

S A D R Ž A J :

UVOD

Sportski događaj pored glavnog događaja koji je i uzrok organizacije nosi ceo niz pratećih usluga. Posmatrajući ostvareni kvalitet programa sportskog događaja u stručnoj literaturi se pre svega misli na usluge koje se pružaju pri organizaciji sportskog događaja i kakav su utisak one ostavile na potrošače tj. na publiku.

Publika je nosilac sportskog događaja gde sam događaj ima zabavni karakter a takmičari su ciljani potrošači u sportskom događaja gde je izražen takmičarski karakter sportskog događaja. Ovakva diametralna podela je u realnosti blaža i dva kraja konopca usluga se spajaju u jedno klupko gde se ili balansira između usluga ili se stavlja akcenat na jedan od karakternih crta sportskog događaja sa ciljanom grupom.

KVALITET PROGRAMA SPORTSKOG DOGAĐAJA

Razmatrajući kvalitet sportskog događaja misli se pre svega da li je specifikacija sportskog događaja ostvarena na terenu. To samim tim implicira da organizatori moraju da se rukovode strogo specificiranim planom sportskog događaja kojeg će da se pridržavaju u njegovoj realizaciji.

Pojam kvaliteta se objašnjava kao sposobnost usluge da zadovolji indetifikovane potrebe potrošača.

Posmatrano sa strane naše teme time se podrazumeva da se zadovolje potrebe potrošača ali i učesnika u sportskom događaju za sportskim doživljajem , zabavom i takmičenjem.

Ocenu kvaliteta sportskog događaja možemo da tražimo na više strana i na više različitih načina da ocenjujemo uspešnost jednog sportskog događaja. Ako posmatramo sa strane publike onda govorimo o procentu zadovoljena očekivanja sa kojim se publika pojavila na događaju. Ukoliko je stepen zadovoljenja očekivanja veći utoliko je stepen projektovanog i ostvarenog kvaliteta veći.

Posetioci sportskih događaja ocenjuju jedan događaj kao celinu gde posmatraju kako sam sportski događaj tako i količinu i kvalitet pruženih pratećih usluga kao što su usluge informisanja, komfor na mestu događaja, bezbednost i slične karakteristike koje su publici od značaja.

Sam sportski događaj je osetljiviji sa stepenom njegovog značaja tj ako se održava jednom godišnje ili sezonski, gde on sam predstavlja završni događaj kao završnicu sezone ili finalni događaj u nizu sportskih događaja. Osetljivu grupu predstavljaju i združene manifestacije sa velikom publikom i velikim brojem takmičara kao na primer atletske manifestacije ili olimpijade gde se javlja velika grupa takmičara ali takođe i mnogobrojna publika.

Kada se želi merenje percepcije kvaliteta sportskog događaja pogodan model za sprovođenje merenja je SPORTSERV koji meri percepciju publike. Sasm model poseduje pet dimenzija koje se posmatraju: pristup mestu održavanja sportskog događaja, pouzdanost u izvršavanju sportskog događaja,

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com