούν στις επτά εταιρίες από τις έντεκα συνολικά που υπάρχουν στο πρόγραμμα TOP και σε τρεις εταιρίες από τους 24 προμηθευτές αθλητικού εξοπλισμού.

Στο Παράρτημα, στο τέλος της μελέτης μας, παρουσιάζονται όλοι οι χορηγοί -ανά κατηγορία- του προγράμματος TOP της Ολυμπιάδας του Σίδνεϋ, καθώς και οι εταιρίες-χορηγοί που παρείχαν τον απαραίτητο εξοπλισμό για κάθε άθλημα.

Πίνακας 1

ΧΟΡΗΓΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ TOP
ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ.

ΕΤΑΙΡΙΑ	ΔΕΙΚΤΕΣ	ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ
Χορηγοί TOP Program		
1. COCA-COLA	DOW JONES	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
2. IBM	DOW JONES	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
3. McDONALDS	DOW JONES	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
4. JOHN HANCOCK	NYSE FINANCIAL	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
5. KODAC	DOW JONES	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
6. UPS	NYSE COMPOSITE	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
7. XEROX	NYSE COMPOSITE	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ
Αθλητικοί Χορηγοί		
1. DUNLOP SPORT	ASX DIVERS IND	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ
2. MIZUNO CORP.	TPX-TOPIX INDEX	ΤΟΚΥΟ
3. YONEX	TSE2 TOPIX 2nd Section	ΤΟΚΥΟ

Ο Δείκτης **DOW JONES INDUSTRIAL AVERAGE** είναι ένας δείκτης 30 μετοχών μεγάλης κεφαλαιοποίησης, των οποίων η συμμετοχή σταθμίζεται με βάση την τιμή τους. Οι εταιρίες που συμμετέχουν κατέχουν ηγετική θέση στον κλάδο τους.

Ο Δείκτης **NYSE FINANCIAL** απαρτίζεται από 898 μέλη-εταιρίες του χρηματοοικονομικού τομέα, ενώ το ποσοστό συμμετοχής της κάθε εταιρίας εξαρτάται από την κεφαλαιοποίησή της.

Ο Δείκτης **NYSE COMPOSITE** απαρτίζεται από 2.749 μέλη και περιλαμβάνει όλες τις εισηγμένες εταιρίες στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης. Το ποσοστό συμμετοχής της κάθε εταιρίας στο δείκτη εξαρτάται από την κεφαλαιοποίησή της. Ο Δείκτης ASX DIVERSIFIED INDUSTRIAL έχει 16 μέλη. Αποτελείται από όλες τις κοινές μετοχές του μεταποιητικού βιομηχανικού κλάδου. Το ποσοστό συμμετοχής της κάθε εταιρίας καθορίζεται από την κεφαλαιοποίησή της.

Ο Δείκτης **TPX-TOPIX** είναι γνωστός ως Δείκτης Τιμών του Τόκιο και περιλαμβάνει όλες τις εταιρίες που είναι εισηγμένες στην Κύρια Αγορά του Τόκιο. Έχει 1.431 μέλη και αναλύεται σε 33 επιμέρους βιομηχανικούς δείκτες, ενώ το ποσοστό συμμετοχής της κάθε εταιρίας στο Δείκτη εξαρτάται ξανά από την κεφαλαιοποίησή της.

Τέλος, ο Δείκτης Τιμών **TSE SECOND SECTION** αποτελείται από 556 μέλη, δηλαδή περιλαμβάνει όλες τις εταιρίες που είναι εισηγμένες στην Παράλληλη Αγορά του Τόκιο, ενώ το ποσοστό συμμετοχής της κάθε εταιρίας εξαρτάται από την κεφαλαιοποίησή της.

ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ

της ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ ΚΑΣΙΜΑΤΗ
Οικονομικής Αναλύτριας, Εθνική Χρηματιστηριακή

Στην παρούσα μελέτη θα επικεντρωθούμε στις εταιρίες-χορηγούς της Ολυμπιάδας του Σίδνεϋ και στις χρηματιστηριακές τους επιδόσεις. Θα εξετάσουμε δηλαδή τη διαδικασία ανάληψης από μια επιχείρηση Ολυμπιακής χορηγίας, τα οφέλη και πλεονεκτήματα που εκτιμούν οι επιχειρήσεις ότι έχουν, καθώς και την χρηματιστηριακή τους συμπεριφορά αμέσως μετά τη δημοσιοποίηση του καταλόγου των χορηγών. Η παρούσα ανάλυση περιλαμβάνει και συγκριτικά στοιχεία με την χρηματιστηριακή απόδοση ανταγωνιστικών-μη χορηγών-εταιριών, ενώ δεν λείπει και η συγκριτική διαγραμματική παρουσίαση των Ολυμπιακών χορηγών με τους Δείκτες Τιμών των Χρηματιστηρίων.

Τί είναι η Ολυμπιακή Χορηγία;

Το πρόγραμμα της Ολυμπιακής Χορηγίας έχει αναπτυχθεί από την Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (ΔΟΕ) και το αντίστοιχο τμήμα μάρκετινγκ.

Το πρόγραμμα Ολυμπιακής Χορηγίας περιλαμβάνει τρία επίπεδα:

-Το T.O.P πρόγραμμα. Δημιουργήθηκε το 1985, ελέγχεται από την ΔΟΕ και προέρχεται από τα αρχικά των λέξεων "The Olympic Partners". Το TOP Program το διαχειρίζεται η Meridian, εταιρία υπεύθυνη για θέματα μάρκετινγκ της ΔΟΕ. Απευθύνεται κυρίως σε πολυεθνικές, που προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες σε παγκόσμια κλίμακα. Στόχος της ΔΟΕ είναι το TOP πρόγραμμα να αφορά πολλαπλές Ολυμπιάδες. Έντεκα διεθνείς εταιρίες συμμετέχουν στο πρόγραμμα αυτό, και επειδή στην Ολυμπιάδα του Σίδνεϋ ήταν το τέταρτο κατά σειρά ονομάστηκε TOP IV.

-Το Εθνικό πρόγραμμα, το οποίο βρίσκεται υπό την εποπτεία της Ολυμπιακής Επιτροπής της κάθε χώρας. Διαρκεί ως το τέλος της Ολυμπιάδας και οι εταιρίες που αναλαμβάνουν τη χορηγία δεν επιτρέπεται να είναι ανταγωνίστριες των χορηγών του προγράμματος TOP.

-Το χορηγικό πρόγραμμα των προμηθευτών, το οποίο αναλαμβάνει η εκάστοτε οργανωτική επιτροπή, π.χ. "ΑΘΗΝΑ 2004".

Γιατί μια επιχείρηση γίνεται Ολυμπιακός Χορηγός;

Μια επιχείρηση μέσω της ανάληψης Ολυμπιακής χορηγίας επιδιώκει να επιτύχει όφελος στους ακόλουθους τομείς:

Α. Αύξηση και ενίσχυση της φήμης και πελατείας της εταιρίας, καθώς το ιδεώδες των Ολυμπιακών

Συγκριτική Ανάλυση

Η ανάλυση θα στηριχθεί στις τιμές κλεισίματος που κατέγραψαν οι μετοχές των παραπάνω εταιριών από τον Ιανουάριο του 1997, όπου και ανακοινώθηκε η συνεργασία τους με την ΔΟΕ, μέχρι το τέλος του Σεπτεμβρίου του τρέχοντος έτους. Λόγω της πληθώρας των δεδομένων, η ανάλυσή μας θα στηριχθεί σε ετήσια στοιχεία κατά τα έτη 1997, 1998 και 1999, ενώ από τον Ιανουάριο του 2000 έως τον Σεπτέμβριο του ίδιου χρόνου τα δεδομένα μας λαμβάνονται σε μηνιαία βάση. Επίσης, λόγω των συναλλαγματικών διαφορών όλα τα δεδομένα μετατρέπονται με βάση εκκίνησης τις 100 μονάδες.

Από τους πίνακες 2 και 3 προκύπτουν τα παρακάτω:

1. Οι συνεργασίες των εταιριών με την ΔΟΕ και επομένως η συμμετοχή τους σαν χορηγοί στην Ολυμπιάδα του Σίδνεϋ οριστικοποιήθηκε το 1997. Θα περιμέναμε, επομένως ότι από τις αρχές του έτους 1997 οι μετοχές των προαναφερομένων εταιριών θα παρουσίαζαν υψηλότερη απόδοση από τους Δείκτες στους οποίους ανήκουν. Αυτό συνέβη μόνο με την μετοχή της IBM, η οποία έφτασε στο τέλος του Σεπτεμβρίου του 2000 να παρουσιάζει απόδοση υψηλότερη κατά 84% από εκείνη του Dow Jones.

2. Οι υπόλοιπες εταιρίες δεν κινήθηκαν τόσο έντονα και εμφάνισαν χαμηλότερες αποδόσεις από τους Δείκτες Τιμών των Χρηματιστηρίων, όπου είναι εισηγμένες.

Αναφέρουμε χαρακτηριστικά ότι στο τέλος Σεπτεμβρίου η μετοχή της Coca-Cola, της McDonalds και της Kodak σημείωσαν απόδοση χαμηλότερη από τον Dow Jones κατά 39%, 15% και 70% αντιστοίχως. Αξίζει να σημειώσουμε ότι η μετοχή της McDonalds μέχρι τον Μάιο του 2000 εμφανίζει σε σχέση με τον Dow Jones μια υπεροχή κατά μέσο όρο της τάξεως του 4%.

Το ότι η μετοχή της συγκεκριμένης εταιρίας σημείωσε χαμηλότερη απόδοση από τον Dow Jones στο διάστημα Μαΐου-Σεπτεμβρίου 2000 μπορεί να οφείλεται σε εγχώριους ή διεθνείς παράγοντες που βραχυπρόθεσμα επηρέασαν την πορεία του κλάδου.

Επιπροσθέτως, η UPS και η XEROX εμφανίστηκαν στο τέλος Σεπτεμβρίου 2000 με απώλειες κατά 47% και 68% αντιστοίχως σε σχέση με τον Δείκτη NYSE COMPOSITE. Επίσης, η απόδοση της ασφαλιστικής εταιρίας John Hancock παρουσίασε χαμηλότερη απόδοση κατά 6,6% από τον Δείκτη NYSE FINANCIAL.

Τέλος, οι μετοχές των Dunlop, Mizuno και Yonex κινήθηκαν χαμηλότερα κατά 39%, 64% και 69% αντιστοίχως - σε σχέση με τους Δείκτες ASX, TPX TOPIX και TSE2 TOPIX.

Αυτό αποδεικνύεται και διαγραμματικά στη σελίδα 6, όπου παρουσιάζεται για κάθε εταιρία η πορεία της μετοχής της σε όλο το εξεταζόμενο διάστημα σε σχέση με το αντίστοιχο Δείκτη Τιμών.

Πίνακας 2

Εταιρίες	'97	'98	'99	ΙΑΝ '00	ΦΕΒ '00	ΜΑΡ '00	ΑΠΡ '00	ΜΑΙ '00	ΙΟΥΝ '00	ΙΟΥΛ '00	ΑΥΓ '00	ΣΕΠ '00
Coca-Cola	108	124	107	99	84	81	82	92	99	106	91	95
IBM	117	162	275	286	262	302	284	274	279	286	337	287
McDonalds	106	138	184	163	139	165	168	157	145	138	131	133
Kodak	84	84	79	71	66	63	65	69	69	63	72	47
UPS				91	83	95	101	91	89	89	84	85
XEROX	122	170	160	71	74	89	90	93	71	51	55	51
John Hancock				100	92	105	106	129	137	137	146	156
Yonex	75	52	51	44	40	44	43	43	45	45	45	43
Mizuno	80	54	44	37	33	33	35	41	44	40	42	38
Dunlop	108	90	77	62	51	50	46	53	47	47	49	49

Στον Πίνακα 3 παρουσιάζονται οι τιμές που έλαβαν οι Δείκτες Τιμών σε ετήσια βάση κατά τα έτη 1997, 1998 και 1999 ενώ από τον Ιανουάριο του 2000 μέχρι τον Σεπτέμβριο του ίδιου έτους οι τιμές κλεισίματος παρατίθενται μηνιαίως.

Πίνακας 3

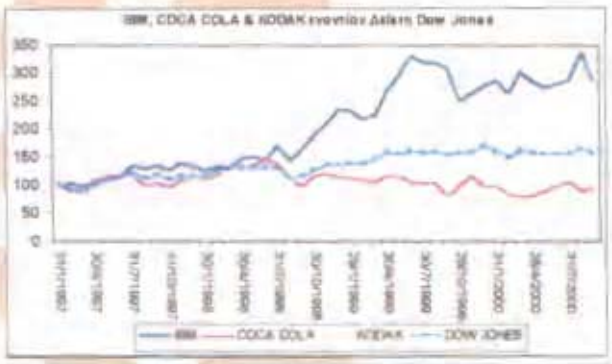
Δείκτες	'97	'98	'99	ΙΑΝ '00	ΦΕΒ '00	ΜΑΡ '00	ΑΠΡ '00	ΜΑΙ '00	ΙΟΥΝ '00	ΙΟΥΛ '00	ΑΥΓ '00	ΣΕΠ '00
Dow Jones	109	126	154	161	149	160	158	154	153	154	165	156
NYSE Composite	111	134	150	151	144	157	156	156	156	156	164	161
NYSE Financial	114	138	142	134	122	142	138	145	139	152	164	167
ASX Divers Indus	110	99	104	93	79	80	84	81	83	84	83	80
Topix Index	101	86	103	124	125	124	120	111	116	106	110	107
TSE 2 Topix	91	72	119	154	177	162	152	140	145	132	144	137

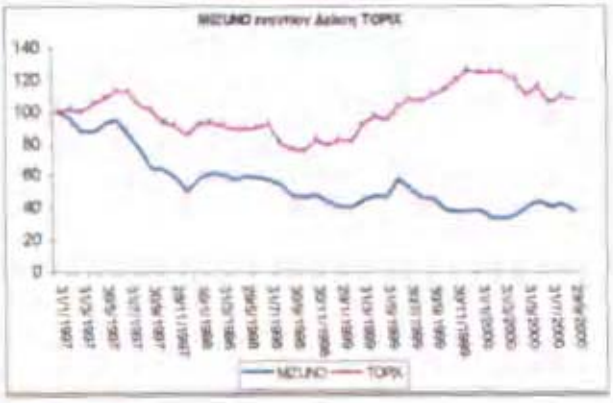
Διαγραμματική Απεικόνιση των εταιριών-χορηγών με τους Δείκτες Τιμών.

Η πρώτη σκέψη που δημιουργείται σαν συνέπεια των παραπάνω αποτελεσμάτων και αξίζει να εξετάσουμε είναι: πώς κινήθηκαν ομοειδείς ανταγωνίστριες εταιρίες, οι οποίες είναι εισηγμένες, χωρίς όμως να συμμετέχουν σαν χορηγοί σε κάποιο πρόγραμμα της Ολυμπιάδας του Σίδνεϋ. Μια τέτοιου είδους συγκριτική ανάλυση θα μπορούσε να μας δώσει χρήσιμα και πιο ξεκάθαρα συμπεράσματα.

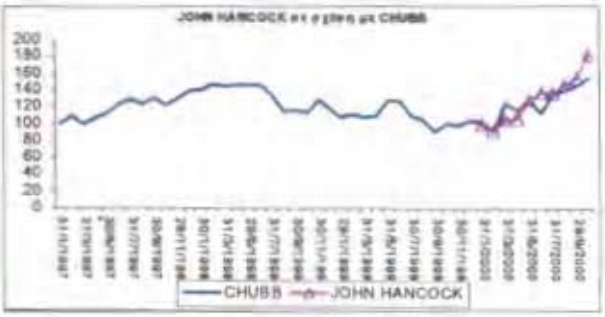
Τα στοιχεία που έχουμε μας επιτρέπουν να συγκρίνουμε τη χρηματιστηριακή απόδοση της IBM, εταιρίας πληροφορικής και χορηγός του προγράμματος TOP, με την Compaq. Η τελευταία εισήχθη τον Δεκέμβριο του 1983 στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης και είναι ένα από τα 2.748 μέλη του Δείκτη NYSE Composite με ποσοστό 0.378% της κεφαλαιοποίησης του Δείκτη. Η πορεία της μετοχής της ασφαλιστικής εταιρίας John Hancock θα απεικονιστεί διαγραμματικά μαζί με την αντίστοιχη της Chubb, εταιρία ομοειδούς αντικειμένου. Είναι εισηγμένη στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης από τον Φεβρουάριο του 1986 και αποτελεί μέλος του Δείκτη NYSE Composite με ποσοστό 0.126%. Τέλος, η McDonalds συγκρίνεται με την Wendy's. Η Wendy/s ανήκει στην κατηγορία εστιατορίων-φάστ φουντ και διαθέτει καταστήματα στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον Καναδά και σε άλλες διεθνείς αγορές. Εισήχθη στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης τον Σεπτέμβριο του 1992 και συμμετέχει με ποσοστό 0.026% της κεφαλαιοποίησης του Δείκτη NYSE Composite.

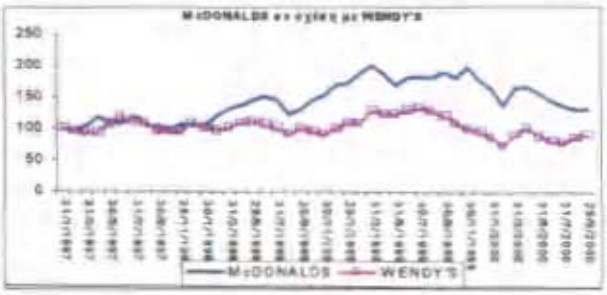
Στα επόμενα διαγράμματα φαίνεται πολύ καθαρά ότι





και οι τρεις εταιρίες-χορηγοί έχουν υψηλότερες αποδόσεις από τους μη χορηγούς -Compaq, Chubb και Wendy/s. Πιο συγκεκριμένα, από τον Μάρτιο του 1999 η μετοχή της IBM υπερέχει της Compaq για να φτάσει στο τέλος του Σεπτεμβρίου του 2000 να κινείται υψηλότερα κατά 43%. Επιπροσθέτως, οι μετοχές των John Hancock και McDonalds έδωσαν 18% και 37% υψηλότερες αποδόσεις από τις ανταγωνίστριες εταιρίες Chubb και Wendy's αντίστοιχα.





Συμπεράσματα

- Από την ανάλυσή μας προκύπτουν μεικτά αποτελέσματα σχετικά με την χρηματιστηριακή απόδοση των μετοχών των εταιριών-χορηγών και των Δεικτών Τιμών στους οποίους είναι μέλη.

- Θεωρούμε ότι συγκρίσεις με ανταγωνίστριες εισηγμένες εταιρίες του κλάδου δίνει καλύτερα και πιο καθαρά αποτελέσματα. Αυτό θα αποτελέσει αντικείμενο για μελλοντική εξέταση.

- Οι εταιρίες-Ολυμπιακοί Χορηγοί φαίνεται ότι κρίνουν επιτυχημένη την επένδυσή τους, αφού οκτώ από τις 11 εταιρίες του TOP προγράμματος ανανέωσαν τη συνεργασία τους με την ΔΟΕ για τους επόμενους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004.

- Η παραπάνω ανάλυση μπορεί να χρησιμοποιηθεί σαν εργαλείο για να εξηγήσουμε την γενικότερη απροθυμία των επιχειρήσεων να προσφέρουν χορηγίες, είτε σε αθλητικά γεγονότα, π.χ. εθνικά πρωταθλήματα αθλημάτων, είτε σε αθλητικά σωματεία και ομοσπονδίες. Συγκεκριμένα, από την παραπάνω ανάλυση προκύπτει ότι οι TOP Ολυμπιακοί Χορηγοί δεν έχουν τα αναμενόμενα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα, τουλάχιστον όπως αυτά συμπεραίνεται από την πορεία της μετοχή τους στα σχετικά διεθνή χρηματιστήρια. Δεν αποτελεί λοιπόν απορία γιατί οι επιχειρήσεις είναι επιφυλακτικές στην προσφορά χορηγιών σε αθλητικά σωματεία και γεγονότα. Οι εταιρίες που αναλαμβάνουν χορηγίες πιθανόν το κάνουν για μη οικονομικούς λόγους.

Βιβλιογραφία

B. Pitts, D. Stotlar, 1996, Sport Management Library, Fundamentals of Sport Marketing
FORTUNE Global 500, 2000, Olympic Marketing: striking a balance between business and sport

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Χορηγοί TOP Program

ΕΤΑΙΡΙΑ	ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ
1. COCA-COLA	ΜΗ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΟ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΟ
2. IBM	ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
3. JOHN HANCOCK	ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ
4. KODAK	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ
5. McDONALDS	ΑΛΥΣΙΔΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΟΥ ΦΑΓΗΤΟΥ
6. PANASONIC	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ AUDIO/VIDEO
7. SAMSUNG	ΑΣΥΡΜΑΤΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
8. SPORTS ILLUSTRATED/TIME	ΕΚΔΟΣΕΙΣ
9. UPS	ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
10. VISA	ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΩΜΗΣ
11. XEROX	ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

Προμηθευτές αθλητικού εξοπλισμού

1. DUNLOP SPORT	ΜΠΑΛΕΣ ΤΕΝΝΙΣ
2. MIZUNO CORP.	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ JUDO, BASEBALL
3. YONEX	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ BADMINTON
4. ASF HORNER	ΕΠΙΦΑΝΕΙΕΣ ΜΠΑΣΚΕΤ
5. ACROMAT	ΑΘΛΗΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ
6. ADIDAS KORCA	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ TAEKWONDO
7. ANTI WAVE INTERNATIONAL	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΟΛΟ
8. BACKSTRAND	ΑΓΩΝΙΣΜΑΤΑ ΠΑΛΗΣ
9. BERLEI	ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΕΝΔΥΣΗ
10. CHARLES STUART UNIVERSITY	ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΙΠΠΑΣΙΑΣ
11. EUROTRAMP TRAMPOLINE	ΤΡΑΜΠΟΛΙΝΟ
12. GERFLOR-TARAFLEX	ΕΣΩΤΕΡΙΚΕΣ ΔΑΠΕΔΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
13. JOOLA TISCHTENNIS	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΟΥ ΤΕΝΝΙΣ
14. KOOKABURRA SPORT	ΜΠΑΛΛΕΣ ΧΟΚΕΙ
15. MAVIC SA	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑΣ
16. MIKASA	ΜΠΑΛΛΕΣ ΒΟΛΛΕΥ & ΠΟΛΟ
17. MOLTEN PACIFIC	ΜΠΑΣΚΕΤ
18. MONDO PACIFIC	ΣΤΙΒΟΣ
19. SCHELDE INTERNATIONAL	ΤΑΜΠΛΟ ΜΠΑΣΚΕΤ-ΔΟΚΑΡΙΑ&ΔΙΚΤΥΑ ΧΑΝΤΜΠΟΛ
20. SENOH CORPORATION	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΒΟΛΛΕΥ
21. TECHNOGYM	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΡΔΙΟΑΓΓΕΙΑΚΟΣ
22. TOP TEN	ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΥΓΜΑΧΙΑΣ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ:

Ιεραρχικές Δομές και Διοίκηση

του ΔΗΜΗΤΡΗ ΝΙΚΟΛΑΪΔΗ
Εμπορικού Διευθυντή της ΠΑΕ ΑΡΗΣ

Εισαγωγή

Η επαγγελματοποίηση των σπορ και η πολυπλευρικότητα των λειτουργιών ενός αθλητικού οργανισμού έχουν επιφέρει σημαντικές δομικές αλλαγές στο μάνατζμεντ των ομάδων. Αλλαγές που αναφέρονται στη διοίκηση, στα οικονομικά, στην οργάνωση, στο μάρκετινγκ και, γενικότερα, στη στρατηγική.

Αναμφισβήτητα, οι αθλητικές ομάδες λειτουργούν, πλέον, ως οικονομικές οντότητες και συμπεριφέρονται ως επιχειρήσεις. Σχεδιάζουν, οργανώνουν, εφαρμόζουν και αξιολογούν διάφορα προγράμματα ή πλάνα, με σκοπό την αύξηση των εσόδων και την αποτελεσματικότητα των ενεργειών τους. Αυτό σημαίνει ότι έχει παρέλθει ανεπιστρεπτί η εποχή κατά την οποία στη διοίκηση των σπορ επικρατούσε η ημιμάθεια και ο εμπειρισμός.

Οι συνθήκες και το ανταγωνιστικό περιβάλλον από τη μία και το συμφέρον του αθλητικού οργανισμού από την άλλη (ομάδα, αθλητικό κέντρο, γυμναστήριο, στάδιο), επιβάλλουν στον ιδιοκτήτη - πρόεδρο του σωματείου να αναζητήσει ανθρώπους εξειδικευμένους στην οργάνωση, στο μάρκετινγκ, στην προβολή, στη διοίκηση, στις δημόσιες σχέσεις, στα οικονομικά.

Η εναπόθεση όλων των διοικητικών λειτουργιών του οργανισμού σε 3 ή 4 άτομα, μόνον αποτελεσματική δεν είναι. Όσο ικανά και εξειδικευμένα και αν είναι αυτά τα στελέχη, είναι αδύνατον να καλύψουν αποτελεσματικά όλους τους τομείς της διοίκησης. Μπορεί βέβαια, βραχυπρόθεσμα, ο ιδιοκτήτης να εξοικονομήσει κάποια χρήματα όταν απασχολεί έναν περιορισμένο αριθμό διοικητικών υπαλλήλων. Σε μία μακροχρόνια, όμως, θεώρηση είναι βέβαιο ότι ο αθλητικός οργανισμός θα υπολειτουργεί και οικονομικά θα χωλαίνει. Στη χώρα μας, μέχρι πριν από λίγα χρόνια, επικρατούσε η αντίληψη - λανθασμένη, όπως αποδεικνύεται - ότι η συνεργασία αθλητικών οργανισμών με επαγγελματίες του κλάδου, ήταν μη αναγκαία και οικονομικά ασύμφορη. Φυσικά, η αντίληψη αυτή συνεχώς εξασθενεί.

Στόχος του παρόντος άρθρου είναι η παράθεση ενός μοντέλου ιεραρχικής δομής και διοίκησης επαγγελματικών αθλητικών σωματείων. Βέβαια, οι λειτουργικές ανάγκες και ο προσανατολισμός κάθε οργανισμού διαφέρουν. Γι' αυτό επιβάλλονται οι ανάλογες προσαρμογές, έτσι ώστε το σχήμα να καταστεί αποτελεσματικό.

Μεθοδολογία Συλλογής Πληροφοριών

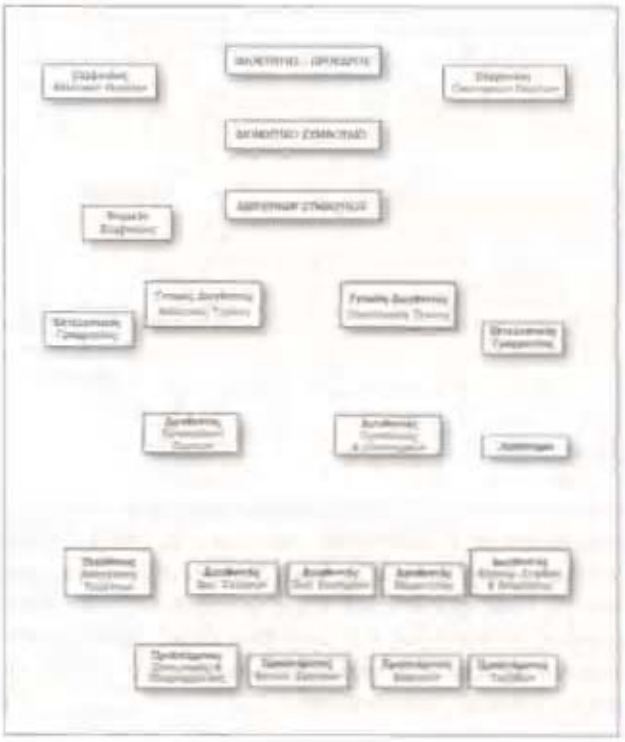
Το διοικητικό σχήμα ***(Σχήμα 1)***, που παρατίθεται στο παρόν άρθρο είναι απόσταγμα μελέτης επαγγελματικών ομάδων καλαθόσφαιρας, αμερικανικού ποδοσφαίρου, χόκεϋ επί πάγου, ποδοσφαίρου και μπέιζμπολ. Τέσσερις από τις ομάδες προέρχονται από τις Ηνωμένες Πολιτείες, μία από τον Καναδά και μία από την Ευρώπη.

Συγκεκριμένα, εξετάστηκαν και διασταυρώθηκαν πληροφορίες από τις ομάδες Atlanta Braves (μπέιζμπολ), Philadelphia 6ers και Boston Celtics (καλαθόσφαιρα), Buffalo Sabres (χόκεϋ), Philadelphia Eagles (αμερικάνικο ποδόσφαιρο) και Liverpool (ποδόσφαιρο). Οι πληροφορίες αντλήθηκαν από έντυπα των ομάδων, καθώς και από συνεντεύξεις ειδικά σχεδιασμένες για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη διοικητική δομή των ομάδων, την κοινωνική τους δράση και τις τεχνικές μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν. Κατόπιν εντοπίστηκαν οι ομοιότητες και οι διαφορές των οργανισμών αυτών, ως προς τη διοικητική τους δομή και λειτουργία.

Η πρόταση

Το διοικητικό σχήμα που ακολουθεί αναφέρει τις βασικές διευθυντικές θέσεις εργασίας μιας επαγγελματικής αθλητικής ομάδας.

Σχήμα 1



Αναφορικά τώρα με το προτεινόμενο διοικητικό σχήμα, στην κορυφή της πυραμίδας βρίσκεται ο κύριος μέτοχος (ο ιδιοκτήτης της ομάδας), που πιθανόν να είναι και ο πρόεδρος του οργανισμού. Δύο σύμβουλοι, ο πρώτος για θέματα οικονομικής φύσεως και ο δεύτερος για αθλητικά ζητήματα, έχουν στενή συνεργασία με τον πρόεδρο, τόσο στη χάραξη στρατηγικής, όσο και στη λήψη αποφάσεων. Θέση-κλειδί στο σχήμα κατέχει ο διευθύνων σύμβουλος, του οποίου οι αρμοδιότητες απλώνονται σε ένα ευρύ διοικητικό φάσμα. Οι ερευνητές Hatfield et al. (1987) ομαδοποίησαν τα καθήκοντα του διευθύνοντος συμβούλου σε έξι βασικές περιοχές:

α) Διαχείριση οικονομικών
β) Διοίκηση
γ) Αξιολόγηση προσωπικού
δ) Εργασιακές σχέσεις
ε) Δημόσιες σχέσεις
στ) Μάρκετινγκ

Οι διευθύνοντες σύμβουλοι θεωρούν τις εργασιακές σχέσεις και την αξιολόγηση του προσωπικού ως τις σπουδαιότερες περιοχές. Στην ίδια έρευνα, εξάλλου, αποκαλύφτηκε ότι η ικανότητα σωστής διάγνωσης και εντοπισμού παικτών-ταλέντων είναι μια σημαντική αρμοδιότητα του διευθύνοντος συμβούλου. Μελέτη του 1995 έδειξε ότι οι διευθύνοντες σύμβουλοι θεωρούν ως σημαντικούς, για τη δουλειά τους, τομείς, τις χορηγίες, τις δημόσιες σχέσεις, τη διοίκηση προσωπικού, το αθλητικό δίκαιο, το μάρκετινγκ και την τεχνική των διαπραγματεύσεων (Nikolaidis, 1995).

Ο διευθύνων σύμβουλος είναι ο άνθρωπος εκείνος που επιβάλλει τον τρόπο διοίκησης της ομάδας και φροντίζει για την επιτυχημένη και κερδοφόρα πορεία της. Δύο γενικοί διευθυντές είναι οι επικεφαλείς του αθλητικού και οικονομικού τομέα. Ο μεν γενικός διευθυντής του αθλητικού τομέα έχει αρμοδιότητες που σχετίζονται με θέματα των παικτών, μετεγγραφές, ανίχνευση ταλέντων, αθλητικό υλικό, αθλητικές εγκαταστάσεις κ.λπ., ενώ ο γενικός διευθυντής του οικονομικού τομέα ελέγχει, κατευθύνει και αξιολογεί τα τμήματα των δημοσίων σχέσεων, του μάρκετινγκ, των πωλήσεων εισιτηρίων, της διαφήμισης κ.λπ. Ανάλογα με το μέγεθος και τις λειτουργικές ανάγκες του οργανισμού, μπορούν να ενισχυθούν ή να αποδυναμωθούν κάποια τμήματα. *Για παράδειγμα, στο τμήμα μάρκετινγκ μιας ομάδας μεγάλης εμβέλειας, με ευρωπαϊκή πορεία, είναι απαραίτητο να υπάρχει ξεχωριστό επιτελείο που να ασχολείται αποκλειστικά με τις χορηγίες.* Πρέπει, επίσης, να τονιστεί ότι μεταξύ των τμημάτων είναι αναγκαίο να αναπτυχθεί η αμοιβαιότητα και η συνεργασία, διότι υπάρχει αλληλεπίδραση ανάμεσά τους.

Αργά ή γρήγορα, όμως, εκεί οδηγούνται και οι ελληνικές ομάδες. Ιδιαίτερα τώρα, με τις καινοτομίες και τις νέες νομοθετικές ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης και με την δημιουργία πανευρωπαϊκών πρωταθλημάτων σε ετήσια βάση, οι ομάδες, που θέλουν να σταθούν επάξια και να πρωταγωνιστήσουν στο αγωνιστικό, οργανωτικό και οικονομικό τομέα, οφείλουν να ακολουθήσουν το μονόδρομο της οργάνωσης και της επαγγελματικής αντιμετώπισης όλων των διοικητικών πτυχών τους.

Εκτός από τις θέσεις που αναφέρονται εδώ, πρέπει να σημειωθεί ότι η διοικητική πυραμίδα συμπληρώνεται από το ιατρικό επιτελείο, τους υπεύθυνους αθλητικού υλικού, τους φροντιστές, τους γραμματείς, τους εποχιακούς υπαλλήλους και άλλο βοηθητικό προσωπικό, που η συμβολή τους στη σωστή λειτουργία του οργανισμού είναι σημαντικότατη.

Ανάλυση - Συζήτηση

Κατά την ανάλυση των πληροφοριών παρατηρήθηκαν διαφορές ως προς τις θέσεις εργασίας, τους τίτλους, ακόμη και τα καθήκοντα της κάθε θέσης. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι θέσεις και οι τίτλοι εργασίας στους επαγγελματικούς αθλητικούς οργανισμούς διαφέρουν από ομάδα σε ομάδα. Σε αρκετές περιπτώσεις ο κύριος μέτοχος μιας ομάδας είναι ταυτόχρονα και ο πρόεδρός της, χωρίς, ωστόσο, αυτό να αποτελεί κανόνα. Στο εξωτερικό, μάλιστα, είναι σύνηθες το φαινόμενο ο ιδιοκτήτης της ομάδας να αναθέτει την προεδρία σε έμμισθο επαγγελματία. Έτσι, ο ρόλος και ο βαθμός ενασχόλησης του προέδρου με τη διοίκηση του οργανισμού διαφέρει από ομάδα σε ομάδα.

Ο ακριβής προσδιορισμός, η περιγραφή και η οριοθέτηση των θέσεων εργασίας και η πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού απαιτεί μεγάλη προσοχή. Όσο, μάλιστα, μεγαλώνει ο οργανισμός, τόσο πιο πολύπλοκη είναι η διαδικασία επιλογής. Έτσι, ο προσδιορισμός των θέσεων εργασίας σε μια μικρή επαρχιακή ομάδα, όπου το διοικητικό προσωπικό μετριέται πολλές φορές στα δάχτυλα του ενός χεριού, γίνεται σχετικά εύκολα. Όσο, όμως, προχωρούμε σε ομάδες μεγαλύτερης εμβέλειας, τόσο οι θέσεις εργασίας αυξάνονται, ενώ τα καθήκοντα κάθε θέσεως γίνονται πιο πολύπλοκα. Αυτό δημιουργεί ένα σημαντικό πρόβλημα, καθώς η πρόσληψη όλων αυτών των ατόμων που παρουσιάζουν μεταξύ τους σημαντικές διαφορές ως προς την εκπαίδευση, την προσωπικότητα και τις ικανότητές τους, δυσκεραίνει κατά πολύ την επίβλεψή τους και καθιστά αμφίβολη την αποδοτικότητά τους. Έτσι, παρατηρείται σε πολλούς αθλητικούς οργανισμούς να γίνεται μία ομαδοποίηση παρόμοιων εργασιών, οπότε δημιουργούνται διάφορα τμήματα. Η ομαδοποίηση αυτή (departmentation) επιφέρει καλύτερη συνεργασία, μεγαλύτερη συνοχή και αποτελεσματικότητα και, βέβαια, καλύτερο έλεγχο. Σε άλλες, πάλι, περιπτώσεις, στη διοικητική δομή μιας ομάδας, δύο ή τρεις θέσεις εργασίας συμπυκνώνονται σε μία. Επομένως, για μία εμπεριστατωμένη έρευνα απαιτείται η μελέτη της κάθε εργασίας και η κατανόηση των αρμοδιοτήτων της.

Χαρακτηριστικό γνώρισμα όλων των οργανισμών που εξετάστηκαν ήταν η επαγγελματική τους λειτουργία και επάρκεια. Είναι ενδεικτικό, ότι κατά την διάρκεια που πραγματοποιήθηκε η έρευνα (1998), στην ομάδα Buffalo Sandres εργάζονταν 83 διοικητικοί υπάλληλοι, στην Atlanta Braves περισσότεροι από 85, στους Philadelphia Sixers 86 και στην ομάδα Eagles 73. Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι όλες οι ομάδες που εξετάστηκαν είχαν πολλές ομοιότητες, με πιο χαρακτηριστική αυτή των τμημάτων και των επιτελείων. Δηλαδή τα διάφορα τμήματα των οργανισμών ήταν στελεχωμένα με επιτελεία, τα οποία λειτουργούσαν ως ομάδες εργασίας. Για παράδειγμα, στο τμήμα Πωλήσεων Εισιτηρίων-Μάρκετινγκ των Atlanta Braves εργάζονταν 19 υπάλληλοι, εκ των οποίων ορισμένοι ασχολούνταν με τις πωλήσεις εισιτηρίων διαρκείας, κάποιοι άλλοι με τα ομαδικά εισιτήρια (group sales), ενώ μια τρίτη ομάδα προωθούσε τα κοινά ατομικά εισιτήρια. Στο τμήμα Μάρκετινγκ των Philadelphia Eagles σημειώθηκε η ίδια κατανομή εργασιών. Οι υπάλληλοι του τμήματος ήταν 13, ενώ απασχολούνταν και δύο εκπαιδευόμενοι (interns).

Σε ό,τι αφορά τη χάραξη στρατηγικής, η διοίκηση της Liverpool στηριζόταν σε 6 διευθυντές, οι οποίοι ήταν επικεφαλής διαφόρων τμημάτων-επιτελείων, ενώ άνωθεν υπήρχε ο διευθύνων σύμβουλος (CEO). Αντίθετα, οι Boston Celtics στήριζαν τη διοικητική τους δομή σε 5 αντιπροέδρους και 4 διευθυντές τμημάτων, οι οποίοι ήταν επικεφαλής διοικητικών επιτελείων. Όλα αυτά πιθανώς να φαντάζουν εξωπραγματικά για τα δικά μας δεδομένα. Αργά ή γρήγορα, όμως, εκεί οδηγούνται και οι ελληνικές ομάδες. Ιδιαίτερα τώρα, με τις καινοτομίες και τις νέες νομοθετικές ρυθμίσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης και με την δημιουργία πανευρωπαϊκών πρωταθλημάτων σε ετήσια βάση, οι ομάδες, που θέλουν να σταθούν επάξια και να πρωταγωνιστήσουν στο αγωνιστικό, οργανωτικό και οικονομικό τομέα, οφείλουν να ακολουθήσουν το μονόδρομο της οργάνωσης και της επαγγελματικής αντιμετώπισης όλων των διοικητικών πτυχών τους. Ήδη, τα πρώτα βήματα έγιναν με τις μεγάλες ομάδες του κέντρου να βαδίζουν πάνω σε καθαρά επαγγελματικά πρότυπα, προδιαγράφοντας, έτσι, μια γενικότερη τάση για διοικητική και οργανωτική αναδιάρθρωση. Οι δε ομάδες της Θεσσαλονίκης, ΑΡΗΣ, ΠΑΟΚ και ΗΡΑΚΛΗΣ, ακολουθούν και αυτές σύγχρονα μοντέλα οργάνωσης και διοίκησης και στελεχώνουν τα τμήματά τους με κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό.

Βιβλιογραφία

HATFIELD, B.D., WRENN, J.P. & BRETTING, H.H. (1987). "Comparison of the Job Responsibilities of Intercollegiate Athletic Directors and Professional Sport General Managers". Journal of Sport Management, Vol. 1, pp. 129-145.

NIKOLAIDIS, D. Y. (1995). Identification of Core Courses Necessary for the Development of Sport Management Curricula in the European Community: Academicians Versus Practitioners. Ann Arbor: Michigan, UMI.

Η ΤΗΛΕΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Σημείωση: Η μόνιμη αυτή στήλη θα παρουσιάζει ένα επιστημονικό άρθρο - μελέτη με θέμα τα οικονομικά, το μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ του αθλητισμού.

Ένα σημαντικό ερώτημα αφορά ποιες ομάδες παρακολουθούν οι τηλεθεατές. Αναμφισβήτητα παρακολουθούν τη δική τους ομάδα, αλλά αυτό δεν εξαντλεί το ενδιαφέρον τους. Μεγάλο ενδιαφέρον έχει και η παρακολούθηση της πιο "μισητής" αντίπαλης ομάδας. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα οι τηλεθεατές, που είναι οπαδοί του Ολυμπιακού, θα παρακολουθήσουν με μεγάλο ενδιαφέρον έναν αγώνα του Παναθηναϊκού.

Στην Ελλάδα τα τηλεοπτικά δικαιώματα αποτελούν σημαντική πηγή εσόδων για πολλά επαγγελματικά αθλήματα. Η αύξηση αυτών των εσόδων εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από την τηλεθέαση των αγώνων. Η διεθνής επιστημονική βιβλιογραφία, μόλις πρόσφατα, έχει ξεκινήσει μία προσπάθεια έρευνας των παραγόντων που επηρεάζουν την τηλεθέαση των αγώνων και τη σύνδεσή της με την αύξηση των εσόδων.

Στην Αμερική παρατηρείται τελευταία μία πτώση της τηλεθέασης επαγγελματικών αγώνων, με αποτέλεσμα να εκφράζονται φόβοι ότι, αν αυτή η κατάσταση συνεχιστεί, αργά ή γρήγορα, θα υπάρξει και πτώση των εσόδων από τις τηλεοπτικές καλύψεις. Για παράδειγμα, φέτος παρατηρείται μία πτώση της τηλεθέασης του NBA κατά 21%. Μάλιστα, οι περσινοί τελικοί μεταξύ των Λος Άντζελες Λέικερς και των Ινδιάνα Πέισερς σημείωσαν το δεύτερη χειρότερη τηλεθέαση στα τελευταία 20 χρόνια. Το θέμα αυτό αποτέλεσε αντικείμενο επιστημονικής έρευνας δύο καθηγητών από το Πανεπιστήμιο του Louisville των ΗΠΑ. Οι καθηγητές Daniel F. Mahoney & Anita M. Moorman (βλέπε "The

Relationship Between the Attitudes of Professional Sport Fans and Their Intentions to Watch Televised Games", Sport Marketing Quarterly, vol. 9, no. 3 September 2000, pp. 131-139).

Ένα σημαντικό ερώτημα αφορά ποιες ομάδες παρακολουθούν οι τηλεθεατές. Αναμφισβήτητα παρακολουθούν τη δική τους ομάδα, αλλά αυτό δεν εξαντλεί το ενδιαφέρον τους. Μεγάλο ενδιαφέραν έχει και η παρακολούθηση της πιο "μισητής" αντίπαλης ομάδας. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα οι τηλεθεατές, που είναι οπαδοί του Ολυμπιακού, θα παρακολουθήσουν με μεγάλο ενδιαφέρον έναν αγώνα του Παναθηναϊκού.

Πάντως και αυτό δεν είναι απόλυτο. Σύμφωνα με μελέτες που έχουν γίνει από διάφορους ερευνητές και αναφέρονται στο παραπάνω άρθρο, η τηλεοπτική παρακολούθηση της αντίπαλης ομάδας έχει ενδιαφέρον μόνο, αν το αποτέλεσμά της επηρεάζει την πορεία της αγαπημένης τους ομάδας. Το γενικό συμπέρασμα, που προκύπτει από την ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, είναι ότι οι τηλεθεατές προτιμούν να βλέπουν αγώνες για τους οποίους έχουν δυνατά συναισθήματα (αγάπης ή μίσους), παρά να βλέπουν έναν αγώνα με ομάδες που τα συναισθήματά τους είναι ουδέτερα.

Σε πρακτικό επίπεδο αυτό σημαίνει ότι κανάλια που καλύπτουν αγώνες άλλων πρωταθλημάτων, πολύ καλύτερων από το ελληνικό, δεν πρόκειται ποτέ να πιάσουν ποσοστά τηλεθέασης που θα πιάσει ένας ενδιαφέρων αγώνας του ελληνικού πρωταθλήματος. Η ανάλυση αυτή μπορεί να προχωρήσει ακόμη πιο πέρα και να συμπεράνει κανείς ότι η ποιότητα του αγώνα μπορεί να είναι δευτερεύουσης σημασίας και πρωτεύων λόγος παρακολούθησης να είναι οι αντίπαλοι.

Η έρευνα των καθηγητών είχε τρεις σκοπούς. Πρώτον, ήθελαν να επιβεβαιώσουν το ρόλο των συναισθημάτων στην τηλεθέαση των αγώνων. Δεύτερον, ήθελαν να εξακριβώσουν τις προθέσεις των τηλεθεατών να παρακολουθήσουν έναν καλό αγώνα στον οποίο δεν έπαιζε η αγαπημένη τους ομάδα και τρίτον να εξακριβώσουν τις προτιμήσεις των τηλεθεατών για ατομικούς παίκτες. Το δείγμα της μελέτης αφορούσε τις καλύτερες ομάδες του αμερικάνικου ποδοσφαίρου και του μπάσκετ. Οι ερευνητές χρησιμοποίησαν 161 και 157 εθελοντές · φιλάθλους των αντίστοιχων αθλημάτων και για να διατηρήσουν κάποια ομοιογένεια στα δημογραφικά χαρακτηριστικά χρησιμοποίησαν σπουδαστές ενός συγκεκριμένου πανεπιστημίου.

Τα πιο βασικά συμπεράσματα της μελέτης είναι τα εξής. Πρώτον, τα αποτελέσματα της μελέτης ενισχύουν την άποψη ότι οι φίλαθλοι παρακολουθούν τηλεοπτικούς αγώνες των ομάδων τους. Όσον αφορά στην παρακολούθηση "μισητών" ομάδων, η παρακολούθηση δεν είναι δεδομένη. Όταν οι φίλαθλοι έχουν πληροφόρηση ότι η "μισητή" ομάδα αποτελεί απειλή για την αγαπημένη τους ομάδα, τότε είναι διατεθειμένοι να παρακολουθήσουν τα παιγνίδια της. Οι συγγραφείς εξάγουν και ένα συμπέρασμα στρατηγικής μάρκετινγκ. Σε αυτή την περίπτωση, οι ιθύνοντες της τηλεοπτικής κάλυψης θα πρέπει να ενισχύουν την άποψη ότι η "μισητή" ομάδα αποτελεί απειλή για την αγαπημένη τους ομάδα.

Εξίσου σημαντικό είναι το εύρημα ότι οι οπαδοί μιας ομάδας έχουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για έναν αγώνα της "μισητής" ομάδας, όταν αυτή έχει μεγαλύτερη πιθανότητα να τον χάσει. Σε αυτή την περίπτωση η στρατηγική μάρκετινγκ που θα πρέπει να ακολουθηθεί δεν είναι ξεκάθαρη. Ένα άλλο σημαντικό συμπέρασμα της μελέτης είναι ότι γενικότερα οι φίλαθλοι προτιμούν να παρακολουθούν την καλύτερη ομάδα του πρωταθλήματος από ότι τη "μισητή" ομάδα, αλλά αυτή η επιθυμία δεν ξεπερνάει την επιθυμία τους να παρακολουθήσουν την αγαπημένη τους ομάδα.

Τέλος, οι τηλεθεατές προτιμούν να βλέπουν παιγνίδια ομάδων στις οποίες αγωνίζονται οι αγαπημένοι τους παίκτες. Στην περίπτωση της Ελλάδος, αυτό το εύρημα θα μπορούσε να έχει εφαρμογή ελλήνων παικτών που αγωνίζονται σε ομάδες του εξωτερικού. Η τηλεοπτική κάλυψη αυτών των αγώνων θα έχει μεγαλύτερη τηλεθέαση από αγώνες που δεν αγωνίζονται έλληνες παίκτες. Κλασική περίπτωση ήταν ο Γρηγόρης Γεωργάτος όταν αγωνιζόταν στο Ιταλικό πρωτάθλημα. Πάντως έχει ενδιαφέρον το εύρημα των ερευνητών που αφορά διαφορές στη συμπεριφορά των τηλεθεατών μεταξύ του αμερικάνικου ποδοσφαίρου και του μπάσκετ. Το τελευταίο έχει ακολουθήσει μία στρατηγική μάρκετινγκ του αθλήματος μέσω των καλύτερων (π.χ. Μάϊκλ Τζόρταν, Μάτζικ Τζόνσον), αλλά και των πιο μισητών παικτών.

Οι ερευνητές προτείνουν και στους υπεύθυνους του αμερικάνικου ποδοσφαίρου να ακολουθήσουν τη στρατηγική του μπάσκετ. Δύο ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν ακόμη από την έρευνα και αφορούν στη στρατηγική μάρκετινγκ. Πρώτον, οι ερευνητές βρήκαν ότι το μάρκετινγκ και των δύο αθλημάτων θα πρέπει να προωθεί περισσότερους παίκτες και δεύτερον δεν θα πρέπει να επικεντρώνεται τόσο στους καλούς παίκτες όσο και στους λιγότερους αγαπητούς παίκτες. Αν μπορούμε να μεταφράσουμε τα αποτελέσματα στην ελληνική ποδοσφαιρική πραγματικότητα, ένα καλό δεκάρι μαγνητίζει τον κόσμο, αλλά και ένας σκληροτράχηλος αμυντικός μπορεί να αποτελέσει πόλο έλξης. Ακόμη και κάποιες "θεατρινίστικες" συμπεριφορές ορισμένων παικτών μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους υπεύθυνους μάρκετινγκ των αγώνων για αύξηση της τηλεθέασης. Πάντως, σε καμία περίπτωση η επιθυμία παρακολούθησης του πιο αγαπημένου ή μισητού παίκτη δεν ξεπερνάει την επιθυμία παρακολούθησης αγώνων της αγαπημένης τους ομάδας.

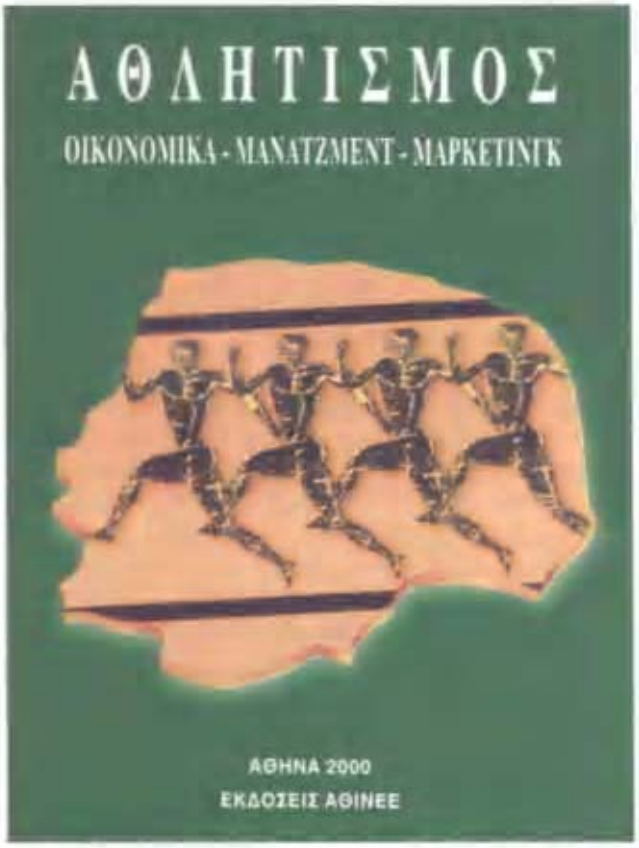
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ:

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ - ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ - ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Επιμέλεια: Δρ. Γρηγόρης Θ. Παπανίκος. Εκδόσεις: ΑΘΙΝΕΕ, 2000.

Ο αθλητισμός σήμερα είναι μια σημαντική επιχειρηματική δραστηριότητα, γι' αυτό και αποτελεί αντικείμενο μελέτης των επιστημών των οικονομικών, του μάνατζμεντ και του μάρκετινγκ. Το βιβλίο με τίτλο: Αθλητισμός: Οικονομικά - Μάνατζμεντ - Μάρκετινγκ, που εκδόθηκε από το Αθηναϊκό Ινστιτούτο Εκπαίδευσης και Έρευνας με την επιμέλεια του καθηγητή Δρ. Γρηγόρη Θ. Παπανίκου, συμβάλλει καθοριστικά στην ανάπτυξη της επιστημονικής μελέτης της αθλητικής δραστηριότητας ως μιας οικονομικής δραστηριότητας, καλύπτοντας την έλλειψη εκδόσεων που έχουν ανάλογο γνωστικό αντικείμενο στη διαθέσιμη ελληνική βιβλιογραφία.

Η ανάληψη της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 από τη χώρα μας δημιουργεί ανάγκες για στελέχωση πολλών οργανισμών και επιχειρήσεων με προσωπικό, που θα έχει γνώσεις οικονομικών, μάνατζμεντ και μάρκετινγκ του αθλητισμού. Πέρα όμως από αυτό, τις απαραίτητες γνώσεις της οικονομικής και διοικητικής επιστήμης, όπως αυτές εφαρμόζονται στον αθλητικό χώρο, θα πρέπει να έχουν όλοι όσοι δραστηριοποιούνται στην "παραγωγή" αθλητικών δραστηριοτήτων. Είναι βέβαιο, λοιπόν, πως το εν λόγω βιβλίο επιτυγχάνει την εισαγωγική διερεύνηση θεμάτων μάνατζμεντ, μάρκετινγκ και οικονομικών του αθλητισμού.



Τα πέντε πρώτα κεφάλαια του βιβλίου είναι προσωπικές εργασίες του επιμελητή της έκδοσης, ενώ τα υπόλοιπα κεφάλαια αποτελούν εργασίες διαφόρων συγγραφέων και εκφράζουν το ύφος και το επιστημονικό ενδιαφέρον του καθενός. Το κοινό χαρακτηριστικό γνώρισμα όλων των συγγραφέων είναι η απλή παρουσίαση των θεμάτων που διαπραγματεύονται. Δίδεται, έτσι, η δυνατότητα στον αναγνώστη να σμού. Στο πρώτο κεφάλαιο, οριοθετείται η έννοια της αθλητικής αγοράς, η έννοια του αθλητικού μάνατζμεντ και η έννοια του αθλητικού μάρκετινγκ. Το δεύτερο κεφάλαιο δίνει κατ' αρχήν τον ορισμό της "αθλητικής δραστηριότητας", ενώ στη συνέχεια παρουσιάζει τα κύρια αθλητικά θέματα που θα πρέπει να αποτελούν αντικείμενο συστηματικής οικονομικής ανάλυσης. Τα θέματα αυτά χωρίστηκαν σε δύο κατηγορίες: μικροοικονομικά και μακροοικονομικά. Τα πρώτα αφορούν τους διάφορους οργανισμούς (ιδιωτικούς, δημόσιους και εθελοντικούς), ενώ τα δεύτερα ασχολούνται με το σύνολο της οικονομίας.

Το τρίτο κεφάλαιο καταπιάνεται με τις βασικές

παράδειγμα αθλητικού οργανισμού που χρειάζεται μάνατζμεντ, επιτρέπει στον αναγνώστη την καλύτερη κατανόηση της έννοιας του αθλητικού μάνατζμεντ. Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στο αθλητικό μάρκετινγκ. Το αθλητικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες, που ικανοποιούν τις ανάγκες και επιθυμίες των καταναλωτών αθλητικών ειδών. Στην πραγματικότητα, όμως, οι αθλητικοί οργανισμοί και η αθλητική βιομηχανία εστιάζουν το ενδιαφέρον τους, κυρίως, στην παραγωγή αγαθών και στην παροχή υπηρεσιών και όχι στην ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών. Ο συγγραφέας τονίζει την ανάγκη στελέχωσης των τμημάτων μάρκετινγκ των αθλητικών οργανισμών, με επαγγελματίες και πεπειραμένα στελέχη.

Το πέμπτο κεφάλαιο καταδεικνύει τη συμβολή της οικονομικής επιστήμης στη θεωρία και στην πρακτική του αθλητικού μάνατζμεντ. Οι απαντήσεις στα βασικά θέματα που απασχολούν τους μάνατζερ των διαφόρων αθλητικών οργανισμών αποτελούν αντικείμενο της οικονομικής επιστήμης. Από την άλλη πλευρά, η επιστήμη του αθλητικού μάνατζμεντ είναι ένας νέος κλάδος που δεν έχει αναπτύξει τις δικές του θεωρητικές δομές και την κατάλληλη μεθοδολογία εμπειρικής ανάλυσης. Ως εκ τούτου, η μεθοδολογία της οικονομικής έρευνας θα μπορούσε να φανεί πολύ χρήσιμη στην ανάπτυξη του θεωρητικού υπόβαθρου του αθλητικού μάνατζμεντ, δεδομένης της αναγνώρισης που τυγχάνει η οικονομική επιστήμη από την επιστημονική κοινότητα, αλλά και του εύρους των σοβαρών επιστημονικών οικονομικών μελετών για την αθλητική αγορά.

Η σωστή οργάνωση και στελέχωση του χρηματοοικονομικού τμήματος (ή απλώς του λογιστηρίου) της επιχείρησης αποτελεί βασικό παράγοντα της άρτιας οργάνωσής της. Αυτό ισχύει για όλες τις μορφές επιχείρησης, συνεπώς και για την αθλητική. Για το λόγο αυτό, η παρουσίαση των λογιστικών και φορολογικών υποχρεώσεων των αθλητικών επιχειρήσεων, που γίνεται στο έκτο κεφάλαιο του βιβλίου, κρίνεται χρήσιμη σε μεγάλο βαθμό για τον αναγνώστη. Επιπλέον, προς την κατεύθυνση της καλύτερης κατανόησης των χρηματοοικονομικών θεμάτων της αθλητικής επιχείρησης, από τον αναγνώστη, συντείνει και η χρησιμοποίηση αναλυτικών παραδειγμάτων.

Αμέσως μετά, εξετάζεται το θέμα των δημοσίων σχέσεων στον αθλητισμό. Η οργάνωση των δημοσίων σχέσεων, η ταύτισή τους με τον τύπο, τα επικοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιούνται (οπτικά και οπτικοακουστικά μέσα) αποτελούν τα θέματα του έβδομου κεφαλαίου. Το όγδοο κεφάλαιο αναφέρεται στις δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου, της αναψυχής και του αθλητισμού. Ο συγγραφέας του παρόντος κεφαλαίου καθιστά σαφή στον αναγνώστη την εννοιολογική διαφοροποίηση των παραπάνω όρων. Με αυτό τον τρόπο, αναδεικνύονται οι ιδιαίτερες διαστάσεις της κάθε έννοιας και επιτυγχάνεται έτσι μεγαλύτερη ερευνητική ακρίβεια. Ο συγγραφέας καταλήγει πως η βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών ελεύθερου χρόνου, αναψυχής και αθλητισμού θα είναι το τελικό αποτέλεσμα της εννοιολογικής τους διάκρισης. Η παρουσίαση της πρακτικής των χορηγιών στο πλαίσιο των επικοινωνιακών δραστηριοτήτων του τουρισμού και του αθλητισμού αποτελεί το θέμα του ένατου κεφαλαίου. Ενώ ο θεσμός των χορηγιών είναι συνδεδεμένος με τις πάσης φύσεως αθλητικές εκδηλώσεις, στον κλάδο του τουρισμού και των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου η πρακτική των χορηγιών είναι λιγότερο διαδεδομένη.

Η οργάνωση της φυσικής αγωγής στο δημοτικό σχολείο αποτελεί το θέμα του δεκάτου κεφαλαίου. Ο συγγραφέας καταλήγει στο συμπέρασμα πως ενώ το δημοτικό σχολείο παρουσιάζει ένα καλά διαρθρωμένο πρόγραμμα για τη διεξαγωγή του συγκεκριμένου μαθήματος, η έλλειψη των απαραίτητων πόρων (υλικών, χρονικών και ανθρώπινων) παρεμποδίζει τελικά την υλοποίησή του. Τέλος, το ενδέκατο κεφάλαιο αναφέρεται στην αθλητική πολιτική του ελληνικού κράτους, όπως αυτή χαράσσεται από τον εκάστοτε αρμόδιο Υπουργό Πολιτισμού και εποπτεύεται από τη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.

Η παρούσα έκδοση είναι βέβαιο πως θα αποτελέσει οδηγό στην απόκτηση γνώσεων σε θέματα που αφορούν το μάνατζμεντ, το μάρκετινγκ και τα οικονομικά του αθλητισμού. Η σωστή κατάρτιση στα παραπάνω θέματα, όλων όσων δραστηριοποιούνται στην "παραγωγή" αθλητικών δραστηριοτήτων, κρίνεται αναγκαία, είτε αυτοί είναι διοικητικά στελέχη επιχειρήσεων ή αθλητικών σωματείων, είτε είναι κυβερνητικοί παράγοντες, είτε σπουδαστές των οικονομικών και της διοίκησης του αθλητισμού.

Η ανάληψη της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 από τη χώρα μας δημιουργεί ανάγκες για στελέχωση πολλών οργανισμών και επιχειρήσεων με προσωπικό, που θα έχει γνώσεις οικονομικών, μάνατζμεντ και μάρκετινγκ του αθλητισμού.

1

Ιστορική χαρακτηρίζεται η συμφωνία μεταξύ της **Manchester United** και της Ομάδας baseball **New York Yankees**. Το σημαντικό στη συνεργασία είναι ότι οι ομάδες αυτές αγωνίζονται σε διαφορετικά αθλήματα και απευθύνονται σε τελείως διαφορετικές αγορές. Όπως διέρρευσε στον τύπο, η συμφωνία αυτή είναι επιχειρηματική και θα αφορά κυρίως το δίκτυο διανομής (μάρκετινγκ) των δύο σωματείων. Η υποχρέωση των δύο εταίρων αφορά την προώθηση των εμπορικών σημάτων των δύο ομάδων.

2

40 εκατομμύρια δραχμές κοστίζει περίπου ένα πλαστό διαβατήριο για έναν παίκτη που θέλει να αγωνιστεί ως κοινοτικός στα ευρωπαϊκά ποδοσφαιρικά πρωταθλήματα. Το θέμα αυτό δημιουργήθηκε από την απελευθέρωση της ευρωπαϊκής αγοράς των αθλητών, μετά την υπόθεση Μπόσμαν.

3

Προβληματισμό έχει προκαλέσει στους υπεύθυνους μάρκετινγκ της διοργάνωσης των ευρωπαϊκών ποδοσφαιρικών συναντήσεων η πολύ χαμηλή τηλεθέαση και τα άδεια γήπεδα. Το πρόβλημα είναι οικονομικό, κάτι που αναγνωρίζει και η ΟΥΕΦΑ, η οποία επιθυμεί την ενίσχυση των ασθενέστερων ομάδων. Η ενίσχυση αυτή θα είναι προς όφελος όλων των ομάδων διότι θα κάνει τους

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΩΝ ΚΑΙ ΣΤΕΛΕΧΩΝ (ΠΣΑΟΣ)

ΣΚΟΠΟΙ

1. Ανάδειξη του επαγγέλματος του αθλητικού οικονομολόγου και στελέχους.
2. Προαγωγή και ανάπτυξη της εκπαίδευσης και έρευνας στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
3. Προαγωγή επιστημονικών και ερευνητικών ανταλλαγών.
4. Σε συνεργασία με εκπαιδευτικά ιδρύματα του εσωτερικού και του εξωτερικού, οργάνωση μεταπτυχιακών προγραμμάτων στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
5. Οργάνωση επιστημονικών συναντήσεων, όπως συνεδρίων, συμποσίων, ημερίδων, διαλέξεων και ομιλιών.
6. Έκδοση περιοδικών εντύπων και άλλων επιστημονικών εκδόσεων, όπως μονογραφίες, βιβλία, κ.λπ.
7. Οργάνωση βραχυχρόνιων ή/και μακροχρόνιων προγραμμάτων κατάρτισης και επιμόρφωσης σε αθλητικά οικονομικά και διοικητικά θέματα.
8. Καθιέρωση υποτροφιών και ειδικών βραβείων, που θα ενισχύουν την έρευνα στα οικονομικά και τη διοίκηση του αθλητισμού.
9. Προώθηση της έρευνας και συνεργασίας με άλλους συναφείς κλάδους, όπως της εκπαίδευσης, του τουρισμού, της αναψυχής, του πολιτισμού και των δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου.

Δικαίωμα εγγραφής ως Μέλη έχουν όσοι ανήκουν σε ΜΙΑ τουλάχιστον από τις παρακάτω κατηγορίες:

- Μέλη του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδος.
- Απόφοιτοι μεταδευτεροβάθμιων σχολών οικονομικής κατεύθυνσης.
- Πέντε χρόνια αποδεδειγμένης στελεχιακής εμπειρίας σε συναφείς, με τον αθλητισμό, επιχειρήσεις και οργανισμούς του δημοσίου ή του ιδιωτικού τομέα.
- Μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών στη διοίκηση και οργάνωση του αθλητισμού.
- Εκπόνηση σημαντικής έρευνας σε θέματα αθλητικής οικονομίας.
- Φοιτητές και σπουδαστές οικονομικής κατεύθυνσης.

Διαδικασία Εγγραφής Μέλους:

- Συμπλήρωση της έντυπης αίτησης.
- Επισύναψη Βιογραφικού Σημειώματος
- Καταβολή του τέλους εγγραφής *(10000 δρχ. για κανονικά μέλη και 2000 δρχ. για φοιτητές).*

Για περισσότερες πληροφορίες:
Σολωμού 12, 10683 Αθήνα
Τηλ.: 01 38.34.227
Φαξ: 01 38.47.734
email: pase@x-treme.gr

12 Μαρτίου 2001

ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΣΒΕΕ

"ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ"

Την Δευτέρα 12 Μαρτίου 2001 πραγματοποιήθηκε στη Θεσσαλονίκη, Ημερίδα με τίτλο: *«Επιχειρηματικές ευκαιρίες και συνεργασίες στο πλαίσιο της διοργάνωσης των Ολυμπιακών Αγώνων»*, υπό την αιγίδα του Συνδέσμου Βιομηχάνων Βορείου Ελλάδος. Την ημερίδα παρακολούθησαν βιομήχανοι και επιχειρηματίες Θεσσαλονίκης, που ενδιαφέρονταν να ενημερωθούν για τις επενδυτικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας.

Κύριοι ομιλητές ήταν οι κύριοι **Μάρτον Σίμιτσεκ**, Εντεταλμένος Σύμβουλος της Οργανωτικής Επιτροπής του «Αθήνα 2004», και **Γεώργιος Μπόλος**, Γενικός Διευθυντής Μάρκετινγκ της Οργανωτικής Επιτροπής του «Αθήνα 2004». Χαιρετισμό απηύθυνε ο πρόεδρος του Σ.Β.Β.Ε. κ. **Βασίλης Ν. Τακάς**, ο Υπουργός Μακεδονίας - Θράκης κ. Γεώργιος Πασχαλίδης ο Δήμαρχος Θεσσαλονίκης κ. **Βασίλης Παπαγεωργόπουλος** και ο Πρόεδρος Ε.Β.Ε.Θ. και μέλος της Εθνικής Επιτροπής Ολυμπιακών Αγώνων, κ. **Δημήτριος Μπακατσέλος**.

Ο κ. Μπόλος αναφέρθηκε στις μεγάλες προοπτικές που διανοίγονται για όλους τους κλάδους της οικονομίας ενόψει των Αγώνων. Ο κλάδος του τουρισμού θα έχει ευνοϊκή επίδραση τουλάχιστον 140 εκατομμυρίων δολαρίων, μόνο για το έτος της διοργάνωσης. Οι Ελληνικές βιομηχανικές επιχειρήσεις θα αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους, που αναμένεται να φτάσει τα 650 εκατομμύρια δολάρια την περίοδο 2001 - 2004. Οι τηλεπικοινωνίες θα γνωρίσουν σημαντική εξέλιξη, καλούμενες να καλύψουν τη ζήτηση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Οι υπηρεσίες θα ευνοηθούν ιδιαίτερα με τη διεύρυνση των μεταφορών, των χρηματοοικονομικών, του εμπορίου, των επιχειρηματικών και άλλων, λόγω της αυξημένης ζήτησης που θα υπάρξει.

Ο κ. Μπόλος αναφέρθηκε επίσης στις προτάσεις του ΣΒΕΕ που έχουν ήδη γίνει και δεν έχουν ακουστεί

σης των επιχειρήσεων της Βορείου Ελλάδας στη Θεσσαλονίκη, που θα αποτελεί ρόλο διαύλου επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρηματιών που ενδιαφέρονται να επενδύσουν στους Αγώνες και της Οργανωτικής Επιτροπής των Ολυμπιακών Αγώνων. Η δεύτερη πρόταση αφορά μία διεθνή διαφημιστική καμπάνια των Ελληνικών προϊόντων, ως απάντηση στο διεθνές επιχειρηματικό ενδιαφέρον, που θα εκδηλωθεί ανταγωνιστικά στο Ελληνικό.

Ο υπουργός Μακεδονίας - Θράκης κ. Πασχαλίδης δήλωσε πως η Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να οργανώσει τους Ολυμπιακούς Αγώνες του μέτρου και να τους επαναφέρει εκεί που τους αρμόζει. Κατά τον κ. Πασχαλίδη πρέπει να γίνουν κατάλληλες ενέργειες για την αποκέ-

ντρωση των Αγώνων και υπάρχουν ήδη κάποιες κινήσεις προς αυτή την κατεύθυνση. Χαρακτηριστικά ο κ. Πασχαλίδης ανέφερε τις κοινές ανακοινώσεις Βενιζέλου - Φλωρίδη που έγιναν το ίδιο πρωί και αφορούσαν τα προγράμματα αθλητικών υποδομών, που θα γίνουν στη Θεσσαλονίκη. Το θέμα των Ολυμπιακών Αγώνων αφορά όλες τις παραγωγικές δυνάμεις, που πρέπει να το αντιμετωπίσουν ως μία μακροπρόθεσμη ευκαιρία. Πρέπει, λοιπόν, κατά τον κ. Πασχαλίδη, όλοι οι φορείς να υποστηρίξουν τις προσπάθειες των εταιριών της Βορείου Ελλάδας που με τις επενδύσεις, το κύρος και την τεχνογνωσία τους θα αναβαθμίσουν το κύρος των Αγώνων. Ο κ. Πασχαλίδης, ολοκληρώνοντας, είπε πως μπορούμε να έχουμε Ολυμπιακούς Αγώνες που θα αναπτύξουν την Ελλάδα συνολικά και τα οφέλη θα είναι μακροπρόθεσμα.

Ο δήμαρχος Θεσσαλονίκης κ. Παπαγεωργόπουλος σημείωσε πως οι Αγώνες είναι θέμα εθνικής εμβέλειας, που κάνει συνδιοργανωτές όλους τους Έλληνες. Παρ' όλα αυτά ο κ. Παπαγεωργόπουλος εξέφρασε την ανησυχία του για δύο βασικά ζητήματα. Το πρώτο αφορά την ανάληψη από την πόλη της Θεσσαλονίκης ορισμένων Ομαδικών Αγωνισμάτων της Προκριματικής φάσης των Αγώνων, όπου τα οφέλη για την Θεσσαλονίκη θα είναι μεγάλα, αφού θα βοηθήσουν στη δημιουργία έργων υποδομής της πόλης, και τα οικονομικά οφέλη που είναι το ίδιο μεγάλα και σημαντικά. Το δεύτερο ζήτημα αφορά τη δημιουργία ειδικού γραφείου ενημέρωσης των επιχειρηματιών της Βορείου Ελλάδος, το οποίο, αν και είχε συζητηθεί και με τις παλαιότερες ηγεσίες της οργανωτικής επιτροπής του Αθήνα 2004, δεν έχει δημιουργηθεί ακόμη. Ο κ. Παπαγεωργόπουλος έκλεισε με την πεποίθηση πως στο μέλλον το γραφείο ενημέρωσης θα γίνει πραγματικότητα για να μπορεί να υπάρχει σωστή ενημέρωση των επιχειρηματιών της Βορείου Ελλάδας για τις προοπτικές επενδύσεων στους Ολυμπιακούς Αγώνες.

Ο κ. Μπακατσέλος, πρόεδρος του ΕΒΕΘ ξεκίνησε το χαιρετισμό του, αναφέροντας κάποιους χαρακτηριστικούς αριθμούς που δίνουν μία εικόνα του μεγέθους των υλικοτεχνικών υποδομών που χρειάζονται οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Κατά τον κ. Μπακατσέλο υπάρχουν τεράστιες ευκαιρίες και δυνατότητες στον επιχειρηματικό κόσμο σε όλους τους τομείς, που αφορούν όλη την Ελληνική επικράτεια, δεδομένου ότι οι απαιτήσεις προμηθειών ξεπερνούν κατά πολύ τις δυνατότητες του Λεκανοπεδίου Αττικής. Πρέπει, λοιπόν, τόσο από πλευράς Πολιτείας, όσο και Οργανωτικής επιτροπής να δοθεί η δυνατότητα στις Ελληνικές επιχειρήσεις να συμμετάσχουν στους σχετικούς διαγωνισμούς προμηθειών. Αυτό, κατέληξε ο κ. Μπακατσέλος, μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία αντιπροσωπευτικού γραφείου πληροφόρησης των επιχειρήσεων στη Θεσσαλονίκη, αντίστοιχου με αυτό που στεγάζεται στο ΕΒΕΑ.

Απαντώντας στα παραπάνω, ο Εντεταλμένος Σύμβουλος του Αθήνα 2004 κ. Μάρτων Σίμιτσεκ ανέφερε πως οι Ολυμπιακοί Αγώνες είναι ένα τεράστιο εγχείρημα για το πληθυσμιακό μέγεθος της χώρας και εμπεριέχει ειδικές δυσκολίες, αφού ως Έλληνες έχουμε ευθύνη απέναντι στον πολιτισμό μας αλλά και απέναντι στις άλλες μικρές χώρες του κόσμου, ως απάντηση στην τάση του γιγαντισμού που επικρατεί. Ο κ. Σίμιτσεκ πρόσθεσε πως θα επιτύχουμε στους Αγώνες, μόνο αν είμαστε ενωμένοι και δεν υπάρχει θέμα Βορρά - Νότου. Άλλωστε, συμπλήρωσε ο κ. Σίμιτσεκ, σύμφωνα με το νόμο του 9250 γίνονται πάντοτε διαδικασίες διαγωνισμού για την επιλογή των εταιριών και δεν τίθεται θέμα διάκρισης. Για τα επόμενα χρόνια θα είμαστε το κέντρο του κόσμου και αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να δείξουμε τις δυνατότητες του πολιτισμού μας. Άλλωστε, όπως είπε ο κ. Σίμιτσεκ, το 91% των Ελλήνων πολιτών θεωρεί τους Ολυμπιακούς Αγώνες θέμα εθνικής υπερηφάνειας και όχι θέμα μόνο της Αθήνας. Πρέπει, επίσης, να υπάρχει ενότητα για ένα κοινό στόχο, γιατί ο διεθνής τύπος, όταν θέλει να ασκήσει κριτική στη χώρα μας, το εφαρμόζει αυτό μέσα από τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Ο κ. Σίμιτσεκ ανέφερε, επίσης, πως οι Αγώνες δεν είναι των επιχειρηματιών αλλά οι τελευταίοι είναι ο μοχλός για τη δημιουργία των Αγώνων. Πρέπει λοιπόν να γίνει ό,τι είναι δυνατό για να μη χαθεί αυτή η ευκαιρία μέσα από σκληρή δουλειά.

Τελευταίος ομιλητής στην Ημερίδα ήταν ο κ. Γεώργιος Μπόλος, Γενικός Διευθυντής Μάρκετινγκ του «Αθήνα 2004». Ο κ. Μπόλος ενημέρωσε τους επιχειρηματίες για την εμπορία των προϊόντων του «Αθήνα 2004». Μέσω του προγράμματος εμπορίας προϊόντων η «Αθήνα 2004» παραχωρεί το δικαίωμα χρήσης του εμβλήματος των Ολυμπιακών Αγώνων Αθήνα 2004 για την κατασκευή και διανομή προϊόντων, λαμβάνοντας συγκεκριμένο ποσοστό επί της τιμής πώλησης.

Τα κύρια οφέλη για την «Αθήνα 2004» είναι η εξεύρεση οικονομικών πόρων, αποτελεί το καλύτερο και φθηνότερο μέσο διαφήμισης των αγώνων εντός και εκτός Ελλάδας και αποτελεί το καλύτερο μέσο διάδοσης του εμβλήματος και των μηνυμάτων του «Αθήνα 2004». Από την άλλη πλευρά, τα οφέλη για τους κατασκευαστές και διανομείς είναι ο συσχετισμός με σήμα παγκόσμιας αποδοχής και αναγνώρισης, η διαφημιστική υποστήριξη των προϊόντων, ο αυξημένος τζίρος, οι διεθνείς προοπτικές και το μοναδικό πλεονέκτημα, που δίνεται στις εταιρίες έναντι του ανταγωνισμού. Ο κ. Μπόλος τέλος, μίλησε για τις μεθόδους, ασφαλείας που θα εφαρμοστούν στα σήματα των Ολυμπιακών Αγώνων για την αποφυγή πλαστογραφίας τους και τις μεθόδους που θα χρησιμοποιηθούν για την καταπολέμηση της παραοικονομίας.

ΑΘΛΗΤΙΚΟ

...πορεία προς το 2004

Πραγματοποιήθηκε την Τετάρτη 28 Φεβρουαρίου 2001 στο Caravel, Προσυνεδριακή Συνδιάσκεψη του Ε' Τακτικού Συνεδρίου της Νέας Δημοκρατίας με θέμα:

"Το Αθλητικό Ιδεώδες - Πορεία προς το 2004".

ΝΕΑ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Ε' ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Στη Συνδιάσκεψη συμμετείχαν οι κ.κ. **Τζαννής Τζαννετάκης**, τ. Πρωθυπουργός, Πρόεδρος Οργανωτι-κής Επιτροπής Ε' Τακτικού Συνεδρίου, **Γιάννα Αγγελοπούλου**, Πρόεδρος του "Αθήνα 2004", **Φάνη Πάλλη - Πετραλιά**, Βουλευτής Β' Αθηνών, Μέλος της Εθνικής Επιτροπής του 2004, **Γιώργος Λιάνης**, Βουλευτής και Πρόεδρος της Επιτροπής Μορφωτικών Υποθέσεων της Βουλής, **Βασίλης Παπαγεωργόπουλος**, Δήμαρχος Θεσσαλονίκης, **Βούλα Πατουλίδου**, Ολυμπιονίκης Βαρκελώνης, **Γιάννης Ιωαννίδης**, Προπονητής Ηπόκετ, **Κώστας Φύκας**, Ολυμπιονίκης Παραολυμπιάδας Σίδνεϋ, **Αντώνης Αντωνιάδης**, Πρόεδρος Πανελληνίου Συνδέσμου Αμειβομένων Ποδοσφαιριστών, **Γιώργος Βασιλακόπουλος**, Πρόεδρος Ελληνικής Ομοσπονδίας Καλαθοσφαίρισης, **Αγάπη Βαρδινογιάννη**, Πρόεδρος Πανελληνίου Αθλητικού Σωματείου Γυναικών "Η Καλλιπάτειρα", **Γιώργος Ορφανός**, Βουλευτής, Υπεύθυνος Αθλητισμού Νέας Δημοκρατίας και **Δημήτρης Γρηγοριάδης**, Πρόεδρος Πανελλήνιας Ένωσης Καθηγητών Φυσικής Αγωγής.

Τα συμπεράσματα της Συνδιασκέψεως διατυπώθηκαν από τον Βουλευτή και Υπεύθυνο του Τομέα Πολιτισμού και Ολυμπιακών Αγώνων της Ν.Δ., κ. Μανώλη Κεφαλογιάννη ενώ ομιλία εκφώνησε και ο Πρόεδρός της, κ. Κώστας Καραμανλής.

Ο Πρόεδρος της Ν.Δ. αναφέρθηκε στις καθυστερήσεις που παρατηρούνται στην υλοποίηση των έργων για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004, ενώ ο κ. Λιάνης επεσήμανε ότι το "Αθήνα 2004" μπορεί να ανοίξει την κερκόπορτα στους αξιωματούχους της ΔΟΕ για να διασώσουν την Ελλάδα διεθνώς.

Σε μελλοντικά τεύχη του περιοδικού θα έχουμε την ευκαιρία να παρουσιάσουμε μερικές από τις σημαντικές εισηγήσεις της συνδιάσκεψης, ιδιαιτέρως εκείνων που άπτονται θεμάτων οργανωτικών και οικονομικών του αθλητισμού.

ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ

ΣΥΝΑΣΠΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟ ΠΟΔΟΣΦΑΙΡΟ

Πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 8 Φεβρουαρίου 2001 στο Ζάππειο, εκδήλωση-συζήτηση, που οργάνωσε ο Συνασπισμός της Αριστεράς και της Προόδου με θέμα:

"Η κρίση του ελληνικού ποδοσφαίρου και οι θέσεις του ΣΥΝ".

Στη συζήτηση συμμετείχαν οι κ.κ. **Ν. Έξαρχος**, Γενικός Γραμματέας Αθλητισμού, **Ν. Κωνσταντόπουλος**, Πρόεδρος του Συνασπισμού, **Σ. Λυκούδης**, Υπεύθυνος για τα Θέματα Πολιτισμού - Αθλητισμού ΣΥΝ, **Ι. Συναδινός**, Υπεύθυνος Αθλητικού Τμήματος του Συνασπισμού, **Μ. Κολυμπάδης**, Αναπληρωτής Γραμματέας Αθλητικού Τομέα ΠΑ.ΣΟ.Κ, **Γ. Λιάνης**, βουλευτής ΠΑ.ΣΟ.Κ, **Κ. Ορφανός**, βουλευτής Ν.Δ., **Γ. Δημαράς**, εκπρόσωπος ΔΗ.Κ.ΚΙ., **Π. Λάμπρου**, εκπρόσωπος ΑΚΟΑ, **Κ. Αλεξανδρίδης**, Πρόεδρος ΕΠΟ, **Χ. Παυλόπουλος**, Γενικός Γραμματέας ΕΠΑΕ, **Α. Αντωνιάδης**, Πρόεδρος ΠΣΑΠ, **Δ. Παπαφωτίου**, Πρόεδρος ΟΠΠΕ, **Θ. Λουκανίδης**, Γενικός Γραμματέας ΟΠΠΕ, **Π. Καραβίτης**, Μέλος Δ.Σ. ΟΠΠΕ, **Δ. Μουρίκης** και **Χ. Στούκας** της Ένωσης Ποδοσφαιρικών Σωματείων Πειραιά, **Ν. Λαγογιάννης**, τ. διαιτητής FIFA, **Κ. Μανταίος**, Πρόεδρος του Οργανισμού Νεολαίας και Άθλησης του Δήμου Αθηναίων, **Γ. Διακογιάννης**, δημοσιογράφος, **Δ. Καραγκούνης** της ΠΑΕ "Αθηναϊκός" και **Ι. Μυστακόπουλος**, Δήμαρχος Αιγάλεω.

Τις εργασίες της εκδήλωσης άνοιξε με χαιρετισμό ο κ. Λυκούδης και στη συνέχεια τον λόγο πήρε ο κ. Κωνσταντόπουλος ο οποίος κατά τη διάρκεια της ομιλίας του τόνισε ότι "ο αθλητισμός γενικά είναι τομέας δημοσίου ενδιαφέροντος και η πολιτεία, το κράτος και οι κοινωνικοί φορείς οφείλουν να ρυθμίσουν τον τρόπο λειτουργίας του. Δεν είναι μόνο τα ζητήματα της τρέχουσας διεκπεραίωσης που κάθε φορά πρέπει να μπαίνουν προς αντιμετώπιση, αλλά και το ουσιαστικό περιεχόμενο μιας αθλητικής παιδείας, η πολιτική για τον αθλητισμό που πρέπει να υπάρχει στη σύγχρονη κοινωνία.

Οι κοινωνικές λειτουργίες του αθλητισμού για τον ΣΥΝ δεν επιτρέπουν την εμπορευματοποίησή του. Και, δυστυχώς σήμερα, αυτή είναι η κυρίαρχη τάση: η εμπορευματοποίηση του αθλητισμού που ολοένα και περισσότερο βάζει σε υποδεέστερη μοίρα τις κοινωνικές και τις διαπλαστικές λειτουργίες του αθλητισμού.

Το ελληνικό ποδόσφαιρο, ειδικότερα, δεν μπορεί να χρησιμοποιείται ως αέρας στον επιχειρηματικό ανταγωνισμό. Δεν είναι ούτε εφαλτήριο, ούτε μοχλός πίεσης για την εξασφάλιση ή την προνομιακή ικανοποίηση επιχειρηματικών συμφερόντων. Το ποδόσφαιρο δεν είναι στοίχημα. Είναι λαϊκό άθλημα. Το νομιμοποιεί η συμμετοχή του κόσμου, η αποδοχή των φιλάθλων κι όχι η δράση κυκλωμάτων και μισθοδοτούμενων παραγοντισμών. Ρυθμιστική αρχή σε αυτόν τον τομέα είναι η πολιτεία, το κράτος, οι συγκεκριμένοι φορείς και οι

δομές μέσα από τις οποίες οργανώνεται. Πρόεδροι των ΠΑΕ, διοικήσεις των Ομοσπονδιών ή των επαγγελματικών ενώσεων, οφείλουν σε αυτή την πολιτική για το ποδόσφαιρο να υπηρετήσουν τις ρυθμίσεις που η πολιτεία κάθε φορά καθορίζει στο πλαίσιο της λειτουργίας του κράτους, στο πλαίσιο του νόμου και του Συντάγματος. Δυστυχώς όμως σήμερα, στο χώρο του ποδοσφαίρου έχουν διαμορφωθεί σοβαρά θεσμικά προβλήματα από όλες τις πλευρές. Η υπάρχουσα κατάσταση οδηγεί ολοένα και περισσότερο στη μείωση της αξιοπιστίας, στην αποστροφή των φιλάθλων και τη μη συμμετοχή τους στα γήπεδα. Εμείς, λοιπόν, πιστεύουμε ότι πρέπει να προχωρήσουμε στην εξυγίανση του χώρου με διορθωτικά, πρόσθετα και επείγοντα μέτρα. Μας απασχολεί να συμβάλουμε, προκειμένου να ενισχυθεί και να προωθηθεί αυτή η διαδικασία εξυγίανσης του δημόσιου χώρου που λέγεται αθλητισμός και ειδικότερα του ποδοσφαίρου".

Το ελληνικό ποδόσφαιρο, ειδικότερα, δεν μπορεί να χρησιμοποιείται ως αέρας στον επιχειρηματικό ανταγωνισμό. Δεν είναι ούτε εφαλτήριο, ούτε μοχλός πίεσης για την εξασφάλιση ή την προνομιακή ικανοποίηση επιχειρηματικών συμφερόντων. Το ποδόσφαιρο δεν είναι στοίχημα. Είναι λαϊκό άθλημα.

Ο κ. Συναδινός επεσήμανε τα προβλήματα από τα οποία πάσχει το ποδόσφαιρο, αναφέροντας ως σημαντικότερα:

- την έλλειψη οικονομικών πόρων στη βάση
- την έλλειψη αγωνιστικών χώρων και υποδομών
- την έλλειψη σχεδιασμού της ανάπτυξής του
- την έλλειψη κατάλληλα ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού
- την έλλειψη επιστημονικής βοήθειας και
- το συνολικό πρόβλημα αξιοπιστίας και δημοκρατικής λειτουργίας των φορέων του και των θεσμών του.

Επίσης, πρότεινε τη θέσπιση κανόνων διαφανούς λειτουργίας των φορέων του ποδοσφαίρου και τον πλήρη διαχωρισμό επαγγελματικού και ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου.

Ο κ. Ορφανός μίλησε για τη διαπλοκή του επαγγελματικού ποδοσφαίρου με τα συγκροτήματα των Μ.Μ.Ε. και χρησιμοποίησε ως παράδειγμα την αναβολή της Γενικής Συνέλευσης της ΕΠΑΕ της 07/02/2001, λόγω επέμβασης της ΝΕΤ. Πρότεινε την επέμβαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού σε περιπτώσεις συγκέντρωσης ισχύος σε άτομα και εταιρίες μέσω του ποδοσφαίρου, καθώς και την ενίσχυση του ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου, δεδομένου ότι αποτελεί φυτώριο παραγωγής επαγγελματιών ποδοσφαιριστών.

Ο κ. Αλεξανδρίδης αναγνώρισε ότι το ποδόσφαιρο παρουσιάζει δυσλειτουργίες και αθέμιτες δράσεις, ωστόσο μίλησε για μεθοδευμένη επίθεση εναντίον του. Αναφέρθηκε στην ανάγκη ενίσχυσης του ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου, που χρόνια τώρα αντιμετωπίζεται ως ανύπαρκτος εταίρος κι, αν δεν τύχει της στοργής του κράτους, θα οδηγηθεί σε διάλυση. Τέλος, έκανε λόγο για τον αποκλεισμό της ΕΠΟ από τον διάλογο και κατέκρινε την πολιτεία για την επέμβασή της στον τρόπο οργάνωσης του αθλήματος, μολονότι σε σχετική ρήτρα που έχει υπογράψει με την FIFA έχει βεβαιώσει για το αντίθετο.

Ο κ. Λιάνης διαφώνησε με τον κ. Αλεξανδρίδη για την θρυλούμενη αναξιοπιστία στο ποδόσφαιρο ωστόσο συμφώνησε μαζί του ότι η ΕΠΟ δεν θα έπρεπε να εξαιρείται από τον διάλογο. Τόνισε την ανάγκη αυτοδιοίκησης του αθλητισμού αλλά με καυστικό τρόπο αναφέρθηκε στο ότι οι φορείς και οι θεσμοί του δέχονται την παρέμβαση της κυβέρνησης στις διαδικασίες ανάδειξης προέδρων όμως δεν δέχονται την παρέμβασή της με νόμους! Τέλος, έκανε λόγο για την υποκρισία των παραγόντων που έχουν συμφέρον, το ποδόσφαιρο να αποτελεί αναξιόπιστο άθλημα και τόνισε ότι η εξυγίανση είναι θέμα κοινής συμφωνίας προέδρων και φορέων.

Ο κ. Παυλόπουλος διαφώνισε με την πρόταση του ΣΥΝ για τον διαχωρισμό επαγγελματικού - ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου, τονίζοντας ότι ένας τέτοιος διαχωρισμός θα λειτουργούσε εις βάρος του ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου.

Ο κ. Αντωνιάδης επέρριψε ευθύνες για τη κρίση στην ΕΠΟ και την χαρακτήρισε "κλειδί" στην προσπάθεια εξυγίανσης του ποδοσφαίρου.

Ο κ. Παπαφωτίου μίλησε για τη κακή λειτουργία και αναποτελεσματικότητα των σχολών εκπαίδευσης προπονητών που λειτουργούν ως φυτώρια ανίκανων προπονητών και έκανε λόγο για μη ανεξαρτησία διαιτησία.

Ο κ. Διακογιάννης αναφέρθηκε στην ταλαιπωρία στην οποία υπόκειται το ποδόσφαιρο, ήδη από το 1985, και επέρριψε ευθύνες μεταξύ άλλων στις εκάστοτε διοικήσεις ΕΠΟ-ΕΠΑΕ που στην πραγματικότητα δεν επιθυμούν την κάθαρση, και στον αθλητικό τύπο.

ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΩΝ ΚΑΙ ΣΤΕΛΕΧΩΝ (ΠΣΑΟΣ)
PANHELLENIC ASSOCIATION OF SPORTS ECONOMISTS & MANAGERS (PASEM)

CALL FOR PAPERS

INTERNATIONAL CONFERENCE ON
THE ECONOMICS, MANAGEMENT AND MARKETING OF SPORTS

FEBRUARY 25-26, 2002
ATHENS, GREECE

PASEM, in collaboration with the Economic University of Athens, will organize its Second International Conference. The aim of the conference is to bring together scholars and students of ECONOMICS, MANAGEMENT AND MARKETING and other related disciplines to identify areas of common research issues as well as methodological and analytical differences in sports.

Papers (in English) from all areas of business, economics and social sciences are welcome. Submissions from other disciplines that emphasize the development and the applicability of economics, management and marketing to sports are also welcome.

A special session of the conference will be devoted to the Economic Impacts of Olympic Games.

Selected papers will be published in a Special Volume of the Conference Proceedings.

Please submit abstract no more than 300 words by November 30th, 2001 to the following address:

Dr. Gregory T. Papanikos
President, Pannellenic Association
of Sports Economists and Managers (PASEM)
12 Solomou Street, 10683 Athens, Greece
Tel.: (01) 00301 383-4227
Fax: (01) 00301 384-7734
email: pase@x-treme.gr

ΝΕΑ ΑΠΟ ΤΟ Α

Χρυσό Μετάλλιο

1.

Με το που ξεκίνησε η Ολυμπιάδα του 2004 (το 2001 είναι το πρώτο από τα τέσσερα χρόνια της Ολυμπιάδας της Αθήνας), άρχισαν να καταρρίπτονται οι παγκόσμιες επιδόσεις (ρεκόρ).

Όπως είναι γνωστό (βλέπε και την ανάλυση στο άρθρο της κας Κασιμάτη στο παρόν τεύχος), οι χορηγίες των Ολυμπιακών Αγώνων χωρίζονται σε διάφορες κατηγορίες, μία εξ' αυτών είναι και οι λεγόμενοι εθνικοί χορηγοί.

Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας "Αθήνα 2004" ανακοίνωσε ότι η Alpha Bank ανακηρύχθηκε εθνικός χορηγός στον τραπεζικό τομέα με το ποσό ρεκόρ των 25,2 δισεκατομμυρίων δραχμών.

Στην περίπτωση του Σίδνεϋ, ο τραπεζικός εθνικός χορηγός είχε προσφέρει το μισό αυτού του ποσού. Η Alpha Bank καταρρίπτει το ρεκόρ που προ ολίγου είχε πετύχει ο ΟΤΕ με 20 δισ. δραχμές.

ΘΗΝΑ 2004

στις Χορηγίες

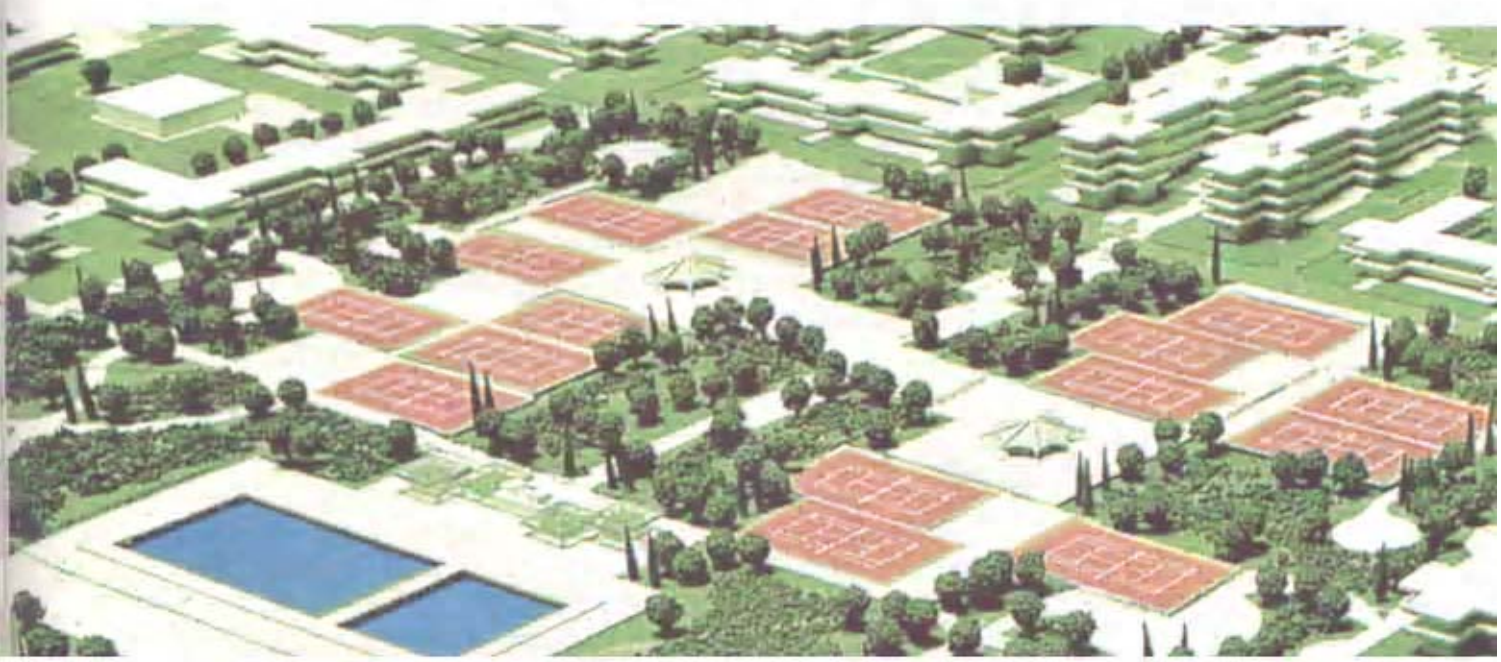
2. Χρυσό μετάλλιο πήρε και η κατηγορία των εθνικών χορηγών στον κλάδο της ζυθοποιίας.

Τελικά, νικητής αναδείχθηκε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με 6 δις. δραχμές, ποσό που αντιστοιχεί στο τριπλάσιο της αντίστοιχης κατηγορίας του Σίνδεϋ.

3. Αστείες έχουν καταντήσει οι συνεχείς προσαρμογές των διαφόρων κονδυλίων που αφορούν είτε τα λειτουργικά έξοδα των Ολυμπιακών Αγώνων είτε το κόστος κατασκευής των λεγομένων Ολυμπιακών Έργων. Και ο πιο αδαής οικονομολόγος γνωρίζει ότι ένα χιλιάρικο σήμερα έχει μεγαλύτερη αξία από ένα χιλιάρικο αύριο.

Όταν ένα έργο προϋπολογίζεται σε ένα ποσό εκφραζόμενο σε σημερινές τιμές δεν σημαίνει ότι το ονομαστικό κόστος θα μείνει το ίδιο και τα επόμενα χρόνια. Η λύση να εκφράζεται το κόστος σε δολάρια δεν βοήθησε και πολύ, με δεδομένη τη "σκληρή" δραχμή τα τελευταία χρόνια. Είναι, συνεπώς, αστείο, να συγκρίνονται ονομαστικά ποσά διαφορετικών χρόνων.

Τέτοια θα δούμε πολλά να γράφονται από αθλητικογράφους, επαΐοντες σε όλα τα θέματα, ακόμη και στις οικονομικές αναλύσεις.



ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ ΣΥΝΤΟΜΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ

1.

Πραγματοποιήθηκε με μεγάλη επιτυχία τη Δευτέρα 12 Φεβρουαρίου 2001 στο ξενοδοχείο Saint George Lycabetus η ετήσια εκδήλωση κοπής της πίτας της Πανελλήνιας Ένωσης Φίλων Αθλητισμού (ΠΕΦΑ). Στην εκδήλωση βραβεύθηκαν τρεις σημαντικοί άνθρωποι του αθλητισμού που όμως όπως επεσήμανε και ο Πρόεδρος της Π.Ε.Φ.Α., κ. **Μάριος Βασιλόπουλος** έχουν διακριθεί για τις επιδόσεις τους και σε άλλους τομείς της κοινωνικής ζωής. Τιμήθηκε ο κ. **Αντώνης Αντωνιάδης** για την προσφορά του στο ποδόσφαιρο αλλά και ως πρόεδρος Πανελλήνιου Συνδέσμου Αμειβομένων Ποδοσφαιριστών. Ο κ. **Αντώνης Κουνάδης**, Ακαδημαϊκός και Καθηγητής Εθνικού Μετσόβειου Πολυτεχνείου, γνωστού σφυροβόλου με σημαντικές επιδόσεις τόσο στον αγωνιστικό όσο και στον επιστημονικό τομέα. Τέλος, τιμήθηκε ο κ. **Παναγιώτης Φασούλας** για την προσφορά στο άθλημα της καλαθοσφαίρισης και τη συμμετοχή του στα κοινά.

2.

Έγινε στις 19-20 Φεβρουαρίου το 1ο Ετήσιο Διεθνές Συνέδριο του Πανελληνίου Συνδέσμου Αθλητικών Οικονομολόγων και Στελεχών (Π.Σ.Α.Ο.Σ.) στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο της Αθήνας (π. ΑΣΟΕΕ). Το συνέδριο τελούσε υπό την αιγίδα του Πρυτάνεως κ. **Ανδρέα Κιντή**. Στο διήμερο συνέδριο έγιναν σημαντικής εισηγήσεις που αφορούσαν σημαντική επιστημονικά θέματα του αθλητισμού. Σε προσεχή τεύχη το Οικονομία & Αθλητισμός θα παρουσιάσει περιλήψεις των πιο σημαντικών εισηγήσεων. Την έναρξη του Συνεδρίου κήρυξε ο Πρύτανης του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών κ. **Ανδρέας Κιντής** και ο Πρόεδρος του Π.Σ.Α.Ο.Σ. κ. **Γρηγόρης Θ. Παπανίκος**. Στη συνέχεια, ο Πρύτανης προήδρευσε στην πρώτη ενότητα του Συνεδρίου με θέμα *"Η Οργάνωση και οι Οικονομικές Επιπτώσεις των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας του 2004"*, στην οποία συμμετέχουν οι κ.κ. **Γιώργος Αλογοσκούφης**, Βουλευτής Α' Αθηνών (Ν.Δ.) και Καθηγητής Οικονομικών (Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών), **Γιώργος Σακελλίων**, Γενικός Γραμματέας Νέας Γενιάς (Υπουργείο Παιδείας), **Νίκος Έξαρχος**, Γενικός Γραμματέας Αθλητισμού (Υπουργείο Πολιτισμού), **Κώστας Καρτάλης**, Γενικός Γραμματέας Ολυμπιακών Αγώνων (Υπουργείο Πολιτισμού), **Γρηγόρης Θ. Παπανίκος**, Πρόεδρος ΠΣΑΟΣ. Θα ακολουθήσουν παρεμβάσεις από εκπροσώπους αθλητικών φορέων. Οι άλλες ενότητες του συνεδρίου αφορούσαν τα εξής θέματα: *Η Εμπειρία των Ολυμπιακών Αγώνων* (τα παραδείγματα των Σίδνεϋ, Ατλάντα, Βαρκελώνη, Λος Άντζελες). *Τα Οικονομικά του Ποδοσφαίρου, Μεθοδολογικά και Εκπαιδευτικά Θέματα Αθλητικής Έρευνας, Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ, Τουρισμός και Αθλητισμός, Προγράμματα*

3.

Στις 19 Φεβρουαρίου 2001 έγινε η τακτική Γενική Συνέλευση του ΠΣΑΟΣ με βασικό θέμα τον απολογισμό της προσωρινής διοίκησης και την ανάδειξη του 1ου Διοικητικού Συμβουλίου. Το νέο Δ.Σ. του ΠΣΑΟΣ αποτελείται από τους κκ. **Γρηγόρη Παπανίκο** (Πρόεδρος), **Αθανάσιο Μπάλιο** (Αντιπρόεδρο), **Βασίλειο Πατσουράτη** (Γενικός Γραμματέας), **Ηλία Μήτσιο** (Ταμίας), **Γεώργιο Γερόλυμπο** (Υπεύθυνος Ομοσπονδιών), **Λεωνίδα Παπαντώνη** (Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων) και **Παύλο Αναστασιάδη** (Μέλος). Στην πρώτη του συνεδρίαση με τη νέα σύνθεση το Δοικητικό Συμβούλιο αποφάσισε να οργανώσει ημερίδα στα τέλη Απριλίου με θέμα τα Οικονομικά του Ελληνικού Ποδοσφαίρου. Θα προηγηθεί πανελλήνια έρευνα τα αποτελέσματα της οποίας θα παρουσιασθούν στην ημερίδα.

4.

Πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 8 Φεβρουαρίου 2001 στην Ένωση Συντακτών Ημερησίου Τύπου, Ημερίδα με θέμα: *"Γυναίκες και Αθλητισμός"* που οργάνωσε ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας. Στην εκδήλωση συμμετείχαν οι κ.κ. **Αλίκη Γιωτοπούλου-Μαραγκοπούλου**, καθηγήτρια και Πρόεδρος του Συνδέσμου για τα Δικαιώματα της Γυναίκας, **Δομνίστα Λανίτου-Καβουνίδου**, πρωταθλήτρια, **Σοφία Σακοράφα**, παγκόσμια πρωταθλήτρια, τ. βουλευτής, Δημοτική Σύμβουλος του Δήμου Αμαρουσίου, **Μαρία Ηλιοπούλου**, Διευθύντρια Διοικητικού στη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, τ. πρόεδρος της Επιτροπής "Γυναίκες και Αθλητισμός" του Συμβουλίου της Ευρώπης, **Πόπη Νεδέλκου**, προϊσταμένη του γραφείου Ευρωπαϊκής Ένωσης και Διεθνών Σχέσεων της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού, Πρόεδρος της Επιτροπής "Γυναίκες και Αθλητισμός" στο πλαίσιο της UNESCO και **Αριάδνη Αγάτσα**, δημοσιογράφος της ΕΡΤ. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης συζητήθηκαν τα εξής θέματα: *"Γυναικείος αθλητισμός και ισότητα των φύλων"*, *"Οι αθλήτριες στη ζωή και στο στάδιο"*, *"Η πολιτική για τον γυναικείο αθλητισμό και τα ΜΜΕ"*. Η Ημερίδα έληξε με την απονομή τιμής στις παρευρισκόμενες πρωταθλήτριες.

5.

Το ποδόσφαιρο προτάθηκε για το Νόμπελ Ειρήνης μετά από σχετική επιστολή πρόταση που έστειλε ο βουλευτής της Νορβηγίας Λαρς Γκούσταφσον προς την επιτροπή απονομής των βραβείων. Ο φορέας που θα μπορούσε να παραλάβει το βραβείο είναι η FIFA. Σύμφωνα με το Νορβηγό βουλευτή το ποδόσφαιρο άντεξε δύο παγκοσμίους πολέμους και αμέτρητων περιφερειακών συγκρούσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, το ποδόσφαιρο αποτέλεσε το μόνο μέσο επαφής δύο χωρών όπως στο παγκόσμιο κύπελλο της Γαλλίας το 1998 στον αγώνα μεταξύ ΗΠΑ και Ιράν και το 1991 στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα Νέων μεταξύ της Νότιας και Βόρειας Κορέας.

ΟΔΗΓΙΕΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΑΡΘΡΩΝ

1. Τα άρθρα για δημοσίευση θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένα σε Windows Microsoft Word σε διπλό διάστημα και γραμματοσειρά Times New Roman (μέγεθος 12). Μαζί με τη δισκέτα θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται και τρία εκτυπωμένα αντίγραφα των άρθρων.

2. Τα άρθρα θα πρέπει να συνοδεύονται από μια περίληψη, το ανώτερο μέχρι 150 λέξεις.

3. Οι πίνακες και τα διαγράμματα θα πρέπει να υποβάλλονται σε ξεχωριστά αρχεία ή στο τέλος του κειμένου.

4. Τα άρθρα δε θα πρέπει να ξεπερνούν τις δέκα (10) σελίδες, συμπεριλαμβανομένων των κειμένων, των πινάκων, των διαγραμμάτων ή βιβλιογραφίας, αν είναι απαραίτητο.

5. Τα άρθρα πρέπει να έχουν την εξής σειρά: περίληψη, κείμενο, παραπομπές, βιβλιογραφία και πίνακες.

6. Άρθρα και δισκέτες που δεν έχουν γίνει δεκτά για δημοσίευση δε θα επιστρέφονται στο συγγραφέα.

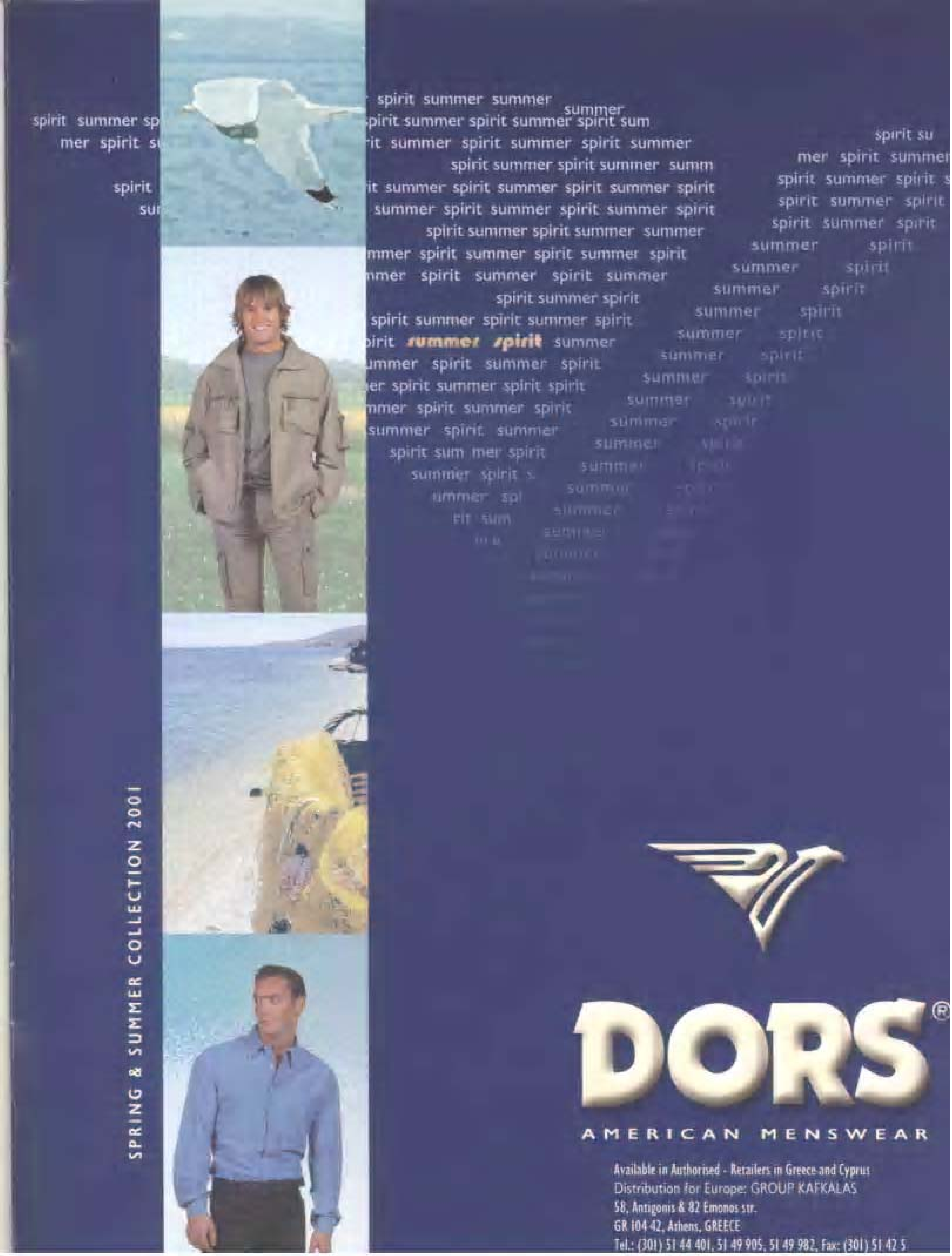
7. Τα άρθρα που έχουν αποσταλεί προς δημοσίευση δε θα υποβάλλονται σε άλλα περιοδικά, όσο αυτά είναι υπό εξέταση στο Οικονομία & Αθλητισμός.

8. Θα πρέπει να επιβεβαιώνεται στην συνημμένη επιστολή και στη πρώτη σελίδα αν τα άρθρα εκφράζουν τη θέση του συγγραφέα πάνω στο εκάστοτε θέμα ή αν προέρχονται από διδακτορική διατριβή.

9. Σε περίπτωση άρθρων που χρησιμοποιούν βάσεις δεδομένων θα πρέπει να αναφέρεται με κάθε λεπτομέρεια η πηγή και να υποβάλλεται μαζί με το άρθρο για να μπορούν να γίνουν οι στατιστικές επαληθεύσεις από τους κριτές.

10. Όλα τα άρθρα που αποστέλλονται στο περιοδικό, εξετάζονται από δύο (2) κριτές. Το όνομα του συγγραφέα δε θα πρέπει να εμφανίζεται στο κείμενο, εκτός αν πρόκειται για παραπομπή.

11. Οι συγγραφείς των άρθρων που πρόκειται να δημοσιευτούν απαιτείται να μεταφέρουν τα πνευματικά δικαιώματα στο "**Οικονομία & Αθλητισμός**".


summer spirit
SPRING & SUMMER COLLECTION 2001
DORS®
AMERICAN MENSWEAR
Available in Authorised - Retailers in Greece and Cyprus
Distribution for Europe: GROUP KAFKALAS
58, Antigonis & 82 Emonos str.
GR 104 42, Athens, GREECE
Tel.: (301) 51 44 401, 51 49 905, 51 49 982, Fax: (301) 51 42 5