

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ - ΣΕ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ
ΑΘΛΗΤΙΚΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ (ΜΕ ΜΕΛΕΤΕΣ
ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ)

Δολιανίτη Μαρία – Έλωνα, Α.Μ. ΜΟΕΣ2016

Επιβλέπων καθηγητής: Πολλάλης Ιωάννης

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Μάρτιος 2023

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN
ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY

DIGITAL TRANSFORMATION IN SPORT SECTOR -
SPORT FACILITIES & SPORT CLUBS (WITH CASE
STUDIES)

By

Dolianiti Maria Elona, MOES2016

Prof.: Pollalis Yiannis

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, March 2023

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου για την στήριξη σε κάθε μου βήμα, τον φύλακα άγγελό μου - την μητέρα μου από εκεί ψηλά, τον καθηγητή μου κ. Πολλάλη για την καθοδήγηση και την αμέριστη βοήθειά του σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου, καθώς και τους υπευθύνους των οργανισμών όπου πραγματοποιήθηκαν οι μελέτες περίπτωσης της παρούσας διατριβής για το έργο τους και την παροχή πληροφοριών.

Ψηφιακός μετασχηματισμός στον αθλητισμό - σε αθλητικές εγκαταστάσεις και αθλητικούς οργανισμούς (με μελέτες περιπτώσεων)

Σημαντικοί όροι: Ψηφιοποίηση, ψηφιακός μετασχηματισμός, πανδημία, αθλητισμός, αθλητικοί οργανισμοί, αθλητικές εγκαταστάσεις, Ψηφιακή Ευρώπη

Περίληψη

Η μετάβαση στην μετά-Covid εποχή χαρακτηρίζεται από τεχνολογικές εξελίξεις οι οποίες απασχολούν όλους τους κλάδους της Οικονομίας της Χώρας. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί μια από τις βασικές προτεραιότητες της ΕΕ, δημιουργώντας νέες ευκαιρίες για επιχειρήσεις και οργανισμούς, και συμβάλλοντας στην βελτιστοποίηση διαδικασιών. Ένας κλάδος ο οποίος χαρακτηρίζεται από ταχύρρυθμες αλλαγές είναι ο αθλητικός κλάδος, με αναδυόμενες ευκαιρίες ανάπτυξης, και χρήζει ψηφιακού μετασχηματισμού.

Συνοπτικά, μερικοί από τους τομείς ψηφιακής ανάπτυξης ενός αθλητικού οργανισμού ή μιας αθλητικής εγκατάστασης σχετίζεται με την διεύρυνση των μέσων που επικοινωνεί με το κοινό-«πελάτες» του, την ψηφιοποίηση των χορηγικών δράσεων, του υλικού που μπορεί να κατέχει και να επενδύσει στην ψηφιακή μετάβαση. Για να επιτευχθούν τα ανωτέρω παραδείγματα, απαιτείται η αναβάθμιση των παραδοσιακών διαδικασιών και εργασιών με εκπαίδευση και υποστήριξη όλων των εμπλεκόμενων (εργαζόμενοι, αθλητές, προπονητές, γονείς, προμηθευτές, κλπ.).

Συνεπώς στην παρούσα διπλωματική εργασία εξετάζεται η ψηφιακή ωριμότητα οργανισμών για τον ψηφιακό μετασχηματισμό, και η ετοιμότητά τους με το ξέσπασμα της πανδημίας αναλύοντας

τα βήματα και τις διαδικασίες ψηφιακού μετασχηματισμού. Συγκριτικά με την Ευρώπη, η Ελλάδα βρίσκεται σε χαμηλή θέση σχετικά με τις ψηφιακές δεξιότητες. Παράλληλα, αναλύονται οι ενέργειες ψηφιακού μετασχηματισμού στην Ελλάδα την εποχή του Covid-19, και πιο συγκεκριμένα στον αθλητικό χώρο, με τις προκλήσεις και τα οφέλη που δημιουργούνται.

Επίσης, παρουσιάζονται οι μελέτες περιπτώσεων αθλητικών οργανισμών και εγκαταστάσεων στην εποχή του Ψηφιακού Μετασχηματισμού, και οι επιχειρηματικές στρατηγικές, στη νέα εποχή της ψηφιοποίησης.

Digital transformation in sport sector - sport facilities & sport clubs (with case studies)

Keywords: Digitization, digitalization, digital transformation, pandemic covid-19, sport, sport clubs/organizations, sport facilities, Digital Europe

Abstract

The transition to the post-Covid era is characterized by technological developments that concern all sectors of the country's economy. Digital transformation is one of the EU's key priorities, creating new opportunities for businesses and organisations, and helping to optimise processes. One sector characterised by rapid change is the sports sector, with emerging growth opportunities, and the digital transformation is the main key of success for next years.

In summary, some of the areas of digital development of a sports organization or a sports facility are related to the expansion of the media that communicates with its audience-"customers", the digitization of sponsorship activities and investment in the digital transition. In order to achieve the above examples, it is necessary to upgrade traditional procedures and tasks with training and support of all departments (employees, athletes, coaches, managers, parents, suppliers, sponsors etc.).

Therefore, this diploma thesis examines the digital maturity of organizations for digital transformation, and their preparedness with the outbreak of the pandemic by analyzing the steps and processes of digital transformation. Compared to Europe, Greece is in a low growth regarding digital skills. At the same time, the digital transformation actions in Greece in the era of Covid-19, and more specifically in the field of sport, with the challenges and benefits created through pandemic, are analyzed.

It also presents the case studies of sports organizations and facilities in the era of Digital Transformation, and business strategies, in the new era of digitalization.

Περιεχόμενα

Περίληψη	iii
Abstract	v
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ – ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	1
1.1 Εισαγωγικές έννοιες	1
1.2 Η αθλητική βιομηχανία	3
1.2.1 Αθλητική Επιχείρηση	4
1.2.2. Μη κερδοσκοπικός αθλητικός οργανισμός	6
1.3 Η ύπαρξη αθλητικών δομών και οργανισμών	6
1.4 Η διαχείριση των αθλητικών οργανισμών	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ	10
2.1 Η ψηφιακή ωριμότητα της Ελλάδας	10
2.2 Έρευνες & Μελέτες για τον αθλητισμό	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ	22
3.1 Ψηφιακή Ευρώπη	23
3.2 Αποσαφήνιση εννοιών	23
3.2.1 Ψηφιακοποίηση	24
3.2.2 Ψηφιοποίηση	24
3.2.3 Ψηφιακός μετασχηματισμός	25
3.3 Χρηματοδότηση των ψηφιακών προτεραιοτήτων της ΕΕ	26
3.3.1 Το πρόγραμμα Ψηφιακή Ευρώπη (Digital Europe)	26
3.3.2 Ευρωπαϊκή πολιτική σε θέματα αθλητισμού	27
3.3.3 Χαρτογράφηση καινοτόμων πρακτικών στην ΕΕ για την προώθηση του αθλητισμού εκτός των παραδοσιακών δομών	30
3.3.4 Το πρόγραμμα Erasmus+	31
3.3.5 Το πρόγραμμα Horizon Europe	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ COVID-19	38
4.1 Αξιοποίηση ψηφιακών μέσων	39

4.2 Προκλήσεις για τον ψηφιακό μετασχηματισμό στον ερασιτεχνικό αθλητισμό	41
4.3 Στρατηγικές κατευθύνσεις ψηφιακού μετασχηματισμού στον αθλητισμό.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΧΩΡΟ .	45
5.1 Πλεονεκτήματα του οργανωμένου αθλητισμού	48
5.2 Επιχειρηματικές διαδικασίες	48
5.2.1 Αυξημένος ανταγωνισμός.....	50
5.2.2 Εθελοντής εργαζόμενος.....	51
5.2.3 Χρήση ψηφιακών στοιχείων.....	52
5.2.4 Όροι-πλαίσιο	53
5.2.5 Προκλήσεις σχετικά με την ψηφιοποίηση.....	54
5.2.6 Οφέλη από την ψηφιοποίηση	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ E-SPORTS ΩΣ ΜΙΑ ΜΟΡΦΗ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ	56
6.1 Τι είναι ESports	56
6.2 Η αύξηση της αναγνώρισης – Το μέγεθος εσόδων.....	56
6.3 Ταξινόμηση ως άθλημα	58
6.4 Η Επαγγελματική διάσταση των eSports.....	59
6.5 Οφέλη και προοπτικές.....	60
6.6 Τα esports στην παγκόσμια αγορά.....	61
6.7 Τα e-sports στην Ελλάδα – σύγκριση με την παγκόσμια αγορά	62
6.8 Πώς ο COVID-19 οδηγεί τα παιχνίδια και τα esports στο επόμενο επίπεδο.....	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ Σ.Φ.Π.....	68
7.1 Γενικά στοιχεία Συλλόγου.....	68
7.2 Δράσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού – Ο.Σ.Φ.Π.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - ΣΤΑΔΙΟ ΕΙΡΗΝΗΣ & ΦΙΛΙΑΣ	75
8.1 Γενικά στοιχεία Οργανισμού	75
8.2 Δράσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού – Σ.Ε.Φ.....	76
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ	79

9.1 Στρατηγική Ανάπτυξης	81
9.2 Στρατηγική Marketing	83
9.3 7 P's Analysis.....	83
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	85
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	91
Ελληνική	91
Ξένα	92
Διαδικτυακοί Τόποι	93

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ – ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στο πρώτο κεφάλαιο της παρούσας διπλωματικής εργασίας αναλύεται η έννοια του αθλητισμού, η διάκριση σε επαγγελματικό και ερασιτεχνικό αθλητισμό καθώς και η ύπαρξη δημόσιων δομών και οργανισμών άθλησης. Παράλληλα, εξετάζεται η επίδραση του αθλητισμού στην κοινωνία και ιδιαίτερα στην περίοδο της πανδημίας, με βάση μελέτες και έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε εγχώριο και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ο κλάδος στον οποίο επιχειρείται η ανάδειξη των στοιχείων ψηφιακού μετασχηματισμού, σύμφωνα με τις ανάγκες της εποχής, είναι ο αθλητισμός, όπου θα δούμε ότι κατά την διάρκεια της πανδημίας κλήθηκε να ανταπεξέλθει και να αναγεννηθεί. Προκειμένου να καταστεί σαφές το πλαίσιο υλοποίησης τεχνολογικών δράσεων ψηφιακού μετασχηματισμού, που θα δούμε στα επόμενα κεφάλαια, γίνεται ανάλυση του αθλητικού κλάδου σε επίπεδο διαχείρισης, αλλά και της θέσης που κατέχει ο αθλητισμός στην κοινωνία.

1.1 Εισαγωγικές έννοιες

Αθλητισμός: είναι η συστηματική σωματική καλλιέργεια και δράση με συγκεκριμένο τρόπο, ειδική μεθοδολογία και παιδαγωγική, με σκοπό την ύψιστη σωματική απόδοση, ως επίδοση σε αθλητικούς αγώνες, στο αθλητικό και κοινωνικό γίγνεσθαι. (Ζέρβας, 1993)

Ο αθλητισμός ως κοινωνικό και πολιτισμικό αγαθό ξεκινά από την αρχαιότητα και εκτός από αγωνιστικό επίπεδο, κατέχει εκπαιδευτικό χαρακτήρα. Ο αθλητισμός έχει διάφορες μορφές, είτε ως ερασιτεχνικός, είτε ως επαγγελματικός κατά κύριο λόγο, και σε άλλες μορφές όπως ο μαζικός αθλητισμός, φυσική δραστηριότητα, ή παιχνίδι.

Αθλητικός οργανισμός: είναι μία οντότητα της αθλητικής βιομηχανίας η οποία λειτουργεί με συγκεκριμένους στόχους και αποτελείται από ένα συγκροτημένο πλαίσιο δραστηριότητας (Slack, 2006). Κάθε αθλητικός οργανισμός έχει ως κύριο στόχο την διάδοση του αθλητικού πνεύματος, του «ευ αγωνίζεσθαι» και των αθλητικών επιδόσεων, όπως για παράδειγμα η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή (International Olympic Committee - IOC) (Κεραμιδάς, 2003).

Σύμφωνα με τους Ferrand και Pages (1996), οι αθλητικοί οργανισμοί μπορούν να χαρακτηριστούν ως προμηθευτές αθλητικού θεάματος ή αθλητικού προϊόντος που παρέχεται στο κοινό – φιλάθλους.

Οι αθλητικοί οργανισμοί διακρίνονται σε:

- i. αθλητικές επιχειρήσεις και
- ii. μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Παράλληλα, σύμφωνα με τον Κεραμιδά (2003) υπάρχουν τρεις υποκατηγορίες στις οποίες μπορούν να διαχωριστούν οι αθλητικοί οργανισμοί:

- i. σε επιχειρήσεις προώθησης αθλητικών προϊόντων,
- ii. σε ερασιτεχνικά αθλητικά σωματεία και αθλητικές ομοσπονδίες που έχουν ως στόχο την προώθηση του αθλητισμού, και
- iii. σε αθλητικούς κερδοσκοπικούς οργανισμούς (π.χ. ΠΑΕ – Ποδοσφαιρική Ανώνυμη Εταιρία), όπου οι διακρίσεις και οι νίκες συμβάλλουν στην αύξηση κερδών.

Αθλητικά σωματεία: έχουν ως κύριο σκοπό την καλλιέργεια και ανάπτυξη αθλητικών δυνατοτήτων σε αθλητές που συμμετέχουν σε κάποιο ομαδικό άθλημα, περιλαμβάνουν την οργάνωση και προώθηση της συμμετοχής σε κάποιο τουρνουά ή πρωτάθλημα.

Σήμερα, παρόλο που υπάρχουν διαφοροποιήσεις στα αθλητικά σωματεία ως προς τη διαχείριση και τη λειτουργία, σε πολλά επαγγελματικά αθλητικά σωματεία που διαθέτουν αρκετά διαφορετικά αθλητικά τμήματα, συντελείται ένα σύστημα λειτουργίας, όπου τα μέλη-φιλάθλοι καταβάλλουν ετήσια συνδρομή και απολαμβάνουν κάποια οφέλη όπως δικαίωμα ψήφου, δωρεάν είσοδο για την παρακολούθηση αγώνων σε εντός έδρας αγώνες της σεζόν, αλλά και σε συναφείς εκδηλώσεις, προτεραιότητα σε αγορά εισιτηρίου αγώνα ή εισιτηρίου διαρκείας. Τα οικονομικά ενήμερα εγγεγραμμένα μέλη σε ετήσια βάση, οι οικονομικές ενισχύσεις που μπορεί να καταβάλλουν κατά περιόδους οι φίλαθλοι, οι μηνιαίες συνδρομές των ακαδημιών ή και του ευρύτερου συνόλου για την εκμάθηση κάποιου αθλήματος συμβάλλουν στην χρηματοδότηση ενός αθλητικού σωματείου. Παράλληλα, σημαντικές πηγές χρηματοδότησης αποτελούν οι χορηγίες (χρηματικές και προϊόντικές), και τα τηλεοπτικά δικαιώματα μετάδοσης των αγώνων (Downward, Dawson και Dejonghe, 2009).

Ερασιτεχνικός αθλητισμός: αποτελείται από αθλήματα όπου η συμμετοχή των αθλητών σε τουρνουά και πρωταθλήματα, γίνεται κατά κύριο λόγο χωρίς αμοιβή. Σύμφωνα με τον αθλητικό νόμο, οι αθλητές διακρίνονται σε:

- Ερασιτέχνες αθλητές: Η αγωνιστική δραστηριότητα των αθλητών δεν αποτελεί την κύρια επαγγελματική τους δραστηριότητα. Η συμμετοχή τους στοχεύει στην βελτίωση της φυσικής τους κατάστασης, χωρίς να αμείβεται από το αθλητικό σωματείο.
- Αμειβόμενοι αθλητές: Στοχεύουν στην μεγιστοποίηση επιδόσεων και την κατάκτηση διακρίσεων, ενώ παράλληλα αποκτούν οικονομικά οφέλη (π.χ. αμοιβή, υποτροφία, κλπ) για την αθλητική τους δραστηριότητα.
- Επαγγελματίες αθλητές: Η αμοιβή που δέχονται αφορά τον χρόνο που αφιερώνουν για τις προπονήσεις αλλά και για τη συμμετοχή τους σε αθλητικές διοργανώσεις σε εγχώριο και ευρωπαϊκό επίπεδο.

Η πλειοψηφία των αθλητών που συμμετέχουν σε αθλητικές δραστηριότητες είναι ερασιτέχνες, ωστόσο τα αθλήματα στα οποία συμμετέχουν επαγγελματίες αθλητές, συνήθως αφορούν υψηλότερο επίπεδο αγώνων όπως ευρωπαϊκές διοργανώσεις.

1.2 Η αθλητική βιομηχανία

Πριν προχωρήσουμε στην μελέτη των αθλητικών σωματείων, οργανισμών και εγκαταστάσεων αξίζει να διαχωρίσουμε τις οντότητες στις υποκατηγορίες που εντάσσονται.

Οι οργανισμοί της αθλητικής βιομηχανίας διαχωρίζονται σε:

- Κερδοσκοπικούς οργανισμούς όπως εταιρίες αθλητικών ειδών (π.χ. Nike, Adidas), αλυσίδες γυμναστηρίων, συμβουλευτικές εταιρίες παροχής υπηρεσιών marketing και χορηγιών.
- Μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όπως αθλητικοί σύλλογοι – σωματεία, ομοσπονδίες, εθνικά στάδια, στα οποία θα περιοριστεί η μελέτη έρευνάς μας.
- Δημόσιοι οργανισμοί, όπως η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού
- Επαγγελματικοί αθλητικοί οργανισμοί όπως ΠΑΕ Ολυμπιακός, ΚΑΕ Ολυμπιακός

Οι αθλητικές επιχειρήσεις και οι μη κερδοσκοπικοί αθλητικοί οργανισμοί έχουν αρκετές ομοιότητες αλλά και διαφορές, οι οποίες θα αναφερθούν στις επόμενες υποενότητες προκειμένου στα επόμενα κεφάλαια να κατανοηθούν τα στοιχεία ψηφιακού μετασχηματισμού στα οποία πρέπει να ανταπεξέλθουν για να διατηρήσουν την επιτυχή πορεία τους και τους στόχους που έχουν θέσει.

1.2.1 Αθλητική Επιχείρηση

Μια αθλητική επιχείρηση παρέχει υπηρεσίες αγώνων και συναφείς υπηρεσίες όπως διαφήμιση, ψυχαγωγία και ενημέρωση προς το κοινό, επίσης παρέχει υπηρεσίες αθλητικών και άλλων προϊόντων τα οποία προέρχονται από την εκμετάλλευση του σήματος και του ονόματος της ομάδας.

Σε αυτό το είδος επιχειρήσεων οι πηγές χρηματοδότησης (έσοδα) και οι δαπάνες (έξοδα) που πραγματοποιούνται, σχετίζονται με τα τηλεοπτικά δικαιώματα για την μετάδοση των αγώνων, την διάθεση εισιτηρίων (μεμονωμένων και εισιτηρίων διαρκείας), την λήψη χορηγιών και την εκμετάλλευση αθλητικών εγκαταστάσεων. Επιπλέον, μπορούμε να αναφέρουμε την αδειοδότηση και εμπορία προϊόντων, τις μεταγραφές των παικτών, τις χρηματοδοτήσεις από ευρωπαϊκές ή άλλες διοργανώσεις, και άλλες πηγές χρηματοδότησης μέσω ευρωπαϊκών χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων στο πλαίσιο της κοινωνικής ευθύνης

Η ιεραρχική δομή μιας αθλητικής επιχείρησης αποτελείται από:

- τον Πρόεδρο,
- το Διοικητικό Συμβούλιο
- την διοικητική δομή (που μπορεί να διαμορφώνεται ανάλογα με τις ανάγκες της ηγεσίας, των στρατηγικών ανάπτυξης, του μάρκετινγκ, των δημοσίων σχέσεων, την διοίκηση του προσωπικού και την διαχείριση των εγκαταστάσεων).

Η επιτυχημένη πορεία μιας αθλητικής επιχείρησης βασίζεται σε ένα σύνολο παραγόντων, όπως αυτοί παρουσιάζονται στη συνέχεια σύμφωνα με τον Parks (1998):

1. την ποιότητα αθλητικών υπηρεσιών / προϊόντων που αφορούν την συνεχή έρευνα, την εξεύρεση μεθόδων για την συνεχή παροχή υπηρεσιών και τη διασφάλιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, την εξεύρεση εξειδικευμένου προσωπικού, την χρήση

τεχνολογικών εργαλείων στο πλαίσιο του ψηφιακού μετασχηματισμού και την σωστή διαχείριση μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων τμημάτων.

2. η επικοινωνία για τη συνεχή επικοινωνιακή πολιτική που ακολουθείται σε εσωτερικό και εξωτερικό επίπεδο, καθώς χρειάζονται συγκεκριμένο επικοινωνιακό πλάνο για την επίτευξη των στόχων εσωτερικής διαχείρισης αλλά και ειδικών προωθητικών ενεργειών marketing για τη διαφήμιση και την προσέλκυση φιλάθλων, χορηγιών, κλπ.
3. ο τρόπος λειτουργίας κάθε οργανισμού επηρεάζεται από την ιστορία και την πολιτιστική ταυτότητα διότι από την κατανόηση του εσωτερικού περιβάλλοντος, διαμορφώνεται συγκεκριμένος τρόπος αλληλεπίδρασης με το ευρύτερο (εξωτερικό) περιβάλλον και διαμορφώνουν τις ανάγκες της αθλητικής κοινότητας, και
4. η αθλητική κουλτούρα όπου συμπεριλαμβάνει την αλληλένδετη σχέση των αθλητών / φιλάθλων με τις ομάδες τους και τους διαθέσιμους πόρους που δαπανούν για την υποστήριξη της ομάδας, την συνεχώς αυξανόμενη συμμετοχή του κοινωνικού συνόλου στα αθλητικά δρώμενα, την άθληση και την αγορά των αθλητικών αγαθών, την συλλογή αθλητικών αναμνηστικών (π.χ. λάβαρα, σημαιάκια, εμφανίσεις, αυτόγραφα, κλπ), το σύνδρομο των αθλητικών ηρώων και η σύνδεση τους με διαφημιστικά προγράμματα, και την νοσταλγία για “τους μύθους” της αθλητικής ιστορίας

Όμως, εκτός από τους παράγοντες επιτυχίας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη και οι προκλήσεις που δημιουργούνται από την διεθνοποίηση και την εξέλιξη του ψηφιακού μετασχηματισμού. Σχετικά με την διεθνοποίηση μπορούμε να αναφέρουμε τον περιορισμό εμποδίων σχετικά με τους αθλητές και τη δυνατότητά τους να παίξουν σε ξένες ομάδες, την δυνατότητα φιλάθλων να προμηθεύονται προϊόντα ξένων ομάδων, αλλά και την λειτουργία των ομάδων που γίνεται πιο σύνθετη. Παράλληλα, ο ψηφιακός μετασχηματισμός δημιουργεί την ανάγκη για εξειδικευμένο διοικητικό προσωπικό, την προώθηση προϊόντων σε νέες αγορές, και την αξιοποίηση των σύγχρονων τεχνολογιών.

Επομένως, είναι εμφανές ότι στην εποχή μας, για την επιτυχή πορεία μιας αθλητικής επιχείρησης σε όλους τους τομείς, απαιτείται βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, μείωση δαπανών, επανασύνδεση των φιλάθλων και προσέλκυση νέων θεατών

1.2.2. Μη κερδοσκοπικός αθλητικός οργανισμός

Οι ερασιτεχνικοί αθλητικοί οργανισμοί (αθλητικοί σύλλογοι, σωματεία, όμιλοι, ενώσεις, ομοσπονδίες) έχουν μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα και παρέχουν υπηρεσίες που συνδυάζουν την αθλητική απόδοση, με την ενθάρρυνση της συμμετοχής, την κοινωνικότητα, και την ικανοποίηση.

Πιο συγκεκριμένα οι αθλητικοί σύλλογοι εξειδικεύονται στην παροχή διαφόρων αθλημάτων μέσω ακαδημιών και αγωνιστικών τμημάτων. Παράλληλα, οι ομοσπονδίες είναι υπεύθυνες για τη διοργάνωση πρωταθλημάτων, την συγκρότηση εθνικών ομάδων και την υποστήριξη των συλλόγων.

Στην περίπτωση των μη κερδοσκοπικών οργανισμών οι πηγές χρηματοδότησης είναι κυρίως από τις συνδρομές μελών, τις χορηγίες και την πώληση εισιτηρίων. Αντίστοιχα, οι δαπάνες αφορούν την μίσθωση προπονητηρίων και αθλητικών εγκαταστάσεων, την αγορά αθλητικού ρουχισμού και εξοπλισμού, και τις μετακινήσεις των ομάδων στο πλαίσιο εγχώριων και ευρωπαϊκών αγώνων ανάλογα με τις διοργανώσεις που συμμετέχουν σε κάθε άθλημα.

Οι προκλήσεις στην περίπτωση ενός ερασιτεχνικού αθλητισμού αφορούν τη συνεχή βελτίωση των παρεχόμενων αθλητικών υπηρεσιών, την αναζήτηση εναλλακτικών πηγών άντλησης πόρων, την αποτελεσματική βελτίωση της εσωτερικής διαχείρισης (π.χ. διοικητικού συμβουλίου, εργαζομένων), την εισαγωγή εξειδικευμένου προσωπικού και τη συγκρότηση στρατηγικών συμμαχιών σε θέματα εγκαταστάσεων και προγραμμάτων.

Η ιεραρχική δομή ενός ερασιτεχνικού οργανισμού απαρτίζεται από τον Πρόεδρο και το εκλεγμένο διοικητικό συμβούλιο το οποίο συμμετέχει σε οργανωτικά θέματα σχετικά με τη διαμόρφωση στόχων, την οικονομική διαχείριση, την εξεύρεση πόρων κλπ. Σε συνδυασμό με το προσωπικό το οποίο υλοποιεί αυτές τις αποφάσεις, επιτυγχάνεται η την καλύτερη δυνατή διαχείριση του οργανισμού.

1.3 Η ύπαρξη αθλητικών δομών και οργανισμών

Στην διεθνή κοινότητα υπάρχουν πολλοί αθλητικοί οργανισμοί που προάγουν το Ολυμπιακό Ιδεώδες, το «ευ αγωνίζεσθαι» και την ευγενή άμιλλα, ενθαρρύνοντας το κοινωνικό σύνολο στην ενασχόληση με τον αθλητισμό. Ένας από τους σημαντικότερους διεθνείς οργανισμούς είναι η Διεθνής Ολυμπιακή Επιτροπή – International Olympic Committee (I.O.C.). Σε εθνικό επίπεδο

αντίστοιχα μπορούμε να αναφέρουμε την Ελληνική Ολυμπιακή Επιτροπή (Ε.Ο.Ε.), που εποπτεύεται από Το Υπουργείο Πολιτισμού και Αθλητισμού και πιο συγκεκριμένα από την Γενική Γραμματεία Αθλητισμού.

Όπως αναφέρεται στην επίσημη ιστοσελίδα του Υπουργείου «έργο της Γενικής Γραμματείας Αθλητισμού (Γ.Γ.Α.) είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός και η εφαρμογή της αθλητικής πολιτικής της χώρας, στο πλαίσιο της συνταγματικής υποχρέωσης του κράτους για την προστασία, ανώτατη εποπτεία και οικονομική στήριξη του αθλητισμού. Ειδικότερα, αποστολή της Γ.Γ.Α. είναι:

- i. Η πρόληψη και διασφάλιση της υγείας του αθλητή και αθλούμενου.
- ii. Η συστηματική καλλιέργεια, διάδοση και εμπέδωση στην κοινωνική συνείδηση του αθλητικού πνεύματος και των αξιών του Ολυμπισμού και η διάδοσή τους σε εθνικό και διεθνές επίπεδο με κάθε πρόσφορο μέσο.
- iii. Η επιστημονική τεκμηρίωση των αθλητικών αναγκών της χώρας και η αποτύπωσή τους σε στρατηγική αθλητική πολιτική, που εφαρμόζεται με επιχειρησιακά προγράμματα δράσεις, ενέργειες και έργα.
- iv. Η θεσμική, επιστημονική, υλικοτεχνική και οικονομική στήριξη των εποπτευομένων δημοσίων και ιδιωτικών αθλητικών φορέων (Ν.Π.), ώστε να εξασφαλίζεται αποτελεσματικότητα, αποδοτικότητα και ποιότητα στο παραγόμενο αθλητικό έργο τους.
- v. Η εποπτεία και ο έλεγχος των πάσης φύσεως προσώπων ή φορέων που διέπονται από την αθλητική πολιτική της χώρας σύμφωνα με τις εκάστοτε ισχύουσες διατάξεις και η αξιολόγηση της δράσης τους με βάση τον εκάστοτε διαμορφούμενο στρατηγικό σχεδιασμό και προγραμματισμό της αθλητικής πολιτικής.»

Για πολλά χρόνια ο ακριβής αριθμός των αθλητικών σωματείων παρέμενε άγνωστος και οι πληροφορίες που υπήρχαν αφορούσαν τα ευρέως γνωστά και μεγάλα πολυαθλητικά σωματεία. Πλέον η Γ.Γ.Α προέβη σε καταγραφή και δημιουργία ηλεκτρονικού μητρώου αθλητικών σωματείων, δείγμα της ανάπτυξης ψηφιακού μετασχηματισμού στον αθλητισμό στην χώρα μας.

Σύμφωνα με τον ν.4373/2016, ο οποίος προβλέπει τη δημιουργία Μητρώου Αθλητικών Φορέων, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού θέτει για πρώτη φορά σε λειτουργία το «Μητρώο Αθλητικών

Σωματείων», το οποίο αποτελεί την πρώτη επίσημη καταγραφή του συνόλου των Αθλητικών ερασιτεχνικών σωματείων που διαθέτουν την ειδική Αθλητική αναγνώριση.

Σε συνέχεια αυτής της ενέργειας, σήμερα καταγράφονται 5.742 εγγεγραμμένα σωματεία για το 2022 σε όλη την Ελλάδα. Σαφώς υπάρχουν και ορισμένα σωματεία τα οποία η αίτησή τους απορρίφθηκε σε σχετικό έλεγχο, αλλά πλέον διαπιστώνεται ότι γίνονται βήματα εκσυγχρονισμού και ψηφιοποίησης των δεδομένων για την ανάπτυξη ψηφιακού μετασχηματισμού και στον αθλητικό κλάδο.

1.4 Η διαχείριση των αθλητικών οργανισμών

Ο διεθνής όρος «μάνατζμεντ - management» για την περιγραφή της Οργάνωσης και Διοίκησης επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνει τις ενέργειες για την αποτελεσματική διοίκηση μιας επιχείρησης ή οργανισμού. «Μάνατζμεντ είναι η προσπάθεια των ατόμων που ανήκουν σε μία ομάδα (επιχείρηση, δημόσιο, αθλητική ομοσπονδία) για την επιτυχία καθορισμένων στόχων μέσω του προγραμματισμού, της οργάνωσης, της ηγεσίας και του ελέγχου» (Πετρίδου, 2001).

Το αθλητικό μάνατζμεντ περιλαμβάνει ανθρώπινους και υλικούς πόρους και απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στη λήψη αποφάσεων. Για την επιτυχή διαχείριση μιας επιχείρησης ή οργανισμού απαιτείται η εναρμόνιση των παραδοσιακών λειτουργιών στη σημερινή εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Οι λειτουργίες αυτές είναι οι εξής:



Όπως θα δούμε στα επόμενα κεφάλαια, για την διασφάλιση της ορθής εκτέλεσης επιχειρηματιών λειτουργιών, οι αθλητικοί οργανισμοί δεν μπορούν να παραμένουν στάσιμοι στις αλλαγές του εξωτερικού του περιβάλλοντος, και να προσαρμόζονται στις ανάγκες που δημιουργούνται όπως και στην περίπτωση της πανδημίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΠΑΝΔΗΜΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ

Η πανδημία του κορονοϊού που ξέσπασε στις αρχές του 2020, όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά σε ολόκληρο τον πλανήτη, και επέφερε σημαντικές αλλαγές σε όλους τους κλάδους της Οικονομίας. Αρχικά, όλες οι χώρες οδηγήθηκαν σε λήψη μέτρων για τον περιορισμό της εξάπλωσης του covid-19, και στη λήψη μέτρων για την πρόληψη των δραματικών επιπτώσεων του στην οικονομία. Σε πρώτο στάδιο, είδαμε για πρώτη φορά στη Χώρα μας να εφαρμόζεται η τηλεργασία με σκοπό να μην σταματήσει κάθε είδους οικονομική δραστηριότητα. Κάπως έτσι ξεκίνησε μια περίοδος γρήγορων αλλαγών, ψηφιοποίησης και ψηφιακού μετασχηματισμού, που παρά τον εγκλεισμό, διαδικασίες επιταχύνθηκαν και παρά τον αρνητικό κοινωνικό αντίκτυπο της πανδημίας, δόθηκε η αφορμή για μεγάλες και απόλυτα αναγκαίες αλλαγές που εδραιώθηκαν στη ζωή μας και την έκαναν πιο εύκολη, με μερικά «κλικ», χωρίς γραφειοκρατία, χρόνο και κόστος για τον κάθε πολίτη.

2.1 Η ψηφιακή ωριμότητα της Ελλάδας

Στην Ελλάδα είναι πλέον εμφανής η αναγκαιότητα της ψηφιακής μετάβασης σε οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Η χώρα μας «βαδίζει» με ταχύτατους ρυθμούς προκειμένου να «κλείσει» τις πολλές εκκρεμότητες σε θέματα διαδικασιών που μέχρι σήμερα απαιτούσαν χρόνο και μας καθιστούσαν σε χαμηλή θέση σε όλους τους δείκτες ψηφιακής ωριμότητας.

Σύμφωνα με τις δράσεις του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης και την δημιουργία της «Βίβλου Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025» σημειώνεται ότι «ο ψηφιακός μετασχηματισμός της χώρας δεν αποτελεί μελλοντική συνθήκη – είναι η άμεση ανάγκη και προτεραιότητα μας», γεγονός το οποίο πλέον επιταχύνεται με αυξανόμενο ρυθμό σε όλες τις διαδικασίες, σε επιχειρήσεις όλων των κλάδων, και σε όλους τους τομείς αιχμής.





Όπως θα δούμε στον χάρτη που ακολουθεί, απεικονίζεται η κατάταξη των 27 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε σχέση με την χρήση ψηφιακών τεχνολογιών και την ψηφιακή ωριμότητα, μέσω του δείκτη «SEV Digital Maturity Index». Βάσει της τελευταίας έκδοσης, παρατηρείται ότι

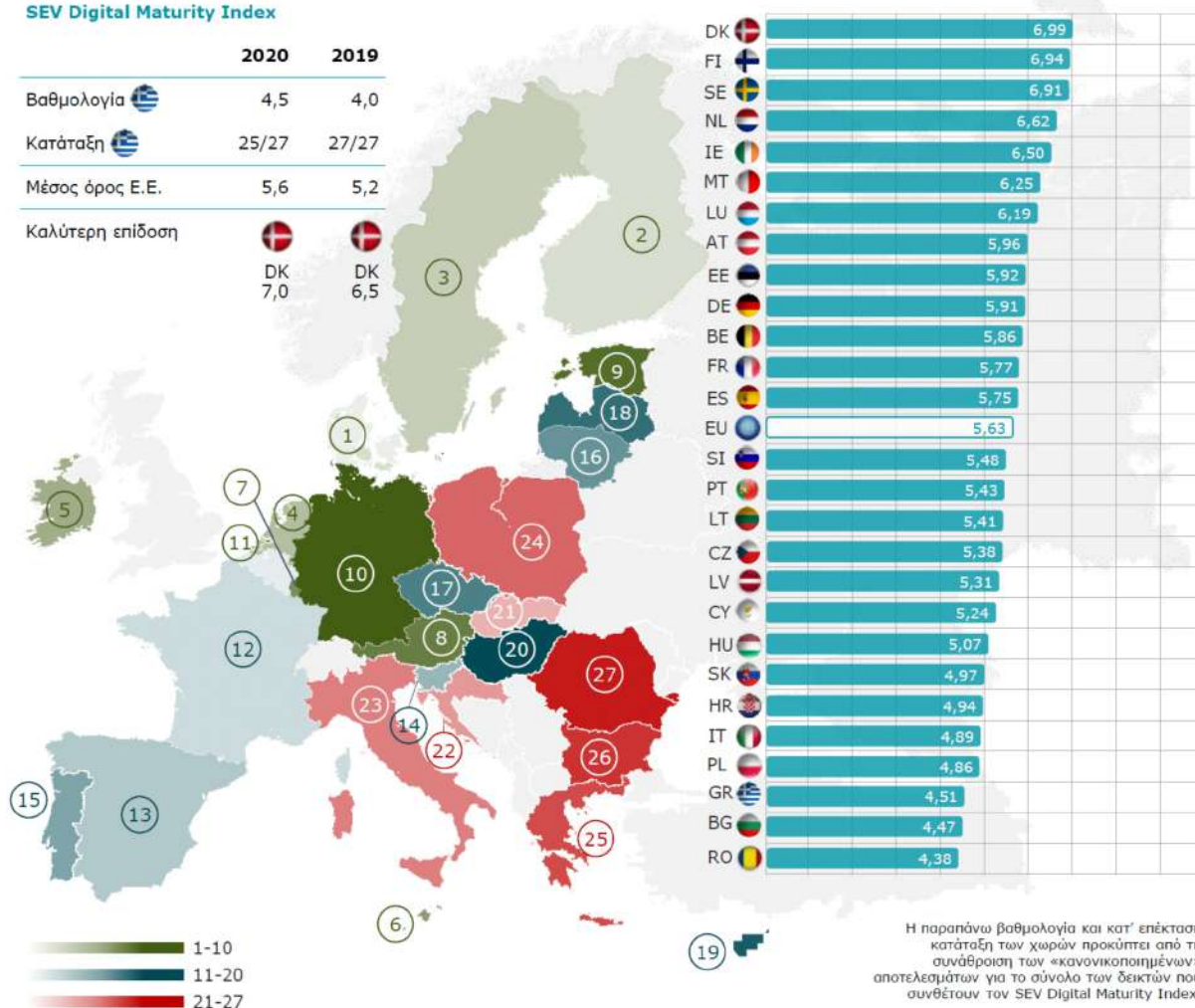
η Ελλάδα βρίσκεται στην 25η θέση (4,5) από το σύνολο των 27 μελών της Ε.Ε για το 2020, όταν και ξέσπασε η πανδημία. Η χώρα μας καταλάμβανε την τελευταία θέση στον τομέα της ψηφιακής ωριμότητας και του ψηφιακού μετασχηματισμού για το 2019 (4,0), ενώ η Δανία βρίσκεται στην πρώτη θέση της κατάταξης και το 2019 (6,5) και το 2020 (7,0).

Ωστόσο, είναι αξιοσημείωτο ότι παρατηρείται βελτίωση του ποσοστού της Ελλάδας, γεγονός που φαίνεται και από τις δράσεις που ξεκίνησαν να πραγματοποιούνται γύρω από την ψηφιακοποίηση διαδικασιών στον δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα.

Κατάταξη χωρών ΕΕ-27 βάσει SEV Digital Maturity Index

SEV Digital Maturity Index

	2020	2019
Βαθμολογία 	4,5	4,0
Κατάταξη 	25/27	27/27
Μέσος όρος Ε.Ε.	5,6	5,2
Καλύτερη επίδοση	 DK 7,0	 DK 6,5



2.2 Έρευνες & Μελέτες για τον αθλητισμό

Σε έρευνα που διεξήχθη από το Ευρωβαρόμετρο (Eurobarometer) την περίοδο πριν από την πανδημία (2018) στα 28 κράτη μέλη της ΕΕ, για τον αθλητισμό και τη φυσική άσκηση, προέκυψε ότι:

- Το 15% των Ευρωπαίων περπατά για λιγότερο από 10 λεπτά κάθε φορά σε μια εβδομαδιαία περίοδο, ενώ το 12% κάθεται για περισσότερες από 8,5 ώρες την ημέρα
- Οι επίσημες αθλητικές ρυθμίσεις είναι λιγότερο δημοφιλείς.
 - Ο αθλητισμός ή η σωματική δραστηριότητα λαμβάνει χώρα σε ένα ευρύ φάσμα τοποθεσιών, πιο συχνά σε πάρκα και σε εξωτερικούς χώρους (40%)
 - Τρεις στους δέκα πολίτες της ΕΕ λένε ότι είναι μέλη ενός συλλόγου όπου συμμετέχουν σε αθλητικές ή ψυχαγωγικές σωματικές δραστηριότητες, συγκεκριμένα σε αθλητικό σωματείο (12%), κέντρο γυμναστικής (11%), κοινωνικοπολιτιστικό σύλλογο (3%) ή άλλου τύπου συλλόγου (7%).
- Τα κύρια κίνητρα για συμμετοχή σε αθλήματα ή σωματική δραστηριότητα είναι η βελτίωση της υγείας και της φυσικής κατάστασης. Η έλλειψη χρόνου είναι το κύριο εμπόδιο.
 - Οι πιο συνηθισμένοι λόγοι για την ενασχόληση με τον αθλητισμό ή τη σωματική δραστηριότητα είναι η βελτίωση της υγείας (54%) και η βελτίωση της φυσικής κατάστασης (47%). Άλλοι δημοφιλείς λόγοι περιλαμβάνουν τη χαλάρωση (38%), τη διασκέδαση (30%) και τη βελτίωση της φυσικής απόδοσης (28%).
 - Η έλλειψη χρόνου είναι μακράν ο κύριος λόγος που δίνεται για τη μη τακτική άσκηση του αθλητισμού (40%). Άλλοι παράγοντες που αναφέρθηκαν είναι η έλλειψη κινήτρων ή ενδιαφέροντος (20%) και η ύπαρξη αναπηρίας ή ασθένειας (14%).
- Οι περισσότεροι Ευρωπαίοι πιστεύουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες σε τοπικό επίπεδο για να είναι σωματικά δραστήριοι, αλλά πολλοί πιστεύουν ότι η τοπική τους αρχή δεν κάνει αρκετά
- Το 6% των ερωτηθέντων συμμετέχει σε εθελοντική εργασία που υποστηρίζει αθλητικές δραστηριότητες.

- Τρεις στους δέκα ερωτηθέντες που αφιερώνουν τον χρόνο τους στον εθελοντισμό στον αθλητισμό το κάνουν σε περιστασιακή βάση. Αντίθετα, το 39% αφιερώνει τουλάχιστον έξι ώρες από τον χρόνο του κάθε μήνα στον εθελοντισμό στον αθλητισμό, με το 9% των ερωτηθέντων να δίνει 21 ώρες ή περισσότερες.
- Τα άτομα που προσφέρονται εθελοντικά στον αθλητισμό κάνουν μια σειρά από διαφορετικές δραστηριότητες, συνήθως οργανώνοντας ή βοηθώντας στη διεξαγωγή ενός αθλητικού γεγονότος (33%), ακολουθούμενα από την προπόνηση ή την εκπαίδευση (27%).

Σύμφωνα με τη νεότερη μελέτη του Ευρωβαρόμετρου (2022) παρουσιάζονται κάποιες ομοιότητες και διαφοροποιήσεις, όπως οι κυριότερες που ενδεικτικά αναφέρονται:

- Σχεδόν τέσσερις στους δέκα Ευρωπαίους λένε ότι ασκούνται ή αθλούνται τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα
 - Περισσότεροι από τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (45%) αναφέρουν ότι δεν ασκούνται ποτέ ή δεν αθλούνται. Αντίθετα, σχεδόν τέσσερις στους δέκα (38%) το κάνουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα και λιγότερο από ένας στους δέκα (6%) πέντε φορές την εβδομάδα ή περισσότερες.
 - Οι μισοί Ευρωπαίοι (50%) δηλώνουν ότι ασχολούνται με άλλες σωματικές δραστηριότητες τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, ενώ σχεδόν το ένα τρίτο (31%) δεν κάνει ποτέ καθόλου αυτό το είδος δραστηριότητας.
 - Οι Ευρωπαίοι είναι πλέον πιο πιθανό να ασχοληθούν με άλλες σωματικές δραστηριότητες σε σχέση με το 2018. Συγκεκριμένα, το ποσοστό που κάνει αυτό το είδος δραστηριότητας μία έως τέσσερις φορές την εβδομάδα έχει αυξηθεί, από 30% σε 36%.
 - Συνολικά στην ΕΕ, οι άνδρες ασκούνται, αθλούνται ή ασχολούνται με άλλες σωματικές δραστηριότητες περισσότερο από τις γυναίκες. Επιπλέον, η ποσότητα της τακτικής δραστηριότητας που κάνουν οι άνθρωποι τείνει να μειώνεται με την ηλικία. Τέλος, η ενασχόληση με τον αθλητισμό και τη σωματική δραστηριότητα είναι επίσης λιγότερο διαδεδομένη σε άτομα με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο ή με οικονομικές δυσκολίες.

- Οι ερωτηθέντες στη Φινλανδία (71%), το Λουξεμβούργο (63%), την Ολλανδία (60%) και τη Δανία και τη Σουηδία (59% και στις δύο χώρες) είναι οι πιο πιθανό να ασκούνται αθλήματα τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα. Αντίθετα, περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες σε οκτώ χώρες δηλώνουν ότι δεν ασκούνται ποτέ ή δεν αθλούνται, με τα υψηλότερα επίπεδα στην Πορτογαλία (73%), στην Ελλάδα (68%) και στην Πολωνία (65%).
- Πάνω από τέσσερις στους δέκα Ευρωπαίους που ασκούν ένα άθλημα ή μια σωματική δραστηριότητα είχαν κάνει έντονη σωματική δραστηριότητα τουλάχιστον τέσσερις από τις προηγούμενες επτά ημέρες και το ένα τρίτο είχε κάνει μέτρια σωματική δραστηριότητα.
 - Τα ποσοστά των ερωτηθέντων που δεν είχαν κάνει έντονη ή μέτρια σωματική δραστηριότητα την προηγούμενη εβδομάδα μειώθηκαν κατά οκτώ και επτά ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα από το 2018.
 - Σχεδόν οι μισοί Ευρωπαίοι (49%) που ασκούνται, αθλούνται ή ασχολούνται με άλλη φυσική δραστηριότητα αφιερώνουν 31 έως 90 λεπτά κάνοντας έντονη σωματική δραστηριότητα τις ημέρες που το κάνουν και το 16% αφιερώνει 30 λεπτά ή λιγότερο.
 - Σχεδόν έξι στους δέκα Ευρωπαίους (59%) που ασκούνται, αθλούνται ή επιδίδονται σε άλλη σωματική δραστηριότητα γενικά αφιερώνουν μια ώρα ή λιγότερο κάνοντας μέτρια σωματική δραστηριότητα τις ημέρες που το κάνουν.
- Το 13% των Ευρωπαίων περπατά για λιγότερο από δέκα λεπτά κάθε φορά σε μια εβδομαδιαία περίοδο, ενώ το 11% κάθεται για περισσότερες από 8,5 ώρες την ημέρα
- Σχεδόν οι μισοί Ευρωπαίοι που ασκούνται, αθλούνται ή ασχολούνται με άλλη φυσική δραστηριότητα το κάνουν σε πάρκο, σε εξωτερικούς χώρους κ.λπ.
 - Από το 2018, έχουν καταγραφεί μεγαλύτερες αυξήσεις στο ποσοστό των ερωτηθέντων που αναφέρουν ότι αθλούνται σε πάρκο, σε εξωτερικούς χώρους κ.λπ. και στο σπίτι.
- Περισσότεροι από τους μισούς Ευρωπαίους ασχολούνται με τον αθλητισμό ή τη σωματική δραστηριότητα για να βελτιώσουν την υγεία τους, ενώ η έλλειψη χρόνου είναι μακράν ο κύριος λόγος που εμποδίζει τους Ευρωπαίους να αθλούνται πιο τακτικά

- Περίπου τα τρία τέταρτα των Ευρωπαίων συμφωνούν ότι η περιοχή όπου ζουν και οι τοπικοί αθλητικοί σύλλογοι και άλλοι τοπικοί πάροχοι τους προσφέρουν πολλές ευκαιρίες να είναι σωματικά δραστήριοι, αλλά οι ερωτηθέντες είναι διχασμένοι ως προς τις τοπικές αρχές
- Ένας στους δέκα Ευρωπαίους συμμετέχει επί του παρόντος σε εθελοντική εργασία που υποστηρίζει αθλητικές δραστηριότητες ή σχεδιάζει να το κάνει τους επόμενους δύο μήνες
 - Σχεδόν ένας στους πέντε ερωτηθέντες ασχολείται επί του παρόντος ή σχεδιάζει να ασχοληθεί με την Ιρλανδία (19%), το Λουξεμβούργο (19%) και την Ολλανδία (18%), σε σύγκριση με μόλις 4% στην Πορτογαλία, την Ελλάδα και τη Λιθουανία.
- Κατά τη διάρκεια του COVID-19, λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο των Ευρωπαίων ήταν είτε λιγότερο σωματικά δραστήριοι από πριν είτε ήταν ενεργοί στο ίδιο επίπεδο
 - Λίγο περισσότερο από το ένα τρίτο των Ευρωπαίων (34%) δηλώνουν ότι συνέχισαν να είναι σωματικά δραστήριοι κατά τη διάρκεια του COVID-19, αλλά λιγότερο συχνά, και το ίδιο ποσοστό (34%) ήταν σωματικά δραστήριοι στο ίδιο επίπεδο με πριν. Επιπλέον, το 9% ήταν σωματικά δραστήριο πιο συχνά. Αντίθετα, το 18% σταμάτησε να είναι σωματικά δραστήριο.
 - Τέλος, λιγότεροι από ένας στους δέκα ερωτηθέντες (7%) σχεδιάζουν να είναι πιο δραστήριοι σωματικά μετά τον COVID-19
- Περίπου οι μισοί Ευρωπαίοι δίνουν ελάχιστη σημασία στον αντίκτυπο που μπορεί να έχει ο αθλητισμός ή η σωματική δραστηριότητα στο περιβάλλον και δεν γνωρίζουν οποιεσδήποτε ενέργειες βιωσιμότητας που αναλαμβάνονται επί του παρόντος από τον αθλητικό τους οργανισμό
 - Σχεδόν το ένα τέταρτο των Ευρωπαίων (24%) που είναι μέλη ενός συλλόγου λένε ότι ο σύλλογος τους εργάζεται επί του παρόντος για τη μείωση των απορριμμάτων ή τη βελτίωση της διαχείρισης απορριμμάτων, αλλά σχεδόν οι μισοί (48%) λένε ότι δεν αναλαμβάνονται ενέργειες για την προώθηση της βιωσιμότητας επί του παρόντος από τα αθλήματα τους οργάνωση, από όσο γνωρίζουν.
- Οι πλειονότητες των Ευρωπαίων γνωρίζουν τα θέματα ισότητας των φύλων στον αθλητισμό και τη σωματική δραστηριότητα

- Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων (54%) που είναι μέλη μιας λέσχης λέει ότι εφαρμόζει ενεργά μέτρα για την υποστήριξη της ισότητας των φύλων. Ωστόσο, σχεδόν τέσσερις στους δέκα (39%) θεωρούν ότι η αθλητική τους οργάνωση δεν εφαρμόζει τέτοια μέτρα.
- Πάνω από έξι στους δέκα Ευρωπαίους (61%) που είναι μέλη μιας λέσχης θα ήξεραν σε ποιον να μιλήσουν εσωτερικά εάν αντιμετώπιζαν διακρίσεις λόγω φύλου στη λέσχη τους, συμπεριλαμβανομένου 47% που πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να μιλήσουν με κάποιον από τη διοίκηση ή με κάποιον που εμπιστεύονται ο σύλλογος και το 14% που λέει ότι ο σύλλογός του έχει ένα μόνο σημείο επαφής για θέματα που σχετίζονται με το φύλο. Εν τω μεταξύ, σχεδόν τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες (37%) δηλώνουν ότι δεν γνωρίζουν με ποιον να επικοινωνήσουν εσωτερικά.
- Σχεδόν οκτώ στους δέκα Ευρωπαίους (78%) συμφωνούν ότι τα γυναικεία πρότυπα μεταξύ μάνατζερ, αθλητών, αξιωματούχων και προπονητών εμπνέουν περισσότερες γυναίκες και κορίτσια να ακολουθήσουν το παράδειγμά τους. Ελαφρώς περισσότεροι από ένας στους δέκα (12%) διαφωνούν με αυτή τη δήλωση.
- Σχεδόν έξι στους δέκα Ευρωπαίους (57%) δηλώνουν ότι τους αρέσει να παρακολουθούν τον γυναικείο αθλητισμό στα μέσα ενημέρωσης (διαδικτυακό, γραπτό, τηλεοπτικό) όσο και τον ανδρικό αθλητισμό. Αντίθετα, πάνω από το ένα τρίτο των ερωτηθέντων (36%) διαφωνούν με αυτή τη δήλωση.
- Τα τρία τέταρτα των Ευρωπαίων (75%) συμφωνούν ότι η βία με βάση το φύλο στον αθλητισμό αξίζει περισσότερης προσοχής. Εν τω μεταξύ, πάνω από ένας στους δέκα ερωτηθέντες (14%) διαφωνεί με αυτή τη δήλωση.

Με βάση τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν, σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο, οι δράσεις προώθησης του αθλητισμού, όπως μέσω προγραμμάτων του Erasmus+ Sport, μπορούν να αυξήσουν σε σημαντικό βαθμό το ποσοστό άθλησης του κοινού.

EVERY MOVE COUNTS

Being active has significant health benefits for hearts, bodies and minds, whether you're walking, wheeling or cycling, dancing, doing sport or playing with your kids.



WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour (2020).
For more information, visit: www.who.int/health-topics/physical-activity

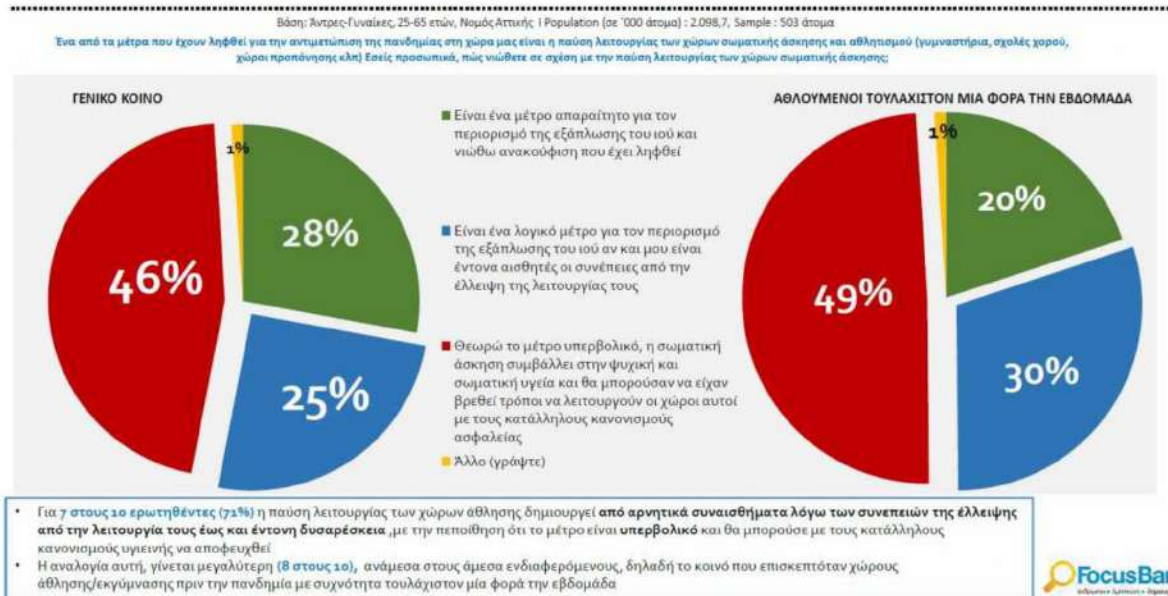


Η δύσκολη περίοδος του Covid-19 οδήγησε τους Έλληνες στην ενασχόλησή τους με τον αθλητισμό γενικά και ιδιαίτερα στην εξεύρεση νέων εναλλακτικών μορφών άθλησης, σε εξωτερικούς χώρους. Ωστόσο, σε έρευνα της Focus Bari το 2021, γίνεται αντιληπτό ότι «7 στους 10 Έλληνες επιθυμούν την επαναλειτουργία των χώρων προπόνησης». Μέσα από αυτή τη συνθήκη παρατηρούμε ότι ένα μεγάλο μέρος των ανθρώπων έχει συνηθίσει την άθληση σε εσωτερικούς χώρους ή οργανωμένους ανοιχτούς χώρους.

Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται και στο ακόλουθο διάγραμμα, αναφέρεται ότι:

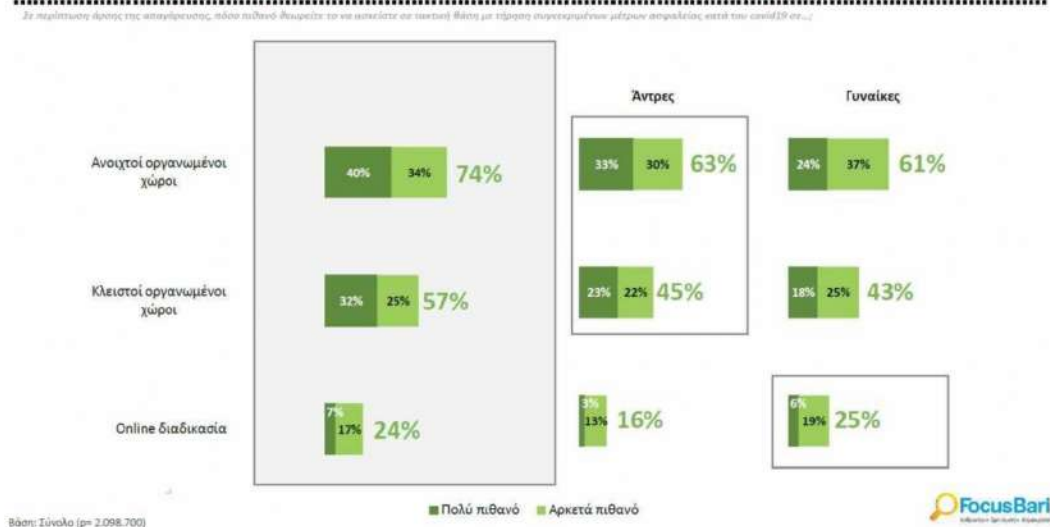
- «Για 7 στους 10 ερωτηθέντες (71%) η παύση λειτουργίας των χώρων άθλησης δημιουργεί από αρνητικά συναισθήματα λόγω των συνεπειών της έλλειψης από την λειτουργία τους έως και έντονη δυσαρέσκεια, με την πεποίθηση ότι το μέτρο είναι υπερβολικό και θα μπορούσε με τους κατάλληλους κανονισμούς υγιεινής να αποφευχθεί.»

- «Η αναλογία αυτή γίνεται μεγαλύτερη (8 στους 10), ανάμεσα στους άμεσα ενδιαφερόμενους, δηλαδή το κοινό που επισκεπτόταν χώρους άθλησης/εγκύμνασης πριν την πανδημία με συχνότητα τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα.»



Επιπλέον, στην ίδια έρευνα παρατηρείται ότι ένα σημαντικό τμήμα των ερωτώμενων (74%), απάντησε θετικά στην πιθανότητα επιστροφής στην άσκηση σε ανοιχτούς χώρους άθλησης. Παρόλα αυτά, τα γυμναστήρια συνεχίζουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο καθώς το 57% θα απάντησε πως θα συνεχίσει την άθλησή του σε κλειστούς χώρους προπόνησης.

Τρόπος σωματικής άσκησης μετά την άρση της απαγόρευσης



Οι συνθήκες της πανδημίας, απέδειξαν ότι:

- i. Η άθληση είναι αναγκαίο συστατικό για την διατήρηση της σωματικής αλλά και της ψυχικής υγείας. Για πρώτη φορά τόσο πολλοί πολίτες βρήκαν διέξοδο στην φυσική δραστηριότητα προκειμένου να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τις συνέπειες ενός καταναγκαστικού εγκλεισμού.
- ii. Αποδείχτηκε πανηγυρικά ότι η ύπαρξη ελεύθερου χρόνου μπορεί να διοχετευθεί σε θετικές μορφές ενασχόλησης όπως η φυσική δραστηριότητα. Η πολιτεία οφείλει να αφουγκραστεί αυτή την πραγματικότητα και να σχεδιάσει τις επόμενες εργασιακές πολιτικές της λαμβάνοντας υπόψιν αυτά που μάθαμε κατά την διάρκεια της πρώτης αυτής φάσης της πανδημίας. Ο λεγόμενος εργασιακός αθλητισμός και η παροχή κινήτρων σε εργοδότες και εργαζόμενους για άσκηση πρέπει να εξεταστούν πλέον από μια διαφορετική οπτική γωνία.
- iii. Η μαζική άσκηση πρέπει να μπει στο κέντρο των αθλητικών πολιτικών και να στηριχθεί περισσότερο από την πολιτεία αλλά και τις εθνικές ομοσπονδίες, για όλους τους πολίτες και όχι μόνο επαγγελματίες αθλητές και επαγγελματικές αθλητικές εταιρίες.
- iv. Είναι πασιφανές ότι δεν υπάρχουν αρκετοί και κατάλληλα διαμορφωμένοι χώροι για μαζική άσκηση στην πρωτεύουσα και τις μεγάλες ελληνικές πόλεις. Θα χρειαστεί να γίνει νέος σχεδιασμός τόσο σε περιφερειακό όσο και σε δημοτικό επίπεδο ώστε να κατασκευαστούν εκείνοι οι χώροι (ποδηλατοδρόμοι, περιπατητικές διαδρομές, μονοπάτια βουνού), που θα χρησιμοποιηθούν για μαζικές αθλητικές δράσεις.
- v. Τέλος, κατά την διάρκεια της πανδημίας ειπώθηκαν πολλά για τις λεγόμενες ευπαθείς ομάδες. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν πιο σοβαρά η λεγόμενη θεραπευτική άσκηση και τα τεράστια οφέλη της τόσο στην πρόληψη όσο και τη θεραπεία διαφόρων ασθενειών όπως η κατάθλιψη, ο καρκίνος, οι χρόνιες αναπνευστικές παθήσεις, ο διαβήτης και η οστεοπόρωση.

Γίνεται γνωστό σήμερα ότι σε παγκόσμιο επίπεδο, η έλλειψη συστηματικής σωματικής δραστηριότητας συμμετέχει στην θνησιμότητα, για παράδειγμα:

- Στο 6% των περιπτώσεων στεφανιαίας νόσου
- Στο 7% των περιπτώσεων Διαβήτη Τύπου 2

- Στο 10% των περιπτώσεων καρκίνου του μαστού και του εντέρου

Αντιθέτως, η συστηματική σωματική δραστηριότητα έχει αποδειχθεί ότι:

- Μειώνει τη θνησιμότητα και τον κίνδυνο για επανεμφάνιση καρκίνου του μαστού περίπου κατά 50%
- Μειώνει τον κίνδυνο εμφάνισης της νόσου Αλτσχάιμερ
- Ελαττώνει τον κίνδυνο όλων των αιτιολογιών, καρδιαγγειακού και καρκινοεξαρτώμενους θανάτους σε ενήλικες , και
- Οδηγεί σε υψηλότερες εκπαιδευτικές επιδόσεις παιδιά και ενήλικες

Παρά τα σοβαρά ζητήματα που προκύπτουν για την υγεία από την έλλειψη σωματικής άσκησης, το 59% των Ελλήνων δεν επιδίδεται σε κανενός είδους συστηματική σωματική δραστηριότητα, ενώ στο σύνολο των κρατών της Ε.Ε. το ποσοστό αυτό ανέρχεται στο 34% του πληθυσμού.

Το πρόσφατο νομοσχέδιο για την υγεία, ο Νόμος 4675 (11/3/2020) για την «Πρόληψη, προστασία και προαγωγή της υγείας» θέσπισε ως βασική αρχή που διέπει τις πολιτικές δημόσιας υγείας «την πρόληψη, προστασία, και βελτίωση της υγείας του πληθυσμού, και ιδιαίτερα εκείνη των ευπαθών ομάδων.» Στα πλαίσια αυτών των αρχών, εκπονείται πενταετές Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την Δημόσια Υγεία, ενώ μέσα σε αυτό θεσπίζεται και Εθνικό Πρόγραμμα Πρόληψης με την ονομασία «ΣΠΥΡΟΣ ΔΟΞΙΑΔΗΣ.» Το πρόγραμμα αυτό πρόληψης εμπεριέχει και ένα επιμέρους πρόγραμμα δημοσίας υγείας, το Εθνικό Πρόγραμμα Προαγωγής της Σωματικής Άσκησης και της Υγιεινής Διατροφής για τον έλεγχο και την διαχείριση παραγόντων κινδύνου, που σχετίζονται με την κακή διατροφή και την έλλειψη σωματικής άσκησης.

Αξίζει να αναφερθούμε στις προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για «την ενίσχυση των αθλητικών της προγραμμάτων τα οποία αποτελούν σημαντικό χρηματοδοτικό εργαλείο» όχι μόνο για τους αθλητικούς οργανισμούς και συλλόγους αλλά και για τα στάδια και τις αθλητικές εγκαταστάσεις. Πρώτον, με τον βασικό χρηματοδοτικό πυλώνα αθλητικών προγραμμάτων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, το πρόγραμμα Erasmus+. Τον Μάιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε σημαντικό σχέδιο ανάκαμψης με σημαντική χρηματοδότηση των σχετικών προτάσεων για την επταετία 2021-2027. Μέσω του προγράμματος Erasmus+ η ενίσχυση είναι ζωτικής σημασίας,

προκειμένου να υπάρξει μια γρήγορη συμφωνία με τους συννομοθέτες ώστε να ξεκινήσουν να εργάζονται άμεσα για την κατανομή των κονδυλίων στο πρόγραμμα και να διασφαλιστεί ότι ο τομέας του αθλητισμού θα είναι επαρκώς και κατάλληλα εξοπλισμένος.

Ο αρχικός προγραμματισμός προέβλεπε προϋπολογισμό 13.5 δις ευρώ για το πρόγραμμα Erasmus+ Sport την περίοδο 2021-2027. Το νούμερο αυτό σημαίνει 106% αύξηση σε σύγκριση με την περίοδο 2014-2020.

Η τελευταία πρόταση που διατυπώθηκε τον Μάιο αναφέρει προϋπολογισμό της τάξεως των 27,9 δις ευρώ για την επόμενη επταετία δίνοντας έμφαση σε προγράμματα που αφορούν την κοινωνική ένταξη, την ψηφιακή εποχή και το πράσινο περιβάλλον και στηρίζοντας τομείς που επλήγησαν περισσότερο από τον covid-19.

Ο αθλητισμός σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει αποκτήσει ολοένα και μεγαλύτερη σημασία και για τον λόγο αυτό οι νέες δράσεις των προγραμμάτων του αθλητισμού, συνδέονται με άλλους τομείς όπως η υγεία, ο ψηφιακός μετασχηματισμός και η προστασία του περιβάλλοντος. Ευκαιρίες οι οποίες προσφέρονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα που εντάσσονται στον κύκλο Horizon Europe το οποίο αναμένεται να διαρκέσει επίσης έως το 2027.

Επομένως, διαπιστώνεται ότι οι εξελίξεις διαμορφώνουν σημαντικά την κοινή γνώμη και τις αντιλήψεις της κοινωνίας σε βαθμό που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η πανδημία δημιούργησε νέες ανάγκες και οι οργανισμοί πρέπει να ανταποκριθούν πλήρως στις προκλήσεις που δημιουργούνται για να συνεχίσουν να κατέχουν την θέση που είχαν μέχρι σήμερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η αλλαγή που έχει πραγματοποιηθεί τα τελευταία χρόνια σε τεχνολογικό επίπεδο, ψηφιοποίησης (digitization), ψηφιακοποίησης (digitalization) και ψηφιακού μετασχηματισμού στην Ελλάδα σε σχέση με την Ευρώπη.

Τις τελευταίες δεκαετίες, η ψηφιοποίηση έχει αλλάξει όλο και περισσότερο τον κόσμο. Πρώτον, έχει δημιουργήσει νέες εταιρείες, όπως εταιρείες τεχνολογίας που είναι από τις μεγαλύτερες και με τη μεγαλύτερη επιρροή στον κόσμο σήμερα, όπως το Facebook, η Amazon και η Google. Δεύτερον, έχει αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες εργάζονται, επικοινωνούν και παράγουν. Επίσης, έχει αλλάξει ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι καταναλώνουν, λαμβάνουν αποφάσεις και αθλούνται. Η ψηφιοποίηση έχει ήδη αλλάξει εντελώς αρκετές βιομηχανίες και έχει εξαφανίσει πολλές εταιρείες. Τα παραδείγματα είναι πολλαπλά και κυμαίνονται από τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι συναλλάσσονται, κινούνται ή ταξιδεύουν. Υπάρχει ήδη πολλή έρευνα σχετικά με αυτά τα θέματα και γιατί οι εταιρείες αποτυγχάνουν. Ωστόσο, υπάρχει μόνο πολύ περιορισμένη υπάρχουσα βιβλιογραφία για τον αθλητισμό και τις επιρροές της ψηφιοποίησης. Μέχρι τώρα η επικοινωνιακή πλευρά του ψηφιακού μετασχηματισμού και της αλλαγής του αθλήματος ως e-sport ήταν στο επίκεντρο. Τα θέματα που κυρίως καλύπτονται έως τώρα σχετίζονται με τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο διαχείρισης επωνυμίας ή εργαλείο μάρκετινγκ για χορηγούς. Όπως θα δούμε στην παρούσα μελέτη οι αθλητικοί σύλλογοι κινδυνεύουν να χάσουν τη σημασία τους στο μέλλον και νέες μορφές όπως οι πλατφόρμες που βασίζονται στη λογική να γίνουν όλο και πιο σημαντικές, όπως και σε άλλους κλάδους. Αυτό όμως που λείπει ή ελάχιστα περιγράφεται, είναι οι κίνδυνοι και τι πρέπει να κάνουν οι αθλητικοί σύλλογοι για να επιβιώσουν μακροπρόθεσμα. Τα τελευταία χρόνια εμφανίζεται ήδη μείωση των μελών σε αρκετούς συλλόγους. Ταυτόχρονα, πολλοί σύλλογοι δυσκολεύονται να επωφεληθούν από την ψηφιοποίηση και δυσκολεύονται να συμβαδίσουν με τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Το κίνητρο για αυτή τη μελέτη προέρχεται από τον αυξανόμενο κίνδυνο για τους αθλητικούς συλλόγους να χάσουν τη σημασία τους, το χαμηλό επίπεδο ψηφιοποίησης καθώς και την

περιορισμένη υπάρχουσα βιβλιογραφία σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι σύλλογοι μπορούν να δημιουργήσουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Αυτή η μελέτη επικεντρώνεται στις επιπτώσεις της ψηφιοποίησης στο ίδιο το άθλημα και ειδικά στους αθλητικούς συλλόγους και σε ποιο βαθμό μπορεί να χρειαστεί να προσαρμοστούν για να επιβιώσουν μακροπρόθεσμα. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στους παράγοντες που εμποδίζουν σήμερα τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τον δυσχεραίνουν, προκειμένου να δούμε σε ποιους τομείς πρέπει να δράσουμε.

3.1 Ψηφιακή Ευρώπη

Σύμφωνα με την ηλεκτρονική ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου γίνεται αναφορά στον ψηφιακό μετασχηματισμό και συγκεκριμένα δίνεται βαρύτητα διότι «αποτελεί βασική προτεραιότητα της ΕΕ». Η θέση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου «συμβάλει στη διαμόρφωση των πολιτικών που ενισχύουν την αξιοποίηση των νέων ψηφιακών τεχνολογιών στην Ευρώπη, δημιουργούν νέες ευκαιρίες για επιχειρήσεις και καταναλωτές, στηρίζουν την πράσινη μετάβαση της ΕΕ και την εκπλήρωση του στόχου της για κλιματική ουδετερότητα έως το 2050, στηρίζουν τους πολίτες στην απόκτηση ψηφιακών δεξιοτήτων και την κατάρτιση των εργαζομένων και συμβάλουν στη ψηφιοποίηση των δημόσιων υπηρεσιών, διασφαλίζοντας παράλληλα τον σεβασμό των βασικών δικαιωμάτων και αξιών.

Τον Μάιο του 2021, το Κοινοβούλιο υιοθέτησε έκθεση για τη διαμόρφωση του ψηφιακού μέλλοντος της Ευρώπης, η οποία καλεί την Επιτροπή να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις του ψηφιακού μετασχηματισμού και, κυρίως, να επωφεληθεί από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ψηφιακή ενιαία αγορά, να βελτιώσει τη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης και να στηρίξει την ψηφιακή καινοτομία.»

3.2 Αποσαφήνιση εννοιών

Προκειμένου να ταξινομηθούν καλύτερα τα ακόλουθα θέματα, θα χρειαστεί αρχικά να αποσαφηνίσουμε τους επαναλαμβανόμενους όρους. Ειδικότερα, δίνεται έμφαση στην

ψηφιοποίηση και τον ψηφιακό μετασχηματισμό προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα τον αντίκτυπό τους στον αθλητισμό και στους αθλητικούς συλλόγους.

Οι όροι ψηφιακοποίηση (digitization), ψηφιοποίηση (digitalization) και ψηφιακός μετασχηματισμός εμφανίζονται συνεχώς και συχνά στο ίδιο πλαίσιο και με σχεδόν το ίδιο νόημα, αλλά διαφέρουν ως προς το πεδίο εφαρμογής και βασίζονται το ένα στο άλλο. Στην παρούσα μελέτη οι συγκεκριμένοι όροι παίζουν σημαντικό ρόλο και κατά συνέπεια προσδιορίζονται παρακάτω.

3.2.1 Ψηφιακοποίηση

Η ψηφιακοποίηση (digitization) περιγράφει γενικά τη μετατροπή από αναλογικές πληροφορίες σε ψηφιακή μορφή. Ένα καλό παράδειγμα είναι η σάρωση μιας αναλογικής δομής φακέλου για την ψηφιακή αποθήκευσή της ή για παράδειγμα η φωτογράφιση μιας απόδειξης για την ψηφιακή αποθήκευσή της. Αυτός ο όρος περιγράφει μόνο το πρώτο βήμα της ψηφιακοποίησης και τη μικρότερη κλίμακα των δυνατοτήτων που φέρνει η τεχνολογία.

3.2.2 Ψηφιοποίηση

Η μεταμόρφωση των διαδικασιών μιας επιχείρησης σε ψηφιακή αποτελεί την έννοια της ψηφιοποίησης, δηλαδή είναι η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών για την αλλαγή ενός επιχειρηματικού μοντέλου και την παροχή νέων ευκαιριών παραγωγής εσόδων και αξίας (Gartner, 2020). Στο προηγούμενο παράδειγμα με την απόδειξη θα μπορούσε να εισαχθεί μια νέα διαδικασία στην οποία η απόδειξη καταγράφεται, χρεώνεται άμεσα και εισάγεται στο λογιστικό σύστημα.

Η ψηφιοποίηση έχει πολλές επιρροές στην οικονομία και την κοινωνία. Οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας είναι οδηγοί της ψηφιοποίησης και των γενικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που ενδιαφέρονται να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία για να αποκομίσουν κέρδη. Η δυναμική των εφαρμογών της νέας τεχνολογίας αυξάνεται μαζικά την τελευταία δεκαετία. Δίπλα στους μεγάλους παίκτες της αγοράς, υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός νεοφυών επιχειρήσεων που προσπαθούν να δημιουργήσουν ιδέες χρήσης της τεχνολογίας για το προϊόν τους και να το φέρουν στην ωριμότητα της αγοράς.

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τον αντίκτυπο της ψηφιοποίησης στους αθλητικούς συλλόγους, είναι σημαντικό να εξετάσουμε επίσης τον αντίκτυπο της ψηφιοποίησης στην κοινωνία. Η ψηφιοποίηση αλλάζει τις προσδοκίες των ανθρώπων. Αυτό σημαίνει τον τρόπο που καταναλώνουν, τις υπηρεσίες που απαιτούν και τα προϊόντα στα οποία ξοδεύουν χρήματα. Οι επιλογές που προκύπτουν από την ψηφιοποίηση είναι τεράστιες και αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι καταναλώνουν και ζουν.

Η ψηφιοποίηση έχει επίσης εκτεταμένες συνέπειες για τον τρόπο με τον οποίο εργαζόμαστε, πώς μοιάζει η δομή μιας εταιρείας και την ταχύτητα με την οποία συμβαίνουν αλλαγές.

3.2.3 Ψηφιακός μετασχηματισμός

Με τον όρο ψηφιακό μετασχηματισμό (digital transformation) εννοούμε την αξιοποίηση από επιχειρήσεις και εργαζομένους όλων των δυνατοτήτων που προσφέρουν το διαδίκτυο, τα ψηφιακά μέσα και οι νέες τεχνολογίες. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι η διεξόδυση των ψηφιακών τεχνολογιών στις επιχειρήσεις και ο αντίκτυπος των τεχνολογιών στην κοινωνία

Οι ψηφιακές πλατφόρμες, το Διαδίκτυο των Πραγμάτων, το υπολογιστικό νέφος και η τεχνητή νοημοσύνη είναι ορισμένες από τις τεχνολογίες που επηρεάζουν τομείς όπως είναι οι μεταφορές η ενέργεια, ο αγροδιατροφικός κλάδος, οι τηλεπικοινωνίες, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, η εργοστασιακή παραγωγή και η υγειονομική περίθαλψη, μεταμορφώνοντας τις ζωές των ανθρώπων

Οι τεχνολογίες μπορούν να συμβάλουν στη βελτιστοποίηση των διαδικασιών παραγωγής, στη μείωση των εκπομπών και των αποβλήτων, στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των εταιρειών και στη διάθεση νέων υπηρεσιών και προϊόντων στην αγορά

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αντιπροσωπεύει τον αντίκτυπο που προκαλείται από τη διαδικασία της ψηφιοποίησης. Στην περίπτωση του παραδείγματος παραλαβής, η εισαγωγή αυτοματισμού μπορεί να χρησιμοποιηθεί για άλλα πράγματα όπως η δημιουργία νέων εργαλείων ανάλυσης. Προκειμένου να υλοποιηθεί ο λεγόμενος ψηφιακός μετασχηματισμός σε ένα αθλητικό σωματείο όπως αυτή θα μελετηθεί στο πεδίο της παρούσας έρευνας, βρίσκονται στο προσκήνιο η επιλογή, η προμήθεια, καθώς και η υποδομή για την επεξεργασία των δεδομένων από την πληροφορική,

καθώς και η αντίστοιχη προσαρμογή των οργανωτικών διαδικασιών, προκειμένου να χρησιμοποιηθούν ουσιαστικά αυτά τα μέσα. Από τον πλούτο των δυνατοτήτων - σε συνδυασμό με όρους όπως Internet of Things, Blockchain, 3-Print, Robots, Big Data, Automation, Clouds κ.ά. - που μπορεί να προσφέρει η χρήση σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής, είναι απαραίτητο να μάθουμε ποιες τεχνολογίες και μέσα είναι κατάλληλα για τον αθλητικό σύλλογο όσον αφορά τις δυνατότητες εφαρμογής, τα οφέλη και την οικονομική αποδοτικότητα. Ένας στόχος αυτών των σύγχρονων τεχνολογιών είναι να απλοποιήσουν ή να διευκολύνουν το έργο του αθλητικού συλλόγου μέσω της χρήσης τους.

3.3 Χρηματοδότηση των ψηφιακών προτεραιοτήτων της ΕΕ

Ο ψηφιακός τομέας παίζει κεντρικό ρόλο σε όλες τις πολιτικές της ΕΕ: η κρίση του κορονοϊού κατέστησε εντονότερη την ανάγκη μιας συντονισμένης απάντησης που να επωφελεί την κοινωνία και την ανταγωνιστικότητα μακροπρόθεσμα. Οι ψηφιακές λύσεις παρουσιάζουν σημαντικές ευκαιρίες και είναι απαραίτητες για τη διασφάλιση της ανάκαμψης της Ευρώπης και της ανταγωνιστικής της θέσης στην παγκόσμια οικονομία.

Το σχέδιο οικονομικής ανάκαμψης της ΕΕ απαιτεί από τα κράτη μέλη να διαθέσουν τουλάχιστον το 20% των κονδυλίων του Μηχανισμού Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, ύψους 672,5 δισ. ευρώ, στη ψηφιακή μετάβαση. Τα επενδυτικά προγράμματα, όπως είναι το πρόγραμμα έρευνας και καινοτομίας "HORIZON EUROPE" και ο μηχανισμός "Συνδέοντας την Ευρώπη" (Connecting Europe Facility – CEF), που χρηματοδοτεί έργα υποδομών, διαθέτουν σημαντικά ποσά σε έργα ψηφιακής καινοτομίας.

Η ΕΕ στοχεύει στην επίτευξη των στόχων της ψηφιακής μετάβασης μέσω των επενδυτικών της προγραμμάτων και της θέσπισης νέων κανόνων.

3.3.1 Το πρόγραμμα Ψηφιακή Ευρώπη (Digital Europe)

Τον Απρίλιο του 2021, το Κοινοβούλιο ενέκρινε το πρόγραμμα Ψηφιακή Ευρώπη, «το πρώτο εργαλείο της ΕΕ που αποσκοπεί να επιταχύνει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των ευρωπαϊκών κοινωνιών και οικονομιών. Το πρόγραμμα θα επενδύσει σε ψηφιακές λύσεις που μπορούν να

ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητα της Ευρώπης, να συμβάλουν στην πράσινη μετάβαση και να διασφαλίσουν την τεχνολογική της υπεροχή. Θα επενδύσει 7,6 δισ. ευρώ σε 5 τομείς: στους υπερυπολογιστές (€2,2 δισ.), στην ΤΝ (€2,1 δισ.), στην κυβερνοασφάλεια (€1,6 δισ.), στις εξελιγμένες ψηφιακές δεξιότητες (€577 εκατ.) και στη διεύρυνση της χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών σε ολόκληρη την οικονομία και την κοινωνία της ΕΕ (€1,1 δισ.)»

3.3.2 Ευρωπαϊκή πολιτική σε θέματα αθλητισμού

Η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων και ικανοτήτων σε σημαντικούς τομείς, όπως η προστασία της κλιματικής αλλαγής, η βιώσιμη ανάπτυξη, η τεχνητή νοημοσύνη, η στρατηγική για την ανάλυση δεδομένων, αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη συνεχή ανάπτυξη της Ευρώπης. Τα προγράμματα της ΕΕ συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτόμων πρακτικών και ψηφιακών δεξιοτήτων έτσι ώστε το σύνολο των ατόμων, των επιχειρήσεων και των οργανισμών, αλλά ταυτόχρονα συμβάλλουν στην βιώσιμη ανάπτυξη, την ισότητα και την κοινωνική ευημερία.

Η χρηματοδότηση και η υποστήριξη προγραμμάτων μέσω της δημιουργίας συμπράξεων με οργανισμούς / φορείς / πανεπιστήμια / ομοσπονδίες του εξωτερικού (σε διεθνές επίπεδο) συμβάλλει στην ενδυνάμωση ατομικών δεξιοτήτων, την παιδεία, την κατάρτιση, και την ανάπτυξη ευαισθησίας σε κοινωνικά θέματα. Παράλληλα, δημιουργούνται νέες ιδέες και τρόποι ανάδειξης βέλτιστων πρακτικών που προάγει ο αθλητισμός και η εκπαίδευση, μέσω του προγράμματος Erasmus+ Sport για περισσότερα από 30 έτη.

Πριν αναφερθούμε στις δυνατότητες που δημιουργούνται ιδιαίτερα μέσα από τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την περίοδο 2021-2027, παρατίθενται κάποια στατιστικά στοιχεία που αφορούν τα Ευρωπαϊκά προγράμματα μέχρι σήμερα. Όπως είναι γνωστό, η πολιτική της ΕΕ για τον αθλητισμό ασκείται πλέον, κατά το μεγαλύτερο μέρος της, στο πλαίσιο του προγράμματος Erasmus+.

Σκοπός των δράσεων στον τομέα του αθλητισμού είναι να προωθήσουν την συμμετοχή όλο και περισσότερων ατόμων – που σε ορισμένες περιπτώσεις ανήκουν σε ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες- στον αθλητισμό, την σωματική άσκηση και τον εθελοντισμό. Επίσης, σημαντικό στόχο αποτελεί η αντιμετώπιση των απειλών κατά της ακεραιότητας στον χώρο του αθλητισμού, η βελτίωση της

χρηστής διακυβέρνησης και η ενίσχυση της ανεκτικότητας και της κοινωνικής ένταξης, οι οποίες συμβάλλουν στην υλοποίηση της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Αθλητισμού.

Στην περσινή πρόσκληση υποβολής αιτήσεων για νέα προγράμματα τον περασμένο Απρίλιο του 2020, ο προϋπολογισμός ανήλθε σε 70,8 εκατομμύρια ευρώ εκ των οποίων τα 58 εκατομμύρια αφορούσαν νέα προγράμματα και τα 12,8 εκατομμύρια την υλοποίηση της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Αθλητισμού, την διοργάνωση του Ευρωπαϊκού Αθλητικού Forum και λοιπές σχετικές μελέτες από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Σε σύγκριση με το 2019 όπου υποβλήθηκαν 766 αιτήσεις, τον περασμένο Απρίλιο του 2020 κατατέθηκαν 1.145 προτάσεις κάτι το οποίο αποδεικνύει το αυξημένο ενδιαφέρον των ευρωπαϊκών αθλητικών φορέων και σωματείων για την υλοποίηση αθλητικών πρωτοβουλιών και την ανάπτυξη συνεργασιών σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Αξίζει να σημειωθεί ότι από τις 1145 προτάσεις, 76 υποβλήθηκαν από ελληνικούς αθλητικούς φορείς κατατάσσοντας την χώρα μας στη δεύτερη θέση με τις περισσότερες αιτήσεις, πίσω από την Ιταλία.

Εκτός από το πρόγραμμα Erasmus+ Sport, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνει τη δυνατότητα προπαρασκευαστικών δράσεων στον τομέα του αθλητισμού με θεματικές ενότητες όπως:

- η κοινωνική ένταξη των προσφύγων μέσω του αθλητισμού,
- ανταλλαγές και κινητικότητα στον αθλητισμό,
- προγράμματα μαζικού αθλητισμού και καινοτομία στον τομέα των υποδομών, και
- πλαισίωση και καθοδήγηση, μέσω του αθλητισμού, των νέων που διατρέχουν κίνδυνο Ριζοσπαστικοποίησης.

Την τετραετία 2016-2019, υλοποιήθηκαν συνολικά 107 προπαρασκευαστικές δράσεις-προγράμματα αυτού του είδους με τον συνολικό προϋπολογισμό να φτάνει τα 12.5 εκατομμύρια ευρώ. Το 2020, ο προϋπολογισμός για τις 4 θεματικές ενότητες άγγιξε τα 6 εκατομμύρια ευρώ με τον αριθμό των αιτήσεων να διπλασιάζεται σε σύγκριση με το 2019.

Ξεχωριστή αναφορά αξίζει να γίνει στα #BeActive και #BeInclusive awards τα οποία περιλαμβάνουν χρηματικά έπαθλα για τα πιο πετυχημένα προγράμματα/δράσεις των 2 κατηγοριών για το τρέχον έτος.

Συμπεραίνουμε ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσφέρει αρκετές χρηματοδοτούμενες δυνατότητες με τον προϋπολογισμό για την πραγματοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων να αυξάνεται χρόνο με τον χρόνο όλο και περισσότερο. Ο αθλητισμός βρίσκεται στο κέντρο του ενδιαφέροντος και της καθημερινής ζωής των Ευρωπαίων πολιτών αποτελώντας τομέα ζωτικής σημασίας για την κοινωνία και την οικονομία μας. Η κρίση της πανδημίας COVID-19 ενίσχυσε ακόμα περισσότερο την παραδοχή αυτή αποδεικνύοντας πως ο αθλητισμός και η σωματική δραστηριότητα είναι πιο σημαντικές από ποτέ τονίζοντας τη σημασία τους από οικονομική άποψη.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανταποκρίθηκε πλήρως στην κατάσταση που διαμορφώθηκε μετά την έξαρση της πανδημίας λαμβάνοντας μέτρα ευελιξίας κατά τη διάρκεια της κρίσης καθώς επίσης και για την περίοδο που έπεται αυτής. Εκτός από τις προβλεπόμενες ενέργειες για την συνέχεια υλοποίησης των ευρωπαϊκών προγραμμάτων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υλοποίησε δύο social media καμπάνιες με σκοπό την παρότρυνση και την αύξηση των επιπέδων φυσικής δραστηριότητας. Στο πλαίσιο τόνωσης της άθλησης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έτρεξε την καμπάνια #BeActiveAtHome από την αρχή της καραντίνας αλλά και την εκστρατεία #BeActiveHour στα τέλη Μαΐου. Αξιοσημείωτο στοιχείο αποτελεί η προτεραιότητα που έχει τεθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχετικά με τον αθλητισμό και ειδικότερα σχετικά με τα ευρωπαϊκά αθλητικά προγράμματα.

Η Επιτροπή υπέβαλε πρόταση για σημαντικό πρόγραμμα ανάκαμψης, ενισχύοντας τον προϋπολογισμό της ΕΕ για την περίοδο 2021-2027. Με αυτήν την πρόταση, το πρόγραμμα Erasmus+ ενισχύεται. Ο αρχικός προγραμματισμός προέβλεπε προϋπολογισμό 13.5 δις ευρώ για το πρόγραμμα Erasmus+ sport την περίοδο 2021-2027. Το νούμερο αυτό σημαίνει 106% αύξηση σε σύγκριση με την περίοδο 2014-2020. Επίσης σημαντικά ποσά της τάξεως των 27,9 δις ευρώ για προγράμματα που αφορούν την κοινωνική ένταξη, την ψηφιακή εποχή και το πράσινο περιβάλλον και στηρίζοντας τομείς που επλήγησαν περισσότερο από τον covid-19.

Ο αθλητισμός σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει αποκτήσει ολοένα και μεγαλύτερη σημασία. Ευκαιρίες οι οποίες προσφέρονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο μέσα από συγκεκριμένα προγράμματα που εντάσσονται στον κύκλο Horizon Europe το οποίο θα διαρκέσει επίσης έως το 2027.

Ξεκινώντας από την υγεία, η μείωση της σωματικής άσκησης έχει τεράστιο αντίκτυπο στην υγεία των ανθρώπων και στην ευεξία. Είναι ανησυχητικό ότι τα παγκόσμια ποσοστά παχυσαρκίας διπλασιάστηκαν τα τελευταία 30 χρόνια. Επιπλέον, είναι σημαντικό να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες για την μείωση των ανισοτήτων και την πρόσβαση σε εγκαταστάσεις και υποδομές ειδικότερα για άτομα τρίτης ηλικίας. Ο θετικός αντίκτυπος του αθλητισμού στην υγεία των πολιτών δεν μπορεί να είναι υποτιμημένος. Ο αθλητισμός ενισχύει το ανοσοποιητικό σύστημα, βοηθά στη βελτίωση της ψυχικής υγείας και στην πρόληψη κατά των χρόνιων νοσημάτων και ασθενειών.

Συνεχίζοντας με τις νέες τεχνολογίες και την καινοτομία, αποτελούν επίσης καθοριστικό παράγοντα για την προώθηση της φυσικής δραστηριότητας στις κοινωνίες μας, αυξάνοντας τις επιδόσεις των αθλητών και ενθαρρύνοντας τους πολίτες να συμμετέχουν σε παραδοσιακούς και εναλλακτικούς τρόπους άθλησης.

Εκτός από το ατομικό επίπεδο, ενδιαφέρον παρουσιάζει η χρήση των νέων τεχνολογιών από μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον τομέα του αθλητισμού. Το πρόγραμμα Horizon Europe, το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Καινοτομίας και Τεχνολογίας (EIT) και το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Καινοτομίας (EIC) συμβάλλουν στην έρευνα και την καινοτομία και αποτελούν σίγουρα χρήσιμα εργαλεία για τον μέλλον. Πρέπει επίσης να αναγνωρίσουμε την συμβολή του αθλητισμού στην περιβαλλοντική ανάπτυξη συνδέοντάς τον με την Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία.

3.3.3 Χαρτογράφηση καινοτόμων πρακτικών στην ΕΕ για την προώθηση του αθλητισμού εκτός των παραδοσιακών δομών

Μια νέα μελέτη αναμένεται να χαρτογραφήσει καινοτόμες προσεγγίσεις για την προώθηση του αθλητισμού εκτός των παραδοσιακών δομών όπως κλαμπ και ομάδες. Η ΕΕ δημοσίευσε μια νέα μελέτη, χαρτογράφηση καινοτόμων προσεγγίσεων για την προώθηση του αθλητισμού εκτός των παραδοσιακών δομών. Οι άνθρωποι σε ολόκληρη την ΕΕ κινούνται πέρα από τα παραδοσιακά

αθλητικά περιβάλλοντα όπως τα κλαμπ και οι ομάδες. Η εξέλιξη στην υιοθέτηση του αθλητισμού καθοδηγείται από την ανάγκη για ευελιξία και άλλα κίνητρα για τον τρόπο ζωής. Η μελέτη χαρτογράφησε 27 πρωτοβουλίες (μία για κάθε κράτος μέλος της ΕΕ) που προωθούν τον αθλητισμό και τη σωματική δραστηριότητα, συλλαμβάνοντας μια σειρά από βασικές καινοτομίες και παρουσιάζοντας αρκετά επιτυχημένα έργα.

3.3.4 Το πρόγραμμα Erasmus+

Αν επισκεφθεί κάποιος της ιστοσελίδα της ΕΕ, για την υποβολή πρότασης χρηματοδότησης, κάθε χρόνο εκδίδεται το πλαίσιο εργασιών που καλεί τους υποψήφιους οργανισμούς να πληροφορηθούν για την περιγραφή του έργου και τις κύριες προτεραιότητες, ανά τομέα.

Περιγραφή προγράμματος: *«Το Erasmus+ είναι το πρόγραμμα της ΕΕ στους τομείς της εκπαίδευσης, της κατάρτισης, της νεολαίας και του αθλητισμού για την περίοδο 2021-2027. Η εκπαίδευση, η κατάρτιση, η νεολαία και ο αθλητισμός είναι βασικοί τομείς που υποστηρίζουν τους πολίτες στην προσωπική και επαγγελματική τους ανάπτυξη. Η υψηλής ποιότητας εκπαίδευση και κατάρτιση χωρίς αποκλεισμούς, καθώς και η άτυπη και μη τυπική μάθηση, εξοπλίζουν τελικά τους νέους και τους συμμετέχοντες όλων των ηλικιών με τα προσόντα και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την ουσιαστική συμμετοχή τους στη δημοκρατική κοινωνία, τη διαπολιτισμική κατανόηση και την επιτυχή μετάβαση στην αγορά εργασίας. Με βάση την επιτυχία του προγράμματος την περίοδο 2014-2020, το Erasmus+ ενισχύει τις προσπάθειές του να αυξήσει τις ευκαιρίες που προσφέρονται σε περισσότερους συμμετέχοντες και σε ευρύτερο φάσμα οργανισμών, εστιάζοντας στον ποιοτικό του αντίκτυπο και συμβάλλοντας σε ένα πιο βιώσιμη και ψηφιακή κοινωνία.*

Οι ευρωπαίοι πολίτες πρέπει να είναι καλύτερα εξοπλισμένοι με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις ικανότητες που απαιτούνται σε μια δυναμικά μεταβαλλόμενη κοινωνία που είναι ολοένα και πιο κινητή, πολυπολιτισμική και ψηφιακή. Το να ξοδεύετε χρόνο σε άλλη χώρα για σπουδές, μάθηση και εργασία θα πρέπει να γίνει το πρότυπο, ενώ η ομιλία δύο άλλων γλωσσών εκτός από τη μητρική γλώσσα θα πρέπει να είναι ο κανόνας. Το Πρόγραμμα αποτελεί βασικό στοιχείο που υποστηρίζει τους στόχους του Ευρωπαϊκού Χώρου Εκπαίδευσης, του Σχεδίου Δράσης για την Ψηφιακή Εκπαίδευση 2021-2027, της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για τη Νεολαία και του Σχεδίου Εργασίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τον Αθλητισμό (2021-2024).

Όπως έδειξε η πανδημία του COVID-19, η πρόσβαση στην εκπαίδευση αποδεικνύεται, περισσότερο από ποτέ, απαραίτητη για τη διασφάλιση της ταχείας ανάκαμψης, προωθώντας παράλληλα τις ίσες ευκαιρίες για όλους. Ως μέρος αυτής της διαδικασίας ανάκαμψης, το πρόγραμμα Erasmus+ μεταφέρει την περιεκτική του διάσταση σε έναν νέο ορίζοντα, υποστηρίζοντας ευκαιρίες για προσωπική, κοινωνικο-εκπαιδευτική και επαγγελματική ανάπτυξη των ανθρώπων στην Ευρώπη και πέρα από αυτήν, με στόχο να μην αφήσει κανέναν πίσω.

Για να αυξήσει τον ποιοτικό αντίκτυπο των δράσεών του και να διασφαλίσει ίσες ευκαιρίες, το Πρόγραμμα θα απευθύνεται περισσότερο και καλύτερα σε άτομα διαφορετικών ηλικιών και διαφορετικών πολιτιστικών, κοινωνικών και οικονομικών καταβολών. Είναι στο επίκεντρο του Προγράμματος να έρθουμε πιο κοντά σε άτομα με λιγότερες ευκαιρίες, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρίες και των μεταναστών, καθώς και με πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ζουν σε απομακρυσμένες περιοχές ή αντιμετωπίζουν κοινωνικοοικονομικές δυσκολίες. Με αυτόν τον τρόπο, το Πρόγραμμα θα ενθαρρύνει επίσης τους συμμετέχοντες, ιδίως τους νέους να συμμετάσχουν και να μάθουν να συμμετέχουν στην κοινωνία των πολιτών, αυξάνοντας την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις κοινές αξίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Επιπλέον, η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων και ικανοτήτων και δεξιοτήτων σε μακροπρόθεσμους τομείς, όπως η καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής, η καθαρή ενέργεια, η τεχνητή νοημοσύνη, η ρομποτική, η ανάλυση μεγάλων δεδομένων κ.λπ. είναι απαραίτητη για τη μελλοντική βιώσιμη ανάπτυξη και συνοχή της Ευρώπης. Το πρόγραμμα μπορεί να συμβάλει ουσιαστικά με την τόνωση της καινοτομίας και τη γεφύρωση του χάσματος γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων της Ευρώπης. Οι επιχειρήσεις της ΕΕ πρέπει να γίνουν πιο ανταγωνιστικές μέσω ταλέντων και καινοτομίας. Αυτή η επένδυση σε γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες θα ωφελήσει άτομα, ιδρύματα, οργανισμούς και την κοινωνία στο σύνολό της, συμβάλλοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη και διασφαλίζοντας ισότητα, ευημερία και κοινωνική ένταξη στην Ευρώπη και πέρα από αυτήν.

Μια άλλη πρόκληση σχετίζεται με τις πανευρωπαϊκές τάσεις περιορισμένης συμμετοχής στη δημοκρατική ζωή και χαμηλών επιπέδων γνώσης και ευαισθητοποίησης σχετικά με τα ευρωπαϊκά θέματα και τον αντίκτυπό τους στη ζωή όλων των ευρωπαίων πολιτών. Πολλοί άνθρωποι διστάζουν ή αντιμετωπίζουν δυσκολίες να εμπλακούν ενεργά και να συμμετάσχουν στις κοινότητές τους ή στην

πολιτική και κοινωνική ζωή της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η ενίσχυση της ευρωπαϊκής ταυτότητας και η συμμετοχή των νέων στις δημοκρατικές διαδικασίες είναι υψίστης σημασίας για το μέλλον της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό το θέμα μπορεί επίσης να στοχευτεί μέσω δραστηριοτήτων μη τυπικής μάθησης, οι οποίες στοχεύουν στην ενίσχυση των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των νέων καθώς και στην ενεργό συμμετοχή τους στα κοινά.

Σύμφωνα με τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη βιώσιμη οικονομία της, τα έργα πρέπει να σχεδιάζονται με τρόπο φιλικό προς το περιβάλλον και να ενσωματώνουν πράσινες πρακτικές σε όλες τις πτυχές. Οι οργανισμοί και οι συμμετέχοντες που εμπλέκονται θα πρέπει να έχουν μια φιλική προς το περιβάλλον προσέγγιση κατά το σχεδιασμό των έργων τους, η οποία θα τους ενθαρρύνει να συζητήσουν και να μάθουν για περιβαλλοντικά ζητήματα, να τους κάνει να σκεφτούν τι μπορεί να γίνει στο επίπεδό τους και να τους βοηθήσει να βρουν εναλλακτικούς πιο πράσινους τρόπους υλοποίησης, τις δραστηριότητές τους.

Η υποστήριξη και η διευκόλυνση της διακρατικής και διεθνούς συνεργασίας μεταξύ οργανισμών στους τομείς της εκπαίδευσης, της κατάρτισης, της νεολαίας και του αθλητισμού είναι απαραίτητη για την ενδυνάμωση ατόμων με περισσότερες βασικές ικανότητες, τη μείωση της πρόωρης εγκατάλειψης του σχολείου και την αναγνώριση των ικανοτήτων που αποκτώνται μέσω της επίσημης, άτυπης και μη τυπικής μάθησης. Διευκολύνει τη διακίνηση ιδεών και τη μετάδοση βέλτιστων πρακτικών και εμπειρογνωμοσύνης και την ανάπτυξη ψηφιακών ικανοτήτων συμβάλλοντας έτσι σε μια εκπαίδευση υψηλής ποιότητας ενισχύοντας παράλληλα την κοινωνική συνοχή. Το Πρόγραμμα Erasmus+ είναι μια από τις πιο εμφανείς ιστορίες επιτυχίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Βασίζεται στα επιτεύγματα 30 και πλέον ετών ευρωπαϊκών προγραμμάτων στους τομείς της εκπαίδευσης, της κατάρτισης, της νεολαίας και του αθλητισμού, που καλύπτουν τόσο την ενδοευρωπαϊκή όσο και τη διεθνή διάσταση συνεργασιών.

Υπάρχουν 3 υποκατηγορίες ανάλογα με το πλήθος των συμμετεχόντων οργανισμών, το ποσό χρηματοδότησης και το είδος του έργου:

- i. Cooperation Partnerships - Συμπράξεις Συνεργασίας: Οι εταιρικές σχέσεις συνεργασίας έχουν σχεδιαστεί για να προωθήσουν τη δημιουργία και την ανάπτυξη ευρωπαϊκών δικτύων

στον τομέα του αθλητισμού. Στόχος τους είναι να βοηθήσουν τους αθλητικούς οργανισμούς για:

- την αύξηση της ποιότητας στην εργασία, τις δραστηριότητες και τις πρακτικές των εμπλεκόμενων οργανισμών και φορέων
- την οικοδόμηση της ικανότητας των οργανισμών να εργάζονται διακρατικά
- την αντιμετώπιση κοινών αναγκών στον τομέα του αθλητισμού
- να επιτρέπουν τον μετασχηματισμό και την αλλαγή (σε ατομικό, οργανωτικό ή τομεακό επίπεδο)

Αυτή η ευκαιρία μπορεί να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως π.χ

- δικτύωση μεταξύ των βασικών ενδιαφερομένων
- ανάπτυξη, αναγνώριση, προώθηση και ανταλλαγή βέλτιστων πρακτικών
- προετοιμασία, ανάπτυξη και εφαρμογή ενοτήτων και εργαλείων εκπαίδευσης και κατάρτισης
- αύξηση των δεξιοτήτων των πολλαπλασιαστών
- ανάπτυξη της παρακολούθησης και της συγκριτικής αξιολόγησης των δεικτών
- ευαισθητοποίηση σχετικά με την προστιθέμενη αξία του αθλητισμού και της φυσικής δραστηριότητας
- προώθηση των συνεργειών μεταξύ του αθλητισμού, της υγείας, της εκπαίδευσης, της κατάρτισης και της νεολαίας
- βελτίωση της βάσης στοιχείων για τον αθλητισμό
- διοργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, εκδηλώσεων και συναντήσεων

Τα αποτελέσματα θα πρέπει να είναι επαναχρησιμοποιήσιμα, μεταφερόμενα, επεκτασιμότητας και, εάν είναι δυνατόν, να καλύπτουν πολλούς κλάδους. Τα έργα αναμένεται να μοιραστούν τα αποτελέσματά τους από τοπικό σε διακρατικό επίπεδο.

- ii. **Small-scale partnerships:** Οι εταιρικές σχέσεις μικρής κλίμακας στοχεύουν να προσεγγίσουν οργανώσεις βάσης ή με λιγότερο έμπειρους στο Erasmus+. Έχουν σχεδιαστεί για να διευρύνουν την πρόσβαση στο πρόγραμμα σε μικρής κλίμακας παράγοντες και άτομα που είναι δυσπρόσιτα στους τομείς της σχολικής εκπαίδευσης, της εκπαίδευσης ενηλίκων, της

επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, της νεολαίας και του αθλητισμού. Το κάνουν αυτό έχοντας

- χαμηλότερα ποσά επιχορήγησης που χορηγούνται σε οργανισμούς
- μικρότερη διάρκεια
- απλούστερες διοικητικές απαιτήσεις
- μειωμένα εμπόδια εισόδου
- ευέλικτες μορφές – συνδυάζοντας διεθνικές και εθνικές δραστηριότητες – για να επιτρέψουν σε μικρότερους οργανισμούς να προσεγγίσουν άτομα με λιγότερες ευκαιρίες

Οι εταιρικές σχέσεις μικρής κλίμακας μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία και ανάπτυξη διεθνικών δικτύων και στη σύνδεση τοπικών, περιφερειακών, εθνικών και διεθνών πολιτικών. Υποστηρίζουν επίσης την ενεργό ευρωπαϊκή ιθαγένεια και φέρνουν την ευρωπαϊκή διάσταση σε τοπικό επίπεδο.

- iii. Capacity-building in the field of sport: Τα έργα ανάπτυξης ικανοτήτων είναι έργα διεθνούς συνεργασίας που βασίζονται σε πολυμερείς εταιρικές σχέσεις μεταξύ οργανισμών που δραστηριοποιούνται στον τομέα του αθλητισμού στο Πρόγραμμα και τρίτων χωρών που δεν συνδέονται με το πρόγραμμα.

Τα έργα ανάπτυξης ικανοτήτων στοχεύουν:

- στην αύξηση της ικανότητας των αθλητικών οργανώσεων βάσης
- να ενθαρρύνουν την άσκηση του αθλητισμού και της φυσικής δραστηριότητας σε τρίτες χώρες που δεν συνδέονται με το Πρόγραμμα
- στην προώθηση της κοινωνικής ένταξης μέσω του αθλητισμού
- στην προώθηση θετικών αξιών μέσω του αθλητισμού (όπως το δίκαιο παιχνίδι, η ανεκτικότητα, το ομαδικό πνεύμα)
- στην προώθηση της συνεργασίας σε διάφορες περιοχές του κόσμου μέσω κοινών πρωτοβουλιών

Οι προτάσεις θα πρέπει να επικεντρώνονται σε ορισμένους θεματικούς τομείς που ορίζονται στο στάδιο του προγραμματισμού. Παραδείγματα ιδιαίτερα σχετικών περιοχών είναι:

- προώθηση κοινών αξιών, μη διάκρισης και ισότητας των φύλων μέσω του αθλητισμού
- ανάπτυξη δεξιοτήτων (αθλητισμού) που απαιτούνται για τη βελτίωση της κοινωνικής συμμετοχής μειονεκτούντων ομάδων (π.χ. ανεξαρτησία, ηγεσία κ.λπ.)
- ενσωμάτωση των μεταναστών

3.3.5 Το πρόγραμμα Horizon Europe

Το Horizon Europe είναι το 9ο κατά σειρά πρόγραμμα πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) για την έρευνα και την καινοτομία για την περίοδο 2021-2027, με προϋπολογισμό 95,5 δισ. ευρώ και αποτελεί το διάδοχο του 8ου προγράμματος πλαίσιο Ορίζοντας 2020 (2014-2020).

Έχει ως στόχο να συμβάλει στην ενίσχυση της επιστημονικής και τεχνολογικής βάσης της ΕΕ, στην αναμόρφωση του Ευρωπαϊκού Χώρου Έρευνας (ΕΧΕ) και στην βελτίωση της ικανότητας της ΕΕ να καινοτομεί.

Αποσκοπεί στη σύνδεση της έρευνας και καινοτομίας με έξι βασικές ευρωπαϊκές προτεραιότητες, που αφορούν στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής, στον ψηφιακό μετασχηματισμό των κοινωνιών και της οικονομίας, στην ευημερία και ασφάλεια των πολιτών, καθώς και στην προστασία της ευρωπαϊκής δημοκρατίας.

Σύμφωνα με την επίσημη αναγγελία του προγράμματος *«στις 15 Μαρτίου 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε το πρώτο Στρατηγικό Σχέδιο για το πρόγραμμα «HORIZON EUROPE», το νέο πρόγραμμα της ΕΕ για την έρευνα και την καινοτομία. Το στρατηγικό σχέδιο είναι ένα νέο στοιχείο στο πρόγραμμα «HORIZON EUROPE» και καθορίζει τους στρατηγικούς προσανατολισμούς για τη στόχευση των επενδύσεων κατά τα πρώτα τέσσερα έτη του προγράμματος. Διασφαλίζει ότι οι δράσεις έρευνας και καινοτομίας της ΕΕ θα συμβάλλουν στις προτεραιότητες της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης μιας κλιματικά ουδέτερης και πράσινης Ευρώπης, μιας Ευρώπης έτοιμης για την ψηφιακή εποχή και μιας οικονομίας στην υπηρεσία των ανθρώπων.*

Πιο συγκεκριμένα, το στρατηγικό σχέδιο καθορίζει τέσσερις στρατηγικούς προσανατολισμούς για τις επενδύσεις στην έρευνα και την καινοτομία στο πλαίσιο του προγράμματος «HORIZON EUROPE» για τα επόμενα τέσσερα έτη:

- *Προώθηση μιας ανοικτής στρατηγικής αυτονομίας με την ανάληψη ηγετικού ρόλου στην ανάπτυξη βασικών ψηφιακών, γενικής εφαρμογής και αναδύμενων τεχνολογιών, τομέων και αξιακών αλυσίδων·*
- *Αποκατάσταση των οικοσυστημάτων και της βιοποικιλότητας της Ευρώπης και βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων·*
- *Μετατροπή της Ευρώπης στην πρώτη κυκλική, κλιματικά ουδέτερη και βιώσιμη οικονομία που θα βασίζεται στις ψηφιακές τεχνολογίες·*
- *Δημιουργία μιας πιο ανθεκτικής, ανοικτής και δημοκρατικής ευρωπαϊκής κοινωνίας*
- *Η διεθνής συνεργασία υποστηρίζει και τους τέσσερις προσανατολισμούς, καθώς είναι απαραίτητη για την αντιμετώπιση πολλών παγκόσμιων προκλήσεων.*

Το στρατηγικό σχέδιο προσδιορίζει, επίσης, τις ευρωπαϊκές συγχρηματοδοτούμενες συμπράξεις / συμπράξεις κοινού προγραμματισμού, καθώς και τις αποστολές της ΕΕ που πρέπει να λάβουν στήριξη μέσω του προγράμματος «HORIZON EUROPE».

Οι προτεραιότητες που τίθενται στο στρατηγικό σχέδιο του προγράμματος «HORIZON EUROPE» θα υλοποιηθούν μέσω του προγράμματος εργασίας, το οποίο καθορίζει τις δυνατότητες χρηματοδότησης για δραστηριότητες έρευνας και καινοτομίας μέσω θεματικών προσκλήσεων υποβολής προτάσεων και θεμάτων.»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΟΥ COVID-19

Το ξέσπασμα της πανδημίας δεν άφησε ανεπηρέαστο κανέναν τομέα της Οικονομίας, και ειδικά τον αθλητισμό, όπου για πάνω από ένα χρόνο οι αθλητικές δραστηριότητες διακόπηκαν ή διεξάγονταν υπό αυστηρές συνθήκες. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις παρέμειναν κλειστές για μεγάλο χρονικό διάστημα και οι αθλητές απείχαν από την αγωνιστική τους δράση. Γεννιέται επομένως το ερώτημα, το οποίο αποτελεί και μέρος της έρευνας που διεξάγεται στην παρούσα διπλωματική εργασία: “Είναι οι ψηφιακές ικανότητες των στελεχών των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων και των αθλητών τέτοιες που θα μπορούσαν να ανταποκριθούν σε αυτή την πρόκληση;”

Όπως είδαμε και στα πρώτα κεφάλαια, η θέση της Ελλάδας μεταξύ των μελών της ΕΕ βρίσκεται σε χαμηλό επίπεδο ψηφιακής ανάπτυξης επομένως κρίνεται σημαντική η ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων τόσο στον αθλητικό κλάδο, όσο και γενικότερα.

Στην προσπάθεια αυτή κρίνεται απαραίτητη η εκπαίδευση του προσωπικού, γεγονός το οποίο δεν μπορεί να υλοποιηθεί από τη μια μέρα στην άλλη διότι υπάρχουν ορισμένα ζητήματα που χρήζουν επίλυσης όπως ο σωστός σχεδιασμός, η εξεύρεση χρηματικών πόρων, και το νομικό πλαίσιο που ενδεχομένως να χρειάζεται συμπληρωματική κωδικοποίηση. Στον αθλητικό κλάδο, οι τεχνολογικές εξελίξεις διαμορφώνουν ένα περιβάλλον ευκαιριών ανάπτυξης, άμεσης σύνδεσης με το φίλαθλο κοινό.

Η πανδημία ανέδειξε την αναγκαιότητα της ψηφιακής μετάβασης, η οποία αποτελεί σήμερα άμεση προτεραιότητα για την Ελληνική Οικονομία. Το Υπουργείο ψηφιακής διακυβέρνησης έχει θέσει τους πρωταρχικούς στόχους προκειμένου να επιτευχθεί άμεσα η εθνική στρατηγική για τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

Κύριοι άξονες είναι:

- Η ασφαλής, γρήγορη και αξιόπιστη πρόσβαση στο διαδίκτυο για όλους.

- Ένα ψηφιακό κράτος, που προσφέρει καλύτερες, ψηφιακές υπηρεσίες στους πολίτες, σε όλα τα γεγονότα της ζωής τους.
- Η ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων όλων των πολιτών.
- Η διευκόλυνση μετατροπής κάθε ελληνικής επιχείρησης σε ψηφιακή επιχείρηση.
- Η στήριξη και ενίσχυση της ψηφιακής καινοτομίας
- Η παραγωγική αξιοποίηση των δεδομένων του Δημοσίου
- Η ένταξη των σύγχρονων τεχνολογιών σε όλους τους τομείς της οικονομίας.

Αναμφίβολα η τεχνολογία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη μεταμόρφωση επιχειρήσεων και οργανισμών όλων των κλάδων και μέσω της ψηφιακής μετάβασης αλλάζουν οι εσωτερικές λειτουργίες αλλά και η εμπειρία των πελατών. Πλέον, η χρήση των smartphones, αυξάνει την χρήση των ψηφιακών μέσων, του διαδικτύου, και παράλληλα τον τρόπο προσέγγισης του κοινού, του υλικού που και του θεάματος παρέχουν στους φιλάθλους, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα ψηφιακά μέσα.

4.1 Αξιοποίηση ψηφιακών μέσων

Κάθε αθλητικός οργανισμός πρέπει να είναι σε θέση να αξιοποιήσει τα στρατηγικά εργαλεία - ψηφιακά μέσα για να χτίσουν ισχυρούς δεσμούς με το φίλαθλο κοινό. Το αθλητικό περιεχόμενο θα πρέπει να είναι διαθέσιμο σε ποικίλα μέσα, για να μπορεί να αναπαραχθεί, να διαμοιραστεί και να είναι διαθέσιμο σε όλους.

Στον τομέα του αθλητισμού, το πλάνο δράσης του Υπουργείου για την πενταετία 2020-2025 αφορά έργα ψηφιοποίησης υπηρεσιών και διασύνδεσης ψηφιακών μητρώων, με 5 έργα να διαμορφώνουν τον σχεδιασμό στην παρούσα φάση.

Τα βραχυπρόθεσμα έργα είναι:

- Το Ψηφιακό Μητρώο Αθλητικών Φορέων, και
- Το Ψηφιακό Μητρώο Διακριθέντων Αθλητών.

Τα μεσοπρόθεσμα έργα είναι:

- Ο ψηφιακός μετασχηματισμός και η διαχείριση μητρώων της ΓΓΑ
- Η Πλατφόρμα διαχείρισης Προγραμμάτων Άθλησης για Όλους
- Η Εθνική Πλατφόρμα Αθλητικής Ακεραιότητας

Παράλληλα, φορείς μπορούν να προτείνουν τις δικές τους ιδέες σχετικά με τα προαναφερθέντα έργα ή για την υποβολή νέου έργου σχετικά με τον ψηφιακό μετασχηματισμό στον αθλητισμό.

Επομένως, σύμφωνα με το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης *«κρίνεται σκόπιμη η ανάπτυξη πρωτοβουλίας σε εθνικό επίπεδο με σκοπό τη διατύπωση βέλτιστων πρακτικών και τη διάδοσή τους σε αθλητικά σωματεία και παρόχους λύσεων ώστε να βελτιωθεί σημαντικά το επίπεδο διαδικτυακής παρουσίας των ελληνικών αθλητικών σωματείων, η αύξηση της εμπιστοσύνης στον ελληνικό τομέα διαδικτύου καθώς και η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που παρέχονται από την Ευρωπαϊκή Ενιαία Ψηφιακή Αγορά.*

Πρέπει το αθλητικό περιεχόμενο να είναι διαθέσιμο σε ποικίλα κανάλια, το οποίο επιτρέπει στους αθλητικούς οργανισμούς να εκμεταλλευτούν αυτή τη διαθεσιμότητα προς όφελος της οικονομικής τους βιωσιμότητας. Θα πρέπει όλοι να ενσωματώσουν την έννοια του ψηφιακού σε κάθε πτυχή λειτουργίας του οργανισμού, μετασχηματίζοντας με αυτό τον τρόπο ανθρώπους, διαδικασίες και τεχνολογία. Θα πρέπει να υπάρξει ανάπτυξη συμμαχιών και συμπράξεων, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, των αθλητικών σωματείων και ομοσπονδιών με την ακαδημαϊκή και την ερευνητική κοινότητα καθώς και με δημόσιους φορείς.»

Κάθε χρόνο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω του προγράμματος Erasmus, δίνει τη δυνατότητα σε αθλητικούς οργανισμούς και φορείς Ευρωπαϊκών χωρών να συμπράξουν και να υποβάλλουν προτάσεις προς χρηματοδότηση. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στις προτάσεις προς υποβολή τον Μάρτιο του 2022 για την ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων και την ψηφιακή μετάβαση.

Κάθε αθλητικό σωματείο πρέπει να είναι σε θέση να αντλήσει πολύτιμους πόρους έτσι ώστε να υλοποιήσει σχέδιο δράσης που θα αποφέρει οικονομικά οφέλη εξασφαλίζοντας την βιωσιμότητα έναντι του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Για την επίτευξη των στόχων αυτών, χρειάζονται μικρά βήματα κάθε φορά, αξιολογώντας το πλάνο προγραμματισμού και οργάνωσης, αλλά και ανθρώπινοι πόροι με υψηλή εξειδίκευση και τεχνολογικές γνώσεις.

4.2 Προκλήσεις για τον ψηφιακό μετασχηματισμό στον ερασιτεχνικό αθλητισμό

Στην συγκεκριμένη ενότητα εντοπίζονται οι προκλήσεις που δημιουργούνται στον ερασιτεχνικό αθλητισμό την περίοδο ανάπτυξης του ψηφιακού μετασχηματισμού. Οι προκλήσεις αυτές σχετίζονται με πιθανές δυσκολίες στην εκτέλεση, οι οποίες βέβαια μπορούν να υπερσχύσουν με την διάχυση βέλτιστων πρακτικών και την δημιουργία συμπράξεων για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος ψηφιακού μετασχηματισμού.

Τα κυριότερα από αυτά τα ζητήματα που μπορεί να προκύψουν με το ανθρώπινο δυναμικό κατά τον ψηφιακό μετασχηματισμό είναι:

- η έλλειψη στόχων και οράματος από τη διοίκηση
- η έλλειψη εξοικείωσης με τα τεχνολογικά εργαλεία
- η έλλειψη προθυμίας για τα νέα μοντέλα εργασίας

Όπως, για την ανάπτυξη ψηφιακών δεξιοτήτων, χρειάζεται η αξιοποίηση ταλέντων και δυνατοτήτων των εργαζομένων, αλλά και η ανάπτυξη ενός πλαισίου επιμόρφωσης και υποστήριξης. Επομένως, είναι απαραίτητη η διάδοση βέλτιστων πρακτικών μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών, σε ερασιτεχνικούς αθλητικούς οργανισμούς, με σκοπό τη βελτίωση της διαδικτυακής τους παρουσίας και της αξιοποίησης όλων των διαθέσιμων εργαλείων.

Λόγω των χαμηλών διαθέσιμων οικονομικών πόρων, κρίνεται απαραίτητη η ανάπτυξη συμμαχιών και συμπράξεων, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, των ερασιτεχνικών αθλητικών σωματείων, αλλά και των ομοσπονδιών με την ακαδημαϊκή και την ερευνητική κοινότητα καθώς και με δημόσιους φορείς προς τη δημιουργία ενός διαύλου επικοινωνίας και μιας «δεξαμενής σκέψης» αλλά και μιας γνωσιακής βάσης, όπου θα συγκεντρώνονται τα πιο κρίσιμα ζητήματα προς διερεύνηση και επίλυση. Μέσω των χρηματοδοτικών εργαλείων της ΕΕ που αναφέρθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, η ψηφιακή ανάπτυξη των ερασιτεχνικών σωματείων μπορεί να αυξηθεί και να διαμοιραστούν οι καινοτόμες ιδέες και σε άλλους εγχώριους και ευρωπαϊκούς συλλόγους.

4.3 Στρατηγικές κατευθύνσεις ψηφιακού μετασχηματισμού στον αθλητισμό

Σύμφωνα με τη Βίβλο Ψηφιακού μετασχηματισμού «στόχος της παρέμβασης είναι η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού (ΓΓΑ) να αξιοποιήσει τις τεχνολογικές εξελίξεις ώστε να ανταποκριθεί στις διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πολιτών για άμεση και εξατομικευμένη εξυπηρέτηση. Μέσα από τον ψηφιακό μετασχηματισμό του τομέα θα αντιμετωπιστούν η ύπαρξη απαρχαιωμένων πληροφοριακών συστημάτων και εφαρμογών που δεν επικοινωνούν μεταξύ τους, ώστε να εξασφαλιστούν η ουσιαστική εποπτεία (π.χ., των φορέων, όπως ομοσπονδιών και σταδίων), η οικονομική παρακολούθηση, η διαλειτουργικότητα με ανάλογες διοικητικές υπηρεσίες και ψηφιακά συστήματα (της Κεντρικής και Γενικής Κυβέρνησης), καθώς και η συγκέντρωση στοιχείων για την λήψη πολιτικών αποφάσεων.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός της ΓΓΑ στον τομέα της ψηφιοποίησης εστιάζει στη μακροπρόθεσμη υλοποίηση των κάτωθι στόχων:

1. Σχεδίαση μιας ενιαίας και ολοκληρωμένης επιχειρησιακής αρχιτεκτονικής των υπηρεσιών της ΓΓΑ καθώς και των διαδικασιών διοικητικής υποστήριξης, με στόχο τη βελτιστοποίηση της ροής των διαδικασιών και την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών.
2. Ψηφιοποίηση των υπηρεσιών της και παράλληλα διαλειτουργικότητα με άλλες δημόσιες υπηρεσίες, οι οποίες και θα προσφέρονται στον πολίτη μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας για την άμεση και γρήγορη εξυπηρέτησή του, χωρίς να υποχρεώνεται να προσέλθει στη ΓΓΑ ή σε άλλους εποπτευόμενους φορείς.
3. Ενίσχυση των ψηφιακών δεξιοτήτων με στόχο τη συμμετοχή των πολιτών στο αθλητικό γίγνεσθαι.
4. Ανάπτυξη της ψηφιακής κουλτούρας των στελεχών που υπηρετούν στη Γενική Γραμματεία Αθλητισμού και τους εποπτευόμενους φορείς και την ενίσχυση του ψηφιακού εγγραμματισμού.
5. Ψηφιακή προσβασιμότητα των ατόμων με αναπηρία και ενίσχυση της κοινωνικής ένταξης ευπαθών ομάδων από τη χρήση των ΤΠΕ.
6. Λήψη μέτρων που αποσκοπούν σε ενισχυμένη και υψηλού επιπέδου πολιτική ασφαλείας δικτύων και πληροφοριών»

Βάσει του πλαισίου αυτού, τα βασικά έργα και δράσεις «για την ψηφιοποίηση υπηρεσιών, τη δημιουργία και διασύνδεση ψηφιακών μητρώων και την υλοποίηση πλατφορμών για την ψηφιοποίηση τομέων και δράσεων αθλητισμού» είναι τα ακόλουθα:

- Ψηφιακός μετασχηματισμός και διαχείριση μητρώων της ΓΓΑ: Αφορά στη ψηφιοποίηση των μηχανισμών διαχείρισης των μητρώων που σχετίζονται με τους αθλητικούς φορείς και τις υπηρεσίες άθλησης. Συγκεκριμένα, αφορά στη διαχείριση του κύκλου ζωής των παρακάτω μητρώων:

- ο Μητρώο Αθλητικών Φορέων (Ομοσπονδίες, Ενώσεις και Αθλητικά Σωματεία)
- ο Μητρώο Προπονητών και Εκπαιδευτών
- ο Μητρώο Αθλητικών Υποδομών της χώρας
- ο Μητρώο Εποπτευόμενων Φορέων, στο οποίο θα συμπεριλαμβάνεται το Μητρώο Οργανικών Θέσεων του υπηρετούντος προσωπικού
- ο Μητρώο Οικονομικών Δεσμεύσεων των Εποπτευόμενων Φορέων (Ομοσπονδίες, Εθνικά Αθλητικά Κέντρα ΝΠΔΔ και ΝΠΙΔ)
- ο Μητρώο Κανονισμών Αθλημάτων- Αγωνισμάτων των Διεθνών Αθλητικών Ομοσπονδιών
- ο Μητρώο Διαμεσολαβητών Αθλητικών Συμβάσεων
- ο Μητρώο Λεσχών Φιλάθλων
- ο Μητρώο Διακριθέντων Αθλητών

Με σημείο εκκίνησης την επιτάχυνση της διαδικασίας εγγραφής στα πανεπιστήμια των Διακριθέντων Αθλητών, προγραμματίζονται άμεσες παρεμβάσεις για την ψηφιοποίηση του Μητρώου Αθλητικών Φορέων και του Μητρώου Διακριθέντων Αθλητών.

Τα διασυνδεδεμένα μητρώα θα προσφέρουν, μέσω κεντρικής πλατφόρμας, ψηφιοποιημένες υπηρεσίες προς όλους τους εμπλεκόμενους φορείς, όπως η ίδρυση και παρακολούθηση σχολών προπονητών και μελλοντικά εκπαιδευτών, η διαδικασία ελέγχου/διαχείρισης Προγραμμάτων “Άθληση για Όλους”, σε συνεργασία με όλους τους αρμόδιους φορείς (ΥΠΕΣ, Δήμοι, ΓΑΚ, κ.λπ.).

- Πλατφόρμα Διαχείρισης των Προγραμμάτων «Άθληση για Όλους

- Εθνική Πλατφόρμα Αθλητικής Ακεραιότητας (Σύμβαση Macolin)

Έργο	Χρονικός Ορίζοντας
1. Ψηφιακός μετασχηματισμός και διαχείριση μητρώων της ΓΓΑ	Μεσοπρόθεσμος
2. Ψηφιακό Μητρώο Αθλητικών Φορέων	Βραχυπρόθεσμος
3. Ψηφιακό Μητρώο Διακριθέντων Αθλητών	Βραχυπρόθεσμος
4. Πλατφόρμα διαχείρισης Προγραμμάτων Άθλησης για Όλους	Μεσοπρόθεσμος
5. Εθνική Πλατφόρμα Αθλητικής Ακεραιότητας (Σύμβαση Macolin)	Μεσοπρόθεσμος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΘΛΗΤΙΚΟ ΧΩΡΟ

Τίθεται λοιπόν το ερώτημα σε ποιο βαθμό οι σύλλογοι έχουν ήδη αγκαλιάσει το θέμα της ψηφιοποίησης και ενδεχομένως έχουν ήδη αναπτύξει ή εφαρμόσει ιδέες για αυτό. Είναι επίσης ενδιαφέρον να μάθουμε πώς οι ελληνικοί αθλητικοί σύλλογοι, οι οποίοι είναι μοναδικοί όσον αφορά τη δομή και τα χαρακτηριστικά τους, αντιμετωπίζουν την ψηφιοποίηση και ποια υποστήριξη χρειάζονται, μεταξύ άλλων, προκειμένου να είναι σε θέση να χειρίζονται αποτελεσματικά και με επιτυχία τα ψηφιακά μέσα και να αναπτύσσουν ανάλογα τον σύλλογό τους. Η ψηφιοποίηση θα αλλάξει επίσης ριζικά τον (οργανωμένο) αθλητισμό, καθώς θα επιτρέψει εντελώς νέες διαδικασίες, υπηρεσίες και επιχειρηματικά μοντέλα.

Η πίεση προς τους αθλητικούς συλλόγους να ανταποκριθούν στην ψηφιοποίηση είναι ήδη παρούσα, κάτι το οποίο φαίνεται και από τη ΓΓΑ και την δημιουργία -για πρώτη φορά- αθλητικού ψηφιακού μητρώου για όλες τις αθλητικές ομάδες και συλλόγους.

Σε εγχώριο επίπεδο, η Γενική Γραμματεία Αθλητισμού διαθέτει ειδικό Τμήμα Αθλητικής Επιστημονικής Υποστήριξης και Εκπαίδευσης είναι αρμόδιο για:

- i. Τη διαμόρφωση του αντικείμενου των προγραμμάτων «Άθληση για Όλους», την προσαρμογή τους στην κατεύθυνση της εξειδίκευσης με βάση τα χαρακτηριστικά των αθλουμένων και την αξιολόγηση ποσοτικών και ποιοτικών δεικτών λειτουργίας τους.*
- ii. Τον σχεδιασμό καινοτόμων και πιλοτικών προγραμμάτων Άθλησης, Διατροφής και Ερασιτεχνικού Αθλητισμού.*
- iii. Την επιστημονική υποστήριξη των προγραμμάτων «Άθλησης για Όλους» και Αγωνιστικού Αθλητισμού.*
- iv. Την έρευνα για τον προσδιορισμό προδιαγραφών χώρων άθλησης.*

- v. *Τη διενέργεια επιτόπιων ελέγχων, εφαρμογής του Εθνικού Αθλητικού Σχεδιασμού, στους φορείς υλοποίησης Προγραμμάτων Άθλησης για Όλους και Προγραμμάτων Αναπτυξιακού Αθλητισμού (Π.Α.Α.).*
- vi. *Την κατάρτιση και αναμόρφωση του Οργανωτικού Πλαισίου λειτουργίας των Προγραμμάτων Αναπτυξιακού Αθλητισμού (Π.Α.Α.) και την εκπόνηση Ενιαίων Προπονητικών Προγραμμάτων (Ε.Π.Π.).*
- vii. *Την εκπόνηση μελέτης με σκοπό την προώθηση του υγιούς αθλητισμού και την επιστημονική στήριξη αθλητή και αθλούμενου.*
- viii. *Την εκπόνηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την επιστημονική κατάρτιση των πτυχιούχων Φυσικής Αγωγής, προπονητών και εκπαιδευτών.*
- ix. *Την υποβοήθηση του έργου επιστημονικών φορέων, που αποσκοπούν στην προώθηση της έρευνας και την ανάπτυξη των επιστημών του αθλητισμού.*
- x. *Τη διαμόρφωση κριτηρίων για την επεξεργασία και την αξιολόγηση προτάσεων φορέων υλοποίησης δράσεων διατροφής και άθλησης.*
- xi. *Τη σχεδίαση και τη μεθόδευση των ενεργειών για την ανάπτυξη διακρατικών σχέσεων και την υπογραφή πρωτοκόλλων συμφωνιών στους τομείς άθλησης και διατροφής.*
- xii. *Την επιστημονική αθλητική υποστήριξη του αθλητισμού εν γένει, των φορέων του για την ανάπτυξη της δραστηριότητάς τους και την επίτευξη των αθλητικών στόχων τους, για την πρόληψη και εξασφάλιση της υγείας των αθλητών και αθλουμένων.*
- xiii. *Τον συντονισμό και υποστήριξη των επιστημονικών φορέων του αθλητισμού στον τομέα της έρευνας όλων των επιστημονικών πεδίων και ειδικότερα της προπονητικής και της αθλητικής παιδαγωγικής, της Άθλησης για Όλους και της δημόσιας υγείας, της οργάνωσης και διοίκησης του αθλητισμού, της αθλητικής οικονομίας, της αθλητικής κοινωνικής έρευνας και της πιστοποίησης και ασφάλειας των αθλητικών υποδομών.*

- xiv. *Τον σχεδιασμό και την πρόσκληση ενδιαφέροντος για υλοποίηση επιστημονικών ερευνών και μελετών σε συνεργασία με τους ανωτέρω φορείς για όλα τα αθλητικά επιστημονικά πεδία.*
- xv. *Τη διαχείριση κατηγοριών πράξεων και έργων, ως Ενδιάμεσος Φορέας Διαχείρισης, σε συνεργασία με τις εκάστοτε Ειδικές Υπηρεσίες Προγραμμάτων (π.χ. ΕΣΠΑ, Erasmus+), για την εκτέλεση αθλητικών έργων από τη Γ.Γ.Α. ή από τρίτους φορείς.*
- xvi. *Τη λήψη μέτρων για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας των υπηρεσιών της Γ.Γ.Α. και των εποπτευομένων φορέων, βασιζόμενοι στην Απλούστευση των Διαδικασιών με σκοπό τη μείωση του κόστους και του προκαλούμενου διοικητικού βάρους.*
- xvii. *Τη μέριμνα για την ανάπτυξη και εφαρμογή από τις κατά αντικείμενο αρμόδιες Υπηρεσίες σύγχρονων τεχνικών μεθόδων (π.χ. μέτρηση εργασίας, επιχειρησιακή έρευνα, ανάλυση κόστους – ωφέλειας, εργονομία κ.λπ.) για την αύξηση της παραγωγικότητας.*

Οι πρώτες ανατρεπτικές διαδικασίες βρίσκονται ήδη σε εξέλιξη, όπως οι εξελίξεις που θέτουν υπό αμφισβήτηση τα υφιστάμενα επιχειρηματικά μοντέλα σε αθλητικούς συλλόγους και αυξάνουν την πίεση για καινοτομίες. Παραδείγματα εδώ περιλαμβάνουν το αυξανόμενο φάσμα ψηφιακών αθλητικών προσφορών ή την εισαγωγή ψηφιακών πλατφορμών που συνδυάζουν μια ποικιλία προσφορών από εξωτερικούς παρόχους. Στον αθλητισμό, όλες οι μορφές και τα μεγέθη επηρεάζονται από την ανατρεπτική αλλαγή που επιφέρει η ψηφιοποίηση. Εδώ, ούτε οι προηγούμενες επιτυχίες, το μέγεθος του συλλόγου, ο αριθμός των μελών, ούτε τα είδη των αθλημάτων προστατεύουν από τις αυξανόμενες μεταμορφώσεις γύρω από τον αθλητισμό. Στο παρελθόν, διάφορες εξελίξεις έχουν ήδη προκαλέσει ανατρεπτικές αλλαγές στον αθλητισμό. Αυτές ήταν, για παράδειγμα, αλλαγές στις τεχνικές που άλλαξαν ριζικά ένα άθλημα όπως η χρήση δεδομένων και διαγνωστικών απόδοσης έγινε όλο και πιο σημαντική σε διάφορα αθλήματα και παρείχε στους αθλητές και τις ομάδες σημαντικά πλεονεκτήματα.

5.1 Πλεονεκτήματα του οργανωμένου αθλητισμού

Η ελκυστικότητα του αθλητικού συλλόγου για τα μέλη έγκειται επί του παρόντος στην ποικιλία των αθλητικών δραστηριοτήτων και των δραστηριοτήτων άσκησης που προσφέρονται.

Ένας αθλητικός σύλλογος με διάφορα τμήματα έχει τη δυνατότητα να οργανώσει διάφορους επιχειρηματικούς τομείς κεντρικά, όπως ο προγραμματισμός προσωπικού ή το μάρκετινγκ. Αν και υπήρξαν κάποια προβλήματα, ο οργανωμένος αθλητισμός κατάφερε να παραμείνει σε σχετικά υψηλό και σταθερό επίπεδο τις τελευταίες δεκαετίες. Αυτό που είναι σημαντικό, ωστόσο, είναι ότι δεν έχει καταφέρει να αναπτυχθεί περαιτέρω. Με την πρώτη ματιά, ο αθλητισμός δεν έχει αλλάξει πολύ τα τελευταία χρόνια. Τα περισσότερα αθλήματα όπως το ποδόσφαιρο, το τζούντο ή η ξιφασκία λειτουργούν με τους ίδιους κανόνες όπως συνήθως και διαφέρουν μόνο ελαφρώς από το άθλημα που ασκήθηκε πριν από 20 χρόνια. Με μια πιο προσεκτική ματιά, ωστόσο, μπορεί να φανεί σήμερα πώς η ψηφιοποίηση έχει ήδη φτάσει σε διάφορα αθλήματα. Για παράδειγμα, ηλεκτρονικές συσκευές όπως τα wearables χρησιμοποιούνται ήδη από τους αθλητές ως πρότυπο για την καταγραφή δεδομένων σχετικά με την άσκηση, την αποκατάσταση και τον ύπνο. Επιπλέον, πολλά αθλήματα συμπληρώνονται με ψηφιακές προσφορές, όπως εργαστήρια μέσω Zoom ή μαθήματα γυμναστικής μέσω Youtube. Στον αθλητισμό, υπάρχουν επίσης όλο και πιο ψηφιακά στοιχεία σε αγώνες όπως η καταγραφή χρόνου ή η μετάδοση δεδομένων. Ο ρόλος του streaming γίνεται όλο και πιο σημαντικός, με τα παιχνίδια να μεταδίδονται παγκοσμίως μέσω του διαδικτύου.

5.2 Επιχειρηματικές διαδικασίες

Η ψηφιοποίηση όχι μόνο έχει κάνει το δρόμο της για να διευκολύνει τον αθλητισμό, αλλά και οι διαδικασίες στους αθλητικούς συλλόγους έχουν επίσης εξελιχθεί όλο και περισσότερο. Η εστίαση εδώ είναι συνήθως στη διαχείριση των μελών, η οποία χρησιμοποιείται για τη διαχείριση των καρτών μελών, των τελών συνδρομής και των εγγραφών μελών. Επιπλέον, χρησιμοποιείται κυρίως λογιστικό λογισμικό, το οποίο συνήθως έχει ή θα έπρεπε να έχει διεπαφή με τη διαχείριση των μελών. Υπάρχουν ήδη πολλές ψηφιακές δυνατότητες, ωστόσο, αυτές δεν έχουν απαραίτητα ήδη επικρατήσει στις ομάδες και τους συλλόγους. Μόνο πολύ αραιά χρησιμοποιούνται αυτοματοποιημένες διαδικασίες για την πληρωμή προπονητών ή τη διαχείριση υπαλλήλων σε

συλλόγους. Υπάρχουν πολλά παραδείγματα εφαρμογών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν, αλλά δεν είναι πάντα εύκολο για έναν αθλητικό σύλλογο να το εφαρμόσει με τις υπάρχουσες δομές του. Η διαχείριση αιθουσών με λειτουργίες βελτιστοποίησης ή λογισμικό πελατειακών σχέσεων είναι σχετικά ανέγγιχτη σε επίπεδο αθλητικών συλλόγων.

Εξετάζοντας την ανάπτυξη ψηφιακών επιχειρηματικών διαδικασιών, μπορεί να υποθεθεί ότι αργά ή γρήγορα οι αθλητικοί σύλλογοι θα επωφεληθούν επίσης όλο και περισσότερο από αυτό. Το πλήθος των απαιτήσεων για ένα σύστημα συμμετοχής και η σχετικά χαμηλή κεφαλαιακή ισχύς των αθλητικών συλλόγων, ωστόσο, καθιστά την ανάπτυξη λογισμικού πολύ αργή, η οποία αυξάνεται αργά τα τελευταία χρόνια. Οι αθλητικοί σύλλογοι βρίσκονται πολύ πίσω από τις τρέχουσες δυνατότητες που θα υπήρχαν τεχνικά στην αγορά λόγω της αργής ανάπτυξης. Για παράδειγμα, τεχνολογίες όπως η μηχανική μάθηση και η τεχνητή νοημοσύνη είναι ακόμη πολύ μακριά και θα εμφανίζονται μόνο σε αθλητικούς συλλόγους πολύ αργά και υπό όρους στο μέλλον. Αυτό οδηγεί σε ένα τεχνολογικό κενό που θα μπορούσε να καλυφθεί από εξωτερικούς παρόχους υπηρεσιών και άσκηση εκτός του οργανωμένου αθλητισμού.

Επομένως, βλέπουμε τη σημαντικότητα του να δημιουργηθεί και να αναπτυχθεί περαιτέρω μια ισχυρή ανταλλαγή και επικοινωνία με τα μέλη και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Θα είναι σημαντικό για τους αθλητικούς συλλόγους να αντιδράσουν στις εξελίξεις και τις επιθυμίες των μελών και να δημιουργήσουν μια διαδικασία δοκιμής και λάθους για να γίνουν καλύτεροι και να ενσωματώσουν νέες ψηφιακές ευκαιρίες. Η σημασία της απόκτησης κάποιου περιεχομένου εκεί έξω γίνεται όλο και πιο σημαντική και η χρήση ψηφιακών πλατφορμών και κοινωνικών μέσων για την προσέγγιση νέων μελών. Η παραγωγή περιεχομένου μέσω ενημέρωσης έχει γίνει όλο και φθηνότερη και πιο προσιτή για τους αθλητικούς συλλόγους. Η διανομή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προσφέρει νέες ευκαιρίες για να προσεγγίσετε τις ομάδες-στόχους με μεγαλύτερη ακρίβεια και πιο φθηνά. Η αξιοποίηση αυτών των ευκαιριών θα είναι απαραίτητη για να συνεχίσουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο οι αθλητικοί σύλλογοι.

5.2.1 Αυξημένος ανταγωνισμός

Το ερώτημα είναι αν οι σύλλογοι κινδυνεύουν να χάσουν τη σημασία τους αν δεν δράσουν και γίνουν πιο ψηφιακοί. Αυτός ο ανταγωνισμός μπορεί να είναι από δύο πλευρές. Μπορεί να είναι από τον ψηφιακό κόσμο, όπου οι άνθρωποι δραπετεύουν στο Metaverse ή σε άλλες δυνατότητες VR. Υπάρχει επίσης ανταγωνισμός για έναν αθλητικό σύλλογο από μόνος του. Υπάρχουν ήδη όλο και περισσότεροι τρόποι για να κάνετε αθλήματα εκτός του αθλητικού συλλόγου, όπως το τρέξιμο ή το Crossfit που προσφέρεται και σε γυμναστήρια, ή και έξω από μια κλασική αθλητική εγκατάσταση. Οι νέες τεχνολογίες όπως η εικονική πραγματικότητα ή η επαυξημένη πραγματικότητα προσφέρουν ακόμη περισσότερες δυνατότητες άθλησης χωρίς να βρίσκεστε σε σύλλογο ή στις εγκαταστάσεις του. Έτσι, μπορεί στο μέλλον ο αθλητικός σύλλογος στην τρέχουσα μορφή του να χάνει όλο και περισσότερη σημασία. Επί του παρόντος, οι κοινωνικές συνδέσεις στον πραγματικό κόσμο εξακολουθούν να είναι ανώτερες από τον ψηφιακό κόσμο και οι άνθρωποι προτιμούν την προσωπική ανταλλαγή και τα κοινωνικά στοιχεία από τις ψηφιακές πλατφόρμες. Ωστόσο, δεν μπορεί να αποκλειστεί ότι οι νέες τεχνολογίες όπως η επαυξημένη ή η εικονική πραγματικότητα θα προσφέρουν νέες συναρπαστικές δυνατότητες. Μπορούμε να υποθέσουμε ότι οι περαιτέρω εξελίξεις στον τομέα του υλικού και του λογισμικού, καθώς και η μηχανική μάθηση, θα καταστήσουν δυνατούς νέους τρόπους αθλητισμού. Αυτό μπορεί να είναι ένας εντελώς νέος τρόπος αθλητισμού ή ένα υβριδικό πρόγραμμα παραδοσιακών αθλημάτων και νέων τεχνολογικών δυνατοτήτων. Εναπόκειται στον σύλλογο να αποφασίσει ποια θέση θα πάρει και αν έχει τις τεχνικές δυνατότητες στη διάθεσή του. Ένα πρώτο σημάδι αυτού είναι η τρέχουσα συζήτηση για τα e-sports και αν αυτό θα βρει θέση και στους αθλητικούς συλλόγους.

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας τα τελευταία 10-20 χρόνια δείχνει μια αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι καταναλώνουν και τι απαιτούν. Έτσι, ο οργανωμένος αθλητισμός υφίσταται επίσης μια θεμελιώδη αλλαγή και στον τρόπο με τον οποίο προσφέρεται. Ο παραδοσιακός μηχανισμός της αγοράς με διαφορετικούς μεμονωμένους παρόχους φαίνεται να αντικαθίσταται από όλο και περισσότερες ψηφιακές πλατφόρμες. Τα παραδείγματα σε άλλους τομείς είναι ήδη πολυάριθμα. Αντί να αγοράζετε CD, αρκεί να πληρώνετε στο Spotify 10 ευρώ το μήνα για να ακούτε μουσική. Αντί να ψωνίζετε σε καταστήματα λιανικής, μπορείτε να πάρετε σχεδόν τα πάντα μέσω του Amazon χωρίς να φύγετε από το σπίτι. Αντί για ξενοδοχεία, υπάρχει η εναλλακτική

Airbnb. Αυτή η εναλλακτική λύση για τους αθλητικούς συλλόγους και τις αθλητικές δραστηριότητες είναι επίσης όλο και πιο διαθέσιμη στον αθλητισμό. Για παράδειγμα, υπάρχουν ψηφιακές συνδρομές με παρόχους όπως το Urban Sport Club, όπου μπορείτε να επωφεληθείτε από εκατοντάδες προσφορές για ένα ποσό ανά μήνα χωρίς να είστε μέλος ενός από τους συλλόγους. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε εγχώριο και ευρωπαϊκό επίπεδο, η ψηφιοποίηση αλλάζει τους δεσμούς μεταξύ των παικτών στον οργανωμένο αθλητισμό (μέλη, αθλητικός σύλλογος, αθλητική ένωση) σε όλο και πιο χαλαρούς δεσμούς. Αυτό ενισχύεται από την αυξανόμενη εξάρθρωση της οργάνωσης και των χώρων και την αποσύνδεση της οργάνωσης, της εργασίας και του προϊόντος. Ο ρόλος του αθλητικού συλλόγου αμφισβητείται όλο και περισσότερο από αυτές τις εναλλακτικές πλατφόρμες και βρίσκεται σε μια νέα ανταγωνιστική κατάσταση. Υπάρχει η πιθανότητα οι νέες αθλητικές πλατφόρμες να προσφέρουν πρώτα τις υπηρεσίες τους στους υπάρχοντες συλλόγους έως ότου αποκτήσουν αρκετά μεγάλη ισχύ στην αγορά για να θέσουν τα δικά τους πρότυπα και νόμους μακροπρόθεσμα. Αυτή η εξέλιξη δείχνει πόσο σημαντικό είναι για τους αθλητικούς συλλόγους να αναπτυχθούν και να επωφεληθούν από την ψηφιοποίηση.

Ένα σημαντικό μέρος της λογικής της πλατφόρμας είναι τα δεδομένα και η λήψη αποφάσεων με βάση τα δεδομένα. Στον οργανωμένο αθλητισμό, τα δεδομένα εξακολουθούν να διαδραματίζουν πολύ μικρό ρόλο σε σύγκριση με άλλους κλάδους. Ο όγκος των δεδομένων σχετικά με τα μέλη και τη συμπεριφορά τους είναι καταστροφικά μικρός σε σύγκριση με άλλα αθλήματα. Όπως και σε άλλους κλάδους, είναι πιθανό να επικρατήσει ο ανταγωνιστής που έχει συλλέξει περισσότερα δεδομένα και είναι σε θέση να τα εξυπηρετήσει με πιθανά συμπεράσματα και λύσεις. Επί του παρόντος, είναι δύσκολο να πούμε αν οι αθλητικοί σύλλογοι θα είναι αυτοί που θα το κάνουν αυτό. Το γεγονός ότι το οργανωμένο άθλημα δεν έχει ακόμη αλλάξει από νέες λύσεις πλατφόρμας έχει να κάνει με τη χαμηλότερη οικονομική ισχύ που εφαρμόζεται στα αθλητικά σωματεία. Ωστόσο, εάν ανοίξουν νέα πεδία εδώ, αυτό μπορεί γρήγορα να αποκτήσει δυναμική.

5.2.2 Εθελοντής εργαζόμενος

Από την μελέτη στον ελληνικό αθλητικό χώρο προέκυψαν διάφορα στοιχεία που εξηγούν το αθλητικό τοπίο σήμερα και γιατί πολλοί αθλητικοί σύλλογοι αγκαλιάζουν την ψηφιοποίηση μόνο σε πολύ περιορισμένο βαθμό. Ο πρώτος παράγοντας είναι το προσωπικό και το υψηλό ποσοστό

εθελοντών. Οι περισσότεροι αθλητικοί σύλλογοι έχουν μόνο μικρό μερίδιο διοικητικού προσωπικού πλήρους απασχόλησης. Αυτό το υψηλό ποσοστό εθελοντών είναι ιδιαίτερα εμφανές στους μικρούς συλλόγους και αποτελεί σημαντικό παράγοντα στο χαμηλό επίπεδο ψηφιοποίησης των ελληνικών αθλητικών συλλόγων. Οι ικανοί υπάλληλοι και τα χρήματα είναι ζωτικής σημασίας για επιτυχημένες προσπάθειες ψηφιοποίησης.

5.2.3 Χρήση ψηφιακών στοιχείων

Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται από τους περισσότερους συλλόγους είναι η επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και η ηλεκτρονική τραπεζική. Ένα λογισμικό κεντρικής διαχείρισης ενός συλλόγου, το οποίο είναι ζωτικής σημασίας για τη διαχείριση και την επικοινωνία με τα μέλη, χρησιμοποιείται κυρίως από μεγάλους συλλόγους και σε επιφανειακή βάση.

Αυτό δείχνει σαφώς πόσο χαμηλό είναι το επίπεδο ψηφιοποίησης στους αθλητικούς συλλόγους. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στην έλλειψη ψηφιακών εργαλείων. Γενικότερα, οι δυνατότητες οι οποίες παρέχονται και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αύξηση του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι: η διαδικτυακή διοργάνωση εκδηλώσεων μέσω ηλεκτρονικής εγγραφής, ή η ηλεκτρονική εγγραφή και ανανέωση μελών / φιλάθλων των συλλόγων και να αντικατασταθεί μια χειροκίνητη εγγραφή στο κλαμπ, η οποία στη συνέχεια πρέπει να εισαχθεί χειροκίνητα σε ένα σύστημα ή μια λίστα Excel. Τα τελευταία χρόνια, οι μεγάλοι αθλητικοί σύλλογοι έχουν προχωρήσει στην ψηφιοποίηση αυτής της διαδικασίας και την δημιουργία ψηφιακών εφαρμογών για smartphones αλλά οι δυνατότητες που παρέχονται σε επίπεδο διαχείρισης, marketing και ικανοποίησης μέσω αλληλεπίδρασης με το κοινό, δεν έχουν ακόμα άμεση χρήση και εξοικείωση.

Σε μια άλλη κατηγορία σχετικά με το θέμα της συχνότητας χρήσης των ψηφιακών μέσων για επικοινωνία, πληροφόρηση και κατάρτιση, προκύπτει επίσης εδώ ότι η πλειοψηφία των ενώσεων χρησιμοποιεί ελάχιστα τις νέες τεχνολογίες. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι και πάλι το μόνο μέσο επικοινωνίας που χρησιμοποιείται από όλα σχεδόν τα σωματεία και τους συλλόγους. Στοιχεία όπως η ηλεκτρονική μάθηση, η τηλεδιάσκεψη ή μια βάση γνώσεων είναι σχεδόν ανύπαρκτα μεταξύ των ελληνικών αθλητικών συλλόγων.

5.2.4 Όροι-πλαίσιο

Σε αυτή τη διατριβή, εκτός από την καταγραφή των ζητημάτων και του επιπέδου ψηφιοποίησης ενός αθλητικού οργανισμού ή εγκατάστασης, σημαντικό βήμα είναι να βρεθεί μια λύση από τους παράγοντες που καθιστούν δύσκολη την ψηφιοποίηση και να προσδιοριστεί από πού θα μπορούσε να ξεκινήσει ο οργανισμός. Εξετάζοντας ποιες συνθήκες θα χρειαστούν οι σύλλογοι και ποιες πληροφορίες λείπουν για να κάνουν το επόμενο βήμα, τρεις από τους σημαντικότερους παράγοντες περιστρέφονται γύρω από την έλλειψη γνώσης και αποδοχής εντός του συλλόγου και του προσωπικού.

Το μεγαλύτερο τμήμα του προσωπικού, κυρίως αυτοί που είναι στην ηλικιακή ομάδα 50+, χρειάζεται εκπαίδευση για την καλύτερη κατανόηση της σημασίας της ψηφιοποίησης και την σημαντικότητα αυτής, δηλαδή ότι πρέπει να κατανοήσει καλύτερα τα οφέλη και την προστιθέμενη αξία της ψηφιοποίησης. Επιπλέον, πρέπει να υπάρξει αλλαγή στον τρόπο σκέψης διότι ο τρόπος διαχείρισης και εργασίας εντός ενός σωματείου ή μιας αθλητικής εγκατάστασης. Η αρχική κατάσταση, ότι η απαραίτητη γνώση και κατανόηση δεν είναι διαθέσιμη στο σωματείο, φαίνεται να είναι ο καθοριστικός λόγος για τους συλλόγους για τους οποίους δεν γίνονται βήματα προς την ψηφιοποίηση.

Ένα άλλο σημαντικό σημείο είναι το απαραίτητο τεχνικό πλαίσιο, το οποίο εξακολουθεί να λείπει από τους συλλόγους. Άλλα σημεία περιλαμβάνουν την ανάγκη για εκπαίδευση και ενημέρωση από τους συλλόγους και τις οργανωτικές αλλαγές.

Μπορεί να φαίνεται ότι οι σύλλογοι θέλουν να μετασχηματιστούν ψηφιακά, αλλά πολλές φορές υπάρχει συχνά έλλειψη κατανόησης και υποστήριξης στον σύλλογο. Επίσης, ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι αυτό που οι ενώσεις υποδεικνύουν ότι χρειάζονται για να αντιμετωπίσουν το ζήτημα της ψηφιοποίησης. Το νομικό πλαίσιο, το οποίο περιλαμβάνει τους νόμους GDPR και τον φόβο να κάνουν κάτι λάθος, απομακρύνει πολλούς συλλόγους από την διαδικασία αυτή.

5.2.5 Προκλήσεις σχετικά με την ψηφιοποίηση

Σχετικά με τις προκλήσεις, κύριο στοιχείο αποτελεί η υλοποίηση με αρκετό προσωπικό, γεγονός που συμβαδίζει επίσης με το υψηλό επίπεδο εθελοντισμού. Τα οφέλη είναι ορατά, αλλά οι σύλλογοι στερούνται εξειδικευμένου προσωπικού. Επιπλέον, πρόκληση αποτελούν τα οικονομικά ενός συλλόγου και οι δυνατότητες στις οποίες θα καταφέρουν να ανταπεξέλθουν. Άλλα ενδιαφέροντα στοιχεία, τα οποία αναφέρθηκαν πιο πάνω, είναι η χρονική προσπάθεια και τα μαθήματα κατάρτισης.

Σε γενικές γραμμές, μπορεί να φανεί ότι η ψηφιοποίηση ως ένα πολύ μεγάλο και ολοκληρωμένο έργο είναι σχεδόν αδύνατο για πολλές ομάδες και συλλόγους προκειμένου να χειριστούν με τους υπάρχοντες οικονομικούς πόρους και το προσωπικό τους.

Συνολικά, η έρευνα δίνει μια καλή εικόνα της κατάστασης της ψηφιοποίησης στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια με προσπάθειες βελτίωσης και τι αποτυγχάνει επί του παρόντος και παρέχει μια καλή βάση για να προχωρήσουμε βαθύτερα στην ανάλυση του τρόπου με τον οποίο ένας σύλλογος μπορεί να καταφέρει να εφαρμόσει ένα σημαντικό έργο ψηφιοποίησης που θα ανταποκρίνεται στις ανάγκες της εποχής και τις συνήθειες των μελών, υποστηρικτών, αθλητών, κλπ.

5.2.6 Οφέλη από την ψηφιοποίηση

Παρά το χαμηλό επίπεδο ψηφιοποίησης στους ελληνικούς αθλητικούς συλλόγους, σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρώπης, τα οφέλη και τα πλεονεκτήματα αναγνωρίζονται σαφώς. Ειδικότερα, οι σύλλογοι βλέπουν οφέλη από τη διευκόλυνση του διοικητικού έργου, των δημοσίων σχέσεων, της επικοινωνίας και της εθελοντικής εργασίας.

Το πλεονέκτημα της βελτιστοποίησης των διαδικασιών είναι σαφές, αλλά λείπουν τα μέσα για την εφαρμογή τους. Αυτό που επίσης ξεχωρίζει είναι ότι λίγοι σύλλογοι πιστεύουν ότι η ψηφιοποίηση θα επιτρέψει την αύξηση των μελών.

Η δημιουργία μιας ψηφιακής πλατφόρμας / εφαρμογής που θα εκσυγχρόνιζε και θα διευκόλυνε το έργο ενός συλλόγου, αρχικά θα πρέπει να εναρμονίζεται και να καταγράφει το σύνολο των πλεονεκτημάτων και των προκλήσεων. Όπως φαίνεται στον ελληνικό αθλητικό κλάδο, και

αναφέρθηκαν ήδη, ορισμένα ψηφιακά εργαλεία χρησιμοποιούνται ήδη στη διαχείριση μελών, την επικοινωνία και τη διαφήμιση. Οι αθλητικοί σύλλογοι βλέπουν την υψηλή αναγκαιότητα, αλλά γνωρίζουν επίσης ότι επί του παρόντος δεν ξέρουν πραγματικά πώς να ξεκινήσουν με τους υπαλλήλους και τους οικονομικούς πόρους τους. Όπως έχει ήδη περιγραφεί, είναι απαραίτητο οι σύλλογοι να αναπτυχθούν περαιτέρω προκειμένου να μπορέσουν να διατηρήσουν τη θέση τους σε συλλόγους μακροπρόθεσμα. Εάν οι σύλλογοι δεν αναπτυχθούν περαιτέρω στο μέλλον, θα αντικατασταθούν όλο και περισσότερο από νέες μορφές, όπως πλατφόρμες που βασίζονται σε δεδομένα ή νέα φαινόμενα όπως τα esports.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ E-SPORTS ΩΣ ΜΙΑ ΜΟΡΦΗ ΑΘΛΗΜΑΤΟΣ

Το Esports (επίσης γνωστό ως ηλεκτρονικό σπορ , e-sports ή eSports) είναι μια μορφή αθλητικού διαγωνισμού που χρησιμοποιεί βιντεοπαιχνίδια. Το Esports παίρνει συχνά τη μορφή διαγωνισμών με βιντεοπαιχνίδια, είτε οργανωμένων ιδίως μεταξύ επαγγελματιών παικτών, είτε μεμονωμένων ατόμων/ομάδων.

6.1 Τι είναι ESports

Τα Esports ή "ηλεκτρονικός αθλητισμός" είναι ένας νέος σχετικά τομέας στην παγκόσμια βιομηχανία. Έχει τις ρίζες του στις αρχές της δεκαετίας του '70, όπου στις ΗΠΑ διοργανώνεται το πρώτο τουρνουά ηλεκτρονικών παιχνιδιών, με έπαθλο την ετήσια συνδρομή στο περιοδικό "Rolling Stone". Αν και οι οργανωμένοι διαγωνισμοί αποτελούν από καιρό μέρος της κουλτούρας των βιντεοπαιχνιδιών, αυτοί ήταν σε μεγάλο βαθμό μεταξύ ερασιτεχνών μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 2000, όταν η συμμετοχή επαγγελματιών παικτών και θεατών σε αυτές τις εκδηλώσεις μέσω ζωντανής ροής είδε μια μεγάλη αύξηση της δημοτικότητας. Μέχρι τη δεκαετία του 2010, το esports ήταν ένας σημαντικός παράγοντας στη βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών, με πολλούς προγραμματιστές παιχνιδιών να σχεδιάζουν ενεργά και να παρέχουν χρηματοδότηση για τουρνουά και άλλες εκδηλώσεις. Ουσιαστικά όμως εξελίχθηκαν από το 2010 και μετά, βασιζόμενα στη ραγδαία εξάπλωση του Internet και την άμεση πρόσβαση σε αυτό. Παιχνίδια που παίζονταν σε μικρή κλίμακα από λίγους, απρόσμενα οδηγήθηκαν σε μαζικές παγκόσμιες επιτυχίες με τη συμμετοχή εκατομμυρίων ατόμων καθημερινά.

6.2 Η αύξηση της αναγνώρισης – Το μέγεθος εσόδων

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 2010, εκτιμάται ότι το συνολικό κοινό των esports αυξήθηκε σε 454 εκατομμύρια θεατές, με τα έσοδα να αυξάνονται σε πάνω από 1 δισεκατομμύριο δολάρια. Η αυξανόμενη διαθεσιμότητα διαδικτυακών πλατφορμών πολυμέσων ροής , ιδίως του YouTube και του Twitch, έχουν καταστεί κεντρικές για την ανάπτυξη και προώθηση των διαγωνισμών esports. Παρά το γεγονός ότι οι θεατές είναι περίπου 85% άνδρες και 15% γυναίκες, με την πλειοψηφία

των θεατών ηλικίας 18 έως 34 ετών, οι γυναίκες παίκτες έχουν επίσης παίξει επαγγελματικά. Η δημοτικότητα και η αναγνώριση των esports πραγματοποιήθηκαν για πρώτη φορά στην Ασία, ειδικά στην Κίνα και τη Νότια Κορέα, με την τελευταία να έχει άδεια επαγγελματιών παικτών από το 2000. Εκτός της Ασίας, τα esports είναι επίσης δημοφιλή στην Ευρώπη και την Αμερική, με περιφερειακές και διεθνείς εκδηλώσεις να πραγματοποιούνται σε αυτές τις περιοχές. Αν κοιτάξουμε το ευρωπαϊκό επαγγελματικό ποδόσφαιρο, ομάδες όπως οι Paris Saint Germain, Ajax FC, PSV Eindhoven, Sporting de Lisboa, Manchester City, FC Schalke, Wolfsburg, West Ham, Valencia FC, Besiktas, Santos ή FC Volga έχουν τις δικές τους ομάδες στο eSports και είναι εξίσου άγριοι και αφοσιωμένοι στην αγορά μεταφοράς όπως και στο παραδοσιακό ποδόσφαιρο.

Νεότερα στοιχεία δείχνουν ότι το 60% περίπου αφορά ηλικίες μεταξύ 18 και 34, ενώ σχεδόν το 10% οι φίλοι των Esports είναι άνω των 45 ετών.

Οι αριθμοί του χώρου του πρωταθλητισμού των Esports εντυπωσιάζουν:

- 71.500.000 θεατές παρακολούθησαν αγώνες Esports, το 2013
- 475.000.000 δολάρια ήταν ο τζίρος του 2013 για την εταιρεία WARGAMING LLC, δημιουργό του επιτυχημένου Word of Tanks, κατόχου του παγκοσμίου ρεκόρ Guinness για τον μεγαλύτερο αριθμό παικτών συνδεδεμένων σε ένα παιχνίδι την ίδια στιγμή (150.000)
- 10.931.103 δολάρια ήταν το συνολικό έπαθλο για το "The International", την τελική φάση του παγκόσμιου πρωταθλήματος DOTA2, για το 2014
- 150.000.000 δολάρια και πλέον, διανεμήθηκαν συνολικά στους παίκτες το 2018, ενώ η χρονιά έκλεισε με συνολικά έσοδα ύψους 865 εκατ. δολαρίων.

Σύμφωνα με στοιχεία της NewZoo 2019 Global Esports Market Report, το 2019 τα έσοδα από τα ηλεκτρονικά αθλήματα στην Ευρώπη ξεπέρασαν το 1 δισ. δολάρια.

Ταυτόχρονα η νεότερη έκδοση επιβεβαιώνει τη τεράστια ανάπτυξη των esports, καθώς σε παγκόσμια κλίμακα τα έσοδα από τα παγκόσμια esports θα αυξηθούν σε 1,1 δισεκατομμύρια δολάρια το 2020, μια ετήσια αύξηση + 15,7%, από 950,6 εκατομμύρια δολάρια το 2019.

Το 2020, 822,4 εκατομμύρια δολάρια σε έσοδα - ή τα τρία τέταρτα της συνολικής αγοράς - θα προέλθουν από δικαιώματα μέσων και χορηγίες.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το συνολικό κοινό του esports θα αυξηθεί σε 495,0 εκατομμύρια άτομα το 2020, ετήσια αύξηση + 11,7%.

Τα κινητά esports σημείωσαν τεράστια άνοδο το προηγούμενο έτος, με αναδυόμενες αγορές όπως η Νοτιοανατολική Ασία, η Ινδία και η Βραζιλία να βρίσκονται στην πρώτη γραμμή αυτής της ανάπτυξης.

Ο παγκόσμιος τζίρος της βιομηχανίας των games ξεπερνά αρκετά εκείνον του κινηματογράφου και της μουσικής μαζί. Υπολογίζεται πως φέτος, μόνο οι ηλεκτρονικές αγορές θα αγγίξουν τα 180 δισ. δολάρια.

Με βάση δημοσιεύματα ειδικών, τα έσοδα από τα Esports για το 2022 θα ξεπεράσουν το 1,5 δισ. δολάρια.

6.3 Ταξινόμηση ως άθλημα

Η αναγνώριση των βιντεοπαιχνιδιών ως μια μορφή αθλητισμού είναι ένα αμφιλεγόμενο σημείο συζήτησης. Ενώ ορισμένοι επισημαίνουν την αύξηση της δημοτικότητας των esports ως δικαιολογία για τον ορισμό ορισμένων παιχνιδιών ως αθλήματα, άλλοι υποστηρίζουν ότι τα βιντεοπαιχνίδια δεν θα φτάσουν ποτέ στην κατάσταση "αληθινά αθλήματα". Ωστόσο, η δημοτικότητα δεν είναι ο μόνος λόγος που εντοπίστηκε: ορισμένοι ισχυρίστηκαν ότι "ο προσεκτικός προγραμματισμός, ο ακριβής χρόνος και η επιδέξια εκτέλεση" θα έπρεπε να είναι αυτό που ταξινομεί μια δραστηριότητα ως άθλημα και ότι οι σωματικές ασκήσεις και οι υπαίθριοι χώροι παιχνιδιού δεν είναι απαιτείται από όλα τα παραδοσιακά ή μη παραδοσιακά "αθλήματα". Τα βιντεοπαιχνίδια μερικές φορές ταξινομούνται ως σπορ μυαλού. Στο Παγκόσμιο Πρωτάθλημα του 2015 που διοργανώθηκε από τη Διεθνή Ομοσπονδία Esports, μια ομάδα esports φιλοξενήθηκε με επισκέπτες από τη διεθνή αθλητική εταιρεία για να συζητήσουν τη μελλοντική αναγνώριση των esports ως αναγνωρισμένης, νόμιμης αθλητικής δραστηριότητας παγκοσμίως.

Η Κίνα ήταν μια από τις πρώτες χώρες που αναγνώρισε το esports ως πραγματικό άθλημα το 2003, παρά τις ανησυχίες εκείνη τη στιγμή ότι τα βιντεοπαιχνίδια ήταν εθιστικά. Μέσω αυτού, η κυβέρνηση ενθάρρυνε τον esports, δηλώνοντας ότι συμμετέχοντας σε esports, οι παίκτες «εκπαιδεύουν το σώμα για την Κίνα». Επιπλέον, μέχρι τις αρχές του 2019, η Κίνα αναγνώρισε τους παίκτες esports ως επίσημο επάγγελμα στο πλαίσιο των συστάσεων του Υπουργείου Ανθρώπινου Δυναμικού και Κοινωνικής Ασφάλισης, καθώς και των επαγγελματιών χειριστών τυχερών παιχνιδιών, εκείνων που διανέμουν και διαχειρίζονται παιχνίδια esports. Μέχρι τον Ιούλιο του 2019, περισσότερα από 100.000 άτομα είχαν εγγραφεί ως επαγγελματίες παίκτες βάσει αυτού, με το Υπουργείο να δηλώνει ότι προβλέπουν πάνω από 2 εκατομμύρια τέτοιους ανθρώπους σε αυτό το επάγγελμα σε πέντε χρόνια. Τον Αύγουστο του 2020, το Πεκίνο ανακοίνωσε ότι θα μετατρέψει το Shougang Park, μια παλιά ζώνη παραγωγής χάλυβα, σε ένα πάρκο e-sports.

6.4 Η Επαγγελματική διάσταση των eSports

Τα Esports σε επαγγελματικό επίπεδο υποστηρίζονται από μια ολόκληρη βιομηχανία, παρέχοντας διάφορες θέσεις εργασίας. Πλην των παικτών (Gamers) ή προπονητών (Coaches), συναντάμε επιχειρηματίες που δημιουργούν τις πρώτες Επαγγελματικές Ομάδες, Event Planners, Scouts, Managers, Υπεύθυνους Δημοσίων Σχέσεων. Καθημερινά, χιλιάδες gamers παίζουν με στόχο την κορυφή, συμμετέχοντας σε online τουρνουά που διοργανώνονται κάθε εβδομάδα.

- **Παίκτες και Ομάδες**

Οι επαγγελματίες παίκτες, ή "επαγγελματίες παίκτες", συχνά συνδέονται με ομάδες παιχνιδιών ή / και ευρύτερες ενώσεις τυχερών παιχνιδιών. Αυτές οι ομάδες συχνά καλύπτουν πολλά παιχνίδια esports σε τουρνουά και πρωταθλήματα. Εκτός από τα χρηματικά έπαθλα από τις νίκες του τουρνουά, οι παίκτες σε αυτές τις ομάδες και ενώσεις μπορούν επίσης να λάβουν ξεχωριστό μισθό ομάδας. Η χορηγία της ομάδας μπορεί να καλύψει τα έξοδα ταξιδιού τουρνουά ή το υλικό παιχνιδιού. Διακεκριμένοι χορηγοί esports περιλαμβάνουν εταιρείες όπως η Logitech και η Razer. Οι ομάδες διαθέτουν αυτούς τους χορηγούς στον ιστότοπό τους, σε φανέλες ομάδας και στα κοινωνικά τους μέσα, το 2016 οι μεγαλύτερες ομάδες έχουν παρακολούθηση κοινωνικών μέσων πάνω από ένα εκατομμύριο.

- **Εκπαίδευση**

Η προπόνηση που πρέπει να ακολουθήσουν οι παίκτες για να προετοιμαστούν για τουρνουά είναι διαφορετική, αλλά χρειάζεται ακόμη τεράστιο χρόνο. Οι αθλητές από την προπόνηση των παραδοσιακών αθλημάτων βασίζονται σχεδόν αποκλειστικά στη βελτίωση της φυσικής τους ικανότητας στην εκτέλεση αυτού του αθλητισμού, όπως η μυϊκή μνήμη, η άσκηση και η δίαιτα. Η προπόνηση των αθλητών Esports βασίζεται πολύ περισσότερο στην εκπαίδευση του μυαλού, όπως η μελέτη στρατηγικών και οι νέες ενημερώσεις για το παιχνίδι.

Τον Απρίλιο του 2020, ερευνητές από το Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο του Queensland διαπίστωσαν ότι ορισμένοι από τους κορυφαίους παίκτες του esports έδειξαν παρόμοιες πτυχές της ψυχικής σκληρότητας με τους Ολυμπιακούς αθλητές.

6.5 Οφέλη και προοπτικές

Οι παραδοσιακές ακαδημαϊκές δομές, έχουν πλέον αρχίσει και αυτές να αναγνωρίζουν τον καίριο ρόλο στη διαμόρφωση και την ανάπτυξη δεξιοτήτων μέσω του gaming όπως:

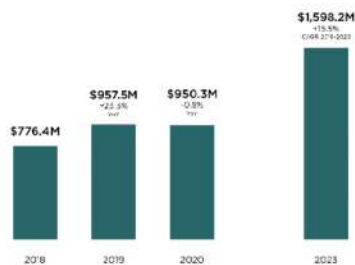
- Λογική,
- Μνήμη,
- Αντίληψη,
- Ομαδικότητα,
- Διαπραγμάτευση - Επίλυση Προβλημάτων,
- Χωρικός Προσανατολισμός,
- Δεξιότητες Ηγεσίας,
- Επιμονή στην Επιδίωξη του Στόχου,
- Ευρηματικότητα,
- Αντανακλαστικά,
- Συναισθηματική Ισορροπία,
- Διαχείριση Χρόνου,
- Διαχείριση Αλλαγών και Προσαρμοστικότητα,
- Δημιουργικότητα,

- Κριτική Σκέψη.

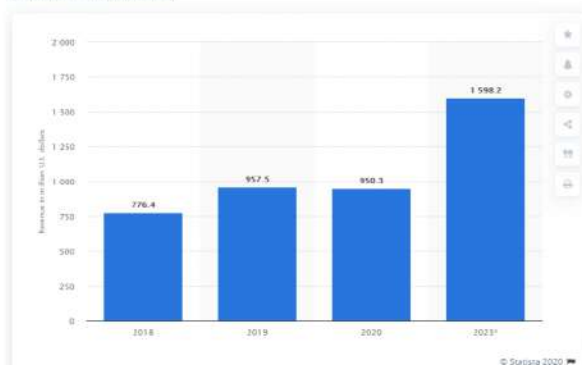
6.6 Τα esports στην παγκόσμια αγορά

Μέσα από έρευνα από δύο ξεχωριστές εταιρείες, την Statista και την Newzoo, φαίνονται τα έσοδα της παγκόσμιας αγοράς eSports από το 2018 έως το 2023. Το 2020, η παγκόσμια αγορά eSports

Esports Revenue Growth
Global | For 2018, 2019, 2020, 2023



eSports market revenue worldwide from 2018 to 2023
(in million U.S. dollars)



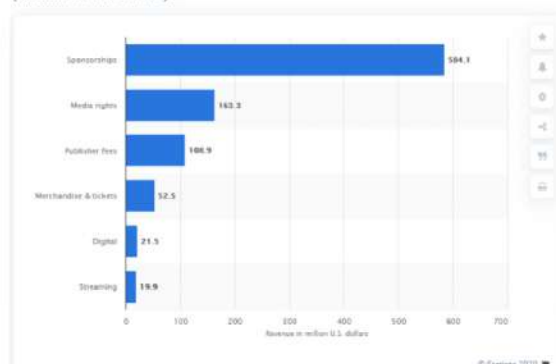
αποτιμήθηκε σε πάνω από 950 εκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της πηγής, τα έσοδα της παγκόσμιας αγοράς eSports θα φτάσουν σχεδόν τα 1,6 δισεκατομμύρια δολάρια το 2023. Η βιομηχανία eSports αναμένεται να αναπτυχθεί ραγδαία τα επόμενα χρόνια.

Η πλειονότητα αυτών των εσόδων προέρχεται από χορηγίες και διαφημίσεις και το υπόλοιπο από δικαιώματα πολυμέσων, τέλη εκδότη, εμπορεύματα και εισιτήρια, ψηφιακά και ροή. Όσον αφορά τα έσοδα, η Ασία και η Βόρεια Αμερική αντιπροσωπεύουν τις δύο μεγαλύτερες αγορές eSports ,

2020 Esports Revenue Streams | Global
Including Year-on-Year Growth



eSports market revenue worldwide in 2020, by segment
(in million U.S. dollars)

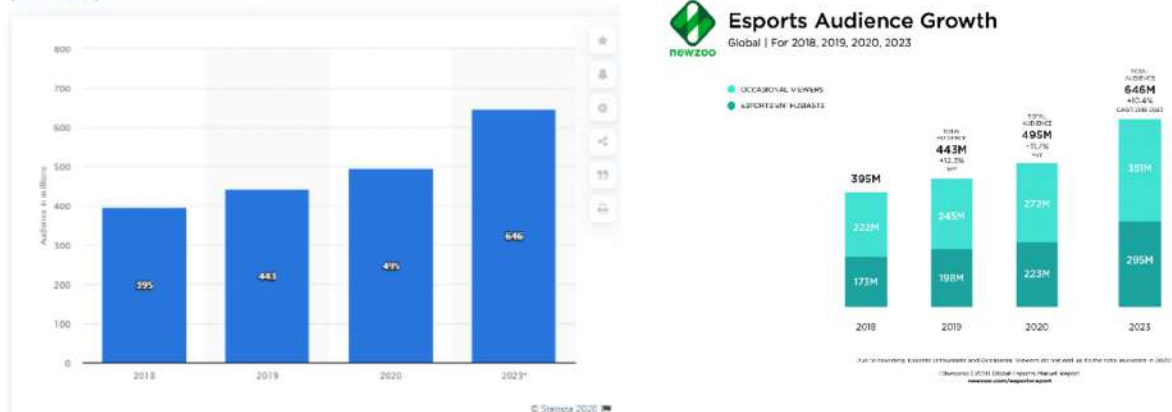


με την Κίνα να αντιπροσωπεύει σχεδόν το ένα πέμπτο της αγοράς.

Αυτή η στατιστική εμφανίζει μια εκτίμηση των εσόδων της αγοράς eSports παγκοσμίως το 2020, κατανεμημένη ανά τμήμα. Κατά τη διάρκεια του 2020, το τμήμα εμπορευμάτων και εισιτηρίων στην παγκόσμια αγορά eSports αναμενόταν να αποφέρει έσοδα 52,5 εκατομμυρίων δολαρίων.

Ολόκληρη η αγορά eSports αναμένεται να αναπτυχθεί τα επόμενα χρόνια, με παγκόσμια έσοδα. Προβλέπεται να φθάσει τα 1,6 δισεκατομμύρια δολάρια το 2023. Κοιτάζοντας τα τελευταία περιφερειακά στοιχεία κερδοφορίας, η Βόρεια Αμερική θεωρήθηκε ότι δημιουργούσε μερίδιο των εσόδων το 2019, ακολουθούμενη από την αγορά eSports της Κίνας .

eSports audience size worldwide from 2018 to 2023
(in millions)



Η αγορά eSports έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια με όλο και περισσότερους θεατές να παρακολουθούν τα αγαπημένα τους παιχνίδια που παίζονται από μερικούς από τους καλύτερους παίκτες στον κόσμο. Μέσα το 2023, αναμένεται να υπάρχουν 646 εκατομμύρια θεατές του eSports παγκοσμίως, μια μεγάλη αύξηση από τα 395 εκατομμύρια το 2018.

6.7 Τα e-sports στην Ελλάδα – σύγκριση με την παγκόσμια αγορά

Στη χώρα μας τα Esports έκαναν εμφάνιση την παρουσία τους το 2010 κυρίως με το παιχνίδι Lol. Συγχρόνως, δημιουργήθηκαν ιστοσελίδες όπως το Twitch.tv, οι οποίες παρέχουν ζωντανή αναμετάδοση (online streaming). Έτσι, δίνοντας τη δυνατότητα σε κάθε ενδιαφερόμενο να παρακολουθεί από τον υπολογιστή του το παιχνίδι που τον ενδιαφέρει, ο "ηλεκτρονικός

αθλητισμός" κρατά σταθερή ανοδική πορεία πλέον και στην Ελλάδα κερδίζοντας όλο και περισσότερους οπαδούς.

Ολοένα και αυξανόμενη είναι η τάση διείσδυσης των ηλεκτρονικών αθλημάτων στην Ελλάδα, με τα έσοδα να αγγίζουν τα 790.000 δολ. το 2016 και Σύμφωνα με την έρευνα της Super Data Research, οι gamers στην Ελλάδα το 2018 ξεπέρασαν τους 351.000 και τα έσοδα άγγιξαν τα 889.000 δολάρια

Αυτό προκύπτει από έρευνα που διεξήχθη από τη SuperData Research για λογαριασμό της PayPal σε 12 ευρωπαϊκές αγορές, με σκοπό να εξετάσει τα πιο πρόσφατα στοιχεία αναφορικά με μια από τις πλέον υποσχόμενες online βιομηχανίες

Η είσοδος και η ανοδική πορεία των Esports στη χώρα μας γίνεται απόλυτα κατανοητή, εάν τα συγκρίνουμε με την προ 100 χρόνων είσοδο του ποδοσφαίρου και την σημερινή του εξέλιξη!

Οι Έλληνες teenagers είναι από τους πλέον φανατικούς θεατές eSports στην Ευρώπη

- Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη έρευνα της **PayPal** και της SuperData, τα έσοδα από την ευρωπαϊκή αγορά των eSports το 2018 άγγιξαν τα 325 εκατομμύρια δολάρια.
- Το 19% του ελληνικού κοινού των **eSports** είναι έφηβοι ηλικίας 13-17 ετών – πρόκειται για το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ευρώπη, το οποίο φέρνει την Ελλάδα στην ίδια θέση με την Γαλλία, τη Βουλγαρία και τη Νορβηγία.
- Οι millennials αποτελούν το βασικό κοινό των ηλεκτρονικών αθλημάτων στην Ευρώπη, αφού απαρτίζουν πάνω από το μισό (62%) των συνολικών παικτών eSports.
- Η Ελλάδα βρίσκεται ανάμεσα στις 10 ευρωπαϊκές χώρες όπου αυξάνεται σταθερά το γυναικείο κοινό των ηλεκτρονικών αθλημάτων. Το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχει η Σουηδία με 25%.

Η Ελλάδα βρίσκεται στην δεύτερη χαμηλότερη θέση ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες, με έσοδα 850 χιλιάδες δολάρια, και πάνω από την τελευταία σε κατάταξη χώρα, την Ουγγαρία (570 χιλιάδες δολάρια). Εντούτοις, είναι φανερή η ανάπτυξη της εν λόγω αγοράς στην χώρα μας, που ολοένα και αυξάνεται. Είναι μεν σαφώς κάτω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο του 29%, αλλά πιο ψηλά από



την Ιταλία (15%), την Ιρλανδία (5%) και με αντίστοιχο ρυθμό με την Δανία (18%) και την Γαλλία (19%).

Στην Ελλάδα, το 2016 τα έσοδα άγγιξαν τα 790.000 δολάρια και το 2018 ξεπέρασαν τα 1.000.000 δολάρια.

Η ελληνική αγορά των eSports διαθέτει εξίσου μεγάλη δυναμική – εάν αναλογιστεί κανείς ότι το κοινό των ηλεκτρονικών αθλημάτων αποτελείται πάνω

από 400.000 Έλληνες, είναι προφανές πως πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή και βαρύτητα στην βιομηχανία αυτή.



Στην Ευρώπη υπάρχουν περίπου 27 εκατομμύρια άνθρωποι που ασχολούνται ενεργά με τα eSports, εκ των οποίων οι 437 χιλιάδες είναι Έλληνες. Οι αναλυτές προβλέπουν ότι τα νούμερα θα διατηρήσουν σταθερή ανοδική τάση, και η Ελλάδα δεν αποτελεί εξαίρεση – το αντίστοιχο κοινό εκτιμάται αυξήθηκε κατά 17% το 2019 (σε σύγκριση με το 2017).

1 στους 5 Έλληνες θεατές ηλεκτρονικών αθλημάτων είναι έφηβος

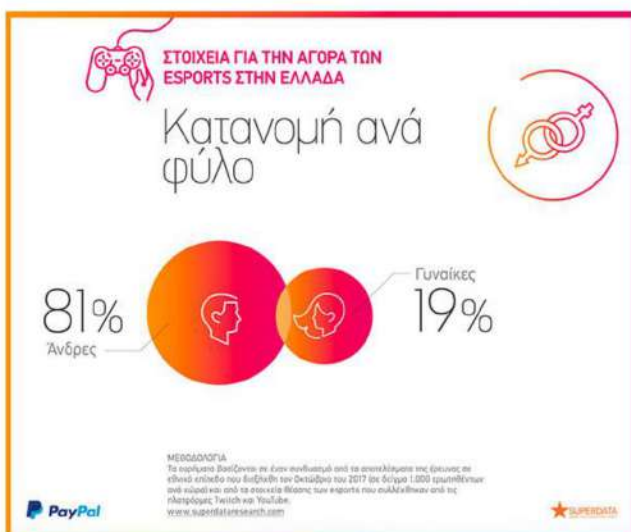


Καθώς τα eSports, μαζί με τις σχετικές δραστηριότητες, είναι ευρέως συνυφασμένα με τους νεαρότερους ανθρώπους, δεν μας προκαλεί εντύπωση το γεγονός ότι το 71% του ελληνικού κοινού των ηλεκτρονικών αθλημάτων είναι ηλικίας 13 με 34 ετών. Ενώ η μεγαλύτερη ηλικιακή κατηγορία είναι εκείνη των 25-34 ετών (28%), η ομάδα των εφήβων ηλικίας 13-17 ετών απαρτίζει το 19%, καταδεικνύοντας το πόσο δημοφιλής

είναι τα eSports στους teenagers και την απόλυτα εξοικειωμένη με την τεχνολογία Generation Z, τη γενιά που διαμορφώνει άλλωστε τις τάσεις της βιομηχανίας ψηφιακών παιχνιδιών. Πρόκειται μάλιστα για το υψηλότερο ποσοστό στην Ευρώπη, το οποίο η χώρα μας μοιράζεται με την Γαλλία και τη Βουλγαρία (19%), καθώς και με την Νορβηγία (18%). Εκτός Γηραιάς ηπείρου, την πρώτη θέση κατέχουν τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με 24%. Οι Έλληνες θεατές άνω των 45 ετών σημειώνουν πολύ χαμηλά ποσοστά, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας.

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται σε μία από τις δέκα ευρωπαϊκές χώρες που αποκτούν σταθερά όλο και μεγαλύτερο γυναικείο κοινό

Τα eSports και το gaming θεωρούνται γενικά ‘ανδρική υπόθεση’, αλλά όσο μεγαλώνει η αγορά, τόσο επηρεάζει και την ισότητα των φύλων. Το 2017 η αγορά των ηλεκτρονικών αθλημάτων στη Σουηδία ήταν η πλέον ‘γυναικοκρατούμενη’, με ποσοστό 25% γυναικών που ασχολούνται με τα



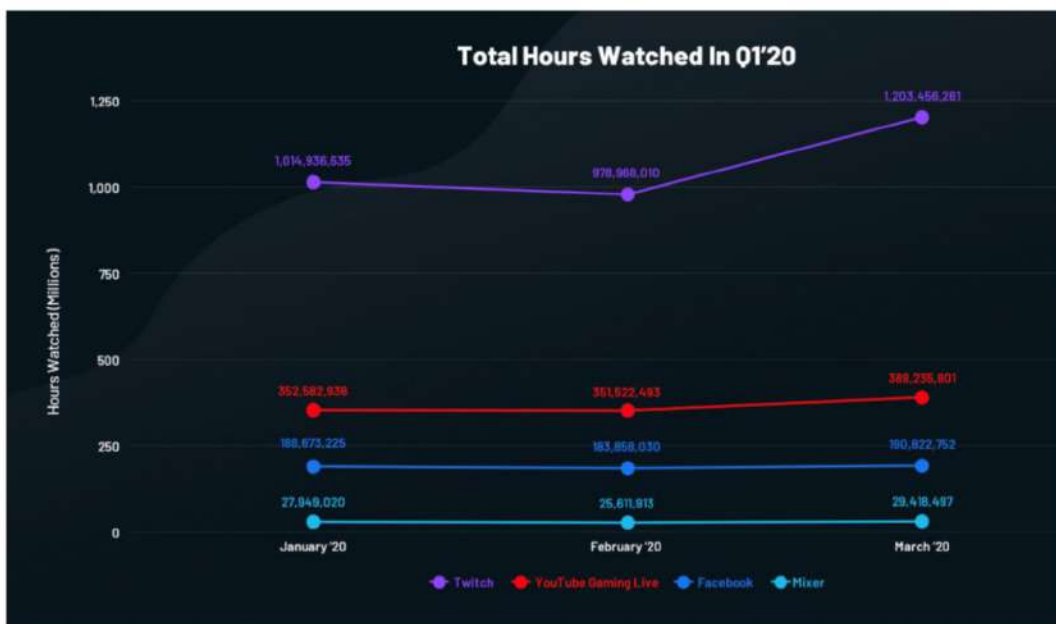
eSports, ενώ ακολουθούν η Πολωνία (24%) και η Γαλλία (23%). Στην Ελλάδα, το 19% του κοινού απαρτίζεται από γυναίκες (15% το 2016), ενώ ο συνολικός μέσος όρος στην Ευρώπη πέρυσι ήταν μόλις 18%. Οι μεγαλύτερες διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα σημειώθηκαν στην Βουλγαρία, την Ισπανία και την Ιταλία, όπου μόλις το 11-13% του αντίστοιχου κοινού ήταν γυναικείο στις χώρες αυτές. Η κοινότητα των

ηλεκτρονικών αθλημάτων στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα διαθέτει ελαφρώς περισσότερες γυναίκες, με ποσοστό 14%.

6.8 Πώς ο COVID-19 οδηγεί τα παιχνίδια και τα esports στο επόμενο επίπεδο

Οι αποκλεισμοί COVID-19 έχουν ενισχύσει την αφοσίωση των χρηστών με βιντεοπαιχνίδια και esports. Η παγκόσμια βιομηχανία βιντεοπαιχνιδιών ευδοκίμει, παρά την εκτεταμένη οικονομική αναστάτωση που προκαλείται από τον κοροναϊό. Με την πρακτική της κοινωνικής απόστασης να μειώνει στο ελάχιστο την καταναλωτική και επιχειρηματική δραστηριότητα, το παιχνίδι προσφέρει μια ελκυστική απόσπαση της προσοχής για τους ανθρώπους στο σπίτι που αναζητούν κοινωνική αλληλεπίδραση και τα αρχικά δεδομένα δείχνουν τεράστια αύξηση του χρόνου παιχνιδιού και των πωλήσεων από τότε που ξεκίνησε το lockdown.

Τα επιχειρηματικά μοντέλα στα esports παρακολουθούν στενά τα επαγγελματικά αθλήματα - αν και οι διαγωνισμοί είναι πολύ πιο κατακερματισμένοι - με την πλειονότητα των εσόδων να προέρχονται από τη διαφήμιση και τη μετάδοση. Παρόλο που είναι σχετικά μικρό σε σύγκριση με τη συνολική αγορά τυχερών παιχνιδιών, τα esports είναι σχετικά εδώ επειδή φαίνεται να συνδέονται με τη συνεχιζόμενη ανάπτυξη του παιχνιδιού.



Η δημοτικότητα των διαδικτυακών πλατφορμών ροής έχει αυξηθεί κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Όμως, το παιχνίδι δεν είναι άνοσο στον κοροναϊό. Τα Esports, με την εξάρτησή τους από ζωντανές εκδηλώσεις, ήταν ένα από τα πρώτα μέρη του κλάδου που επηρεάστηκε. Οι περισσότερες εκδηλώσεις esports έχουν ακυρωθεί ή αναβληθεί, αν και ορισμένες πραγματοποιούνται χωρίς κοινό.

Ο βραχυπρόθεσμος αντίκτυπος στα esports αναμένεται να είναι περιορισμένος. Παρόλο που σχεδόν το 75% των εσόδων από esports προέρχεται από διαφημίσεις και ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές, οι περισσότερες από αυτές τις συμφωνίες συμφωνήθηκαν πριν από το ξέσπασμα. Εάν συνεχιστούν οι περιορισμοί στις μαζικές συγκεντρώσεις, σίγουρα θα μειωθεί το εισόδημα που σχετίζεται με τα esports. Ωστόσο, δεδομένου ότι το esports αντιπροσωπεύει λιγότερο από το 1% της αγοράς τυχερών παιχνιδιών, αυτό δεν θα αποτελούσε υπαρξιακή απειλή για τον ευρύτερο κλάδο.

Παρ' όλα αυτά, τα esports ενδέχεται να αυξάνονται ως αποτέλεσμα του COVID-19. Τα αθλητικά πρωταθλήματα σε όλο τον κόσμο έχουν στραφεί στον τομέα για να βρουν νέους τρόπους αλληλεπίδρασης με θαυμαστές. Αρκετοί διαγωνισμοί esports εμφανίζονται στη ζωντανή τηλεόραση, καθώς οι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς προσπαθούν να γεμίσουν ώρες προγραμματισμένου αθλητικού περιεχομένου που ακυρώθηκε μετά την πανδημία.

Τέλος, η πανδημία μπορεί να οδηγήσει στην **εξομάλυνση των esports**. Οι αναλυτές έχουν περιγράψει το esports ως «δημοφιλές και νομιμοποιημένο με απρόβλεπτο και βαθύ τρόπο», χάρη στην άνευ προηγουμένου (και τυχαία) υιοθέτηση esports από ραδιοτηλεοπτικούς φορείς, πρωταθλήματα και αθλητές που επιδιώκουν να προσελκύσουν θαυμαστές. Μεταξύ νεότερων δημογραφικών ομάδων, μια παρατεταμένη διακοπή λειτουργίας για παραδοσιακά αθλητικά πρωταθλήματα μπορεί να οδηγήσει περισσότερους οπαδούς σε esports σε τακτική βάση - η οποία σε παγκόσμιο επίπεδο θα αντιπροσωπεύει δεκάδες εκατομμύρια νέους καταναλωτές για τη βιομηχανία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ Σ.Φ.Π.

Ο ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΣ Σ.Φ.Π. ιδρύθηκε στις 10 Μαρτίου 1925. Σκοπός του Συλλόγου, όπως αναφέρεται στο καταστατικό, είναι η συστηματική καλλιέργεια και ανάπτυξη των δυνατοτήτων συμμετοχής των αθλητών του σε αθλητικούς αγώνες, η διάδοση του αθλητικού ιδεώδους και η προώθηση του αθλητικού πνεύματος και της φιλαργυρίας μεταξύ των νέων σύμφωνα με τις αρχές της ισότητας και η έμφαση σε μια υγιή, ηθική και κοινωνική βάση για αυτό.

7.1 Γενικά στοιχεία Συλλόγου

Είναι ο μεγαλύτερος πολυαθλητικός σύλλογος στην Ελλάδα και ένας από τους μεγαλύτερους παγκοσμίως. Ο Ολυμπιακός Σ.Φ.Π. δραστηριοποιείται με επιτυχία στους τομείς του ποδοσφαίρου, του μπάσκετ, του βόλεϊ, της υδατοσφαίρισης, του χάντμπολ, του στίβου, της κολύμβησης, της ιστιοπλοΐας, της κωπηλασίας, του κανόε καγιάκ, του πινγκ πονγκ, της ξιφασκίας, της πυγμαχίας, tae kwon do, kick boxing, capoeira με τα τμήματα του beach volley και του τένις. Είναι ο μοναδικός σύλλογος στην Ελλάδα και ένας από τους λίγους στην Ευρώπη που έχει καθιερωθεί με πολλές επιτυχίες και μπορεί με υπερηφάνεια να δηλώνει ότι έχει κατακτήσει 305 πρωταθλήματα, 117 Κύπελλα, 17 Σούπερ Καπ, 7 Λιγκ Καπ συνολικά σε εγχώριες διοργανώσεις και ταυτόχρονα 5 Ευρωπαϊκά Πρωταθλήματα, 1 Διεθνές Κύπελλο, 1 Βαλκανικό Κύπελλο, 2 Ευρωπαϊκά Σούπερ Καπ, 1 Ευρωπαϊκό Κύπελλο, 1 Κύπελλο Κορυφαίων Ομάδων, 1 Celta Cup και 1 Len Trophy. Επιπλέον, το δίκτυο των Σχολών Ποδοσφαίρου του Ολυμπιακού είναι το παλαιότερο και λειτουργεί εδώ και δεκαπέντε χρόνια, εκπαιδεύοντας περισσότερους από 600 αθλητές στα Ερασιτεχνικά τους Τμήματα και πάνω από 1.500 παιδιά στις Ακαδημίες των τμημάτων αυτών. Επιπλέον, σχεδόν η μισή ελληνική ολυμπιακή αποστολή που συμμετείχε στους Ολυμπιακούς Αγώνες του Ρίο 2016 αποτελούνταν από ερυθρόλευκους αθλητές και προπονητές του Ολυμπιακού. Συνολικά 25 άτομα από 4 διαφορετικά αγωνίσματα – κολύμβηση, κωπηλασία, υδατοσφαίριση και ξιφασκία αγωνίστηκαν για το καλύτερο στη μεγαλύτερη παγκόσμια αθλητική γιορτή. Ο Ολυμπιακός είναι ο πιο δημοφιλής ελληνικός σύλλογος με περίπου τέσσερα εκατομμύρια οπαδούς στην Ελλάδα και εκατομμύρια άλλους στις ελληνικές κοινότητες σε όλο τον κόσμο

Ο Ολυμπιακός αποτελεί μια από τις πιο δημοφιλείς ομάδες στην Ελλάδα και τον κόσμο, και τα αθλητικά τμήματά του αποτελούνται κυρίως από:

- Το ποδοσφαιρικό τμήμα (ΠΑΕ Ολυμπιακός)
- Το ανδρικό τμήμα μπάσκετ (ΚΑΕ Ολυμπιακός), και
- Τα ερασιτεχνικά αθλήματα με 18 ενεργά τμήματα (Ερασιτέχνης Ολυμπιακός)

Στην μελέτη περίπτωσης επιλέγουμε να εξετάσουμε τον Ερασιτέχνη Ολυμπιακό καθώς η ύπαρξη πολλών αθλημάτων, ο τρόπος διοίκησης και διαχείρισής τους εμφανίζει σαφώς μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την διερεύνηση και τον βαθμό αξιοποίησης του ψηφιακού μετασχηματισμού.

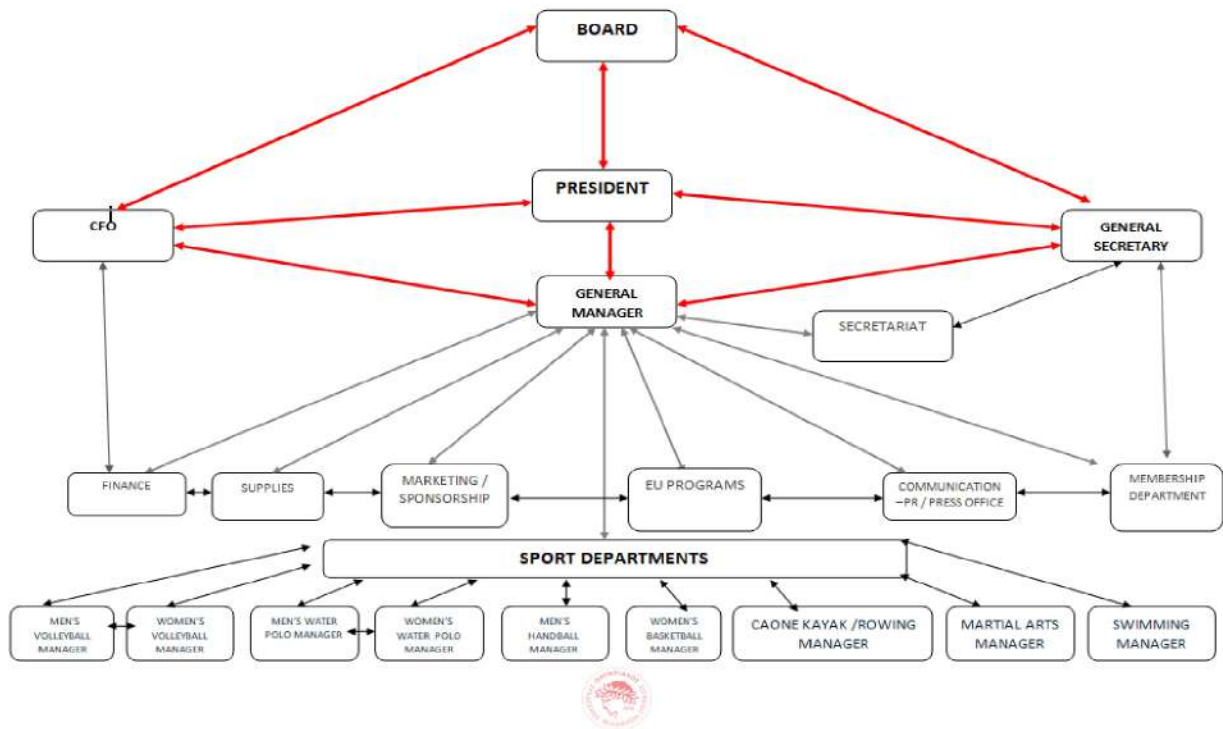
7.2 Δράσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού – Ο.Σ.Φ.Π.

Ο Ολυμπιακός έχοντας μια μεγάλη βάση μελών και φιλάθλων που εγγράφονται ή ανανεώνουν τη συνδρομή τους σε ετήσια βάση παρέχει τη δυνατότητα στα μέλη να προμηθευτούν εισιτήριο διαρκείας για όλη τη σεζόν σε ποδόσφαιρο και μπάσκετ. Επιπλέον, τα μέλη μπορούν να παρακολουθούν τους εντός έδρας αγώνες όλων των ερασιτεχνικών αθλημάτων δωρεάν με την επίδειξη της Κάρτας Μέλους, να ψηφίζουν στις εκλογές του σωματείου, και να λαμβάνουν εμπορικές παροχές από τους χορηγούς. Αντίστοιχα, οι φίλαθλοι έχουν το προνόμιο να προμηθεύονται μεμονωμένα εισιτήρια για τους αγώνες ποδοσφαίρου και μπάσκετ της εκάστοτε σεζόν.

Ο Ερασιτέχνης Ολυμπιακός διαθέτει 18 ενεργά τμήματα, όπου το καθένα έχει τον δικό του Manager, διαθέτει πάνω από 2000 αθλητές, 220 εκπαιδευτές και προπονητές, και 120 εθελοντές. Από τον Απρίλιο του 2003, ο Ολυμπιακός έχει περισσότερα από 140.000 εγγεγραμμένα μέλη και 80.000 εγγεγραμμένους φιλάθλους σε ετήσια βάση. Αυτή η βάση και η ικανοποίηση των μελών και των φιλάθλων είναι πολύ σημαντικά ζητήματα για τον σύλλογο, καθώς αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή εσόδων.

Επιπλέον, καθώς ο σύλλογος έχει δεκαοκτώ διαφορετικά αθλητικά τμήματα σε αγωνιστικό επίπεδο και τμήματα ακαδημιών, πρέπει να διαχειριστούν μια μεγάλη βάση 2.700 επαγγελματιών και νέων

αθλητών, συμπεριλαμβανομένων σημαντικών επαφών και ιατρικών στοιχείων. Ένα κρίσιμο ζήτημα για τον σύλλογο είναι η ψηφιακή διαχείριση των δεδομένων που περιλαμβάνονται.



Αφενός, τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στη βάση των μελών και των φιλάθλων είναι υποχρεωτικά για την οργάνωση και το συντονισμό διαδικασιών όπως η οργάνωση και η συμμετοχή των μελών στη Γενική Συνέλευση του συλλόγου, το δικαίωμα ψήφου στις Διοικητικές Εκλογές και συμμετοχής στη λήψη αποφάσεων. Επιπλέον, αυτή η βάση δεδομένων είναι επίσης επωφελής για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση τμηματικών και στοχευμένων εκστρατειών μάρκετινγκ, τη βελτίωση της αφοσίωσης των φιλάθλων και την εύρεση χορηγών.

Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι θα ήταν εξαιρετικά επωφελής για τον σύλλογο η συλλογή πληροφοριών όπως οι προτιμήσεις των χρηστών, η δραστηριότητα και τα δεδομένα κινητικότητας στο μέλλον,



ώστε να επικεντρωθεί στις πραγματικές προτιμήσεις των μελών και των φιλάθλων και να βελτιώσει τις υπηρεσίες και τη συμμετοχή των φιλάθλων, προκειμένου να διασφαλιστεί η αφοσίωσή τους, αλλά και να προσφέρει τα κατάλληλα ανταποδοτικά οφέλη μέσω των χορηγών, σύμφωνα πάντα με τους κανόνες και το νομικό πλαίσιο προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Από την άλλη, η διαχείριση της βάσης των αθλητών απαιτεί καλύτερη διαχείριση των αποτελεσμάτων των εργομετρικών και ιατρικών εξετάσεων και στατιστικών αναφορών σχετικά με τις επιδόσεις τους στην προπόνηση και τους αγώνες.

Η καλύτερη διαχείριση είναι πολύ σημαντική για τον σύλλογο να προσαρμόσει και να σχεδιάσει τα προπονητικά τμήματα και τις τακτικές της ομάδας, να κάνει μεταγραφές παικτών με συγκεκριμένες σωματικές δεξιότητες, να καλύψει τις προσδοκίες των αθλητών προσφέροντας τον κατάλληλο ιατρικό και αθλητικό εξοπλισμό.

Όσον αφορά τη συλλογή δεδομένων της βάσης των μελών και των φιλάθλων, ο σύλλογος χρησιμοποιεί το σύστημα CRM και προσφέρει τη δυνατότητα να εγγραφούν και να ανανεώσουν τη συνδρομή τους μόνοι τους μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του συλλόγου (olympiacossp.gr) το οποίο χρησιμοποιείται και για την υλοποίηση των εκστρατειών μάρκετινγκ.

Παράλληλα, ο Ολυμπιακός έχει μεγάλη εμπειρία στη διεξαγωγή στρατηγικών επικοινωνίας και μάρκετινγκ, καθώς και στη διοργάνωση εκδηλώσεων κατά τη διάρκεια της συμμετοχής του σε εθνικά και ευρωπαϊκά πρωταθλήματα.

Ο σύλλογος έχει επίσης εμπειρία στη διαχείριση ευρωπαϊκών έργων Erasmus+ και Horizon που σχετίζονται με την κοινωνική ένταξη ευάλωτων κοινωνικών ομάδων. Συγκεκριμένα, έχει συμμετάσχει σε 14 διαφορετικές ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες που αποδεικνύουν το κοινωνικό προφίλ του συλλόγου. Ο σύλλογος έχει επίσης αναλάβει ηγετικό ρόλο σε τέσσερα έργα, πράγμα που σημαίνει ότι το προσωπικό του συλλόγου έχει καλή εμπειρία στη διαχείριση, την αξιολόγηση, την παρακολούθηση και τη λειτουργία πολιτικών επικοινωνίας και διάδοσης.

Ωστόσο, η πανδημία COVID-19 δεν άφησε ανεπηρέαστο έναν από τους μεγαλύτερους πολλαθλητικούς συλλόγους της χώρας. Η πανδημία δημιούργησε προβλήματα σε κάθε σύλλογο

επειδή όλα τα γήπεδα ήταν άδεια, όλες οι αθλητικές δραστηριότητες σταμάτησαν για μεγάλο χρονικό διάστημα και επομένως αθλητές σταμάτησαν την αγωνιστική τους δράση. Το προσωπικό του Συλλόγου εργαζόταν μέσω τηλεργασίας, με περιορισμένες δυνατότητες, αφού η ψηφιοποίηση πραγματοποιείται σε μεσαία κλίμακα και όπως κάθε αθλητικός σύλλογος, είδε αισθητή μείωση των εσόδων από το ξέσπασμα της πανδημίας και την μη διεξαγωγή αγώνων.

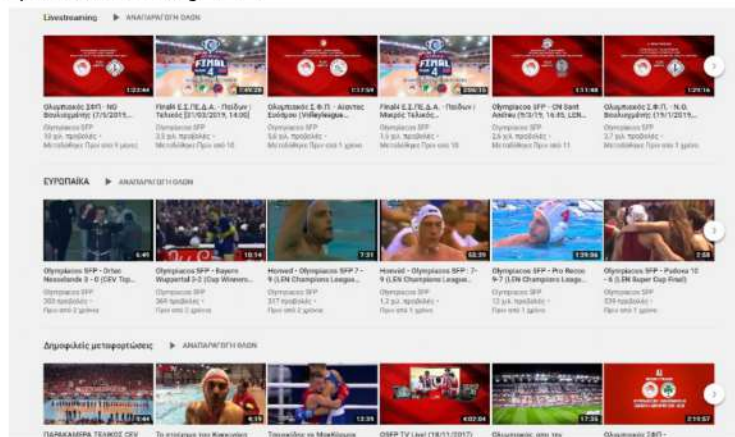
Παρόλα αυτά, ο Σύλλογος έχοντας αρκετά μέσα ψηφιοποίησης και λόγω της δυναμικής που κατέχει διαχρονικά, κατάφερε να οργανώσει δράσεις και για τους αθλητές αλλά και για το σύνολο των φιλάθλων του. Η χρήση των social media βοήθησε στην εμφύχωση των φιλάθλων, παρακινώντας τους να αθληθούν και οι ίδιοι από το σπίτι τους. Δημιουργήθηκαν λοιπόν μικρά βιντεάκια από τους πιο δημοφιλείς αθλητές, δίνοντας συμβουλές διατροφής και ασκήσεων, τα οποία απέκτησαν μεγάλη απήχηση εκείνη την περίοδο. Παράλληλα, πολλές προπονήσεις πραγματοποιούνταν μέσω Zoom για τη διατήρηση της φυσικής κατάστασης των αθλητών. Στο ίδιο διάστημα, όλες οι δράσεις των ευρωπαϊκών προγραμμάτων και οι διακρατικές συναντήσεις, διακόπηκαν, όλες οι συσκέψεις πραγματοποιούνταν μέσω τηλεδιάσκεψης και οι δράσεις σε σχολεία και ακαδημίες μετατέθηκαν για ένα χρόνο αργότερα.

Το διάστημα όπου ξεκίνησαν ξανά να πραγματοποιούνται αγώνες σε κλειστά για τον κόσμο γήπεδα, το διοικητικό προσωπικό διοργάνωσε νέες εκστρατείες για να προσελκύσει οπαδούς και μέλη. Νέες ιδέες όπως τα εικονικά εισιτήρια με την ψευδαίσθηση της πραγματικής συμμετοχής στις θέσεις των γηπέδων υλοποιήθηκαν από αρκετούς συλλόγους στο εξωτερικό, όπως και από τον Ολυμπιακό. Αυτά τα χρόνια, ενώ οι οπαδοί παρακολουθούν έναν αγώνα, ελέγχουν στατιστικά στοιχεία σε πραγματικό χρόνο στο smartphone τους και συνομιλούν ταυτόχρονα με άλλους οπαδούς στο γήπεδο.

Επιπλέον, οι αθλητικοί οργανισμοί βασίζονται σε μια μεγάλη ψηφιακή ραχοκοκαλιά, π.χ. συστήματα έκδοσης εισιτηρίων, υποδομές παρακολούθησης αθλητών, λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου και βάσεις δεδομένων εργαζομένων. Όπως αναφέραμε, ο Ερασιτέχνης Ολυμπιακός διαθέτει μια σειρά από οφέλη και παροχές προς τα μέλη και τους φίλαθλους, δυνατότητες οι οποίες μπορούν να είναι διαχειρίσιμες μέσω του ηλεκτρονικού λογαριασμού που διαθέτουν στην ιστοσελίδα του συλλόγου. Παράλληλα, ΠΑΕ και ΚΑΕ Ολυμπιακός, παρέχουν αντίστοιχες

δυνατότητες μέσω των ιστοσελίδων τους, ιδιαίτερα για την έκδοση μεμονωμένων εισιτηρίων και εισιτηρίων διαρκείας. Είναι ορατό ότι όλα τα τμήματα του Ολυμπιακού αγκαλιάζουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό με στόχο την ενίσχυση της ενοποίησης μεταξύ φυσικών-ψηφιακών καναλιών επικοινωνίας, εισάγοντας πιο φιλικές προς το χρήστη και νέες τεχνολογίες και πλατφόρμες.

Παρά τις δυσκολίες της πανδημίας, ο Ολυμπιακός διαθέτει ήδη κάποια μέσα ψηφιακού μετασχηματισμού πολύ νωρίτερα, όπως η ψηφιακή πλατφόρμα για τα μέλη και φιλάθλους, η επικοινωνία με το κοινό από τα social media, η ενημέρωση των μελών μέσω newsletters και του ηλεκτρονικού μαγκαζίνου, και η παρακολούθηση αγώνων του συλλόγου μέσω του Osfp TV.



Σε γενικό επίπεδο, η διακυβέρνηση του Οργανισμού και οι δυνατότητες του προσωπικού και των αθλητών επεκτείνονται σε κοινωνικό επίπεδο ανώτερο από αυτό που θα συναντούσε κανείς σε έναν τυπικό αθλητικό σύλλογο. Μερικά από αυτά τα δείγματα είναι:

- Πρόγραμμα «Διπλής Σταδιοδρομίας – Dual Career» για τους αθλητές που διέπρεψαν για τις αποδόσεις τους, μέσω υποτροφιών σε συνεργασία με χορηγούς του συλλόγου. Κύριες δράσεις του προγράμματος είναι η κατανόηση του ευρύτερου περιβάλλοντος όπου ο συνδυασμός αθλητισμού και εκπαίδευσης λαμβάνει χώρα διερευνώντας τον ρόλο της οικογένειας, του σχολείου και των προπονητών, και η εκπαίδευση αθλητών (συμμετοχή σε διάφορες δραστηριότητες/ σεμινάρια με σκοπό την ανακάλυψη των δεξιοτήτων τους για επανένταξη στην εκπαίδευση και αγορά εργασίας, σύμφωνα με τις ανάγκες της εποχής και την πνευματική καθοδήγηση μέσω του αθλητισμού

- Ανάπτυξη του αθλητικού τουρισμού της χώρας μέσω των πολλαπλών αθλημάτων και αθλητικών εγκαταστάσεων που διαθέτει ο σύλλογος, και μέσω της επίσημης ιστοσελίδας οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να έρθουν σε επικοινωνία με τα τμήματα που ενδιαφέρονται για να κάνουν κάποιο άθλημα.
- Πρόγραμμα καλής διακυβέρνησης μέσω του ευρωπαϊκού χρηματοδοτούμενου προγράμματος “Big4Sports”, μέσω του οποίου πραγματοποιήθηκε εντοπισμός και ανάπτυξη βέλτιστων πρακτικών/κριτηρίων/αρχών για την ενίσχυση της χρηστής διακυβέρνησης των αθλητικών οργανώσεων και ως εκ τούτου, την αύξηση της χρηματοδότησης από δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς/χορηγούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ - ΣΤΑΔΙΟ ΕΙΡΗΝΗΣ & ΦΙΛΙΑΣ

Το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας (Σ.Ε.Φ.) είναι κλειστό γήπεδο ιδιοκτησίας του Ελληνικού Δημοσίου. Βρίσκεται στο Νέο Φάληρο του Πειραιά, απέναντι από το Στάδιο Γεώργιος Καραϊσκάκης, έχει χωρητικότητα 14.500 θεατών και αποτελεί το δεύτερο μεγαλύτερο κλειστό γήπεδο της Ελλάδας. Απέχει 10 χλμ. από το κέντρο της Αθήνας και 3 χλμ. από το κέντρο του Πειραιά. Αποτελεί έδρα της ομάδας καλαθοσφαίρισης του Ολυμπιακού. Εκτός από τους εσωτερικούς χώρους και την Κεντρική Αρένα, διαθέτει έκταση 400 στρεμμάτων και θα αναλυθούν στα επόμενα κεφάλαια οι χρήσεις και οι τρόποι αξιοποίησής τους με τον καταλληλότερο τρόπο.

Η συγκεκριμένη μελέτη περίπτωσης επιλέχθηκε διότι το Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας, κατά την περίοδο της πανδημίας προχώρησε στην υλοποίηση σχεδίου δράσης με σκοπό την γενικότερη αναβάθμιση του συνόλου των εγκαταστάσεων και του περιβάλλοντος χώρου.

8.1 Γενικά στοιχεία Οργανισμού

Το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας αποτελεί ιδιοκτησία του Ελληνικού Δημοσίου (Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων, Πολιτισμού και Αθλητισμού, Γενική Γραμματεία Αθλητισμού) και είναι Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου.

Το Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας βρίσκεται σε ένα προνομιακό συγκοινωνιακό κόμβο στη δυτική γωνιά του Φαληρικού όρμου στο Νέο Φάληρο ανάμεσα στο Μικρολίμανο και τον ποταμό Κηφισό στην αρχή της παραλιακής ζώνης Φαλήρου- Σουνίου. Απέχει 4 χλμ. από το λιμάνι του Πειραιά, 10 χλμ. από το Κέντρο της Αθήνας και 24 χλμ. από το Αεροδρόμιο Αθηνών "Ελευθέριος Βενιζέλος". Έχει εξαιρετική κάλυψη από όλα τα μαζικά μέσα μεταφοράς δημόσια και ιδιωτικά (ΜΕΤΡΟ σταθμός Ν. Φαλήρου, Λεωφορεία, Ταξί κ.λπ.)

Κατασκευάστηκε την περίοδο 1981-1984 και διαθέτει όλα τα σύγχρονα συστήματα και εξοπλισμό των Νέων Τεχνολογιών, Κλιματισμό(θέρμανση -ψύξη) Ιατρικό κέντρο πρώτων Βοηθειών, χώρους στάθμευσης, Εστιατόρια, κυλικεία κ.λπ. Στις εγκαταστάσεις του προσφέρει ιδανικούς χώρους άθλησης, με πολυάριθμους κύριους και βοηθητικούς χώρους, όπου εκτός από αθλητικές

δραστηριότητες μπορεί να τους διαθέσει για τη διοργάνωση ποιοτικών επαγγελματικών και εμπορικών εκθέσεων, συνέδρια - επιστημονικά, επαγγελματικά, πολιτικά κ.λπ.

Το Στάδιο Ειρήνης & Φιλίας είναι ένας ιδανικός χώρος για μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις με συμβολή στον Αθλητισμό και τον Πολιτισμό και στον Εκθεσιακό και Συνεδριακό Τουρισμό της Αττικής και γενικότερα της Ελλάδας.

8.2 Δράσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού – Σ.Ε.Φ.

Όλο το διάστημα της καραντίνας αλλά και έπειτα πραγματοποιήθηκαν συντονισμένες ενέργειες με σκοπό τόσο την βελτίωση λειτουργίας του Σταδίου όσο και την σημαντική συμβολή στην επανεκκίνηση του αθλητισμού μετά την πανδημία. Σημαντικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη σηματοδότησε η επιλογή του Σ.Ε.Φ. από τον κόσμο, για την προσωπική του άθληση, σε όλη την περίοδο της καραντίνας. Καθημερινά δεχόταν πλήθος κόσμου μικρούς και μεγάλους, και μέσα από μια σειρά αλλαγών, φαίνεται πως παρόλο που πρόκειται για έναν δημόσιο οργανισμό, και ενώ όλα υπολειπούν στην χώρα μας τους πρώτους μήνες της πανδημίας, στο Σ.Ε.Φ. η μια αλλαγή διαδεχόταν την επόμενη και φυσικά αποτελεί δείγμα ψηφιακού μετασχηματισμού.

Προχώρησε σε αναβάθμιση του λογοτύπου μετά από πολλά χρόνια όπου στο νέο λογότυπο του ΣΕΦ εναρμονίζεται το εμβληματικό στάδιο, όπου κυριαρχούν οι λιτές γραμμές, σε μια νέα σύγχρονη και μοντέρνα αισθητική, εκφράζει τη δυναμική προς τα εμπρός καθώς οι ρόμβοι δείχνουν την κίνηση forward, μπροστά. Παράλληλα, δημιουργήθηκε νέα ιστοσελίδα προσαρμοσμένη στις ανάγκες του κοινού και της εποχής. Επίσης, το χρώμα που κυριαρχεί είναι το μπλε το οποίο συμβολίζει τον Αργοσαρωνικό. Το ΣΕΦ ενώνεται για πρώτη φορά με τον φυσικό του χώρο, το θαλάσσιο μέτωπο και ανοίγει τα πανιά του σε ένα συναρπαστικό μέλλον όπως σχεδιάζεται στο master plan που ανέπτυξε η διοίκηση του Σταδίου.

Η Διοίκηση του Σ.Ε.Φ. στοχεύει σε μία στρατηγική παρεμβάσεων η οποία έχει κεντρικό κοινωνικό χαρακτήρα και απευθύνεται τόσο στην τοπική κοινωνία όσο και σε ευρύτερες περιοχές στο λεκανοπέδιο. Σκοπός είναι η δραστική τόνωση της επισκεψιμότητας μέσα από τους τέσσερις (4) στρατηγικούς πυλώνες «**Ασφάλεια – Αθλητισμός – Αναψυχή – Περιβάλλον**». Μάλιστα, η στόχευση και στις περιβαλλοντικές αποκαταστάσεις που αφορούν ιδιαιτέρως στο υδάτινο

στοιχείο, σε συνδυασμό με τις αναπτυξιακές δυνατότητες και ανταποδοτικότητες, μπορούν να δώσουν εξαιρετικά συνδυαστικά αποτελέσματα τόσο σε βραχυπρόθεσμο, αλλά και μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο πλαίσιο.

Ο Αναπτυξιακός και χωροταξικός σχεδιασμός του Σ.Ε.Φ., λοιπόν, **αναγνωρίζει, αναδεικνύει και εμπλουτίζει τα προτερήματα του:**

- Πολλαπλότητα χώρων Σ.Ε.Φ, μέσω του ψηφιακού μετασχηματισμού και της δυνατότητας online αιτήματος ενοικίασης χώρων και αιθουσών.
- Ασφαλή Αθλητικά δρώμενα και εγκαταστάσεις (έμφαση στην τοπική κοινωνία)
- Θετικό Περιβαλλοντικό Πρόσημο Σ.Ε.Φ.
- Ιδιαίτερη Αρχιτεκτονική Ταυτότητα χώρων Σ.Ε.Φ.
- Κοινωνική Ανταποδοτικότητα

Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και στοχεύσεις του μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού είναι :

- η αξιοποίηση του παράκτιου μετώπου, σε συνδυασμό με την αποκατάσταση της εικόνας στην ακτογραμμή,
- η πρόβλεψη νέων αθλητικών δραστηριοτήτων
- η αρτιότερη εξυπηρέτηση κοινωνικών δρώμενων
- η απόκτηση ενιαίου χρώματος με το παράκτιο φαληρικό μέτωπο
- η αξιοποίηση χώρων για τη χρήση νέων μεταφορικών δυνατοτήτων

και η επίδοση σημασίας και σε άλλους τομείς μικρότερης αλλά και ουσιαστικής σημασίας.

Μέσω του σχεδίου δράσης που αναπτύσσει το Σ.Ε.Φ. στοχεύει στην αξιοποίηση του Σ.Ε.Φ. για την προσέλκυση κοινού και την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Ο συνδυασμός της αξιοποίησης φυσικών πόρων με την δημιουργία πληροφοριακού εργαλείου για την Τουριστική και Αθλητική Δικτύωση, Προβολή και Προώθηση των Υποδομών για Πολίτες του Πειραιά αλλά και επισκέπτες, αποτελεί στοιχείο αξιοποίησης του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Μέσα στην ιστοσελίδα έχει δημιουργηθεί η ψηφιοποίηση και οπτικοποίηση όλων των αθλητικών και τουριστικών υπηρεσιών του ΣΕΦ, με μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητά τους, συνάμα με τη δημιουργία σχέσεων εμπιστοσύνης με τους πελάτες, και την ενίσχυση της εξωστρέφειας, της ελκυστικότητας και της ανταγωνιστικότητας του ΣΕΦ.

Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η ενίσχυση του brand awareness του ΣΕΦ και της ευρύτερης περιοχής με επίκεντρο τον αθλοτουρισμό, αυξάνοντας τους πιθανούς πελάτες και επισκέπτες.

Οι διοργανωτές μεγάλων αθλητικών γεγονότων μπορούν να ενημερωθούν ψηφιακά για τις νέες υποδομές του ΣΕΦ και της ευρύτερης περιοχής, και παράλληλα να πραγματοποιηθούν μεμονωμένες κρατήσεις επισκεπτών για χρήση υποδομών του ΣΕΦ.

Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή αθλητική πολιτική, ο αθλητικός τουρισμός αντιμετωπίζεται σαν μια κοινωνικοοικονομική δραστηριότητα που διευκολύνει την επίτευξη της αλληλεγγύης και της ευημερίας στις τάξεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Τερζάκης, 2008). Η διοργάνωση αθλητικών γεγονότων είναι όχι μόνο μια οικονομική ευκαιρία αλλά και μια ευκαιρία για ανάπτυξη κοινωνικών και πολιτιστικών αξιών. Στον τομέα του τουρισμού απασχολούνται πάνω από (8.000.000) οχτώ εκατομμύρια άτομα και τα αθλητικά γεγονότα δημιουργούν νέες μορφές τουρισμού οι οποίες συνδυάζουν διακοπές με την πρακτική ενός αθλήματος.

Η διεξαγωγή εκδηλώσεων μπορεί να σχετίζεται είτε με υποστηριζόμενες εκδηλώσεις και δράσεις Αθλητικού Τουρισμού, είτε με δράσεις Εναλλακτικών δραστηριοτήτων Αθλητικής Αναψυχής, και μετά την πανδημία ο αθλητικός τουρισμός αναπτύσσεται ταχύτατα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Για την ορθή λήψη αποφάσεων που απαιτείται σε κάθε περίπτωση και για να σχεδιαστεί ο σωστός στρατηγικός σχεδιασμός, πρέπει να αναλύεται η υπάρχουσα κατάσταση και να εξετάζονται οι πόροι του εσωτερικού και οι προκλήσεις εξωτερικού περιβάλλοντος σε βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο πλαίσιο. Για τον λόγο αυτό μπορούν να χρησιμοποιηθούν ορισμένα εργαλεία, τα οποία θα μας οδηγήσουν να εξάγουμε πιο εύκολα ορθά συμπεράσματα για τον τρόπο δράσης ενός αθλητικού οργανισμού ή αθλητικής εγκατάστασης για την εξέλιξή του, την ανάπτυξή του σύμφωνα με τις ανάγκες της εποχής και του κοινού στο οποίο απευθύνεται.

STRENGTHS <ul style="list-style-type: none">• Brand awareness• Τρέχουσα κατάσταση (Υψηλή αναγνωρισιμότητα, Συνεχής ανοδική πορεία)• Πλήθος εγκαταστάσεων• Ιστοσελίδα, συνυφασμένη στις ανάγκες της digital εποχής• Υψηλά ποσοστά προσέλκυσης κόσμου / φιλάθλων• Συνεχείς δράσεις σε δύσκολες περιόδους (από εξωτερικούς παράγοντες)	WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none">• Χαμηλή εξοικείωση κοινού με ψηφιακές τεχνολογίες• Αποδοτικότητα εργαζομένων σχετικά με την ψηφιοποίηση εργασιών• Έλλειψη χρηματοδοτήσεων
OPPORTUNITIES <ul style="list-style-type: none">• Αύξηση της καλής φήμης• Ανάπτυξη νέων συνεργασιών με εγχώριους και μη-λοιπούς φορείς• Σύναψη νέων συνεργασιών με Οργανισμούς του εξωτερικού• Αύξηση επιπέδου αναγνωρισιμότητας μέσα από τη συμμετοχή σε προγράμματα• Επιδότησεις από αναπτυξιακά Εθνικά και Ευρωπαϊκά προγράμματα.• Ανάπτυξη νέων καναλιών διανομής (π.χ. μέσω Διαδικτύου)• Ενδυνάμωση γνώσεων υπαλλήλων	THREATS <ul style="list-style-type: none">• Μελλοντικές προκλήσεις• Απώλεια εσόδων

Η ανάλυση SWOT, είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος του Οργανισμού, που βοηθά στην λήψη αποφάσεων σε σχέση με τους στόχους που έχει θέσει ή με σκοπό την επίτευξή τους. Είναι μια μέθοδος που αναλύει και αξιολογεί τις δυνατότητες και αδυναμίες του οργανισμού ως προς τις ευκαιρίες και τις απειλές που διαφαίνονται. Στην περίπτωση των περιπτώσεων που μελετήσαμε ο πίνακας ανάλυσης διαμορφώνεται παρακάτω.

Σκοπός της ανάλυσης δεν είναι μόνο ο εντοπισμός αυτών των παραμέτρων αλλά και η αξιοποίηση τους από τον εκάστοτε οργανισμό. Η SWOT Analysis χρησιμοποιείται προκειμένου να αξιολογηθεί η σημερινή κατάσταση, με σκοπό να παρθούν οι κατάλληλες αποφάσεις και να διαμορφωθεί η μελλοντική στρατηγική στον τομέα που ερευνούμε.

Η συγκεκριμένη ανάλυση χωρίζεται σε δύο τμήματα, στην ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού που είναι τα δυνατά (Strengths) και αδύναμα (Weaknesses) σημεία, και στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος του Οργανισμού που είναι οι ευκαιρίες (Opportunities) και οι απειλές (Threats) .

Συμπερασματικά, από την πιο πάνω ανάλυση προκύπτει η σημαντική θέση του Οργανισμού, όπως φαίνεται από τα δυνατά σημεία, και οι ευκαιρίες που δημιουργούνται. Επίσης οι αδυναμίες που διαφαίνονται, μπορούν να μετατραπούν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, με τα κατάλληλα μέσα και στρατηγικές.

9.1 Στρατηγική Ανάπτυξης

Η στρατηγική ως σχέδιο δράσης λειτουργεί ως εξής:

- Θέτει κατευθύνσεις
- Υποστηρίζει τη λήψη ομοιόμορφων αποφάσεων
- Συγκεντρώνει την προσπάθεια
- Συντονίζει τις δραστηριότητες
- Ορίζει τις δυνάμεις-πόρους
- Μειώνει την αβεβαιότητα

Αυτό βοηθά σε μια πιο ξεκάθαρη και στοχευμένη δράση με την οποία οδηγούμαστε στις κατάλληλες κινήσεις με γνώμονα την στρατηγική που ακολουθείται.

Η διαμόρφωση της στρατηγικής με βάση την Θεωρία Πόρων - Ικανοτήτων και η υπόδειξη των σταδίων που ακολουθείται απεικονίζεται με την πιο κάτω μορφή.



Στο πρώτο στάδιο της διαμόρφωσης της στρατηγικής γίνεται η αναγνώριση των πόρων. Οι πόροι ενός Οργανισμού συμβάλουν σημαντικά στην επιτυχία αυτής, παρόλα αυτά το συγκεκριμένο στάδιο εμφανίζει μια δυσκολία ως προς τους μη μετρήσιμους πόρους, όπως η φήμη, οι ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού. Το δεύτερο στάδιο, εκτός από την αναγνώριση των ικανοτήτων που προκύπτουν, αναλύεται σε τέσσερις διαστάσεις, στις γνώσεις και ικανότητες, οι οποίες διαφαίνονται μέσα από τα τεχνικά συστήματα, και αυτές οι δύο κατηγορίες σχετίζονται με τα διοικητικά συστήματα, και τέλος οι αξίες και οι κανόνες που σχετίζονται με όλες τις προηγούμενες διαστάσεις των θεμελιωδών ικανοτήτων.

Στο στάδιο της αποτίμησης της δυνητικής απόδοσης των πόρων και ικανοτήτων διασαφηνίζεται το κατά πόσο είναι ικανοί να αποδώσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον Οργανισμό. Έχοντας περάσει όλα τα παραπάνω στάδια διαμόρφωσης στρατηγικής φτάνουμε στο στάδιο επιλογής στρατηγικής (που ακολουθεί πιο κάτω) και πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στον κλάδο δραστηριοποίησης. Γενικότερα, αν η απόδοση της στρατηγικής δεν είναι ιδιαίτερα αποδοτική, έτσι ώστε να απαιτείται εξεύρεση τρόπων δημιουργίας νέων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Δηλαδή, το τελευταίο στάδιο εντοπισμού ελλείψεων σε πόρους και ικανότητες, αποτελεί ένα από τα καθήκοντα της διοίκησης, εντοπίζοντας τυχόν ελλείψεις ως προς τους πόρους και τις ικανότητες έτσι ώστε να καταστήσει τον Οργανισμό ανταγωνιστικότερο με μεγαλύτερη διάρκεια, να εξετάζει συνεχώς την στρατηγική του και να την διαμορφώνει, να την εμπλουτίζει και να την αναδιοργανώνει όπου κρίνεται αναγκαίο.

Σύμφωνα με την ανάλυση S.W.O.T. που έγινε πιο πάνω, θα εφαρμοστεί τη δεδομένη χρονική στιγμή Στρατηγική Ανάπτυξης - Διαφοροποίησης δραστηριοτήτων, με σκοπό την επίτευξη των Ευκαιριών που παρουσιάζονται.

Οι λόγοι επιλογής της συγκεκριμένης στρατηγικής είναι οι εξής:

- Η δραστηριοποίηση σε ευρωπαϊκά προγράμματα στην Ελλάδα δεν είναι διαδεδομένη και ανεπτυγμένη.
- Η εγχώρια ενασχόληση με προγράμματα χρηματοδότησης στο τομέα του αθλητισμού ειδικά, αλλά και γενικότερα, δεν είναι κορεσμένη.

- Υπάρχουν σημαντικά περιθώρια αύξησης της χρήσης δράσεων αθλητισμού.
- Ο κλάδος του αθλητισμού δεν έχει αναπτυχθεί σε τεχνολογικό επίπεδο με βάση τις εξελίξεις της εποχής.

9.2 Στρατηγική Marketing

Ο Οργανισμός, μέσα από τις βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες στρατηγικές που αναπτύσσει, και κρατώντας αναλλοίωτα τα δυνατά χαρακτηριστικά του, χρησιμοποιεί μια στρατηγική δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και Προώθησης των δράσεων που συμμετέχει για το ευρύ κοινό και την ευαισθητοποίηση και τη συμμετοχή του. Οι αθλητικοί οργανισμοί θα πρέπει να επικοινωνούν και πληροφορούν το κοινό για τους σκοπούς και τους στόχους, τις δραστηριότητές του, για το τι έχουν να προσφέρουν.

Χρησιμοποιώντας τα κανάλια επικοινωνίας που έχουν αναπτυχθεί από τον εκάστοτε Οργανισμό, μπορούν να προσεγγιστούν άτομα και λοιποί φορείς, που επηρεάζουν διάφορες κοινωνικές ομάδες έτσι ώστε να κινητοποιηθούν και αυτοί αντίστοιχα.. Όλα αυτά προσδιορίζονται από το Μείγμα Marketing, θέτοντας την αγορά στόχο και αναπτύσσοντας τις δραστηριότητες που αναφέρονται πιο κάτω στο μοντέλο ανάλυσης του Porter, έτσι ώστε με την διαφοροποίηση και την στοχοποίηση να επιτευχθεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

9.3 7 P's Analysis

Το μοντέλο των 7 δυνάμεων του Porter (7 P's) είναι ένα απλό αλλά πολύτιμο εργαλείο για τον Οργανισμό καθώς μας βοηθά να σχεδιάσουμε μεθοδικά τα βήματα που θα ακολουθήσουμε. Για την επιλογή της κατάλληλης στρατηγικής, είναι απαραίτητο να αναλύσουμε το μείγμα Marketing Υπηρεσιών. Στις υπηρεσίες το μείγμα του Marketing περιλαμβάνει τρία επιπρόσθετα στοιχεία (3 Ps) που αποτελούν σημαντικούς προσδιοριστικούς παράγοντες της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τα στοιχεία αυτά είναι οι άνθρωποι (people), οι διαδικασίες (procedures), και το περιβάλλον της επιχείρησης (physical evidence).

Στο μείγμα Marketing των 7 P's αρχικά αναλύουμε τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τις στρατηγικές ανάπτυξης. Επίσης, μέσα από τα συστήματα και τις λειτουργίες διανομής, επιδιώκεται η επίλυση προβλημάτων, η σωστή διαχείριση καναλιών επικοινωνίας και προώθησης, και η άψογη σχέση με συνεργαζόμενους φορείς και το γενικό σύνολο.



Η επικοινωνιακή στρατηγική που ακολουθείται από κάθε οργανισμό έχει ως στόχο τη σωστή προώθηση των υπηρεσιών (διαφορετικά μείγματα επικοινωνίας, διαφήμιση, δημόσιες σχέσεις, direct marketing). Ταυτόχρονα, οι άνθρωποι αποτελούν αναπόσπαστο στοιχείο του μείγματος Μάρκετινγκ, και φροντίζουν τον τρόπο και τις δεξιότητες με τις οποίες εκτελούνται οι υπηρεσίες. Τέλος, η φύση των διαφόρων διαδικασιών, ο βαθμός πολυπλοκότητας τους και ο χρόνος που απαιτείται για την ολοκλήρωσή τους αποτελούν επίσης σημαντικά στοιχεία του μείγματος Μάρκετινγκ.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

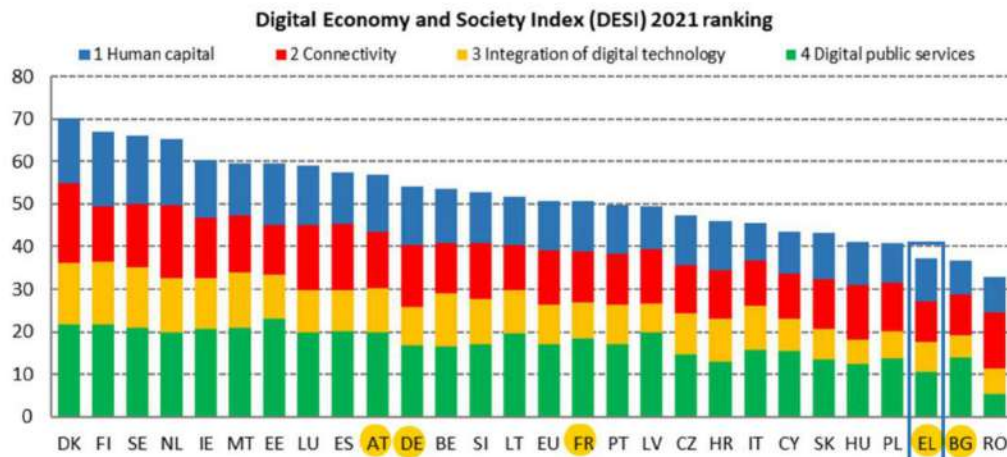
Η πανδημία δημιούργησε νέες ανάγκες για όλους τους ανθρώπους και ο μετασχηματισμός στον τομέα του αθλητισμού δεν έχει την ίδια δημοτικότητα με άλλους τομείς της οικονομίας. Παράλληλα, δημιούργησε νέα προβλήματα και νέες ευκαιρίες στη ζωή μας. Μία από αυτές τις ευκαιρίες σχετίζεται με μία από τις έξι κύριες προτεραιότητες της Ευρώπης «Μια Ευρώπη για την ψηφιακή εποχή». Ειδικότερα, στον τομέα του αθλητισμού μπορούμε να εστιάσουμε στον ψηφιακό μετασχηματισμό μέσω της ανάπτυξης και της δημιουργίας ψηφιακής βιβλιοθήκης/αρχείου για τα σωματεία μας, προκειμένου να προωθήσουμε την ιστορία των αθλητικών σωματείων και να ενδυναμώσουμε ανθρώπους όλων των ηλικιών μέσω της εκπαίδευσης (με ψηφιακό/εικονικό μουσείο) και των αθλητικών δραστηριοτήτων (μέσω ψηφιακού γυμναστηρίου).

Οι αθλητικοί σύλλογοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στον πολιτισμό και την κοινωνία κάθε πόλης, χώρας ή εθνικότητας. Σήμερα, η ραγδαία αύξηση της τεχνολογίας και οι συνεχείς αλλαγές σε όλους τους τομείς, οδηγούν σε νέα ενδιαφέροντα για μικρούς και μεγάλους, μακριά από τις Ολυμπιακές αξίες και την υπεράσπιση του «ευ αγωνίζεσθαι». Όλοι έχουν ένα ή περισσότερα κινητά τηλέφωνα και το κύριο χόμπι - ειδικά για τους νεότερους - είναι η δραστηριότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι αξιοσημείωτο ότι μέχρι τώρα ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει λάβει λίγη προσοχή στην έρευνα του αθλητικού μάνατζμεντ σε σύγκριση με άλλους τομείς διαχείρισης. Μέχρι στιγμής, οι μελετητές του αθλητικού μάνατζμεντ διερεύνησαν επιλεγμένες πτυχές του φαινομένου, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή το e-Sport.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες αποκτούν επιρροή σε κάθε τομέα της καθημερινότητάς μας και αρχίζουν να αλλάζουν τη συμπεριφορά μας. Επιπλέον, οι ψηφιακές τεχνολογίες επηρεάζουν τον υφιστάμενο αθλητικό κόσμο και παρέχουν νέες ευκαιρίες διαχείρισης. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός περιλαμβάνει τον πλήρη μετασχηματισμό των δραστηριοτήτων, των διαδικασιών, των ικανοτήτων και των επιχειρηματικών μοντέλων των αθλητικών συλλόγων για τη μεγιστοποίηση των οφελών των ψηφιακών τεχνολογιών.

Ένα έργο ψηφιακού μετασχηματισμού μπορεί να υλοποιηθεί μεμονωμένα ή σε συνεργασία με αθλητικούς συλλόγους από διαφορετικές χώρες, χρηματοδοτούμενο παράλληλα από την ΕΕ. Όπως

φαίνεται στο ακόλουθο γράφημα, η ψηφιοποίηση σε κάθε χώρα δεν είναι η ίδια επίπεδα και, στην περίπτωση κοινοπραξίας, έχουμε χώρες από όλες τις κατηγορίες (υψηλή-μεσαία-χαμηλή) ψηφιοποίησης μεγιστοποιώντας τα οφέλη και μειώνοντας τα έξοδα του κάθε συλλόγου που συμμετέχει.



Πολλοί φίλαθλοι αναζητούν κάτι περισσότερο από το παιχνίδι. Θέλουν αποκλειστικές και συναρπαστικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του αγώνα και κατά τη διάρκεια των διακοπών στο παιχνίδι κάτι το οποίο μπορεί να προσφέρει η τεχνολογία. Χρησιμοποιώντας καθηλωτικές τεχνολογίες όπως η επαυξημένη και η εικονική πραγματικότητα μπορούν να προσφέρουν μια απίστευτα συναρπαστική εμπειρία, και οι αθλητικές εταιρείες θα μπορούσαν να αυξήσουν σημαντικά την προσέλευση στα γήπεδα και να διασφαλίσουν ότι οι οπαδοί συνεχίζουν να επιστρέφουν μετά την πανδημία. Θα μπορούσαν επίσης να ενισχύσουν την αφοσίωση προσαρμόζοντας τις εμπειρίες στις ατομικές προτιμήσεις των θαυμαστών χρησιμοποιώντας προγράμματα αφοσίωσης και ανταμοιβής και εφαρμόζοντας συστήματα διαχείρισης σχέσεων πελατών (CRM). Ο Ολυμπιακός, όπως αναφέραμε, διαχειρίζεται ένα σύστημα CRM για την εγγραφή και την ανανέωση των συνδρομών των μελών και των φιλάθλων και για την υλοποίηση των εκστρατειών μάρκετινγκ. Επιπλέον, κάθε σύλλογος που έχει κατακτήσει πολλούς τίτλους και σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, μεταξύ των λειτουργιών ενός ψηφιακού μετασχηματισμού, μπορεί να στοχεύσει και να παρουσιάσει τη διατήρηση των Ολυμπιακών αξιών και του αθλητικού πνεύματος. Μια ψηφιακή βιβλιοθήκη με αρχείο πρωταθλημάτων, κυπέλλων, μεταλλίων κ.λπ.,

μπορεί να προωθήσει τις ολυμπιακές αξίες μέσω της εκπαίδευσης για τους αθλητικούς συλλόγους και την ιστορία τους. Για παράδειγμα, τα ψηφιακά μουσεία έχουν τα δικά τους ξεχωριστά χαρακτηριστικά:

- i. Το ένα είναι ο ίδιος ο αθλητισμός, που απεικονίζει το Ολυμπιακό πνεύμα του ταχύτερου, υψηλότερου και ισχυρότερου. Η γυμναστική δεν είναι μόνο μία μόδα αλλά είναι απαραίτητη για την υγεία των ανθρώπων στη σύγχρονη κοινωνία που δέχονται μεγάλη πίεση.
- ii. Ο δεύτερος είναι ο άνθρωπος, η οντότητα που συμμετέχει στον αθλητισμό. Το πώς να χαρακτηρίσεις ρεαλιστικά τον άνθρωπο και το ανθρώπινο συναίσθημα στον αθλητισμό είναι δύσκολα ζητήματα.
- iii. Το τρίτο είναι να προσελκύσει το κοινό μέσω της ψυχαγωγίας και της εκπαίδευσης, απώτερο σκοπό των χρηστών να επισκεφθούν είτε το φυσικό είτε το ψηφιακό Ολυμπιακό Μουσείο.

Προτείνεται η αντιμετώπιση των αλλαγών του ψηφιακού μετασχηματισμού μέσω της ανάπτυξης της ψηφιακής ετοιμότητας, ανθεκτικότητας και ικανότητας των αθλητικών συλλόγων και να γίνουν εργασίες πάνω σε ψηφιακές τεχνολογίες στον αθλητισμό για μάθηση, αξιολόγηση και συμμετοχή.

Το αθλητικό έργο ψηφιακού μετασχηματισμού μπορεί να περιλαμβάνει την προώθηση των αθλητικών αξιών με ψηφιακά εργαλεία για προπονητές, συμπεριλαμβανομένων προσβάσιμων και υποστηρικτικών τεχνολογιών και τη δημιουργία και καινοτόμο χρήση ψηφιακού εκπαιδευτικού περιεχομένου. Η ειδική προτεραιότητα της προώθησης της εκπαίδευσης στον αθλητισμό και μέσω αυτού περιλαμβάνει την ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων και ικανοτήτων όλου του πληθυσμού μέσω κατάλληλων προγραμμάτων και πρωτοβουλιών. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στην προώθηση της ισότητας των φύλων και στην αντιμετώπιση των διαφορών σε σχέση με την πρόσβαση και τη χρήση από υποεκπροσωπούμενες ομάδες. Ένα πρόγραμμα ψηφιακού μετασχηματισμού θα πρέπει να στηρίζει περαιτέρω τη χρήση των ευρωπαϊκών πλαισίων για τις ψηφιακές ικανότητες των προπονητών, των αθλητών, των επαγγελματιών και των εθελοντών με

την υποστήριξη της ανάπτυξης δεξιοτήτων στον αθλητισμό και την προώθηση της ποιότητας των προπονητών και του προσωπικού κάθε συλλόγου.

Ο αθλητισμός έχει την ικανότητα να υπερβαίνει τα πολιτιστικά και κοινωνικά εμπόδια που τον καθιστούν εξαιρετικό μέσο ένταξης και προσαρμογής. Επιπλέον, τα φυσικά, κοινωνικά και οικονομικά οφέλη τους τα καθιστούν ιδανικό εργαλείο για την προώθηση της ένταξης και της ευημερίας των ηλικιωμένων. Ο αθλητισμός και η σωματική άσκηση έχουν αναγνωριστεί από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας ως απαραίτητα για την υγεία και την ευημερία. Σύμφωνα με το Συμβούλιο για την Ευρώπη, ο αθλητισμός ορίζεται ως όλες οι μορφές σωματικής δραστηριότητας που αποσκοπούν στη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και της ψυχικής ευεξίας, στη δημιουργία κοινωνικών σχέσεων και στην επίτευξη αποτελεσμάτων στον ανταγωνισμό σε όλα τα επίπεδα. Πράγματι, τα στοιχεία δείχνουν ότι η τακτική άσκηση σωματικής άσκησης και άθλησης παρέχει τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες, όλων των ηλικιών και παθήσεων, συμπεριλαμβανομένων των ηλικιωμένων, ένα ευρύ φάσμα οφελών σωματικής, κοινωνικής και ψυχικής υγείας.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον αθλητισμό αποσκοπεί στην ενθάρρυνση και την υποστήριξη της οργάνωσης, της ανάπτυξης και του συντονισμού του αθλητισμού με τη συμμετοχή αθλητών και προπονητών πολυαθλητικών συλλόγων. Οι σύλλογοι μπορούν να οργανώσουν και να τρέξουν πολυαθλητικές καμπάνιες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και μέσω εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων σε σχολεία για παιδιά και ανθρώπους των τοπικών κοινωνιών. Επιπλέον, οι αξίες και το ευ αγωνίζεσθαι που μεταδίδονται από τους γονείς στα παιδιά και η ενεργός συμμετοχή των γονέων είναι πολύ χρήσιμα για τους φιλάθλους και τα μέλη των συλλόγων. Η κοινωνική δραστηριότητα των συλλόγων με έργα όπως το "Big4Sports" μας υπενθυμίζει τη "Χρηστή Διακυβέρνηση" μεταξύ των οργανισμών και μπορούν να βοηθήσουν άλλους συλλόγους που πρέπει να μετασχηματίσουν το σύστημα διαχείρισής τους σύμφωνα με τις τεχνολογικές αλλαγές και διαδικασίες.

Η ευκαιρία του ψηφιακού μετασχηματισμού στον αθλητισμό θα εκπαιδεύσει τους νέους αθλητές και τις σχολικές κοινότητες, θα δώσει μια επιπλέον αξία στη διοργάνωση εκστρατειών μάρκετινγκ και αθλητικών εκδηλώσεων για αθλητές και μέλη. Όλοι οι μικροί μαθητές περνούν πολύ χρόνο με κινητά τηλέφωνα και ειδικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον

αθλητισμό θα αποτελέσει ευκαιρία για τη βελτίωση του αθλητικού πνεύματος και των πολιτιστικών ανταλλαγών μεταξύ προπονητών, αθλητών και νέων, καθώς και ευκαιρία για την προώθηση της ολοκλήρωσης μεταξύ χωρών και διαφορετικών πολιτισμών. Επιπλέον, τα πολυαθλητικά σωματεία θα διαχειρίζονται ευκολότερα τα δεδομένα τους (από αθλητές, επιτεύγματα, πρωταθλήματα, φωτογραφικές φωτογραφίες κ.λπ.).

Η τεχνολογία θα διαμορφώσει το μέλλον της αθλητικής βιομηχανίας, καθώς ο επιταχυνόμενος ψηφιακός μετασχηματισμός φέρνει περισσότερες ευκαιρίες για τις αθλητικές οντότητες. Ωστόσο, οι οργανισμοί θα πρέπει να αξιοποιήσουν τα νέα καινοτόμα εργαλεία και να προσαρμόσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα για να συμβαδίσουν με τις τάσεις του κλάδου.

Η τεχνολογία έχει επίσης προσφέρει στους καταναλωτές εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω ψηφιακών καναλιών. Ως εκ τούτου, η αύξηση της συμμετοχής των φιλάθλων θα είναι μία από τις κύριες προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν έως το 2025 και μία από τις κύριες προτεραιότητες για την ενίσχυση των δεσμών μαζί τους.

Ο αθλητισμός έχει συγχωνευθεί με την ψυχαγωγία για να δημιουργήσει το "Sportainment". Αυτό φέρνει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά οι αθλητικοί οργανισμοί θα πρέπει να δημιουργήσουν πολύτιμες εμπειρίες και να διαφοροποιηθούν προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλες μορφές ψυχαγωγίας.

Αυτοί οι γενικοί στόχοι μπορούν να επιτευχθούν μέσω της

- i) αύξησης της ευαισθητοποίησης και της γνώσης σχετικά με τις ολυμπιακές αξίες, τους αγώνες και τα επιτεύγματα κάθε συλλόγου, προκειμένου να προσελκύσει νέους αθλητές σε ακαδημίες και αθλήματα
- ii) δημιουργίας κινήτρων για να ενθαρρύνουν όλο και περισσότερους νέους και ηλικιωμένους να προσεγγίσουν τον αθλητισμό, να απολαύσουν τον ελεύθερο χρόνο τους με την εκπαιδευτική ψηφιακή βιβλιοθήκη
- iii) συμβολής στην ένταξη στην κοινότητα διοργανώνοντας πολυαθλητικές ημερίδες για όλους τους ανθρώπους με τη συμμετοχή αθλητών, προπονητών και υποστηρικτών.

iv) συμβολής στη βελτίωση της υγείας τους. Υπάρχουν πολλά οφέλη από τη σωματική δραστηριότητα. Οι άνθρωποι που είναι σωματικά δραστήριοι αισθάνονται καλύτερα για τον εαυτό τους.

v) προώθησης της αλληλεπίδρασης με αγαπημένους αθλητές και προπονητές. Οι συμμετέχοντες στο έργο θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν και να παίξουν με τους αγαπημένους τους παίκτες και μετά το εκπαιδευτικό υλικό στην ψηφιακή βιβλιοθήκη θα συνεχίσουν να συμμετέχουν σε αθλητικές εγκαταστάσεις

vi) δημιουργίας αθλητικών εκδηλώσεων/δραστηριοτήτων για όλους σε τακτική βάση

Επομένως συμπεραίνουμε ότι τα αθλητικά γεγονότα και οι εμπειρίες που αποκτώνται μέσα από αυτά, μπορούν να αποτελέσουν ευκαιρίες για το επόμενο επίπεδο καινοτομίας στον ψηφιακό μετασχηματισμό. Όταν εξεταστεί στο ευρύτερο πλαίσιο του κομμάτι του, η ευκαιρία γίνεται πολύ εμφανής. Είτε πρόκειται για επίσκεψη σε αθλητικό μουσείο, κοιτάζοντας την αθλητική ελίτ του κόσμου ή συμμετέχοντας σε έναν αγώνα περιπέτειας ή έναν κύκλο... όλοι θέλουμε να γίνουμε μέρος της μεγαλύτερης παράστασης στη γη... του αθλητισμού!

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Αλεξανδρής, Κ. (2011). Αρχές Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ : Οργανισμών και Επιχειρήσεων Αθλητισμού και Αναψυχής, β' έκδοση, Εκδόσεις Χριστοδουλίδη, Θεσσαλονίκη•

Γαργαλιάνος, Δ., & Ασημακόπουλος, Μ. (2006). Δομή και Οργάνωση του Ελληνικού Αθλητισμού, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα

Γαργαλιάνος, Δ., & Αυθίνος, Ι. (2001). Αθλητικό Μάνατζμεντ –Διεπιστημονική Προσέγγιση, Εκδόσεις University Studio Press, Θεσσαλονίκη

Ι. Ζέρβας (1993) Ψυχολογία Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, σελ.15.

Κεραμιδάς, Α. (2003). Πολιτικές Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού σε Αθλητική Ομοσπονδία με Έμφαση στο Ρολό Του Εθνικού Προπονητή. Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Κολύμπαλης, Χ., & Παλάσκας, Θ. (2003). Οι Οικονομικές Επιπτώσεις του Αθλητισμού στην Ελλάδα, Εκδόσεις Σιδέρης, Αθήνα

Παπαδημητρίου, Δ. (2005). Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα

Πετρίδου, Ε. (2001). Διοίκηση-Μάνατζμεντ. Μία Εισαγωγική προσέγγιση. Ζυγός.

ΣΕΒ, Ψηφιακή και τεχνολογική ωριμότητα οικονομίας και επιχειρήσεων, 3η έκδοση, Φεβρουάριος 2022

Τερζάκης Δ., (2008), Αθλητικός Τουρισμός και Ευρωπαϊκή Αθλητική Πολιτική Σήμερα, Διαθέσιμο στο: <http://traveldailynews.gr/columns/article/1712>

Ξένη

Bennet, R. (2001). Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (Μάνατζμεντ), Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα

Chelladurai, P. (2006). Human Resource Management in Sport and Recreations, Human Kinetics, Champaign, IL

Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). Sports Economics: Theory, Evidence and Policy. Routledge.

Drucker, F. (2001). Το Μάνατζμεντ στην Πράξη, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα

Ferrand, A., & Pages, M. (1996). Image Sponsoring: A Methodology to Match Event and Sponsor. *Journal of Sport Management*, 10(3), 278-291.

Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research, *Sport Management Review*, 1(1), 45-76

GSIC, Digital transformation of sport entities by 2025, June 2019

Heinemann, K. (1999). Sport clubs in various European countries. Schattauer Verlag

Mull, F., Bayless, K., Ross, C., & Jamieson, L. (1997). Recreational Sport Management, Human Kinetics, Champaign, IL

Segaert, B., Theeboom, M., Timmerman, C., & Vanreusel, B. (2012). Sports governance, development and corporate responsibility. Routledge.

Slack, T., & Parent, M. (2006). Understanding sport organizations: The application of organization theory. Human Kinetics, Champaign, IL

Waicukauski, R. (1982). Law & Amateur Sports. Indiana University Press.

Watt, D. (2004). Sports Management and Administration, Routledge, Taylor and Francis Group, London and New York

Διαδικτυακοί Τόποι

Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025, Διαθέσιμο στο:
<https://digitalstrategy.gov.gr/sector/athlitisimos>

Γενική Γραμματεία Αθλητισμού, Διαθέσιμο στο: <https://gga.gov.gr/>

Ευρωβαρόμετρο, Eurobarometer on sport and physical activity, Special Eurobarometer 472, Publication March 2018

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: η Επιτροπή χαράσσει την πορεία για τη δημιουργία μιας ψηφιακά ενισχυμένης Ευρώπης έως το 2030, Μάρτιος 2021, Διαθέσιμο στο:
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_21_983

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ψηφιακός μετασχηματισμός: σημασία, οφέλη και πολιτική της ΕΕ, Διαθέσιμο στο:
<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20210414STO02010/psifiakos-metaschimatismos-simasia-ofeli-kai-politiki-tis-ee>

Deloitte, The future of sports broadcasting - Enhancing digital fan engagement, Διαθέσιμο στο:
<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/enhancing-digital-fan-engagement.html>

Deloitte, The stadium experience, Keeping sports fans engaged—and loyal, Διαθέσιμο στο:
<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/stadium-experience-fan-satisfaction-survey.html>

Directorate-General for Research and Innovation (European Commission), Horizon Europe, the EU research and innovation programme (2021-27). Published: 2021-03-10 Διαθέσιμο στο:
<https://op.europa.eu/en/web/eu-law-and-publications/publication-detail/-/publication/93de16a0-821d-11eb-9ac9-01aa75ed71a1>

Physical activity factsheets for the 28 European Union Member States of the WHO European Region (2018) https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0005/382334/28fs-physical-activity-euro-rep-eng.pdf

WHO guidelines on physical activity and sedentary behaviour. Geneva: World Health Organization; 2020. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO
<https://apps.who.int/iris/rest/bitstreams/1315866/retrieve>