

**Στρατηγικός σχεδιασμός ενός νέου Αθλητικού event (Oceanman open water swimming)
κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης στη Κύπρο**

Χατζηδαμιανού Γαβριέλα

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη
μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης Διπλώματος Μεταπτυχιακών
Σπουδών στην «Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος
Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου στην
κατεύθυνση «Μάνατζμεντ Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων»**

**Σπάρτη
(2022)**

Εγκεκριμένο από την Εξεταστική Επιτροπή:

Επιβλέπων: Κριεμάδης Αθανάσιος, Καθηγητής

2^ο Μέλος: Δουβής Ιωάννης, Καθηγητής

3^ο Μέλος: Βρόντου Ουρανία, Αναπλ. Καθηγήτρια

Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 18 (Λόγοι και διαδικασία διαγραφής από το ΠΜΣ) του Κανονισμού Λειτουργίας Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, δηλώνω υπεύθυνα ότι για τη συγγραφή της Μεταπτυχιακής Διπλωματικής μου Εργασίας (ΜΔΕ) δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από εφημερίδα ή περιοδικό, ιστοσελίδα κλπ.).

13 /02/2022

Η Δηλούσα
Χατζηδαμιανού Γαβριέλα

(Υπογραφή)

Copyright © Χατζηδαμιανού Γαβριέλα, 2022

Με επιφύλαξη κάθε δικαιώματος. All rights reserved.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τον συγγραφέα.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Χατζηδαμιανού Γαβριέλα: Στρατηγικός Σχεδιασμός ενός νέου αθλητικού event “Oceanman open water swimming” κολύμβηση ανοιχτής θαλάσσης στη Κύπρο

(Με την επίβλεψη του Αθανάσιου Κριεμάδη, Καθηγητής)

Το Ocean man είναι μια διοργάνωση κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης. Ξεκίνησε το 2015 και όπως αναφέρει χαρακτηριστικά και ο CEO αγώνα, σχεδιάστηκε από κολυμβητές για κολυμβητές. Διοργανώνεται ήδη σε 16 χώρες, με πάνω από 11.000 κολυμβητές από 56 διαφορετικά κράτη σε όλο τον κόσμο. Η διοργάνωση αφορά όλες τις ηλικιακές ομάδες ακόμα και παιδιά από 7-15 χρονών, με αποστάσεις 10χ λμ,5χλμ,500 μ για παιδιά και σκυταλοδρομία 3x500. Με γνώμονα τις ιδιαιτερότητες πραγματοποίησης του αγώνα, οι καιρικές συνθήκες στην Κύπρο, η φύση και το κλίμα, την καθιστούν ένα ιδανικό μέρος για να φιλοξενήσει ένα τέτοιο κολυμβητικό event. Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός μιας νέας καινοτόμα διοργάνωσης η οποία διοργανώνει αποκλειστικά αγώνες κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης. Η στρατηγική διαμόρφωση του αγώνα έχει σαν στόχο να προσελκύσει μεγάλο αριθμό από κολυμβητές, θεατές και επισκέπτες σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε επιμέρους κομμάτια θα αναλυθούν όσον αφορά το προφίλ της διοργάνωσης, ο στόχος-αποστολή της, το όραμα της σε αθλητικό αλλά και κοινωνικό επίπεδο, οι αρχές και οι αξίες της εταιρίας Ocean man σε παγκόσμιο επίπεδο, οι πολιτικές και τέλος οι στρατηγικοί στόχοι της. Σε μια εκ βαθέων ανάλυση θα εξετάσουμε το εξωτερικό περιβάλλον σε επίπεδο πολιτικής, νομικών πλαισίων που διέπουν τέτοιας φύσης διοργάνωση, σε κοινωνικό επίπεδο η κουλτούρα και η προσφορά της σε αυτήν, τα τεχνολογικά μέσα όπου στρατολογήθηκαν και τέλος ο ανταγωνισμός από παρόμοιες αθλητικές διοργανώσεις και πώς αναδιαμόρφωσε το ευρύτερο πλαίσιο του ερασιτεχνικού αθλητισμού στην Κύπρο. Αντίστοιχα αναλύοντας το εσωτερικό περιβάλλον θα εξετάσουμε την διοργάνωση σε επίπεδα ηγεσίας, διαμόρφωσης ρόλων και κατανομής διαδικασιών εντός της εταιρίας. Τοπογραφικά θα παρουσιάσουμε το πλάνο στο οποίο στηρίχτηκε η απόφαση για την διεξαγωγή το Oceanman Cyprus 2019, να γίνει στην παραλία της Λεμεσού. Θα παρουσιάσουμε αναλυτικά το στρατηγικό πλάνο της εταιρίας, τα ισχυρά σημεία του αγώνα αλλά και τις αδυναμίες που χρειάζονται βελτίωση στο μελλοντικό μας πλάνο.

Λέξεις κλειδιά: *Στρατηγικός σχεδιασμός, διοίκηση αθλητικών διοργανώσεων, αποδοτικότητα διαδικασιών*

ABSTRACT

Gabriela Chatzidamianou: Strategic Planning of a new sports event “Oceanman open water swimming” in Cyprus.

(With the supervision of Athanasios Kriemadis, Professor)

Ocean man is an offshore swimming event. It started in 2015 and according to the CEO it was designed by swimmers for swimmers. It's already taken hold in 16 countries with over 11.000 swimmers from 56 different countries around the world. The event concerns all ages in groups, even children from 7-15 years old with distances of 10km, 5km, 500m for children and 3x500 relay. The weather conditions the nature and climate make the place ideal to host such a swimming event. The purpose of this dissertation is the strategic planning of a new innovative event which organizes exclusively offshore swimming competitions. The strategic design of the competition aims to attract many swimmers, spectators, and visitors worldwide. In separate parts will be analyzed regarding the profile of the event, the goal-mission, vision in sports and social level, the principles, and values of Oceanman in the world, policies and finally the strategic goals. In an in-depth analysis we will look at the external environment the level of politics, legal frameworks covering, in a social level the culture, the technology where it was recruited and finally the competition from similar sports organizations and how it reshaped the wider context of amateur sports in Cyprus. Analyzing the internal environment we will examine the organization at levels of leadership, formation role and the distribution of processes within the company. Topographically we will present the plan on which the decision for the Oceanman Cyprus 2019 was based to be made on the beach of Limassol. We will present in detail the strategic plan of the company, the difficulties and the weaknesses that need to improve in our future plan.

Keywords: *Strategic planning, Event management, Process efficiency*

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

*Θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του τμήματος **Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού** και συγκεκριμένα τον κύριο Θάνο Κριεμάδη, επιβλέποντα καθηγητή μου για τις γνώσεις που αποκόμισα καθ' όλη την διάρκεια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος, τη μεταδοτικότητα του και πάνω απ' όλα τη φιλοσοφία του.*

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την κυρία Άννα Κουρτεσοπούλου που με την καθοδήγηση, την γνώση και τις συμβουλές της συντέλεσε στην ολοκλήρωση της εργασίας αυτής.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|--|------|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ..... | IV |
| ABSTRACT..... | V |
| ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ..... | VII |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ..... | VIII |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ..... | IX |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 1 |
| Θεωρητικό Υπόβαθρο..... | 2 |
| Διαμόρφωση στρατηγικής..... | 3 |
| Διατύπωση προβλήματος..... | 4 |
| Σκοπός της έρευνας..... | 5 |
| Λειτουργικοί Ορισμοί..... | 5 |
| Προϋποθέσεις και περιορισμοί..... | 5 |
| ΜΕΘΟΔΟΣ..... | 7 |
| Διαδικασία συλλογής δεδομένων..... | 7 |
| Δεοντολογικά ζητήματα..... | 7 |
| ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ..... | 9 |
| Δομή επιχειρηματικού σχεδίου..... | 10 |
| Περίληψη επιχειρηματικού σχεδίου..... | 11 |
| Περιγραφή της Επιχείρησης..... | 11 |
| Προσφερόμενες υπηρεσίες..... | 12 |
| Εξωτερική ανάλυση..... | 14 |
| Ανάλυση περιβάλλοντος..... | 15 |
| Ανάλυση SWOT..... | 16 |
| Στρατηγική Μάρκετινγκ..... | 17 |
| Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού..... | 21 |
| Διαχείριση λειτουργιών..... | 22 |
| Οικονομική Διαχείριση..... | 22 |
| Παραρτήματα Επιχειρηματικού σχεδίου..... | 25 |
| ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ..... | 28 |
| ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ..... | 28 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 31 |

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

| | |
|---|----|
| Πίνακας 1. Κατηγορίες και θέσεις πρόκρισης ανα ηλικιακή κατηγορία | 13 |
| Πίνακας 2. Χρονομέτρηση και οι ηλικιακές κατηγορίες βραβεύσεων..... | 14 |
| Πίνακας 3. Ανάλυση SWOT..... | 16 |
| Πίνακας 4. Τιμολόγηση υπηρεσιών..... | 19 |
| Πίνακας 5. Ανάλυση εξόδων του Oceanman 2019..... | 24 |

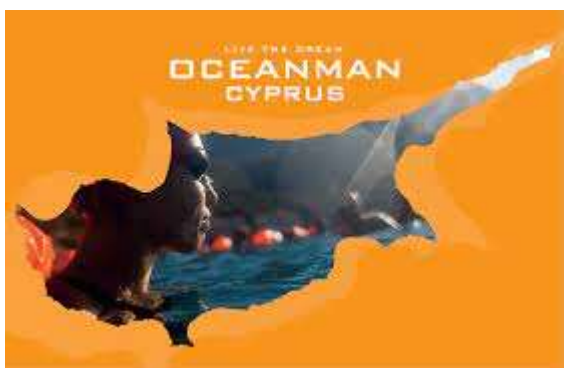
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

| | |
|--|----|
| Εικόνα 1. Λογότυπο διοργάνωσης Oceanman open water swimming..... | 1 |
| Εικόνα 2. Διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού..... | 2 |
| Εικόνα 3. Χώρες συμμετοχής στην διοργάνωση..... | 3 |
| Εικόνα 4. Πρόταση χορηγίας διοργάνωσης..... | 20 |
| Εικόνα 5. Πρόταση χορηγίας με έμφαση στο awareness..... | 20 |
| Εικόνα 6. Εκτίμηση συμμετοχών 2-ετίας..... | 20 |

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σχεδιασμός ενός νέου event στην Κύπρο, αποτελεί ένα νέο θεσμό ο οποίος έχει σκοπό την αναβάθμιση και ανάπτυξη του τόπου τόσο τουριστικά όσο κοινωνικά και αθλητικά. Αποτελεί ένα σημαντικό κίνητρο και κατέχει εξέχουσα θέση στα σχέδια ανάπτυξης και μάρκετινγκ των περισσότερων προορισμών. Ο ρόλος μιας νέας προγραμματισμένης εκδήλωσης έχει μεγάλη σημασία για την ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Το Oceanman open water swimming μετά από την εμφάνιση του σε 12 διαφορετικές χώρες, το 2019 με επιτυχία έφτασε και στην Κύπρο. Η διαδικασία του στρατηγικού σχεδιασμού θα μας βοηθήσει στις κατευθύνσεις της νέας αυτής διοργάνωσης για την Κύπρο και για μελλοντικές δράσεις.

Κάνοντας μια αναφορά σε κάποιους ορισμούς που έχουν δοθεί τα τελευταία χρόνια θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε καλύτερα τον στρατηγικό σχεδιασμό. Οι Rowel and Sherman (2001) όρισαν τον στρατηγικό σχεδιασμό ως μια επίσημη διαδικασία που έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει έναν οργανισμό να προσδιορίσει και να διατηρήσει τη βέλτιστη ευθυγράμμιση μεταξύ των σημαντικών περιβαλλοντικών στοιχείων. Αντίστοιχα , οι Alison and Kaye (2005) όρισαν τον στρατηγικό σχεδιασμό ως μια συστηματική διαδικασία μέσω της οποίας ένας οργανισμός συμφωνεί και δημιουργεί μια δέσμευση μεταξύ ενδιαφερόμενων παραγόντων και των προτεραιοτήτων που είναι απαραίτητες για την αποστολή του. Οι ερευνητές Bryson (2011) και Immordino, Gigliotti, Ruben και Tromp (2016) έρχονται να προσθέσουν ότι ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι η συνειδητή, πειθαρχημένη προσπάθεια να υλοποιηθούν οι θεμελιώδεις αποφάσεις και δράσεις που θα διαμορφώσουν ένα οργανισμό και θα τον καθοδηγήσουν σχετικά με το τι είναι, τι κάνει και γιατί το κάνει.



Εικόνα 1. Λογότυπο διοργάνωσης Oceanman open water swimming

Ο σχεδιασμός ενός νέου event στην Κύπρο, αποτελεί ένα νέο θεσμό ο οποίος έχει σκοπό την αναβάθμιση και ανάπτυξη του τόπου τόσο τουριστικά όσο κοινωνικά και αθλητικά. Εξετάζει την διαδικασία καθώς και ορισμένα πρακτικά ζητήματα που σχετίζονται με το στρατηγικό σχεδιασμό.



Εικόνα 2. Διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού

Θεωρητικό Υπόβαθρο

Θα ερευνηθεί και θα αναλυθεί η διοργάνωση σε αθλητικό, κοινωνικό και πολιτιστικό επίπεδο. Με βάση την πολυποικιλότητα των συμμετοχών σε επίπεδο επιδόσεων και το γεφύρωμα του χάσματος μεταξύ των επαγγελματιών αθλητών και του μαζικού αθλητισμού ο αγώνας κολύμβησης ανοικτής θάλασσας στη Κύπρο έδειξε να προσελκύει κόσμο από πολλές χώρες του εξωτερικού. Το oceanman καταφέρνει να συγκεντρώσει πλήθος αθλητών συνδυάζοντας τον τουρισμό, τη φύση και τον αθλητισμό. Ο αγώνας πραγματοποιήθηκε σε 3 αποστάσεις. Το Oceanman προσφέρει σε αθλητές και ερασιτέχνες την ευκαιρία για την επίτευξη των προσωπικών τους στόχων σε μια μοναδική τοποθεσία και ένα περιβάλλον όπου οι συνθήκες ευνοούν τέτοιου είδους αθλήματα.

Οι συμμετέχοντες το 2019 στο σύνολο ήταν 267 από 15 διαφορετικές χώρες και το 2021 στο σύνολο ήταν 358 από 25 διαφορετικές χώρες. Ο αγώνας διοργανώθηκε έχοντας σαν στόχο να είναι ο ημιτελικός αγώνας που θα δώσει την ευκαιρία στους 10 πρώτους αθλητές ανά κατηγορία το εισιτήριο για το τελικό. Τον Δεκέμβριο και πριν το τέλος της χρονιάς πραγματοποιείται ο τελικός του Oceanman. Περνώντας σε μία νέα αθλητική εποχή καλούμενοι να αναπτύξουμε νέα οργανωτικά πρότυπα, καινοτόμα και λειτουργικά σε επίπεδο ασφάλειας, απόδοσης για την εταιρία αναπτύσσοντας ταυτόχρονα και τις αντίστοιχες προσαρμογές σε επίπεδο μάρκετινγκ, το 2022 περιμένουμε μεγαλύτερη αύξηση συμμετεχόντων και να προσελκύσει κόσμο από περισσότερες χώρες.



Greece **214** | Russia **153** | Ukraine **90** | Malaysia **9** | Spain **7** | United Kingdom **10** | Romania **6**
China **1** | Kazakhstan **6** | France **5** | Azerbaijan **5** | Turkey **5** | Germany **4** | Qatar **3** | Australia **2**
Singapore **2** | Uzbekistan **3** | Canada **2** | Bulgaria **2** | Morocco **2** | Egypt **2** | México **1** | Poland **1**
Lebano **1** | Cyprus **1** | Brazil **1** | Italia **1** | Switzerland **1**



Εικόνα 3. Χώρες συμμετοχής στην διοργάνωση

Διαμόρφωση στρατηγικής

Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού το οποίο χρησιμοποιείται για την εξέταση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας

επιχείρησης. Το εργαλείο αυτό χρησιμοποιείται συνήθως όταν πρέπει να ληφθεί μια απόφαση σε σχέση με τους στόχους που έχουν τεθεί για την επίτευξη τους. Πιο συγκεκριμένα γίνεται ανάλυση των εξής χαρακτηριστικών. Εξέταση των δυνατοτήτων και αδυναμιών του οργανισμού καθώς και έρευνα του εξωτερικού περιβάλλοντος για αξιολόγηση των ευκαιριών καθώς και των απειλών που παρουσιάζονται για τον οργανισμό. Πιο αναλυτικά, τα αδύνατα και δυνατά σημεία αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης καθώς προκύπτουν από τους εσωτερικούς πόρους που αυτή κατέχει(για παράδειγμα οι ικανότητες του προσωπικού και στελεχών, οι ιδιότητες και χαρακτηριστικά της επιχείρησης, η τεχνογνωσία, η χρηματοοικονομική υγεία και η ικανότητα να ανταποκριθεί σε νέες επενδύσεις (Phillips & Moutinho, 2000).

Αντιθέτως οι ευκαιρίες και οι απειλές αντανakλούν παράγοντες που σχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλοντος οργανισμού και τους οποίους θα πρέπει να εντοπίσει, να προσαρμοστεί σε αυτή ή ακόμα και να τις προσαρμόσει σε αυτή ή ακόμα και να τις προσαρμόσει όπου κάτι τέτοιο είναι εφικτό. Για παράδειγμα η είσοδος νέων ανταγωνιστών, οι ρυθμίσεις στο νομικό περιβάλλον, η δημιουργία ή/και εμφάνιση νέων αγορών. Γενικότερα σας εργαλείο η ανάλυση SWOT δεν αποτελεί πλήρης μελέτη ενός υπό εξέταση θέματος αλλά, ένα χρήσιμο και συμπληρωματικό εργαλείο που βοηθά συχνά στην προκαταρκτική εξέταση και την εξαγωγή βασικών συμπερασμάτων. Ο Ζιγκιρίδης (2008) αναφέρει ότι είναι απαραίτητο οι ιθύνοντες να κάνουν σωστή χρήση αυτού του εργαλείου και να κατανοήσουν σε βάθος τον τρόπο με τον οποίο ορισμένοι παράγοντες επηρεάζουν το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον.

Διατύπωση προβλήματος

Παραθέτοντας υλικό και βιβλιογραφία το οποίο αντλήθηκε από την συμμετοχή στην οργανωτική επιτροπή και την ανάλυση όλων των παραμέτρων θα δώσουμε όσο το δυνατό μεγαλύτερο εύρος στις πληροφορίες σχετικά με την οργάνωση, την προώθηση, την στελέχωση, την υλικοτεχνική και οικονομική διαχείριση καθώς και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για την επίτευξη συνεργασιών και αντίστοιχων χορηγιών. Στόχος είναι να διοργανώσουμε έναν Διεθνή αγώνα ανοιχτής θάλασσας στην Κύπρο, που θα συγκεντρώσει πολλούς συμμετέχοντες θεατές και επισκέπτες από την Κύπρο και το εξωτερικό.

Το όραμα μας είναι να προωθήσουμε τον τουρισμό και να δείξουμε τη σημαντικότητα του σαν αθλητικός τουριστικός προορισμός. Ένα όραμα πραγματικά κοινό το οποίο ανήκει σε όλους. Βασιζόμαστε στο τρίπτυχο φιλοξενίας, αναψυχής και πολιτισμός.

Υπάρχουν επί του παρόντος 20 αγώνες OCEANMAN σε διαφορετικές ηπείρους και άλλοι τρείς αγώνες σε προετοιμασία. Η εκδήλωση απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα σε κολυμβητές, από αρχάριους έως και προχωρημένους επαγγελματίες. Ο πρώτος αγώνας OCEANMAN πραγματοποιήθηκε το 2016 σε πέντε αγώνες σε δύο ηπείρους. Το OCEANMAN υποστηρίζει τον αθλητισμό, τον ανταγωνισμό και τον τουρισμό. Η φύση αγκαλιάζει τους αθλητές δημιουργώντας τις ιδανικές συνθήκες για έναν αγώνα ανοικτής θάλασσας.

Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της έρευνας μας είναι, να αναλυθεί ο στρατηγικός σχεδιασμός μιας παγκόσμιας διοργάνωσης όπως είναι το oceanman, σε επίπεδο αναγκών, σε επίπεδο τοποθέτησης (calendary), σε επίπεδο αποδοτικότητας για την διοργανώτρια εταιρία και σε επίπεδο franchise. Να αξιολογηθεί στο επίπεδο της αποδοτικότητας οι συνεργασίες με τους διάφορους χορηγούς, να εξεταστεί όλο το μίγμα μάρκετινγκ. Και τέλος να εξεταστούν και οι επιπτώσεις της πανδημίας σε ένα μαζικό event και να δοθούν επιλογές διατήρησης του ενδιαφέροντος και του franchise σε περιόδους παύσεις των δραστηριοτήτων.

Λειτουργικοί Ορισμοί

Για την καλύτερη λειτουργία και για λόγους ευκολίας οι αναφορές στην Ocean man Greece θα γίνονται με τον όρο «η εταιρία», αντίστοιχα οι αναφορές στην Way out θα γίνονται με τον όρο «διοργανώτρια αρχή», με τον όρο «τοποθεσία» θα αναφερόμαστε στην παραλία της Λεμεσού και με τον ορισμό «ξενοδοχειακή μονάδα» οι αναφορές στο Saint Raphael Resort.

Προϋποθέσεις και περιορισμοί

Λαμβάνοντας υπόψη τις πολύ σημαντικές προϋποθέσεις της συμμετοχής στην οργανωτική επιτροπή και την εξ ολοκλήρου ανάθεση των αδειοδοτήσεων καθώς και των πολιτικών δημοσίων σχέσεων μπορούμε να καθορίσουμε το εύρος των νομικών, χωροταξικών και πολιτικών ορίων πάνω στα οποία πραγματοποιήθηκε η διαδικασία αρχικά και στην συνέχεια η έρευνα μας.

Για λόγους ωστόσο GDPR καθώς και των συνθηκών που έχουν προκύψει λόγω της πανδημίας Covid-19 περιοριζόμαστε στη δια ζώσης ερευνητική διαδικασία καθώς και στο να έχουσαζαμε άντληση προσωπικών στοιχείων για λόγους στατιστικούς. Τα αριθμητικά

αποτελέσματα στα οποία θα αναφερθούμε θα είναι αποτέλεσμα των αναρτημένων Group και αποτελεσμάτων της επίσημης ιστοσελίδας του Ocean Man, της Ocean Man Greece, Ocean Man Cyprus και Way out Adventures καθώς και των αντίστοιχων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

ΜΕΘΟΔΟΣ

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η συγκεκριμένη έρευνα αποσκοπούσε στην ανάλυση του στρατηγικού σχεδιασμού μιας αθλητικής διοργάνωσης παγκόσμιας εμβέλειας, διαφαίνεται και ο ποιοτικός χαρακτήρας. Πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε διοικητικά μέλη της διοργάνωσης που διερευνούσαν το επίπεδο αναγκών, τοποθέτησης (calendary), αλλά και το αντιλαμβανόμενο επίπεδο αποδοτικότητας τόσο για την διοργανώτρια εταιρία όσο και σε επίπεδο franchise. Επίσης, προκειμένου να αξιολογηθεί στο επίπεδο της αποδοτικότητας της διοργάνωσης κρίθηκε απαραίτητο να συγκεντρωθούν πληροφορίες από δευτερογενείς πηγές εταιρικού περιεχομένου που αφορούσαν τις συνεργασίες με τους διάφορους χορηγούς καθώς και το μίγμα μάρκετινγκ. Τέλος, οι ημι-δομημένες ερωτήσεις των συνεντεύξεων περιελάμβαναν και μια ξεχωριστή θεματική ομάδα που αποσκοπούσε στην άντληση πληροφοριών σχετικά με τις επιπτώσεις της πανδημίας σε ένα μαζικό event καθώς επίσης και των διαθέσιμων επιλογών και στρατηγικών προσεγγίσεων αναφορικά με τη διατήρηση του ενδιαφέροντος των αθλητών συμμετεχόντων αλλά και των franchise σε περιόδους παύσεις των δραστηριοτήτων.

Στην σύνθεση των επιμέρους ερωτήσεων συνέντευξης, χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία που αναφέρουν στην εργασία τους οι ερευνητές Miller και Cardinal (1994) σε επίπεδο άντλησης των σημαντικότερων παραγόντων στρατηγικού σχεδιασμού.

Διαδικασία συλλογής δεδομένων

Η διαδικασία συλλογής δεδομένων και τα μέσα σε μια τέτοια αθλητική διοργάνωση ποικίλουν, καθώς η δομή του ocean man είναι τέτοια όπου υπάρχουν αρκετά δεδομένα από συνεργαζόμενες εταιρίες, χορηγούς, εθελοντικές δράσεις, πολιτικούς και κοινωνικούς φορείς του τόπου διεξαγωγής καθώς επίσης και από την μεγάλη γκάμα αθλητών και ψυχοδυναμικού της διοργάνωσης. Επομένως οι συνεντεύξεις κρίθηκαν ως η καταλληλότερη μέθοδος άντλησης πληροφοριών αλλά και η μελέτη δευτερογενών εταιρικής φύσεως πηγών.

Δεοντολογικά ζητήματα

Δεοντολογικά ζητήματα προκύπτουν από δύο κυρίως θέματα στην συγκεκριμένη έρευνα. Το ένα αφορά εταιρικά συμφωνητικά με κρατικούς και τοπικούς δημοτικούς φορείς τα οποία δεν μπορούν να κοινοποιηθούν. Κυρίως γίνεται αναφορά σε επιμέρους σημεία του καταστατικού λειτουργίας της εταιρίας με ομοσπονδίες και αρμόδια υπηρεσία. Εξίσου

σημαντικό είναι το νομοθετικό περιεχόμενο που αφορά το GDPR. Πιο συγκεκριμένα, στην συγκεκριμένη μελέτη η νομοθεσία προστασίας προσωπικών δεδομένων θέτει περιορισμούς στην χρήση των στοιχείων αγωνιζομένων, εθελοντών και συμμετεχόντων ασφαλείας και οργάνωσης καθώς και κάθε φυσικού νομικού προσώπου που συμμετείχε σε οποιαδήποτε διαδικασία κατά την οργάνωση και διεκπεραίωση του event.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Η μελέτη του σχεδιασμού αποτελεί σημαντικό κομμάτι στην έρευνα μας καθώς οι δραστηριότητες έχουν ανθίσει τα τελευταία χρόνια. Ξεφυλλίζοντας περιοδικά βιβλία αλλά και διαδικτυακά αποδεικνύεται ότι η βιβλιογραφία αναφορικά με το σχεδιασμό και τη στρατηγική που μπορεί να ακολουθήσει ένας οργανισμός ή εταιρίες μπορούν να προσφέρουν μια πλειάδα από επιστημονικά συγγράμματα, εγχειρίδια και πρακτικές. Σε αυτό το σημείο, βιβλιογραφία σχετικά με τους λόγους για τους οποίους οι οργανισμοί αναπτύσσουν στρατηγικά σχέδια, ο αντίκτυπος των στρατηγικών σχεδίων στην οργανωτική απόδοση και ορισμένες συνέπειες που σχετίζονται με τον στρατηγικό σχεδιασμό εξετάζονται. Σύμφωνα με τον Porter (1997, p.17) « Η στρατηγική είναι να ξεχωρίσεις από τον ανταγωνισμό» Αυτό βασίζεται στο γεγονός ότι έχει μοναδικό όραμα για τον οργανισμό που τον ξεχωρίζει από άλλους οργανισμούς σε μια ανταγωνιστική αγοράς.

Το Ocean man είναι ένας αγώνας κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης μεσαίων και μεγάλων αποστάσεων. Το μεγαλύτερο μέρος των συμμετοχών αποτελούν ερασιτέχνες αθλητές οι οποίοι ταξιδεύοντας ακολουθούν συνήθως το Calendar του Ocean man στις χώρες τις οποίες διοργανώνεται. Κάθε χρόνο πραγματοποιείται ο τελικός ο οποίος στο σύνολο των συμμετοχών στελεγχώνεται από συγκεκριμένες προκρίσεις που διεκδικούν οι αθλητές εντός του αγωνιστικού έτους από το σύνολο των αγώνων στις διάφορες χώρες διεξαγωγής. Στην Ελλάδα το πρώτο Ocean man πραγματοποιήθηκε στην Μάνη και πιο συγκεκριμένα στο Οίτυλο στον κόλπο το Λιμενίου το καλοκαίρι του 2017. Η αρχική διοργάνωση είχε αρκετά μεγάλη επιτυχία σε επίπεδο συμμετοχών παρόλη την απόσταση της τοποθεσίας από αεροδρόμια και πρόσβαση μαζικών μεταφορικών μέσων. Τα αγωνίσματα της πρώτης χρονιάς ήταν τα 7km, 5km και 2,5km χωρισμένα σε ηλικιακά Group. Μετά την επιτυχημένη πρώτη χρονιά στην συνέχεια προστέθηκαν αποστάσεις Relay και παιδικοί αγώνες.

Εκείνη την χρονιά γεννήθηκε το όνειρο του ταξιδιού της διοργάνωσης στην Κύπρο. Η ιδέα ήταν αρκετά καινοτόμα καθώς δεν υπήρχε ιστορικό προηγούμενο παρόμοιας διοργάνωσης στο επίπεδο του ερασιτεχνικού μαζικού αθλητισμού. Η Κύπρος έχει πλούσια παράδοση κολυμβητικών διοργανώσεων και αγώνων υγρού στίβου γενικότερα. Παρόλα αυτά το Ocean man Cyprus καλέστηκε να καλύψει το χάσμα της αθλητικής διοργάνωσης υπό την αιγίδα έναν ιδιωτικού φορέα και των κρατικών αθλητικών και Ολυμπιακών ομοσπονδιών. Στην έρευνα μας αναλύεται όλη η πορεία για την επιλογή της τελικής τοποθεσίας στην Λεμεσό, η διαμόρφωση της τελικής δομής του αγώνα καθώς στόχος της είναι να

εναρμονίζεται σε κάθε μέρος με τα τοπογραφικά χαρακτηριστικά, κοινωνικά και πολιτιστικά στοιχεία.

Στη Λεμεσό το Ocean man Cyprus φιλοξενήθηκε από μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα. Η ιδιαίτερα ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία στη Λεμεσό θεωρήθηκε η καλύτερη βάση σε επίπεδο ασφαλείας και γενικότερων παροχών και υποδομών που εξυπηρέτησαν τους αθλητές και την ίδια διοργάνωση. Θα παρακολουθήσουμε την εναρμόνιση της διοργάνωσης με την τοπική νομοθεσία, ήθη και έθιμα. Θα δούμε πώς οι τοπικές επιχειρήσεις και θεσμοί συνεργάστηκαν έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί το πρώτο στην ιστορία Ocean man Cyprus.

Στο τέλος θα δούμε τα αποτελέσματα και τους μελλοντικούς στόχους του Ocean Man που αφορούν την Ελλάδα και την Κύπρο, την οργάνωση προπονητικών Camp την ανατροφοδότηση των μέσων προώθησης, την οικονομική ευρωστία του αγώνα, την κοινωνική αλλά και αθλητική αποδοχή από τους Κυπριακούς οργανισμούς και ομοσπονδίες. Οι περισσότερες από τις πληροφορίες και τα ερευνητικά στοιχεία έχουν αντληθεί και συλλεχτεί από την συμμετοχή στην οργανωτική επιτροπή του αγώνα για το 2019. Η έρευνα μας εμπεριέχει στοιχεία από την εταιρία που φέρει την ευθύνη διεκπεραίωσης του αγώνα. Η ανάθεση της οποίας γίνεται από την Ocean man με την παραχώρηση των δικαιωμάτων υπό συγκεκριμένους όρους και προϋποθέσεις.

Δομή επιχειρηματικού σχεδίου

Το Oceanman είναι μια διοργάνωση κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης. Η ιδέα ξεκίνησε όταν αθλητές κολυμβητές από το εξωτερικό ήθελαν να κολυμπήσουν σε ένα φυσικό χώρο όπως, λίμνες ποτάμια και στην ανοιχτή θάλασσα δοκιμάζοντας τις δυσκολίες που μπορεί να επιφέρει ένας φυσικός αντίπαλος αλλάζοντας τα στερεότυπα της κλειστής πισίνας. Στην Ελλάδα το Oceanman πραγματοποιείται σε πολλά νησιά με συμμετέχοντες από όλο τον κόσμο και πλέον φανατικούς και λάτρεις του συγκεκριμένου event. Στη προκειμένη περίπτωση το Oceanman γίνεται το μοναδικό event ανοιχτής θαλάσσης στην Κύπρο όπου οι καιρικές συνθήκες και το κλίμα που επικρατεί είναι το ιδανικό για μια τέτοια διοργάνωση. Ο πρώτος αγώνας που διοργανώθηκε το 2019 έγινε σε συνεργασία με την εταιρία Sports traveler 76 Ltd και Wayout Adventures. Οι συμμετέχοντες προβλέπονταν πέραν των 1000 αθλητών από το εξωτερικό με διαμονή τουλάχιστον 4 ημερών. Καταγράφονται περιληπτικά η σειρά και η αρίθμηση των θεμάτων που θα αναλυθούν στο επιχειρηματικό σχέδιο.

- ✓ Περιεχόμενα
- ✓ Εσωτερική ανάλυση

- ✓ Εξωτερική ανάλυση
- ✓ Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής
- ✓ Οικονομικό πλάνο
- ✓ Βιβλιογραφία

Περίληψη επιχειρηματικού σχεδίου

Το συγκεκριμένο Επιχειρηματικό Σχέδιο έχει στόχο να δώσει μια πιο ξεκάθαρη εικόνα για την διοργάνωση μας με την επωνυμία Oceanman Cyprus, μια εταιρεία τριών συνεταιίρων με έδρα την πόλη της Λεμεσού και δράση στην ευρύτερη περιοχή της Κύπρου. Στα επόμενα κεφάλαια του Επιχειρηματικού Σχεδίου θα αναφερθούμε στα εσωτερικά στοιχεία της επιχείρησης, στις συνθήκες της αγοράς, στους ανταγωνιστές της, στις στρατηγικές Marketing που θα εφαρμοστούν καθώς και σε πολλά άλλα στοιχεία που θα δώσουν στον αναγνώστη μια σαφή εικόνα του οράματος μας για την συγκεκριμένη διοργάνωση. Η Oceanaman Cyprus στοχεύει στην παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στον τομέα της κολύμβησης σε ανοιχτή θάλασσα. Η διοργάνωση μας συνεπώς προσπαθεί να ενσωματώσει στο κοινό της όλες τις ηλικιακές κατηγορίες. Η Oceanaman Cyprus δεν ιδρύεται με μοναδικό στόχο την κερδοφορία αλλά παράλληλα αποσκοπεί και στην προσφορά κοινωνικού, τουριστικού και αθλητικού έργου. Στη συνέχεια του επιχειρηματικού πλάνου θα αναλυθούν τα δυνατά σημεία αλλά και οι αδυναμίες της εταιρείας καθώς και οι ευνοϊκές συνθήκες που πλαισιώνουν την εταιρεία αλλά και οι απειλές που αυτή ενδέχεται να δεχτεί. Όλα αυτά τα στοιχεία θα απεικονιστούν σε έναν εύληπτο πίνακα ανάλυσης SWOT. Από ένα επιχειρηματικό πλάνο, σχεδιασμένο κατά το ευρέως αποδεκτό πρότυπο, δεν θα μπορούσε να λείπει η οικονομική ανάλυση της εταιρείας. Αναλύοντας κανείς τα οικονομικά αυτά μεγέθη είναι σε θέση να εξάγει ασφαλή συμπεράσματα αναφορικά με την κατάσταση της εταιρείας καθώς και να προβεί σε προβλέψεις για την μελλοντική εξέλιξή της.

Περιγραφή της Επιχείρησης

Το Oceanman είναι μια σύγχρονη και καινοτόμα διοργάνωση ανοικτής θαλάσσης για όλες τις ηλικίες. Η δυνατότητα συμμετοχής όλων των ηλικιακών κατηγοριών προσδίδει στην διοργάνωση ένα κοινωνικό χαρακτήρα. Είναι μια εταιρία περιορισμένης ευθύνης της οποίας οι ιδρυτές και μέτοχοι, μαζί με τα αντίστοιχα ποσοστά συμμετοχής στα μερίσματα είναι:

1. Λινάρδος Αρμάνδος, Sport and event manager
2. Ζίκουλη Έφη, C.O Sports traveller76 Ltd

3.Γιαννης Κοτιλεας wayout adventure.gr

4.Χατζηδαμιανού Γαβριέλα OLY, Sport &event manager

Οι τέσσερις διαχειριστές όσων αφορά το event στη Κύπρο λαμβάνουν ομόφωνα αποφάσεις για το μέλλον της επένδυσης τους. Και οι τέσσερις προέρχονται από τον αθλητικό χώρο, γεγονός που τους καθιστά ικανούς να παρέχουν και οι ίδιοι τις υπηρεσίες τους. Επιπλέον η διοργάνωση απασχολεί εθελοντικά άτομα οι οποίοι έχουν την ιδιότητα να παρέχουν στήριξη και εμπύχωση στους αθλούμενους καθ' όλη την διάρκεια της διοργάνωσης.

Η εταιρία θα παρέχει υπηρεσίες που θα περιλαμβάνουν την διαμονή των αθλητών όσο και για τους συνοδούς τους και μετακίνηση από και προς τον χώρο διοργάνωσης.Για την συγκεκριμένη διοργάνωση οι εταίροι θα συμβάλλουν για την συγκέντρωση ενός συνολικού κεφαλαίου 20,000ευρω από χορηγίες και από κονδύλι του Κυπριακού Οργανισμού Αθλητισμού στηρίζοντας νέες διοργανώσεις στη Κύπρο. Οι χρηματικοί πόροι θα καλύψουν τα έξοδα εκκίνησης της εταιρίας, όσον αφορά: τα σκάφη ασφαλείας, ναυαγосώστες, ασθενοφόρα/γιατρό, κόστος διαφήμισης, αυτοκίνητο μεταφοράς, την αγορά αναλώσιμων ,τα έξοδα κίνησης (βενζίνη). Η έδρα της επιχείρησης είναι στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στην Αθήνα. Το Oceanman έχει σκοπό να διοργανώνεται μια φορά τον χρόνο στη Κύπρο για ένα τριήμερο. Το όνομα της εταιρίας έχει προέλθει από franchise της Ισπανικής εταιρίας και έχει σαν στόχο να προσελκύσει ακόμα περισσότερο κόσμο βασιζόμενοι στην ομορφιά των νησιών και της φυσικής ομορφιάς της Ελλάδας και Κύπρου.

Προσφερόμενες υπηρεσίες

Η διοργάνωση περιλαμβάνει αποστάσεις :

1. OCEANMAN 10Km
2. HALF OCEANMAN 5Km
3. POPULAR 2Km
4. OCEANTEAM 3X500m
5. OCEANKID 500m for kids 7-15 years old

Η παροχή υπηρεσίας αρχίζει με την εγγραφή των αθλητών και την επιλογή του αγωνίσματος που θα συμμετέχουν. Η συμμετοχή κοστίζει 65ευρο/το άτομο και είναι ο μέσος όρος της συνδρομής. Με την παρουσία τους παραλαμβάνουν στο χώρο διοργάνωσης

ανάλογα την κατηγορία και το αντίστοιχο αναμνηστικό δώρο μαζί με ένα τσιπ που θα καθορίσει το χρόνο από την αρχή μέχρι την λήξη του αγώνα. Ατομικό σωσίβιο και σκουφάκι όπου αναγράφετε ο αριθμός συμμετοχής του κάθε αθλούμενου. Δώρα από χορηγούς,το πρόγραμμα της διοργάνωσης αναλυτικά καθώς και χάρτη με οδηγίες για να επισκεφτούν τα αξιοθέατα του τόπου.

Η έναρξη του αγώνα γίνεται στην παραλία και ο τερματισμός θα σηματοδοτείτε από ένα φουσκωτό πάνω καθώς όλοι οι αθλούμενοι μετά τον τερματισμό θα παραλαμβάνουν μετάλλιο για τη συμμετοχή τους, φρούτο και ηλεκτρολύτες. Από κάθε διοργάνωση οι 10 πρώτοι νικητές από κάθε ηλικιακή κατηγορία παίρνουν το εισιτήριο για τον τελικό που θα γίνει στο Μεξικό τον Νοέμβριου του 2019 (Πίνακας 1). Στον αγώνα θα υπάρχει επίσημη χρονομέτρηση και οι συγκεκριμένες κατηγορίες βραβεύσεων όπως φαίνονται και στον Πίνακα 2. Επίσης, θα υπάρξει και παιδικός αγώνας για τους μικρούς φίλους της θάλασσας.

Πίνακας 1. Κατηγορίες και θέσεις πρόκρισης ανα ηλικιακή κατηγορία

| CATEGORIES | PLACES |
|------------------|-----------|
| Elite | 10 places |
| Junior (16-19) | 10 places |
| Master 20 – 29 | 10 places |
| Master 30 – 39 | 10 places |
| Master 40 – 49 | 10 places |
| Master 50 – 59 | 10 places |
| Master + 60 | 10 places |
| Inspiration | 10 places |

Πίνακας 2. Χρονομέτρηση και οι ηλικιακές κατηγορίες βραβεύσεων

1.- OCEANMAN

| OCEANMAN (MALE - FEMALE) | |
|--------------------------|---|
| Category | Age Range |
| Elite | High performing swimmers above 16 years of age |
| Junior | Amateur swimmers from 16 to 19 years of age |
| Master 20 – 29 | Amateur swimmers from 20 to 29 years of age |
| Master 30 – 39 | Amateur swimmers from 30 to 39 years of age |
| Master 40 – 49 | Amateur swimmers from 40 to 49 years of age |
| Master 50 – 59 | Amateur swimmers from 50 to 59 years of age |
| Master +60 | Amateur swimmers from 60 years of age |
| Inspiration | Amateur swimmers with a degree of disability greater than 33% |

2.- HALF OCEANMAN

| HALF OCEANMAN (MALE - FEMALE) | |
|-------------------------------|---|
| Category | Age Range |
| Elite | High performing swimmers above 14 years of age |
| Junior | Amateur swimmers from 14 to 19 years of age |
| Master 20 – 29 | Amateur swimmers from 20 to 29 years of age |
| Master 30 – 39 | Amateur swimmers from 30 to 39 years of age |
| Master 40 – 49 | Amateur swimmers from 40 to 49 years of age |
| Master 50 – 59 | Amateur swimmers from 50 to 59 years of age |
| Master +60 | Amateur swimmers from 60 years of age |
| Inspiration | Amateur swimmers with a degree of disability greater than 33% |

Επιλογή τοποθεσίας

Η επιλογή τοποθεσίας γίνεται κατόπιν έρευνας τόσο τουριστικά όσο και προσβασιμότητας από τον κόσμο. Η Λεμεσός για την πρώτη διεξαγωγή του event ήταν ικανοποιητική καθώς οι θάλασσες στη συγκεκριμένη περιοχή είναι ασφαλείς με κυματοθραύστες. Σημαντικό στοιχείο για την επιλογή της τοποθεσίας αποτέλεσε το είδος της τοπογραφίας της περιοχής καθώς εντοπίζονται πολλά τουριστικά ξενοδοχεία εστιατόρια και μαγαζιά με εύκολη συγκοινωνία και πρόσβαση στις υπηρεσίες υγείας της πόλης.

Εξωτερική ανάλυση

Ανάλυση καταναλωτή

Οι υπηρεσίες που παρέχει η διοργάνωση Oceanman απευθύνονται σε όλο το κοινό ανεξαρτήτου ηλικίας. Μια διοργάνωση όπως η Oceanman μπορεί να προσελκύσει μεγάλο πλήθος κόσμου. Σε επίπεδο στόχευσης τμηματοποίησης αναφέρονται οι εξής κατηγορίες (1) γυναίκες και Άντρες όλων των ηλικιών, (2) τριαθλητές, (3) λάτρεις των αθλημάτων, (4)

λάτρεις των αθλημάτων εξωτερικού χώρου, (5) τουρίστες και (6) κολυμβητές. Αντίστοιχα, με κριτήριο τις ηλικιακές ομάδες του αγώνα στον θαλάσσιο χώρο, ο αγώνας τμηματοποιείται σε 6 κατηγορίες: (1) 20-29 ετών, (2) 30-39 ετών, (3) 40-49 ετών, (4) 50-59 ετών, (5) 60+ ετών, και (6) το oceankid για ηλικίες από 7-15 ετών. Μια άλλη τμηματοποίηση θα μπορούσε να γίνει με κριτήριο τις χώρες προσέλευσης των αθλητών. Συνολικά οι αποστάσεις και οι αθλητές στην διοργάνωση καλούνται σε μια πρόκληση των δυνατοτήτων τους και της ανάγκης τους για συμμετοχή αφού οι ίδιοι επιλέγουν τη κατηγορία του αγωνίσματος τους.

Ανάλυση ανταγωνισμού

Στην Κύπρο, δεν υπάρχουν άμεσοι ανταγωνιστές της Oceanman αλλά έμμεσοι όπως είναι η ομοσπονδία κολύμβησης, τα αθλητικά σχολεία (Grammar school), και το Ολυμπιακό κολυμβητήριο Λεμεσού που διοργανώνει ημερίδες, μαθητικούς αγώνες κολύμβησης και βετεράνων. Επίσης ο Τριαθλικός όμιλος Νηρέα όπου γίνεται κάθε χρόνο στην Αγία Νάπα έχει μεγάλη δημοτικότητα όχι μόνο σε τοπικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, ο οποίος σε αντίθεση με την Oceanman μπορεί να προσελκύσει πολλή κόσμο. Μπορεί να προσφέρουν το τεχνικό κομμάτι της κολύμβησης αλλά καμία από τις πιο πάνω διοργανώσεις δεν παρέχει την υπηρεσία και τη μοναδικότητα που παρουσιάζει το Oceanman.

Ανάλυση αγοράς

Η ανάλυση της αγοράς στοχεύει στον προσδιορισμό του κατά πόσο ελκυστική είναι η αγορά και στη διερεύνηση της δυναμικής της αγοράς, ώστε να εντοπιστούν, οι ευκαιρίες και οι απειλές. Όπως τονίστηκε και προηγουμένως, στην Κύπρο και συγκεκριμένα στη Λεμεσό δεν υπάρχει κάποια ιδιαίτερως ανταγωνιστική διοργάνωση παρά μόνο μικρές διοργανώσεις κολυμβησης. Το oceanman είναι μια καινοτόμα διοργάνωση η οποία μακροπρόθεσμα μπορεί να αποδειχτεί κερδοφόρα. Το μεγάλο πλεονέκτημα της είναι η θάλασσα η οποία καθιστά την διοργάνωση διαθέσιμη σε χιλιάδες ανθρώπους να έρθουν να παρακολουθήσουν και να συμμετέχουν. Οι τιμές συμμετοχής είναι αρκετά χαμηλές κάτι που αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιτυχίας για την διοργάνωση.

Ανάλυση περιβάλλοντος

Το περιβάλλον στο οποίο καλείται να οργανωθεί ένας τέτοιος αγώνας είναι καθοριστικής σημασίας για την εξέλιξη του. Εξετάζοντας το περιβάλλον της Κύπρου διακρίνουμε ορισμένους βασικούς άξονες που θα αναλυθούν περεταίρω. Αυτοί είναι το

οικονομικό, νομικό πολιτικό, πολιτιστικό, καθώς και τα δημογραφικά στοιχεία της χώρας. Η Κύπρος έχει ανοιχτή και απελευθερωμένη οικονομία, με σχετικά ευνοϊκό περιβάλλον για επιχειρηματική δράση. Η Κυπριακή οικονομία χαρακτηρίζεται από σημαντικό βαθμό ανάπτυξης, τα τελευταία 50 χρόνια κάτι που μπορεί να αναδείξει την καινοτομία αυτή διοργάνωση κερδοφόρα. Το νομικό πολιτικό περιβάλλον της χώρας μέχρι την ανεξαρτησία το 1960, βασιζόταν στο αγγλικό νομικό σύστημα, αλλά τώρα είναι ένας συνδυασμός του Αγγλικού κοινού και αστικού δικαίου. Η Κύπρος, επίσημα Κυπριακή Δημοκρατία ή Δημοκρατία της Κύπρου όπως αναφέρεται στο Σύνταγμα, είναι νησιώτικο κράτος της ανατολικής Μεσογείου και τρίτομεγαλύτερο σε πληθυσμό και έκταση στην Μεσόγειο. (Ei.m.wikipedia.org)

Ανάλυση SWOT

Πίνακας 3. Ανάλυση SWOT

| S trength | W eaknesses | O pportunities | T hreats |
|--|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> •Αιγίδα Προέδρου της Δημοκρατίας •Είναι μοναδικό στη χώρα •Είναι εύκολα προσβάσιμο •Περιέργεια από πολίτες να δουν από κοντά το άθλημα •Γνωριμία με άλλες κουλτούρες και νοοτροπίες •Ασφαλιστική κάλυψη •Συμμετοχή πρώην κολυμβητών στη Διοικητική δομή •Αιγίδα Κ.Ο.Ε •Ηγετική θέση στην αγορά | <ul style="list-style-type: none"> •Απουσία αναγνωσιμότητας από το κοινό καθώς πρωτοεμφανίζεται τώρα •Συνεργασία με την ομοσπονδία κολύμβησης •Μικρή αναγνωσιμότητα •Μακριά από το κέντρο της πόλης •Χαμηλή κερδοφορία •Αδυναμία στο τομέα του μάρκετινγκ | <ul style="list-style-type: none"> •Η επαφή με το άθλημα ενδέχεται να προσελκύσει μελλοντικούς αθλητές •Δημιουργία θέσεων εργασίας για κολυμβητές •Συνεργασία με το ΤΕΦΑΑ Κύπρου •Χρηματοδότηση από το Κυπριακό Οργανισμό Αθλητισμού •Προσέλκυση χορηγών •Συνεργασία εργασία με τουριστικά γραφεία •Επέκταση σε νέες γεωγραφικές περιοχές | <ul style="list-style-type: none"> •Πληρωμή συμμετοχής •Διοργάνωση κολυμβητικού αγώνα από τους ομίλους τις ίδιες ημερομηνίες •Πανδημία covid19 |

Στρατηγική Μάρκετινγκ

Στρατηγική υπηρεσίας

Οι διοργανώσεις εξωτερικού χώρου αποτελούν πλέον τον πιο ασφαλή τρόπο εκγύμνασης μετά από την Πανδημία που ανάγκασε πολλοί κόσμο να αλλάξει το τρόπο με το οποίο γυμναζόταν γενικότερα. Η Oceanman Cyprus προσφέρει τη δυνατότητα συμμετοχής σε πολλή κόσμο χωρίς κάποιο περιορισμό. Τα μέλη της εταιρείας μας εγγυώνται την ασφαλή διεξαγωγή του αγώνα και την τήρηση των κανόνων ασφαλείας μέσα και έξω από το νερό γεμάτοι εμπύχωση για μια επιτυχημένη διοργάνωση. Η μοναδικότητα που προσφέρει η διοργάνωση Oceanman είναι το κολύμπι σε ανοικτή θάλασσα, κάτι που της προσδίδει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Πλάνο μάρκετινγκ

Συμπεριφορά καταναλωτή

Η διοργάνωση απευθύνεται σε άτομα όλων των ηλικιών. Οι συμμετέχοντες μπορούν να διαχωριστούν αρχικά με βάση την επιλογή απόστασης και την χώρα καταγωγής και διαμονής. Το Oceanman είναι ένας αγώνας ο οποίος πραγματοποιείται σε Calendar. Κάθε αγώνας πραγματοποιείται σε διαφορετική χώρα μία φορά τον χρόνο με κλείσιμο του ημερολογίου στον τελικό αγώνα. Ο χώρος διεξαγωγής ανακοινώνεται στην αρχή της χρονιάς και οι προκρίσεις στον τελικό της παγκόσμιας διοργάνωσης γίνονται κυρίως βάση της επίδοσης στους επιμέρους αγώνες της χρονιάς. Αναλύσαμε παραπάνω την δομή των αγώνων μέσα στην χρονιά για να μπορέσουμε να συνδυάσουμε την ανάλυση της συμπεριφοράς των καταναλωτών στην περίπτωση μας των αγωνιζομένων.

Αρχικά πρώτο κριτήριο επιλογής είναι η χώρα διεξαγωγής. Γεγονός το οποίο συνεπάγεται ότι και οι ημερομηνίες για τους αγώνες επιλέγονται με κριτήριο να είναι ελκυστικός ο προορισμός την εκάστοτε χρονολογική περίοδο. Για τον λόγο αυτό έχουμε επιλέξει τις ημερομηνίες διεξαγωγής του Oceanman Cyprus 2019 σε χρονική περίοδο με κατάλληλες θερμοκρασίες για αγώνα ανοιχτής θαλάσσης. Η περίοδος τουριστικά είναι μέτριας έως χαμηλής επισκεψιμότητας για την Λεμεσό γεγονός που καθιστά ελκυστική την τιμή του αεροπορικού εισιτηρίου και του τόπου διαμονής. Δεύτερο κριτήριο επιλογής είναι η απόσταση στην οποία θα αγωνιστεί ένας αθλητής. Σε αυτό παίζει μεγάλο ρόλο το επίπεδο του κάθε αθλητή και το επίπεδο προπόνησης όπου βρίσκεται στην παρούσα χρονιά.

Αρκετοί αθλητές στοχεύουν στην απόσταση των 10 χιλιομέτρων αλλά για λόγους προετοιμασίας επιλέγουν την απόσταση των 5 χιλιομέτρων. Αντιστοίχως ακόμα

περισσότεροι στοχεύουν στην συμμετοχή τους στα 5 χιλιόμετρα και για λόγους μη υλοποίησης προπονητικού πλάνου επιλέγουν την απόσταση των 2 χιλιομέτρων. Για να αντιμετωπίσουμε το παραπάνω φαινόμενο καθώς η επιλογή χαμηλότερης κατηγορίας επηρεάζει το revenue της διοργάνωσης υπάρχει η κλιμάκωση στα έπαθλα, έχει δημιουργηθεί η σχολή προπονητών Oceanman και μια παγκόσμια καμπάνια σε επίπεδο προωθητικών ενεργειών όπου στοχεύει στην συνεχή εξέλιξη των αθλητών και στην συνεισφορά τους στην προώθηση επιπλέον συμμετοχών μέσω του επικοινωνιακού τρόπου. Στο παραπάνω είναι ξεκάθαρο ότι η συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζεται άμεσα από την κινητοποίηση τους (motivation) μέσω των καναλιών επικοινωνίας και τα social media. Επηρεάζεται επίσης από δημογραφικά στοιχεία της εκάστοτε χώρας, από τους πόρους όπου έχουν οι καταναλωτές-αθλητές και τις προσωπικές επιδιώξεις τους σε αθλητικό επίπεδο.

Όπως ήδη αναφέραμε στις παραπάνω περιπτώσεις η συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών από μεριάς της Oceanman και της Oceanman Cyprus είναι πολύ σημαντική για να πραγματοποιηθεί όσο το δυνατόν πιο στοχευμένη επικοινωνία με τους καταναλωτές-αθλητές.

Υπηρεσίες

Οι υπηρεσίες οι οποίες ουσιαστικά παρέχονται από την Oceanman Cyprus 2019 είναι τα αγωνίσματα 2 χιλιομέτρων, 5 χιλιομέτρων και ο κυρίως αγώνας (main event) των 10 χιλιομέτρων. Επιπροσθέτως έχουμε την σκυταλοδρομία 3x500m και το παιδικό αγώνισμα 500m. Εάν αναλύσουμε τον πύρινα της υπηρεσίας ουσιαστικά είναι το αγώνισμα σε μια οργανωμένη διαδρομή σε θαλάσσια περιοχή. Ολοκληρωμένη η υπηρεσία αναλύεται σε 3 αγωνίσματα κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης, οργανωμένο pre race briefing για όλες τις κατηγορίες, ασφαλές περιβάλλον με ναυαγοσωστική περίμετρο και οριοθέτηση, δράσεις εκτός νερού για τους συνοδούς ταξιδιώτες, γεύματα στον χώρο του αγώνα, παιδικό event στοχεύοντας στην συμμετοχή όλης της οικογένειας σε επιλεγμένη τοποθεσία όπου δημιουργεί τις συνθήκες για μια συνολική εμπειρία ενός μοναδικού Σαββατοκύριακου.

Η πλήρης υπηρεσία αφορά όλα τα παραπάνω με την στοιχειοθέτηση επιπρόσθετων μέτρων ασφαλείας όπως η σωστική σημαδούρα που δίνεται δώρο στα 5 και στα 10 χιλιόμετρα. Η χρήση της εφαρμογής για την ανακοίνωση νέων και αποτελεσμάτων όπως επίσης η υποστήριξη πριν και μετά το πέρας του αγώνα με ταξιδιωτικές οδηγίες, εκπτώσεις σε πακέτα διαμονής και τον συνδυασμό τους.

Τιμολόγηση υπηρεσιών

Οι τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών κατά τον πρώτο και δεύτερο χρόνο της διοργάνωσης έχουν την εξής διάθρωση (Πίνακας 3).

Πίνακας 4. Τιμολόγηση υπηρεσιών

| Είδος υπηρεσίας | Χρέωση |
|------------------------|---------------|
| 2km sprint distance | 35€ |
| 5km half oceanman | 70€ |
| 10km Oceanman | 90€ |
| Oceankid | Δεν χρεώνεται |

Διανομη-προωθηση

Εφόσον η εταιρία μας προσφέρει αυτές υπηρεσίες, ο όρος διανομής δεν υφίσταται. Η διαφήμιση διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο στην προώθηση και τη κερδοφορία της εταιρείας. Οι μέτοχοι της εταιρίας προτίθενται να χρησιμοποιήσουν μια ευρεία ποικιλία διαφημιστικών μέσων για την προώθηση της διοργάνωσης Oceanman. Αναλυτικότερα, θα δημιουργηθεί ένας εύχρηστος ισότοπος με την επωνυμία Oceanman Cyprus ο οποίος θα επεξηγεί αναλυτικά τις παρεχόμενες υπηρεσίες της εταιρείας και επιπλέον θα παρέχει στοιχεία για το εταιρικό προφίλ της επιχείρησης καθώς και στοιχεία επικοινωνίας. Επιπρόσθετα, θα τοιχοκολληθούν αφίσες και θα μοιραστούν φυλλάδια τόσο σε κεντρικά σημεία της πόλης που θα διεξαχθεί ο αγώνας όσο και στα περίχωρα, για την ενημέρωση όσο το δυνατόν περισσότερων συμμετοχών. Οι αφίσες και τα φυλλάδια θα περιγράφουν την υπηρεσία που θα προσφέρει η Oceanman κάνοντάς την ελκυστική στο κοινό. Τέλος, η εταιρία θα διαφημιστεί περαιτέρω σε κάποιο τοπικό ραδιοφωνικό σταθμό υψηλής ακροαματικότητας, ,ακόμα και σε κανάλι για ζωντανή μετάδοση του αγώνα.

Στις διοργανώσεις του Oceanman καταλυτικός ρόλος για την επιτυχία είναι το ότι βασίζεται στην υποστήριξη εταιριών και οργανισμών που αγκαλιάζουν την προσπάθεια μας με κάθε δυνατό τρόπο. Η συνέπεια, η σωστή προσέγγιση και ο σεβασμός στην ηθική αξία είναι βασικοί παράγοντες για την επιτυχή λειτουργία μιας εκδήλωσης. Παρακάτω στις εικόνες 4 και 5 παρουσιάζονται ενδεικτικές προτάσεις χορηγίας για το Oceanman Cyprus. Σε κάθε περίπτωση μπορεί να συζητηθεί ένα προσαρμοσμένο μοντέλο συνεργασίας.

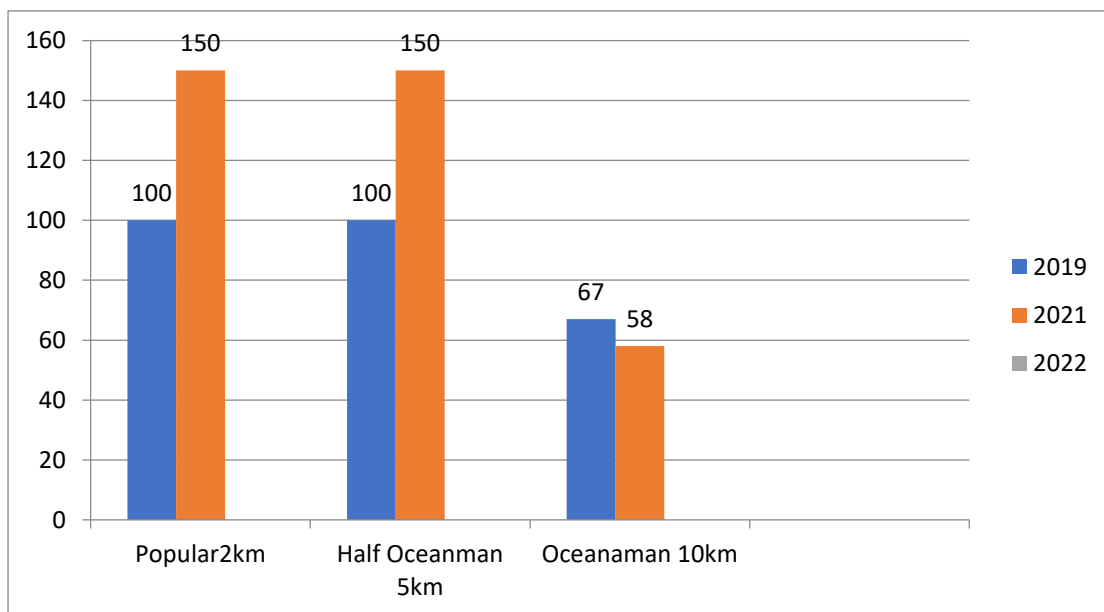


Εικόνα 4. Πρόταση χορηγίας διοργάνωσης

Εικόνα 5. Πρόταση χορηγίας με έμφαση στο awareness

Πωλήσεις

Οι πωλήσεις της εταιρίας αναφέρονται στον αριθμό των συμμετεχόντων ανά κατηγορία. Η εκτίμηση των πιθανόν πωλήσεων για τα πρώτα τρία χρόνια λειτουργίας της διοργάνωσης έγινε με βάση τον υποτιθέμενο ανταγωνισμό και τις ανάγκες της αγοράς.



Εικόνα 6. Εκτίμηση συμμετοχών 2-ετίας

Διοίκηση Ανθρωπίνου Δυναμικού

Η διοίκηση ανθρωπίνου δυναμικού σε μια διοργάνωση όπως το Oceanman είναι πολύπλευρη και απαιτεί συγκεκριμένες και στοχευμένες κινήσεις. Η ετήσια βάση του event δεν δίνει την δυνατότητα στην εταιρία να προβεί σε προσλήψεις τους οποίους μπορεί να απασχολεί καθόλη την διάρκεια του έτους με αποτέλεσμα να είναι πολύ σημαντικές οι συνεργασίες με οργανισμούς οι οποίοι μπορούν να εγγυηθούν την διατήρηση της ποιότητας των υπηρεσιών σε επίπεδο σωστικών συνεργειών και ναυαγοσωστικών μέσων, υποστήριξης του event στην στεριά κατά την διάρκεια διεξαγωγής του αγώνα.

Η στελέχωση των περισσότερων θέσεων πραγματοποιείται από εξωτερικούς συνεργάτες και οργανισμούς. Ωστόσο υπάρχει και το κομμάτι της υποστήριξης σε ετήσια βάση από την διοργανώτρια εταιρία. Η στελέχωση των θέσεων αυτών πραγματοποιείται με βάση τα κριτήρια επιλογής όπου αφορούν συγκεκριμένες εξειδικεύσεις. Απαραίτητες προϋποθέσεις οι γνώσεις όπου αφορούν κανονισμούς, νομοθεσίες και διαδικασίες όπου διέπουν τα ταξίδια σε χώρες εντός αλλά και εκτός ευρωζώνης. Απολύτως απαραίτητες γνώσεις και ακαδημαϊκά κριτήρια τα οποία αφορούν την δημιουργία υλικού για διαφημιστικές καμπάνιες κατά την διάρκεια του έτους καθώς επίσης και την διαχείριση των social media όπου αφορούν το event, την διαχείριση της ιστοσελίδας του αγώνα και την ανάλυση των αποτελεσμάτων των προωθήσεων. Ουσιαστικά η απασχόληση της διοργανώτριας εταιρίας κατά τους μήνες πριν ή μετά την διοργάνωση κυρίως έχει να κάνει με την προώθηση, την διαφήμιση σε τηλεόραση και ραδιόφωνο και την ενημέρωση των ταξιδιωτών-συμμετεχόντων εκτός της Κύπρου. Κατά την διάρκεια της διοργάνωσης οι κατηγορίες των εργαζομένων χωρίζονται ως εξής:

1. Lifeguards
2. Food and beverages providers
3. Front desk
4. Photographers and video
5. Event Support Group
6. Presenters

Κάθε κατηγορία έχει την αντίστοιχη ιεραρχική δομή και αποτελείται από τον Team leader, τον Assistant Team Leader και το Crew. Πριν από κάθε σκέλος του αγώνα αλλά και στην αρχή και το τέλος κάθε ημέρας πραγματοποιείται το Briefing στο οποίο παρευρίσκονται αποκλειστικά οι Team leader και οι Assistants του κάθε group. Για λόγους ασφαλείας το

Group όπου αφορά ναυαγοσώστες και life support απαρτίζεται από μηχανοκίνητα σωστικά μέσα και μη. Κάθε κατηγορία αντίστοιχα έχει και το coordinator ο οποίος έχει την επικοινωνία με τον Team leader και τον assistant. Η διαφορά στο παραπάνω group δεν αφορά μόνο την δομή αλλά και ξεχωριστές συναντήσεις όπου με βάση τις καιρικές συνθήκες αναλύονται και συγκεκριμένα σενάρια υποστήριξης και διάσωσης. Το πλάνο υποστήριξης και διάσωσης είναι πιθανό να μεταβάλλεται ανάλογα με τις καιρικές συνθήκες.

Διαχείριση λειτουργιών

Σε επίπεδο διαχείρισης λειτουργιών είναι απαραίτητο να πραγματοποιηθεί η έκδοση αδειών αλλά και συμφωνίες αιγίδων για την ομαλή διεξαγωγή του αγώνα από όλους τους τοπικούς φορείς. Επίσης, κρίνεται εξίσου σημαντική η αναζήτηση κονδυλίων από υπουργείο τουρισμού, από τον Δήμο αλλά και από την περιφέρεια. Σημαντικός παράγοντας είναι ο σχεδιασμός του πλάνου επικοινωνίας τόσο με τους χορηγούς όσο και με τους τοπικούς φορείς προκειμένου να εξασφαλιστεί μια υψηλού επιπέδου και αποτελεσματική επικοινωνία και συντονισμός.

Οικονομική Διαχείριση

Η οικονομική διαχείριση του Oceanman Cyprus 2019 αναλύεται στον παρακάτω πίνακα. Αναλυτικότερα παρουσιάζεται η απεικόνιση του συνολικού κόστους η οποία και διαχωρίζεται σε λειτουργικά κόστη, κόστη διαφήμισης και προώθησης καθώς επίσης και στα κόστη τα οποία αφορούν τους ανθρώπινους πόρους σε επίπεδο μισθών και οδοιπορικών. Αρχικά παρουσιάζεται το κόστος του franchise του Oceanman το οποίο είναι ένα σταθερό κόστος της τάξεως των 4.000€. Παράλληλα με το σταθερό κόστος του franchise η Oceanman λαμβάνει επιπλέον 5% για κάθε πληρωμή η οποία πραγματοποιείται για μια συνδρομή.

Τα έξοδα όπου αφορούν το location αναφέρονται στο μίσθωμα το οποίο καταβάλλεται στην ξενοδοχειακή μονάδα για την χρήση της παραλίας και των εγκαταστάσεων όπως αποθήκες, δωμάτια για μέλη του προσωπικού και επίτιμους καλεσμένους. Η τιμή διαμορφώθηκε από την συνολική συμφωνία η οποία αφορούσε την προώθηση της ξενοδοχειακής μονάδας μέσω της ιστοσελίδας του αγώνα σαν προτεινόμενο χώρο διαμονής. Για τον λόγο αυτό έχουμε καταφέρει να εξασφαλίσουμε την τιμή των 3.000€ για την χρήση των προαναφερθέντων εγκαταστάσεων για το τριήμερο του αγώνα και δύο μέρες ακόμα πριν η μετά την έναρξη η λήξη του αγώνα για τεχνικούς σκοπούς της διοργάνωσης.

Η ανάλυση του συνολικού marketing cost (total marketing cost: 20.000€) παρουσιάζεται σε στρογγυλοποιημένη μορφή για λόγους ευκολίας. Σταθερά κόστη κατόπιν συμφωνίας αφορούν το Search engine optimization και την ανάλυση δεδομένων. Το marketing cost κατέχει την μεγαλύτερη βαρύτητα συγκριτικά με τα υπόλοιπα κόστη του αγώνα καθώς η φύση του αγώνα είναι τέτοια η οποία στηρίζεται ως επί το πλείστο στην διαφήμιση και την προώθηση. Καθοριστικό ρόλο παίζει και η επιλογή τοποθεσίας αλλά το marketing mix είναι το στοιχείο με την μεγαλύτερη βαρύτητα στην επιτυχία ή αποτυχία του αγώνα. Η επιτυχημένη προώθηση σε μηχανές αναζήτησης, social media, τηλεόραση, ραδιόφωνο και περιοδικά είναι κομβικής σημασίας για την βιωσιμότητα του πλάνου που αφορά το Oceanman Cyprus και γενικότερα τις περισσότερες διοργανώσεις παρόμοιας μορφής. Πιο συγκεκριμένα για το main event των 10 χιλιομέτρων οι συνολικές συμμετοχές ήταν 71 και οι αθλητές από Ελλάδα και Κύπρο ήταν 22. Ποσοστιαία το 30% μόνο της προώθησης αφορούν τα εγχώρια μέσα επικοινωνίας όπως τηλεοπτικοί σταθμοί και ραδιόφωνα καθώς επίσης και περιοδικά τυπωμένα στα ελληνικά.

Πολύ εύκολα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το πλάνο προώθησης και διαφήμισης θα πρέπει σε μεγάλο μέρος του να έχει βάση την διαδικτυακή προβολή είτε σε μηχανές αναζήτησης, αθλητικά ή ταξιδιωτικά site και κατά κύριο λόγο social media όπου μπορούμε να πραγματοποιήσουμε και πολύ πιο αποτελεσματική στόχευση στο κοινό στόχο το οποίο έχουμε επιλέξει.

Σε επίπεδο μισθοδοσίας το κόστος αφορά εργασία η οποία πραγματοποιήθηκε σε ετήσια βάση από εργαζομένους της WayOut Adventures και το τετραήμερο ουσιαστικά του αγώνα από συμπληρωματικό προσωπικό 7 ατόμων. Πολύ μεγάλη βαρύτητα για την επιτυχία της διοργάνωσης έχουν οι εθελοντές καθώς γνωρίζουν πολύ καλά τον τόπο, την κουλτούρα και τα ειδικά στοιχεία της περιοχής. Η συμμετοχή 20 εθελοντών από την περιοχή της Λεμεσού και την Λάρνακα βοήθησε στην ομαλή διεξαγωγή του αγώνα και θεωρείται πολύ δυνατός συνδεδετικός κρίκος μεταξύ της τοπικής κοινωνίας και του αγώνα. Σε επίπεδο κόστους θα χρειαστεί να αξιολογηθεί και η έμμισθη εργασία κατοίκων της τοπικής κοινωνίας διεξαγωγής του αγώνα με στόχο την ευθυγράμμιση των οικονομικών συμφερόντων της τοπικής αγοράς και του Oceanman Cyprus.

Στον παρακάτω πίνακα παρατηρούμε και τα έσοδα από τα registration της διοργάνωσης. Δεν απεικονίζονται έσοδα από χορηγούς και συν διοργανωτές καθώς αφορούσαν κυρίως χορηγίες επικοινωνίας και εκπαιδευτικές συμφωνίες για την καλύτερη

διεξαγωγή του αγώνα. Στον ίδιο πίνακα παρατηρούμε συγκριτικά και τα έσοδα της διοργάνωσης το 2021 για λόγους παρατήρησης της ανάπτυξης του αγώνα.

Τα νούμερα τα οποία παρουσιάζονται στον πίνακα ανάλυσης εξόδων αφορούν τον σχεδιασμό του αγώνα πριν την πραγματοποίησή του. Ισολογισμός της εκκαθάρισης του Oceanman 2019 δεν έχει ολοκληρωθεί στην παρούσα φάση και δεν μπορεί να παρουσιαστεί από την διοργανώτρια εταιρία.

Πίνακας 5. Ανάλυση εξόδων Oceanman 2019

| A | B | C | D |
|--------------------------------|-------------|--------------------------|-----------|
| Cost Break Down | 2019 | | |
| Franchise | 4.000 | | |
| Marketing Cost | 20.000 | | |
| Location | 3.000 | | |
| Human Resources | 15.000 | | |
| Grand Total (€) | 42.000 | | |
| | | | |
| Franchise Cost Analysis | | Location/Facility | |
| 4,000€/ Year | | 3,000€ / Race Weekend | |
| 5% per registration | | | |
| | | | |
| Marketing Cost Analysis | | | |
| Social Media | 8.000 | | |
| SEO | 2.500 | | |
| Data analysis | 2.000 | | |
| TV Channels | 3.000 | | |
| Radio | 2.000 | | |
| News Papers/Magazines | 2.500 | | |
| Total Cost (€) | 20.000 | | |
| | | | |
| Human Resources | Indv. | Cost € | |
| Anual Payments (Way Out) | 3 | 12.000 | |
| Race Weekend | 7 | 3.000 | |
| Volunteers | 20 | 0 | |
| Total Cost (€) | | 15.000 | |
| | | | |
| Registration | 2021 | 2019 | Price/Reg |
| 2k | 5.250 | 3.500 | 35€ |
| 5k | 10.500 | 7.000 | 70€ |
| 10k | 5.220 | 6.030 | 90€ |
| | 20.970 | 16530 | |

Παραρτήματα Επιχειρηματικού σχεδίου



ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΑΜΦΙΠΟΛΕΩΣ 21, Τ.Θ. 23931, 1687 ΛΕΥΚΩΣΙΑ - ΚΥΠΡΟΣ
ΤΗΛ.: 22449880, ΤΕΛΕΦΑΚΣ: 22449890

CYPRUS OLYMPIC COMMITTEE
21 AMFIPOLEOS STR., P.O.BOX 23931, CY-1687 NICOSIA-CYPRUS
TEL.: 22449880, TELEFAX: 22449890
e-mail: cypnoc@cytanet.com.cy

7 Αυγούστου 2019

ΒΕΒΑΙΩΣΗ

Η Κυπριακή Ολυμπιακή Επιτροπή (ΚΟΕ) στηρίζοντας νέες, πρωτοποριακές καινοτόμες ιδέες, πρωτοβουλίες και αθλητικές διοργανώσεις παγκόσμιας κλίμακας με το παρόν βεβαιώνει ότι θα στηρίξει τυπικά και ουσιαστικά τον Παγκόσμιο Αγώνα Κολύμβησης Ανοικτής Θάλασσας Oceanman Cyprus της Εταιρείας Sports Traveler 76, που θα λάβει χώρα στη Λεμεσό μεταξύ 9 – 10 Νοεμβρίου 2019.

Στρατηγός Χαράλαμπος Λόττας
Γενικός Γραμματέας ΚΟΕ





Η OCEANMAN και η Sports Traveler 76,

έχουν την χαρά να σας προσκαλέσουν σε συνέντευξη τύπου την **Τετάρτη 6 Νοεμβρίου 2019** και ώρα **12:00** το μεσημέρι, στο St. Raphael Resort.

Η εκδήλωση θα ηλαιοιωθεί με την απονομή των **Appreciation Awards** από τον Ιδρυτή της OCEANMAN, Fermin Edigo Alonso.

St. Raphael Resort, Λεωφόρος Αμμοθόνας 502, Πύργος Λεμεσού / Τ. +357 25834 200 Π.Α. Στην γραμματεία της ST76 στο +357 70009076 και στο info@sportstraveler76.com

Under the Auspices of H.E. the President of the Republic of Cyprus Mr. Nicos Anastasiades





Αρ. Φακ . 50.07.006.001
50.07.006.003

19 Απριλίου 2019

Κύρια Έφη Ζίκουλη
Sports Traveler 76 Ltd

E-mail: e.zikouli@sportstraveler76.com

Αγαπητή κα Ζίκουλη,

Σχέδιο παροχής οικονομικής στήριξης για τη διοργάνωση διεθνών αθλητικών εκδηλώσεων στην Κύπρο στα πλαίσια των κανονισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ενισχύσεις ήσσονος σημασίας (DE MINIMIS) «Oceanman Cyprus» 9-10/11/19

Σε συνέχεια της αίτησης σας για οικονομική στήριξη της αθλητικής εκδήλωσης «**Oceanman Cyprus**» έχω οδηγίες να σας ενημερώσω ότι έχει εγκριθεί η οικονομική στήριξη της εκδήλωσης με πόσο €10.000 (δέκα χιλιάδες).

Αναμένεται και υπογραμμίζεται ότι όλοι οι επισκέπτες από το εξωτερικό θα πρέπει να χρησιμοποιούν νόμιμο εισόδο στην χώρα μας¹ και να διαμένουν σε αδειούχα από το Υφυπουργείο Τουρισμού ξενοδοχειακά καταλύματα.

Η υπό αναφορά οικονομική στήριξη θα καταβληθεί μετά το τέλος της εκδήλωσης εφόσον υποβληθούν στο Υφυπουργείο Τουρισμού (υπόψη κας Έλενας Οικονόμου) τα ακόλουθα δικαιολογητικά και τηρηθούν οι πιο κάτω προϋποθέσεις:

1. Το ποσό της οικονομικής στήριξης καλύπτει τουλάχιστον το 30% της συνολικής δαπάνης της εκδήλωσης.
2. Φορολογικό τιμολόγιο από τον δικαιούχο προς το Υφυπουργείο Τουρισμού στο οποίο θα αναφέρεται το όνομα της εκδήλωσης και το ποσό της οικονομικής στήριξης.
3. Έκθεση για την εκδήλωση στην οποία θα περιλαμβάνονται τα ακόλουθα:
 - Βεβαίωση ότι η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε.
 - Περιγραφή της προβολής που έτυχε η διοργάνωση στο εξωτερικό και υλικό προβολής της εκδήλωσης όπου φαίνεται το Υφυπουργείο Τουρισμού σαν χορηγός.
 - Κατάλογο των ονομάτων και στοιχεία επικοινωνίας των αθλητών που μετείχαν συμπεριλαμβανομένης και της χώρας συνήθους διαμονής. Σε περιπτώσεις που οι αθλητές συμμετέχουν με τις ομοσπονδίες ή τις ομάδες τους είναι αρκετό να υποβάλλονται τα στοιχεία επικοινωνίας των ομοσπονδιών ή ομάδων).

¹ Τα νόμιμα σημεία εισόδου στην Κυπριακή Δημοκρατία είναι τα αεροδρόμια Λάρνακας και Πάφου και τα λιμάνια Λάρνακας, Λεμεσού, Πάφου και Λατσί, τα οποία βρίσκονται στην περιοχή που ελέγχεται από την Κυβέρνηση της Κυπριακής Δημοκρατίας.

Λεωφόρος Λεμεσού 19, Τ.Θ. 24535, 1390 Λευκωσία, Κύπρος / 19 Limassol Ave., P.O.Box 24535, 1390 Nicosia, Cyprus.
T:+357 22691100, F:+357 22334696, www.visitcyprus.com

1/2

- Σε περίπτωση που έχετε συνεργαστεί με οργανωτή ταξιδιών/ξενοδοχεία/ταξιδιωτικό γραφείο για δημιουργία ειδικών πακέτων για την εκδήλωση θα πρέπει να αναφερθούν τα ονόματά τους καθώς και ο αριθμός των ατόμων που συνόδευσαν τους συμμετέχοντες όπου αυτό είναι δυνατόν.
4. Για αθλητική εκδήλωση με ολική δαπάνη μέχρι €50.000 ευρώ θα πρέπει να υποβάλλεται:
 - Υπεύθυνη δήλωση του δικαιούχου για τον αναλυτικό προϋπολογισμό της εκδήλωσης (έσοδα/ έξοδα)
 - Αντίγραφα πρωτότυπων τιμολογίων των εξόδων της εκδήλωσης, τα οποία θα καλύπτουν τουλάχιστον το διπλάσιο του ποσού της χορηγίας.
 5. Για αθλητική εκδήλωση με ολική δαπάνη άνω των €50.000 ευρώ θα πρέπει να υποβάλλονται ελεγμένοι και επιβεβαιωμένοι λογαριασμοί από εγκεκριμένο λογιστικό γραφείο.
 6. Φωτογραφικό ή/και οπτικοακουστικό υλικό από την εκδήλωση με δικαίωμα χρήσης από το Υφυπουργείο Τουρισμού.
 7. Κατάλληλα συμπληρωμένη αίτηση de minimis (βλ. συνημμένα).

Σε περίπτωση οιασδήποτε σημαντικής αλλαγής αναφορικά με την εκδήλωση (π.χ ακύρωση, αλλαγή ημερομηνίας κ.ο.κ) ο δικαιούχος οφείλει όπως ενημερώσει άμεσα το Υφυπουργείο Τουρισμού.

Για τυχόν διευκρινίσεις παρακαλώ όπως επικοινωνήσετε στο τηλέφωνο 22691186 ή με e-mail στο elenaeconomidou@visitcyprus.com.

Με εκτίμηση,


Έλενα Οικονόμου
για Αν. Γενικό Διευθυντή

ΣΥΖΗΤΗΣΗ/ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ & ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Συνδυάζοντας νέες τεχνικές διαχείρισης και μάρκετινγκ σε νεοφυείς επιχειρήσεις οργανώνοντας καινοτόμες ιδέες απαιτεί μια σειρά ενεργειών. Μέσω της βιβλιογραφίας καταφέρνουμε να οργανώσουμε, να δομήσουμε και να οδηγήσουμε τον αναγνώστη στην βαθύτερη κατανόηση των κινήσεων και των σκέψεων που οδήγησαν στην επιτυχημένη διοργάνωση του πρώτου Ocean Man Cyprus. Η φύση του αγώνα είναι τέτοια όπου η εναρμόνιση με τις τοπικές νομοθεσίες και πολιτικά-πολιτιστικά στοιχεία είναι απαραίτητα, γεγονός που γίνεται αρκετά ξεκάθαρο μέσω των βιβλιογραφικών πηγών.

Το Oceanman Cyprus είναι ένα από τα σημαντικότερα αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα που λαμβάνουν χώρα κάθε χρόνο στη Κύπρο. Η διοργάνωση θα διαρκεί 3 μέρες, ξεκινώντας με ένα καλωσόρισμα των συμμετεχόντων από όλες τις χώρες, στο χώρο διεξαγωγής του αγώνα και ολοκληρώνει το απόγευμα της Κυριακής με αποχαιρετιστήρια δεξίωση.

Στόχος του επιχειρηματικού σχεδίου είναι να διοργανώσουμε το 1^ο αγώνα ανοιχτής θάλασσας στη Κύπρο που θα προσελκύσει μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων, επισκεπτών στη Κύπρο, αναπτύσσοντας και προωθώντας τον αθλητικό τουρισμό. Ωστόσο πολύ σημαντική είναι και η βιωσιμότητα του αγώνα σε οικονομικό επίπεδο. Παρατηρώντας τα αποτελέσματα της διοργάνωσης σε επίπεδο αριθμοδεικτών οικονομικής απόδοσης και λαμβάνοντας υπ όψη ότι ο αγώνας πραγματοποιείται στην Κύπρο, και σε κάθε χώρα στην οποία στην οποία εντάσσετε στο ετήσιο Calendar του Oceanman μια φορά τον χρόνο, είναι ξεκάθαρο ότι θα χρειαστούν αρκετές ενέργειες έτσι ώστε να φτάσουμε και στην οικονομική απόδοση την οποία επιδιώκουμε. Οι κινήσεις θα χρειαστεί να είναι στοχευμένες σε επίπεδο πωλήσεων registration. Στόχος μας είναι τα έξοδα του αγώνα να μπορούν να καλύπτονται αποκλειστικά από έσοδα όπου αφορούν τις συμμετοχές του αγώνα σε πρώτη φάση. Στην συνέχεια θα πρέπει μέσα από το revenue των συμμετοχών να μπορούμε να αντλήσουμε επιπλέον κεφάλαια για ανάπτυξη και πιθανώς κέρδη.

Σε ένα αθλητικό περιβάλλον με πολλές ευκαιρίες για αθλοτουριστικά προγράμματα όπως αυτό της Κύπρου, οι ευκαιρίες για ανάπτυξη ενός πολλά υποσχόμενου event κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης παγκόσμιας κλίμακας είναι πολλές. Σημαντική είναι η εναρμόνιση με τους τοπικούς φορείς σε πολιτικό αλλά και πολιτιστικό επίπεδο, η ευθυγράμμιση των συμφερόντων με τους παραπάνω και η σταθερή ανάπτυξη σε οικονομικό, τεχνικό και επιχειρηματικό επίπεδο.

Προτάσεις για όλα τα παραπάνω με την λήξη του αγώνα υπάρχουν πολλές. Ιδέες όπως η μεταφορά του αγώνα σε διαφορετική τοποθεσία με στόχο την διαφοροποίηση των συνθηκών για διατήρηση του ενδιαφέροντος σε ψηλό επίπεδο. Επίσης για να εξυπηρετήσει σκοπούς όπως το brand awareness σε διαφορετικές περιοχές από την Λεμεσό και προώθηση σε μεγαλύτερο κομμάτι πληθυσμού. Θα μπορούσαμε μέσα από την ήδη υπάρχουσα διαδικασία λειτουργίας των δομών του Oceanman στην Ελλάδα να πάρουμε συμπεράσματα και προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη κ αξιολόγηση από τους ίδιους τους συμμετέχοντες. Σημαντικό ρόλο αποτελεί η διαφήμιση του συγκεκριμένου event. Οι παροχές που προσφέρει στους αγωνιζόμενους θα μπορούσαν να είναι περισσότερες, με περισσότερες συνεργασίες και χορηγούς. Βασικότερος στόχος είναι η βελτίωση των ήδη υπαρχόντων μέσω επικοινωνίας για να μπορέσουν να το δουν και να συμμετέχουν περισσότεροι αθλητές. Οι Αιγίδες της ομοσπονδίας κολύμβησης και του προέδρου της δημοκρατίας αποτελούν μια πολύ σημαντική βάση συνεργασίας με τους τοπικούς θεσμούς και δίνουν ουσιαστική υπόσχεση για μελλοντική συλλογική επιτυχία.

Προτάσεις βελτίωσης διοργάνωσης

Ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό πλάνο θα πρέπει να έχει συγκεκριμένη απόδοση με βάση την αρχική επένδυση, τους κινδύνους και την περιοδικότητα πραγματοποίησης της διοργάνωσης. Η διοργάνωση του Oceanman έχει βελτιωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό σε σχέση με το παρελθόν. Η εξέλιξη της διοργάνωσης σε όλα τα επίπεδα, φαίνεται από την συμμετοχή των αθλητών και μη. Η Oceanman σαν Ελληνική εταιρία διοργάνωσης έχει φορολογικό συντελεστή 24% που σημαίνει ότι για ένα ετήσιο event σαν το Oceanman Cyprus θα πρέπει η απαιτούμενη απόδοση να είναι μεταξύ 20-24%. Έχοντας ήδη αξιολογήσει το Oceanman 2019 θα χρειαστούμε συγκεκριμένη στοχοθέτηση:

- Συγκεκριμένο αριθμό συμμετοχών σε κάθε αγώνισμα
- Καλύτερη τμηματοποίηση στην εγχώρια αγορά στόχο
- Στοχευμένες πωλήσεις (Συγκεκριμένο νούμερο, συγκεκριμένο revenue)
- Search engine optimization
- Ετήσιο Data analysis
- Ξεχωριστή campaign για χώρες εκτός Ευρωζώνης
- Συνεργασία με πρόγραμμα προώθησης από τον ΚΟΤ.(Κυπριακό Οργανισμό Τουρισμού)

- Ανάλυση ελαστικότητων με βάση τις αγορές στόχους και κοινοποίηση στην Oceanman για πιθανή διαφοροποίηση της τιμής.

Σχετικά με την κατάρτιση των εργαζόμενων προτείνεται η περαιτέρω εκπαίδευση με σεμινάρια πάνω στο αντικείμενο που θα εργαστούν. Σχετικά με τους εθελοντές προτείνεται οι δηλώσεις εγγραφών των εθελοντών να κλείνουν 1 μηνά πριν των αγώνα ώστε να έχουν τον χρόνο ειδίκευσης και να πραγματοποιείται η εκπαίδευση τους και όχι την βδομάδα του αγώνα. Όσον αφορά τον αγωνιστικό τομέα βασικότατος στόχος είναι η βελτίωση των μέσων ασφάλειας και των σωστικών μέσων μέσα στο νερό. Μόνο οι συνεργασίες μεταξύ των ομάδων θα μπορούσαν να δώσουν λύση στο πρόβλημα. Το σίγουρο είναι τα στελέχη της οργάνωσης του αγώνα βρίσκονται στον σωστό δρόμο για την περαιτέρω βελτίωση και ανάπτυξη του Oceanman Cyprus.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Allison, M., & Kaye, J. (2005). *Strategic planning for nonprofit organizations : A practical guide and workbook* (2nd ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
- Briggs,S, & Keogh,W. (1999). Integrating human resource strategy and strategic planning to achieve business excellence. *Total Quality Management*, 10(4-5), 447-453.
- Bryson, J.M. (2011). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. John Wiley & Sons, Hoboken.
- Byrne, J. (1997). *Strategic Planning*.
- Daniels, K. a. (1999). *Strategy development process and participation in decision making:predictors of role stressors and job satisfaction*.
- Hahn, W., & Powers, T. (1999). The impact of strategic planning sophistication and implementation on firm performance. *The Journal of business and economic studies*, 5(2), 19-35.
- Immordino, K.M., Gigliotti, R.A., Ruben, B.D., & Tromp, S. (2016). Evaluating the Impact of Strategic Planning in Higher Education. *Educational Planning*, 23(1), 35-47.
- Miller, C. C., & Cardinal, L. B. (1994). Strategic planning and firm performance: A synthesis of more than two decades of research. *Academy of management journal*, 37(6), 1649-1665.
- Mintzberg, H. (1993). *The pitfalls of strategy planning*.
- Moscardo, G. (2007). *Analyzing the role of festivals and events in regional development*.
- Phillips, P. A., & Moutinho, L. (2000). The strategic planning index: A tool for measuring strategic planning effectiveness. *Journal of travel research*, 38(4), 369-379.
- Porter, M. (1997). *Creative advantages*.
- Roberts, R. (1982). The importance of outsiders in small firm stratedic planning. *Academy of Management Journal* .
- Rowley, D. J., & Sherman, H. (2001). Implementing the strategic plan. *Planning for Higher Education*, 30(4), 1-14.
- Russell, L. (1999). Painting the future picture:changing and organization by moving beyond its comfort zone. *Health forum Journal* .
- Slywotzky, A. (1999). *Pattern thinking*.

Παπαδάκης, Β. (2016). *Στρατηγική των επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία*. Μπένου.

Ζιγκιρίδης, Ε. (2008). *Μάρκετινγκ, Οικονομία - Επιχειρήσεις*. ΑΘΗΝΑ: ΚΕΝΤΡΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΕΝΗΛΙΚΩΝ, Ε.Π.Α.Ε.Κ. ΙΙ, ΥΠ.Ε.Π.Θ.

Ιστοσελίδες

www.iec.uop.gr

www.free.management-ebooks.com

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



Γρανίκου 18, Athens
104 15 Athens, Greece
T: +30 210 5241893
info@wayoutadventures.gr
www.wayoutadventures.gr

Τρίτη 02 Φεβρουαρίου 2022,

Βεβαιώνω ότι κατά τη διοργάνωση Oceanman 2019, η WAYOUT ADVENTURES κατείχε τα δικαιώματα (franchise) του αγώνα.

Βεβαιώνουμε επίσης ότι η Γαβριέλα Χατζηδαμανού μπορεί να δημοσιεύσει στοιχεία από την αναφερόμενη διοργάνωση για τη διπλωματική της εργασία με τίτλο «Στρατηγικός σχεδιασμός ενός νέου Αθλητικού event (OCEANMAN Open Water Swimming) κολύμβησης ανοιχτής θαλάσσης στην Κύπρο»

Ο υπογράφων
ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΟΤΙΛΕΑΣ
Νόμμος Εκπρόσωπος



WAYOUT ADVENTURES M.I.K.E
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ
ΤΑΞΙΔΙΑ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ, ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ
ΓΡΑΝΙΚΟΥ 18, ΑΘΗΝΑ, Τ.Κ: 10435 ΕΛΛΑΔΑ
ΤΗΛ. 2105241893 www.wayoutadventures.gr
Α.Φ.Μ: 800609917 Δ.Υ.Ο: Α' ΑΘΗΝΩΝ

