

**Η ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΚΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ ΤΗΣ ΤΡΙΠΟΛΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗ
ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΤΟΥ COVID -19**

ΣΤΑΥΡΟΠΟΥΛΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία που υποβάλλεται στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων απόκτησης του μεταπτυχιακού τίτλου του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Παν/μίου Πελοποννήσου στην κατεύθυνση «Οργάνωση & Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων».

ΣΠΑΡΤΗ

2022

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

1ος Επιβλέπων:	Τραυλός Αντώνιος, Καθηγητής
2ος Επιβλέπων:	Δουβής Ιωάννης, Καθηγητής
3ος Επιβλέπων:	Στρίγκας Αθανάσιος, Καθηγητής

Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 14 της παραγράφου 2 (Διαγραφές Μεταπτυχιακών Φοιτητών) 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.).

Ημερομηνία: 17/09/2022

Η Δηλούσα

Σταυροπούλου Ιωάννα

(Υπογραφή)

Copyright © Σταυροπούλου Ιωάννα, 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 τη συγγραφέα.

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

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σταυροπούλου Ιωάννα: Η ικανοποίηση των πελατών και η ποιότητα υπηρεσιών στα γυμναστήρια της Τρίπολης κατά τη διάρκεια της πανδημίας του Covid-19.

(Με την επίβλεψη του κου Αντωνίου Κ. Τραυλού, Καθηγητή)

Η πανδημία του Covid-19 είχε μεγάλο αντίκτυπο στη λειτουργία των γυμναστηρίων. Σκοπός αυτής της μελέτης είναι να ερευνηθεί την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ικανοποίηση των αθλουμένων στα γυμναστήρια της Τρίπολης κατά τη διάρκεια της πανδημίας του Covid-19. Στην έρευνα συμμετείχαν 254 άτομα, από 5 ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης. Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η Κλίμακα Ποιότητας Υπηρεσιών (Service Quality Scale) των Alexandris et al. (2004). Τα αποτελέσματα των πολυπαραγοντικών αναλύσεων διασποράς (MANOVAs) έδειξαν ότι η Αξιοπιστία, το Προσωπικό, τα Αποτελέσματα, και η Ανταπόκριση είναι οι παράγοντες με την υψηλότερη ικανοποίηση. Ο παράγοντας Εγκαταστάσεις σημείωσε χαμηλότερο επίπεδο ικανοποίησης. Επιπλέον, βρέθηκε ότι το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο μόρφωσης, η επαγγελματική ενασχόληση, η συχνότητα άθλησης την εβδομάδα, ο χρόνος άθλησης στο ίδιο γυμναστήριο, οι μήνες άθλησης τον χρόνο, η ώρα και η διάρκεια άθλησης δεν είναι καθοριστικοί παράγοντες της ικανοποίησης των πελατών των γυμναστηρίων. Επίσης, η πανδημία του Covid-19 επηρέασε, είτε θετικά είτε αρνητικά, την αθλητική δραστηριότητα του 65.75% των συμμετεχόντων στην έρευνα. Παρόλο, τις επιστημονικές οδηγίες και τις αλλαγές που έγιναν στον τρόπο ζωής των ανθρώπων κατά την εμφάνιση του Covid-19, το 44.9% των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα συνέχισε να προτιμάει τα ομαδικά προγράμματα άθλησης. Τέλος, όσον αφορά το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών το 87.4% του δείγματος δήλωσε ότι η ποιότητα παροχής των υπηρεσιών έχει παραπάνω από υψηλό επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και με τη συνολική ικανοποίηση, καθώς το 85.1% του δείγματος απάντησε πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένο.

Λέξεις-κλειδιά: *Ποιότητα υπηρεσιών, Ικανοποίηση πελατών, Γυμναστήρια, Πανδημία Covid-19*

ABSTRACT

Stavropoulou Ioanna: Service quality and customer satisfaction in fitness centers at Tripoli during the pandemic of Covid-19.

(Under the supervision of Dr. Antonios K. Travlos, Professor)

The Covid-19 pandemic has had a major impact on the operation of fitness centers. The purpose of this study is to investigate the quality of services and satisfaction of participants – clients in the gyms of Tripoli during the Covid-19 pandemic. The research involved 254 people from 5 private fitness centers in Tripoli. The Service Quality Scale of Alexandris et al. (2004) was used for data collection. The results of Multivariate Analyses of Variance (MANOVAs) showed that Reliability, Personnel, Results, and Response are the factors with the highest satisfaction. The Facilities factor recorded a lower level of satisfaction. In addition, it was found that gender, age, educational level, professional occupation, frequency of exercise per week, exercise time in the same gym, months of exercise per year, time and duration of exercise are not determinants of fitness clients' satisfaction. The Covid-19 pandemic also affected the athletic activity of 65.75% of those surveyed, either positively or negatively. Despite the scientific guidelines and changes in people's lifestyles during the advent of Covid-19, 44.9% of those surveyed continued to prefer group exercise programs. Finally, regarding the level of service quality, 87.4% of the sample stated that the quality of service provision is more than high. The same goes for overall satisfaction, as 85.1% of the sample answered very, very satisfied.

Key words: Service quality, Customers satisfaction, Fitness centers, Covid-19

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θέλω να ευχαριστήσω θερμά τον Καθηγητή μου κ. Τραυλό Αντώνιο για την υπομονή του και για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση που μου παρείχε κατά την πραγματοποίηση της μεταπτυχιακής μου εργασίας.

Αισθάνομαι ιδιαίτερη ανάγκη να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την ηθική και συναισθηματική συμπαράσταση και κατανόηση και για την υποστήριξη των επιλογών μου.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	IV
ABSTRACT	V
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	VI
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	VII
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	IX
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ	XI
ΚΕΦΑΛΑΙΟ I	12
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
Ιστορικό υπόβαθρο	13
Σκοπός έρευνας	15
Σημασία έρευνας	15
Ερευνητικές υποθέσεις	16
Προϋποθέσεις και περιορισμοί	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II	18
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	18
Ικανοποίηση- αφοσίωση	18
Ποιότητα υπηρεσιών	19
Σχέση μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίηση πελάτη	19
Ποιότητα υπηρεσιών και ικανοποίηση πελατών στα γυμναστήρια	21
Όργανα μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών	23
Έρευνες για τις επιπτώσεις της πανδημίας στα γυμναστήρια	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ III	28
ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	28
Συμμετέχοντες	28
Εργαλεία	28
Διαδικασίες	29
Στατιστικές αναλύσεις	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV	32
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	32
Περιγραφικά στατιστικά του δείγματος (N = 254)	32
Παραγοντική ανάλυση	40

Εσωτερική συνέπεια Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών και παραγόντων	41
Παράγοντες της ποιότητας υπηρεσιών	42
Φύλο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	43
Ηλικία και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	43
Επαγγελματική δραστηριότητα και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών.....	44
Εκπαίδευση και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	44
Φορές Άθλησης και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	45
Μήνες άθλησης κατά τη διάρκεια του χρόνου και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	45
Ώρες εκγύμνασης και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	46
Διάρκεια εκγύμνασης στο γυμναστήριο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών.....	47
Χρόνια εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	47
Αθλητική δραστηριότητα κατά την πανδημία και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών	48
Συσχετίσεις παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών, Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και Ολικής Ικανοποίησης	50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ V	52
ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	52
Συζήτηση	52
Συμπεράσματα – Προτάσεις	57
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	60
Διεθνής Βιβλιογραφία.....	60
Ελληνική Βιβλιογραφία.....	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	69
Επιστολή συναίνεσης.....	69
Δημογραφικά στοιχεία.....	70
Ερωτηματολόγιο.....	72

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας	Τίτλος	Σελίδα
1	Φορτίσεις των 26 ερωτήσεων στους 5 παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών..	41
2	Τιμές δείκτη εσωτερικής συνέπειας Cronbach'sa για τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.	42
3	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το Φύλο (102 Άνδρες και 152 Γυναίκες).	43
4	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την Ηλικία.	43
5	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την Επαγγελματική δραστηριότητα.	44
6	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το επίπεδο μόρφωσης των συμμετεχόντων.	45
7	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το πόσες φορές γυμνάζονταν οι συμμετέχοντες/χουσες την εβδομάδα.	45
8	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το πόσους μήνες γυμνάζονταν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια του χρόνου.	46
9	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τις ώρες εκγύμνασης.	46
10	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τη διάρκεια της ημερήσιας προπόνησης.	47
11	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τα χρόνια εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο.	48
12	Περίληπτικός πίνακας των Μονομεταβλητών Αναλύσεων Διασποράς για κάθε εξαρτημένη μεταβλητή σε σχέση με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα των συμμετεχόντων.	48

13	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα.	49
14	Οι συσχετίσεις της Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών με τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.	51
15	Οι συσχετίσεις της Ολικής Ικανοποίησης αθλουμένων με τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.	51

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα	Τίτλος	Σελίδα
1	Κατανομή συχνοτήτων ανάλογα με την ηλικία των ερωτηθέντων.	32
2	Κατανομή συχνοτήτων επαγγελματικής δραστηριότητας του δείγματος.	33
3	Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά την εκπαίδευση των συμμετεχόντων.	33
4	Συχνότητα εκγύμνασης συμμετεχόντων.	34
5	Κατανομή συχνοτήτων σύμφωνα με τις ώρες εκγύμνασης των συμμετεχόντων.	34
6	Χρονική διάρκεια παραμονής των συμμετεχόντων στα γυμναστήρια.	35
7	Συχνότητες που αφορούν τους μήνες εκγύμνασης των αθλουμένων στα γυμναστήρια.	35
8	Κατανομή συχνοτήτων στην ερώτηση «Πόσο καιρό αθλείστε στο συγκεκριμένο γυμναστήριο;».	36
9	Κατανομή συχνοτήτων στην ερώτηση «Τι είδους άσκηση ακολουθείτε;».	36
10	Συχνότητες αναφορικά με το αν η πανδημία επηρέασε τη αθλητική δραστηριότητα του δείγματος.	37
11	Κατανομή συχνοτήτων στη ερώτηση πως προτίμησαν οι συμμετέχοντες να γυμναστούν κατά τη διάρκεια των lockdowns.	38
12	Κατανομή συχνοτήτων για τους λόγους εγγραφής στο γυμναστήριο	39
13	Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά το επίπεδο υπηρεσιών των γυμναστηρίων.	39
14	Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά την ικανοποίηση των αθλουμένων στο γυμναστήριο της επιλογής τους.	40
15	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Τρίπολης.	42
16	Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα..	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο σύγχρονος άνθρωπος λόγω της ανησυχίας του για την πολύωρη καθιστική ζωή και της επιδίωξης του για βελτίωση της υγείας του έχει εισαγάγει τη σωματική άσκηση στην εβδομαδιαία ρουτίνα του. Από τις αρχές του 21ου αιώνα αρκετές μελέτες (Afthinoset al., 2005; Cheng 2013) έχουν επισημάνει την άνοδο των υπηρεσιών του fitness που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των ιδιωτικών γυμναστηρίων και των χώρων φυσικής ευεξίας. Οι Ziethamlet al. (2010) υποστηρίζουν ότι οι επιχειρήσεις εκγύμνασης έχουν να αντιμετωπίσουν πολλές προκλήσεις, αλλά η σημαντικότερη είναι ο ταχύτατα μεταβαλλόμενος και πολύ ανταγωνιστικός κλάδος των υπηρεσιών με αποτέλεσμα τις συνεχώς αυξημένες προσδοκίες των πελατών. Στην Ελλάδα, τα γυμναστήρια λαμβάνουν ένα πολύ μεγάλο μέρος της αθλητικής αγοράς (180 εκατ./χρόνο) (International Health Racquet&Sportsclub Association, 2013). Αυτό έχει ως επακόλουθο την αύξηση του επιπέδου της ανταγωνιστικότητας μεταξύ των γυμναστηρίων και τη συνεχή καλύτερευση της ποιότητας των υπηρεσιών τους.

Η πανδημία του Covid-19 που εμφανίστηκε στις αρχές του 2020 οδήγησε σε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο άσκησης των ανθρώπων και κατ' επέκταση στη λειτουργία των γυμναστηρίων. Η επιβολή καθολικών lockdown μείωσε απότομα τη φυσική δραστηριότητα του κόσμου και οδήγησε πολλά γυμναστήρια να παρέχουν διαδικτυακά (εξ' αποστάσεως) μαθήματα στα μέλη τους, είτε σύγχρονα είτε ασύγχρονα, για να τα κρατήσουν σωματικά ενεργά και υγιή.

Τα γυμναστήρια πλέον αναζήτησαν νέες διαδρομές τόσο στην παροχή υπηρεσιών όσο και στον τομέα του μάρκετινγκ. Βέβαια ο κύριος στόχος τους παρέμεινε ο ίδιος, η ικανοποίηση του πελάτη. Μια επιχείρηση είτε αθλητική είτε όχι, για να αναπτυχθεί και να εξελιχθεί πρωτίστως πρέπει να διατηρεί τους παλιούς της πελάτες και έπειτα να προσπαθεί να αποκτήσει καινούριους. Αυτή η διαδικασία είναι το μεγάλο στοίχημα των επιχειρήσεων και το θέμα αυτής της μελέτης επικεντρώνεται ακριβώς σε αυτή τη διαδικασία. Σε ποιο βαθμό και με ποιο τρόπο επιτεύχθηκε η ικανοποίηση και η αφοσίωση των μελών των γυμναστηρίων κατά τη διάρκεια της πανδημίας και σε ποιο βαθμό κατάφεραν να διατηρήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών τους.

Ιστορικό υπόβαθρο

Υπάρχουν πολλές μελέτες για τον όρο ικανοποίηση. Ο Day (1984) διατύπωσε τη θεωρία ότι η ικανοποίηση είναι η διαφορά των επιδιώξεων του αγοραστή πριν την απόκτηση του προϊόντος με την πραγματική απόδοση του προϊόντος μετά την αγορά του. Στο ίδιο μοτίβο κινείται και η άποψη των Parasuraman et al. (1988) ότι ικανοποίηση είναι η αντίληψη που έχουν οι πελάτες ότι η προσδοκία τους έχει εκπληρωθεί. Βέβαια μπορούμε να ξεχωρίσουμε την ικανοποίηση ως στάση και να τη διαχωρίσουμε από την πίστη που τη χαρακτηρίζουμε ως συμπεριφορά. Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες, μέσα από την ικανοποίηση που νιώθουν, καταλήγουν στην πίστη (Hill et al., 2007). Μέσω της πίστης, ο πελάτης οδηγείται στην αφοσίωση, γεγονός που τον κάνει να προτείνει σε νέους εν δυνάμει πελάτες την επιχείρηση αυτή και να συνεχίσει αυτός κατ' εξακολούθηση να προτιμάει τις υπηρεσίες της. Σύμφωνα με τον Tao (2014), είναι αδύνατο μια εταιρεία να επεκτείνει το δίκτυό της εάν αγνοεί τις ανάγκες των πελατών της.

Ένα κριτήριο ελέγχου της σωστής λειτουργίας της επιχείρησης σίγουρα είναι η διατήρηση των πελατών. Είναι γενικά αποδεκτό ότι επιτυχημένη θεωρείται μια επιχείρηση όταν έχει σταθερό πελατολόγιο. Άλλωστε, σύμφωνα με τους Zornet al., (2010) μια επιχείρηση έχει λιγότερα έξοδα για να διατηρήσει τους πελάτες της σε σύγκριση με τα έξοδα που χρειάζεται να κάνει για να προσελκύσει καινούριους πελάτες. Γίνεται, λοιπόν, αντιληπτό, ότι η επιβίωση αλλά και η κερδοφορία μιας εταιρείας- επιχείρησης είναι άμεσα συνδεδεμένη από την ικανοποίηση που νιώθουν οι πελάτες της (Anderson et al., 1994).

Στον τομέα της βιομηχανίας της άθλησης η ανάγκη για ικανοποιημένους πελάτες είναι πιο επιτακτική. Σύμφωνα με έρευνες, το 50% όσων αρχίζουν να συμμετάσχουν σε οποιοδήποτε αθλητικό πρόγραμμα σταματάει εντός του πρώτου εξαμήνου (Gerson, 1999). Είναι ζωτικής σημασίας η ανάγκη για υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, ώστε να διατηρηθεί η πελατειακή βάση και να αυξηθεί η κερδοφορία της αθλητικής επιχείρησης (Yuet et al., 2014). Ο ανταγωνισμός στον χώρο των αθλητικών οργανισμών και επιχειρήσεων είναι μεγάλος και έχει ως αποτέλεσμα η κάθε επιχείρηση να στραφεί στη συνεχή καλύτερευση της ποιότητας των υπηρεσιών της (Μαυροπούλου, 2013). Τα γυμναστήρια έχουν κατανοήσει ότι θα πρέπει η ποιότητα των υπηρεσιών τους να είναι όσο το δυνατόν καλύτερη. Οι βελτιωμένες υπηρεσίες και οι προσωπικές

εμπειρίες των πελατών είναι σημαντικοί παράγοντες που θα τους ωθήσουν να επανέλθουν ή όχι στους αθλητικούς χώρους (Janet al., 1990). Η ποιότητα των υπηρεσιών σχετίζεται και με άλλες έννοιες, όπως είναι το μάρκετινγκ της επιχείρησης, το οποίο αποτελεί σημαντικό πεδίο έρευνας καθώς είναι κρίσιμο θέμα στον σχεδιασμό της στρατηγικής της. Οι μετρήσεις της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχει κάθε επιχείρηση και της ικανοποίησης των πελατών τίθενται στα θέματα του αθλητικού μάρκετινγκ.

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας είναι σημαντική, αλλά είναι επίσης σημαντικό να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες, όπως η τιμή της υπηρεσίας, οι προσωπικοί παράγοντες και οι εξωτερικοί παράγοντες. Η ικανοποίηση είναι κατά κάποιον τρόπο μια συγκριτική διαδικασία προηγούμενων προσωπικών εμπειριών, προσφορών και δεδομένων των ανταγωνιστών. Με την αυξημένη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών αυτή η διαδικασία σύγκρισης γίνεται πιο εύκολη για τους καταναλωτές – πελάτες, γεγονός που τους κάνει να γίνονται και πιο απαιτητικοί. Το νέο ψηφιακό περιβάλλον είναι ακόμα πιο ανταγωνιστικό. Το αθλητικό μάρκετινγκ έχει να δημιουργήσει νέες διαδρομές και προκλήσεις μέσω της χρήσης του ιστολογίου, των φόρουμ, των blogs κ.α (Williams & Chinn, 2010).

Ο παγκόσμιος ιστός έχει πλήθος υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram κ.α) με τα οποία οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνούν και να συνεργάζονται μεταξύ τους, να εργάζονται, να παρακολουθούν μαθήματα, σεμινάρια κ.α. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στον χώρο της αθλητικής βιομηχανίας δίνουν νέες είναι απεριόριστες δυνατότητες.

Στις αρχές του 2020 με την έξαρση της πανδημίας του Covid-19, οι παγκόσμιοι περιορισμοί που τέθηκαν οδήγησαν την αθλητική βιομηχανία σε μια αιφνίδια αδράνεια. Όλοι οι αθλητικοί οργανισμοί ιδιωτικοί και δημόσιοι ανέστειλαν τη λειτουργία τους λόγω των μεγάλων συγκεντρώσεων που παρατηρούνταν (Parnellet al., 2022). Η αντίδραση των γυμναστηρίων για να διατηρήσουν τα μέλη τους ενεργά ήταν η παράδοση διαδικτυακών μαθημάτων (Meyer, 2020; Wallace, 2020). Με αυτό τον τρόπο έδωσαν στα μέλη τους τη δυνατότητα να γυμναστούν από το σπίτι τους τηρώντας όλους τους κανόνες που είχαν επιβάλει οι κυβερνήσεις (Hammamiet al., 2022).

Πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας, τα γυμναστήρια χρησιμοποιούσαν διάφορες μεθόδους για να παραμείνουν σε επαφή με τα μέλη τους. Ανέβασαν άρθρα

που αφορούσαν τον αθλητισμό, τη διατροφή και την ευεξία, σε μια προσπάθεια να στρέψουν τον κόσμο περισσότερο προς την άθληση και τη σωστή διατροφή. (Meyer, 2020). Οι αναρτήσεις αυτές στο ιστολόγιο έγιναν η αφορμή για την έναρξη συζητήσεων, έδωσαν το έναυσμα στους πελάτες να διατυπώσουν τους προβληματισμούς τους αλλά και να κάνουν προτάσεις στην επιχείρηση για βελτίωση των παροχών ή για προσθήκη νέων. Γενικότερα, η επικοινωνία με αυτόν τον τρόπο γίνεται γόνιμη, ο πελάτης γίνεται ενεργό μέλος της επιχείρησης, δημιουργείται ένα είδος σύμπραξης μεταξύ πελάτη και επιχείρησης για την παραγωγή γνώσης με αποτέλεσμα ο πελάτης να τοποθετείται σε ισότιμη βάση με τα στελέχη της επιχείρησης (Greenberg, 2010).

Σκοπός έρευνας

Έχουν γίνει αρκετές μελέτες όσον αφορά την ποιότητα υπηρεσιών και την ικανοποίηση των αθλουμένων των ιδιωτικών γυμναστηρίων. Όμως, ο αντίκτυπος της πανδημίας του Covid-19 σε αυτούς τους παράγοντες δεν έχει ερευνηθεί, όπως δεν έχει μελετηθεί η ικανοποίηση των αθλουμένων και η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών στα γυμναστήρια της Τρίπολης. Το θέμα αυτής της μελέτης επικεντρώνεται στο κατά πόσο τα γυμναστήρια στην Τρίπολη Αρκαδίας ενίσχυσαν την ικανοποίηση των μελών τους και κατά πόσο επηρεάστηκαν οι παρεχόμενες υπηρεσίες τους κατά τη διάρκεια των καθολικών lockdown και στην επαναλειτουργία τους. Για τη διεκπεραίωση της έρευνας επιλέχθηκε η ποσοτική μέθοδος. Το ερωτηματολόγιο που επιλέχθηκε είχε ερωτήσεις που αφορούσαν την ικανοποίηση των αθλούμενων στα γυμναστήρια και της ποιότητας των υπηρεσιών. Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, εκτός από τις ερωτήσεις για τα δημογραφικά στοιχεία, υπήρχαν ερωτήματα για τη συχνότητα της χρήσης του γυμναστηρίου και των προγραμμάτων προτίμησης και του τρόπου άσκησης κατά τη διάρκεια των lockdown και στο δεύτερο μέρος οι ερωτήσεις ήταν στην κλίμακα Linkert 5 σημείων που μετρούσαν την σπουδαιότητα του μέλους για τα επιμέρους θέματα των γυμναστηρίων.

Σημασία έρευνας

Η χρονική περίοδος διεξαγωγής της έρευνας είναι πολύ σημαντική, καθώς έχει παρατηρηθεί ότι μετά από ακραία γεγονότα, όπως ήταν η πλημμύρα της Ταϊλάνδης το 2011, οι τρόποι και οι συνήθειες των ανθρώπων αλλάζουν, όπως αλλάζει και η χρήση

της τεχνολογίας (Leonget al., 2015).Κριτήριο της συγκεκριμένης μελέτης αποτελεί ο μικρός αριθμός ερευνών που μελετούν την επίδραση της έξαρσης του Covid-19 στην ποιότητα των παροχών των γυμναστηρίων και στο ποσοστό ικανοποίησης των αθλούμενων σε αυτά . Οπότε τα ευρήματα αυτής της έρευνας μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη βελτίωση των υπηρεσιώνόχι μόνο από τα γυμναστήρια της Τρίπολης αλλά και το σύνολο των ιδιωτικών αλλά και δημοτικών γυμναστηρίων, όπως και να συνεισφέρουν στη βιβλιογραφία του marketing. Τα ευρήματα της μελέτηςδύναται να χρησιμοποιηθούν από τα γυμναστήρια για να επιτύχουν καλύτερη λειτουργία σε όλους τους τομείς, προκειμένου να καθορίσουν ποιές αλλαγές οφείλουν να κάνουν για να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα που έφερε η πανδημία του Covid-19. Απώτερος σκοπόςείναι η βελτίωση της ικανοποίησης των μελών τους, και κατά συνέπεια, της κερδοφορίας τους. Η αναζήτηση αυτών των θεμάτων κάνει και αυτή την έρευνα πολύ σημαντική.

Ερευνητικέςυποθέσεις

Οι ερευνητικές υποθέσεις που διερευνώνται στη συγκεκριμένη μελέτη αφορούντη μέτρηση των παραγόντων της ποιότητας υπηρεσιών, όπως την αντιλαμβάνονται οι ασκούμενοι στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης κατά τηνπανδημία του Covid-19. Αναμένεται σημαντική στατιστική διαφοροποίηση ανάλογα με το φύλο, την ηλικία (κάτω των 25 χρόνων, 26 έως 39, 40 έως 54, πάνω από 55 χρόνων), το εκπαιδευτικό επίπεδο (απόφοιτοι Λυκείου, φοιτητές, πτυχιούχοι ΑΕΙ), τη συχνότητα άθλησης την εβδομάδα (έως 3 φορές, περισσότερες από 4 φορές), τους μήνες άθλησης κατά τη διάρκεια του χρόνου (έως 8 μήνες, περισσότερο από 9 μήνες), τις ώρες άθλησης (8:30-15:00, 15:00-21:30), τηνδιάρκειατης ημερήσιας προπόνησης (έως 60 λεπτά, πάνω από 60 λεπτά), τον χρόνο εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο (έως 1 χρόνο, 1-5 χρόνια, περισσότερο από 5 χρόνια) και την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα (θετικά, αρνητικά, καθόλου). Επιπλέον, θα εξεταστεί η συσχέτιση των παραγόντων της κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών (Εγκαταστάσεις, Προσωπικό, Ανταπόκριση, Αξιοπιστία, Αποτελέσματα) και των μετρήσεων της Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και της Ολικής Ικανοποίησης των μελών στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης.

Προϋποθέσεις και περιορισμοί

Η έρευνα έλαβε μέρος σε 5 ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης. Η έρευνα περιορίστηκε στη μελέτη της ποιότητας υπηρεσιών των γυμναστηρίων της Τρίπολης και του ποσοστού ικανοποίησης των μελών τους .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Ικανοποίηση- αφοσίωση

Για να εκτιμηθεί η αξία μιας επιχείρησης στην ευρύτερη αγορά υπάρχει ποικιλία στοιχείων όπως τα περιουσιακά της στοιχεία, τα έσοδα κ.α., όμως το πιο σημαντικό στοιχείο της αξίας μιας επιχείρησης είναι οι πελάτες της. Στον τομέα του μάρκετινγκ είναι γνωστό ότι η πελατοκεντρική στρατηγική είναι η μέθοδος που θα βοηθήσει μια επιχείρηση να επιβιώσει και να αναπτυχθεί. Ο πελάτης είναι η βάση και ταυτόχρονα η κορυφή της επιχείρησης. Όλες οι ενέργειες της επιχείρησης πηγάζουν από αυτόν και καταλήγουν σε αυτόν. Ο αρχικός στόχος και ο τελικός σκοπός μιας επιχείρησης σίγουρα είναι η μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη.

Τι σημαίνει, όμως, ικανοποίηση πελάτη; Ο Day (1984) αναφέρει ότι ικανοποίηση είναι η διαφορά των επιδιώξεων που είχε ο αγοραστής προτού την απόκτηση του προϊόντος με την πραγματική απόδοση του προϊόντος μετά από την αγορά του. Οι Parasuramanetal.(1988) πιστεύουν ότι ικανοποίηση είναι η αντίληψη που έχει ο πελάτης ότι η προσδοκία του έχει εκπληρωθεί. Οι Celladurai και Chang (2000) τοποθετούν την ικανοποίηση σε συνάρτηση με την απόδοση του προϊόντος. Όταν το προϊόν είναι ανώτερο από τις επιδιώξεις του πελάτη, τότε αυτός είναι ικανοποιημένος.

Υπάρχουν όμως και μελέτες που ξεχωρίζουν την ικανοποίηση από την πίστη. Την ικανοποίηση μπορούμε να τη χαρακτηρίσουμε ως στάση και να τη διαχωρίσουμε από την πίστη που τη χαρακτηρίζουμε ως συμπεριφορά. Στην πίστη θα φτάσει ο πελάτης μέσω της ικανοποίησής του από το αγορασθέν προϊόν ή αγορασθείσα υπηρεσία (Hill et al., 2007). Μέσω της πίστης ο πελάτης οδηγείται στην αφοσίωση. Η αφοσίωση είναι το στοιχείο εκείνο που κάνει την υποστήριξη του πελάτη στο προϊόν ή στην υπηρεσία επαναλαμβανόμενη και στο μέλλον (Oliver, 1999).

Μέσω του στοιχείου της αφοσίωσης η επιχείρηση μπορεί να διατηρεί τους πελάτες της. Επιτυχημένη θεωρείται μια επιχείρηση όταν έχει σταθερό πελατολόγιο. Σύμφωνα με τους Zorn et al. (2010), το κόστος των επιχειρήσεων να διατηρήσουν το πελατολόγιό τους είναι μικρότερο αν συγκριθεί με αυτό που χρειάζονται για να προσελκύσουν νέους πελάτες. Άλλωστε οι αφοσιωμένοι πελάτες θα ενθαρρύνουν και άλλους να αγοράσουν από την επιχείρηση που αυτοί εμπιστεύονται. Οπότε, γίνεται

αντιληπτό, ότι σε μια επιχείρηση καταλύτης είναι το ποσοστό ικανοποίησης των πελατών της (Andersonetal., 1994).

Ποιότητα υπηρεσιών

O Gronroos(1990) ορίζει ως υπηρεσία τη δραστηριότητα με λίγο ή πολύ άυλη φύση που συμβαίνει, όχι απόλυτα πάντα, μεταξύ πελατών και προσωπικού των επιχειρήσεων. Οι υπηρεσίες μπορεί να σχετίζονται με υλικά αγαθά, όπως η μεταφορά, η παράδοση και η συντήρησή τους, αλλά μπορούν και να μην σχετίζονται με υλικά αγαθά, όπως οι ιατρικές υπηρεσίες, η εκπαίδευση, ο αθλητισμός και άλλα. Τα κύρια χαρακτηριστικά της υπηρεσίας, που μπορεί να την ξεχωρίζει από το προϊόν, είναι η μη υλική φύση της, η ετερογένεια, η ταυτόχρονη παραγωγή - κατανάλωση και η αδυναμία αποθήκευσής της (Parasuramanetal., 1988).

Ως ποιότητα, ο Flood(1993) όρισε την ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών με την οικονομικότερη επιλογή κόστους. Ο Choppin (1997) θεώρησε ως ποιότητα την ικανοποίηση των διαπραγματεύσιμων προσδοκιών και απαιτήσεων του πελάτη. Επίσης, ο Johnston (1995) διατύπωσε τη θεωρία, ότι η ικανοποίηση του πελάτη προέρχεται από αυτοτελείς συναλλαγές με την επιχείρηση, ενώ η ποιότητα των υπηρεσιών μιας επιχείρησης είναι η συνολική γνώμη του πελάτη για την ανώτερη αξία των υπηρεσιών αυτής. Ένας άλλος ορισμός της ποιότητας προέρχεται από τον Αλεξανδρή (2016) και θέτει ως ποιότητα υπηρεσιών την αποκτηθείσα αντίληψη της αξίας της υπηρεσίας από τον πελάτη μετά τη συμμετοχή του σε αυτή.

Οι ποιοτικές υπηρεσίες είναι απαραίτητες και βασικό στοιχείο στη στρατηγική της επιχείρησης για την επιβίωσή της αλλά και για την επιτυχία της στο απαιτητικό επιχειρησιακό περιβάλλον (Sasser&Reichheld, 1990). Η ποιοτική υπηρεσία έχει ως στόχο τη μεγιστοποίηση του κέρδους μιας επιχείρησης. Η σύνδεση της ποιότητας υπηρεσιών και των κερδών δεν είναι ούτε εύκολη ούτε απλή (Rustetal., 1995). Οι επιχειρήσεις που προσφέρουν ανώτερη υπηρεσία επιτυγχάνουν αύξηση του μεριδίου της αγοράς (Zeithamletal., 1996).

Σχέση μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίηση πελάτη

Οι ορισμοί ποιότητα υπηρεσιών και ικανοποίηση πελάτη είναι αλληλοεξαρτώμενοι (Oliver, 1997). Όλοι οι ορισμοί της ποιότητας υπηρεσιών την περιγράφουν ως το τελικό γεγονός της ικανοποίησης των προσδοκιών του πελάτη μέσω

μιας υπηρεσίας και του τρόπου που έχει εκτελεστεί η υπηρεσία (Groonroos, 1984). Ένας τρόπος να μετρηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχει μια εταιρεία είναι να εξετασθεί πόσο αποκλίνει από τις προσδοκίες των πελατών της (Parasuramanetal., 1988). Οι προσδοκίες ως παράγοντας είναι σημαντικός και πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχει μια εταιρεία (Afthinosetal., 2005). Είναι γενικά αποδεκτό ότι η ποιότητα των υπηρεσιών εξαρτάται από το βαθμό ικανοποίησης των πελατών (Sima&Ruda, 2019). Μάλλον οφείλεται στο γεγονός ότι με υψηλά επίπεδα ικανοποίησης μετρήθηκαν οι πελάτες που εξέφρασαν θετική άποψη για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (Caruana,2002; Spreng&Chiou,2002).

Λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού, όπως οι βιομηχανίες έτσι και οι επιχειρήσεις υπηρεσιών, αναγκάστηκαν να αυξήσουν την ποικιλία και την ποιότητα εξυπηρέτησης για να συμβαδίσουν με τις απαιτήσεις και τις επιδιώξεις των πελατών τους (Conbolat, 2002). Οι Gimén καιGurbuz (2007) εξέφρασαν την άποψη ότι η ταχεία πρόοδος στις επιχειρήσεις υπηρεσιών αύξησε τον ανταγωνισμό μεταξύ τους, οδήγησε στηνκαλυτέρευση της ποιότητας των υπηρεσιών και αύξησε τις προσπάθειές τους για να έχουν πελάτες ικανοποιημένους και αφοσιωμένους. Επιπλέον, οι πελάτες εξαιτίας της συνεχόμενης ανάπτυξης της τεχνολογίας και της αύξησης του επιπέδου της ευημερίας έγιναν πιο απαιτητικοί ως προς τις υπηρεσίες που δέχονται (Yetis, 2001). Στην ουσία, η ποιότητα μπορεί να γίνει αντιληπτή από την ικανοποίηση της προσδοκίας του πελάτη (Kehoe, 1996). Σε πολλές μελέτες καθορίστηκε ως ποιοτική υπηρεσία η γενικότερηαντίληψη του πελάτη για την απόδοση των υπηρεσιών, τα συστήματα παροχής υπηρεσιών και τη συνολική εμπειρία κατανάλωσης (Zikmund&D'Amico, 1996).

Υπάρχουν συγγραφείς που τους όρους «ποιότητα υπηρεσιών» και «ικανοποίηση πελατών» τους χρησιμοποιούν εναλλάξ. Οι περισσότεροι, όμως, συμφωνούν ότι οι δύο αυτοί όροι είναι διαφορετικοί παρόλο που υπάρχει σχέση μεταξύ τους (Parasuramanetal., 1988; Spreng&Mackoy,1996). Οι Zeithaml καιBittner (2003),θεωρούν ότι η «ικανοποίηση» είναι όρος ευρύτερος από την «ποιότητα». Στην πραγματικότητα περιλαμβάνει και γνωστική αξιολόγηση και λειτουργική αξιολόγηση(αξιολόγηση αποτελέσματος), ενώ η αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών είναι μόνο γνωστική (Tian-Cole&Crompton,2003). Υπάρχουν, βέβαια, μελέτες στον

χώρο του μάρκετινγκ που εξετάζουν αυτούς τους όρους ως αλληλένδετους (Caruana, 2002; Spreng&Chiou, 2002).

Ποιότητα υπηρεσιών και ικανοποίηση πελατών στα γυμναστήρια

Στον χώρο της αθλητικής βιομηχανίας αρκετοί ερευνητές έχουν ασχοληθεί με τη διερεύνηση της σχέσης των ποιοτικών υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών. Υπάρχουν μελέτες που έχουν επιβεβαιώσει αυτή την αλληλοσύνδεση (Javadeinetal., 2001; Murray&Howat,2002), καθώς υπάρχουν και μελέτες που θεωρούν ότι δεν μπορεί να αποδοθεί άμεση σχέση αυτών των όρων (Kouthouris&Alexandris, 2005; Yong, 2000).

Οι κύριες υπηρεσίες που παρέχονται στα γυμναστήρια είναι ομαδικά προγράμματα φυσικής κατάστασης (aerobics, taebok.α), ομαδικά προγράμματα Pilates, Yoga, Trx, minigroup εκγύμνασης και προγράμματα εξατομικευμένης εκγύμνασης (personalgroup). Η αθλητική υπηρεσία, όπως όλες οι υπηρεσίες, είναι άυλη, δεν είναι χειροπιαστή, δεν αποθηκεύεται και είναι αναλώσιμη (Tsitskarietal.,2014). Είναι μια υπηρεσία που κατά μεγάλο ποσοστό βασίζεται στον προπονητή (Torildsen, 2005).

Στον χώρο των γυμναστηρίων η ανάγκη για ικανοποιημένους πελάτες είναι πιο επιβεβλημένη. Σύμφωνα με έρευνες, το 50% των ατόμων που ξεκινούν ένα αθλητικό πρόγραμμα σταματάει εντός του πρώτου εξαμήνου (Gerson, 1999). Το γεγονός αυτό και μόνο δημιουργεί την ανάγκη για υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, ώστε να διατηρηθεί η πελατειακή βάση και να αυξηθεί η κερδοφορία της αθλητικής επιχείρησης (Yuetal., 2014). Ο ανταγωνισμός στον χώρο των αθλητικών οργανισμών και επιχειρήσεων είναι μεγάλος. Τα γυμναστήρια έχουν κατανοήσει ότι για να προσελκύσουν και για να διατηρήσουν πελάτες θα πρέπει η ποιότητα των υπηρεσιών τους να είναι όσο το δυνατόν καλύτερη. Βέβαια, αν παρατηρήσουμε τα γυμναστήρια τις δυο τελευταίες δεκαετίες, είναι φανερό ότι παρουσιάζουν βελτίωση. Οι βελτιωμένες υπηρεσίες και οι προσωπικές εμπειρίες των πελατών είναι σημαντικοί παράγοντες που θα τους ωθήσουν να επανέλθουν ή όχι στους αθλητικούς χώρους(Janetetal., 1990).

Οι Salamatetal. (2013) θεωρούν ως σημαντικότερους παράγοντες της ικανοποίησης των αθλουμένων των γυμναστηρίων τις δυνατότητες κοινωνικοποίησης, την καλή κατάσταση του εξοπλισμού, τους άνετους χώρους άθλησης(αίθουσες) και τη συμπεριφορά των γυμναστών. Στα ίδια ευρήματαοδηγήθηκε και η μελέτη των

Manasetal.(2008) τονίζοντας τη σημασία των προσεγγμένων εγκαταστάσεων, της κοινωνικής συναναστροφής αλλά και την προσωπική – φιλική προσέγγιση του προσωπικού.

Ο Καλαβρής (2021) σε έρευνα που διεξήγαγε στο γυμναστήριο AlterlifeBoutiqueΑμαρουσίου κατέληξε στο συμπέρασμα πως οι συμμετέχοντες ήταν ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες που έλαβαν, κυρίως, όμως, η ικανοποίησή τους προερχόταν από την επίβλεψη και την καθοδήγηση του γυμναστή. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες τόνισαν την αξία της κοινωνικής συναναστροφής στο γυμναστήριο και τη θετική επίδραση της γυμναστικής στην εργασιακή τους απόδοση.

Η έρευνα των Freitas και Lacerda (2019), η οποία διεξήχθη σε 4 γυμναστήρια στη Βραζιλία, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι για την εγγραφή και την παραμονή στο γυμναστήριο σπουδαίο ρόλο παίζουν οι εγκαταστάσεις, η τιμή της υπηρεσίας και το προσωπικό. Ο εξοπλισμός των γυμναστηρίων πρέπει να ποικίλλει, να είναι επαρκής και να διατηρείται σε άριστη κατάσταση. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στους εκπαιδευτές, να είναι ευγενικοί και καταρτισμένοι και να δίνουν σαφείς εντολές. Επίσης σημαντική είναι η καθαριότητα και η αξία της υπηρεσίας.

Οι Tsitskarietal. (2014) ερευνήσαν, εκτός από τη συσχέτιση ποιότητας και ικανοποίησης, και τη ψυχολογική δέσμευση των αθλούμενων. Σύμφωνα με την μελέτη, ο παράγοντας εργαζόμενοι είναι σημαντικός για την ικανοποίηση και τη ψυχολογική δέσμευση των πελατών.

Μια άλλη έρευνα που διεξήχθη στα γυμναστήρια της Κύπρου είναι του Αντωνιάδη (2014), η οποία ερευνήσε και την αφοσίωση των αθλούμενων. Τα αποτελέσματα οδήγησαν στο συμπέρασμα ότι οι παράγοντες Εγκαταστάσεις και Προσωπικό είναι σημαντικοί για την αφοσίωση και την ικανοποίηση των πελατών των γυμναστηρίων.

Η Σάββα (2008) σε μελέτη σε γυμναστήρια της Ελλάδας και της Κύπρου κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η πλειοψηφία των πελατών (57.3%) είναι ικανοποιημένη και προτιμά τα ομαδικά προγράμματα ενώ μόλις το 12.7% των πελατών προτιμάει τα ατομικά προγράμματα εκγύμνασης.

Η έρευνα των Afthinosetal. (2005) που διεξήχθη σε κλίμακα QUESC σε γυμναστήρια στον ελλαδικό χώρο οδηγήθηκε στο συμπέρασμα ότι τα πιο επιθυμητά στοιχεία της παροχής υπηρεσιών είναι οι εγκαταστάσεις, η συμπεριφορά και

οι γνώσεις του προσωπικού, η τιμή των παροχών και η έγκυρη ανάρτηση του προγράμματος.

Η Ντόντου (2009) σε έρευνα που διεξήγαγε σε γυμναστήρια της Αθήνας και της Λάρισας για την ικανοποίηση των αθλούμενων από τις παρεχόμενες υπηρεσίες αυτών, οδηγήθηκε στο συμπέρασμα ότι η σημαντικότερη πτυχή των υπηρεσιών για την ικανοποίηση των πελατών είναι οι καθαροί χώροι. Οι πελάτες δίνουν ιδιαίτερη σημασία, επίσης, στις εγκαταστάσεις να είναι άνετες με επαρκή εξοπλισμό και στις γνώσεις, στην ευγένεια και στη φιλικότητα του προσωπικού.

Η έρευνα της Αγγελοπούλου (2012) στα γυμναστήρια του Νομού Καβάλας εξέτασε το πώς αντιλαμβάνονται οι αθλούμενοι την ποιοτική υπηρεσία. Σύμφωνα με την έρευνα, η υψηλή ικανοποίηση των μελών των γυμναστηρίων οφείλεται στη συμπεριφορά του προσωπικού και στα αποτελέσματα που προσδοκούν να επιτύχουν οι αθλούμενοι από την άσκηση στο γυμναστήριο. Αντίθετα, οι αθλούμενοι δεν είναι καθόλου ευχαριστημένοι με τις κτιριακές υποδομές και την καθαριότητα αυτών.

Η Μιχαλοπούλου (2019) σε έρευνα που διεξήγαγε στα γυμναστήρια EthicFitnessClub κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, κατά κύριο λόγο, το καταρτισμένο και με κοινωνικές δεξιότητες προσωπικό οδηγεί τους πελάτες στην ικανοποίηση και κατ'επέκταση στην πίστη.

Η Αρέστη (2019) σε έρευνα που διεξήγαγε στα δημοτικά γυμναστήρια του δήμου Αθηναίων κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι πελάτες των δημοτικών γυμναστηρίων παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης στους παράγοντες Αξιοπιστία, Προσωπικό, Προσδοκώμενα Αποτελέσματα, και Ανταπόκριση, ενώ στους παράγοντες που σχετίζονται με τις Εγκαταστάσεις παρουσιάζουν χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης.

Όργανα μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών

Ένα μοντέλο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών είναι το Quality Excellence of Sports Centres (QUESC) των Kim και Kim (1995), το οποίο έχει 33 ερωτήσεις και είναι αποτελείται από δύο σκέλη. Η σκοπιμότητα των αντικειμένων της κλίμακας μετριέται στο πρώτο μέρος. Στο δεύτερο μέρος είναι τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για να μετρήσουν τις απόψεις για την ποιότητα της υπηρεσίας. Στο ερωτηματολόγιο QUESC βασίστηκε και η έρευνα των Afthinosetal. (2005) που διενεργήθηκε σε 6 αθλητικά

κέντρα της Αθήνας. Οι Papadimitriou και Karteroliotis (2000) υποστήριξαν ότι το μοντέλο QUESC δεν μπορούσε να υποστηρίξει και τους 11 παράγοντες που έχει όταν χρειάστηκε να το εφαρμόσουν στην ερευνά τους για ιδιωτικά κέντρα άθλησης στην Ελλάδα.

Οι Howat et al. (1996) δημιούργησαν το Customer Service Quality (CSQ) που περιλαμβάνει πέντε παράγοντες: βασικές υπηρεσίες, προσωπικό, γενική εγκατάσταση, ποιότητα και δευτερεύουσες υπηρεσίες. Αυτό το μοντέλο αναθεωρήθηκε το 1999 και κατέληξε να έχει τρεις διαστάσεις: το προσωπικό, τις βασικές υπηρεσίες και τις περιφερειακές.

Ένα άλλο μοντέλο αξιολόγησης της ικανοποίησης των πελατών (Customer Satisfaction Scale) δημιουργήθηκε από τους Alexandris και Palialia (1999) για να μετρήσουν το ποσοστό ικανοποίησης των μελών των γυμναστηρίων. Οι Alexandris et al. (1999) τροποποίησαν αυτή την κλίμακα. Η τροποποιημένη κλίμακα αποτελείται από 24 ερωτήσεις και περιέχει έξι παράγοντες ικανοποίησης: (α) Εγκαταστάσεις, όπου υπάρχουν επτά ερωτήσεις, (β) Στάση Προσωπικού, με τέσσερις ερωτήσεις, (γ) Χαλάρωση, με τρεις, (δ) Διανοητικά, με τέσσερις, (ε) Υγεία, με τρεις, και (στ) Κοινωνικά, με τρεις.

Η Κυριακίδου (2015) στην ερευνά της εξέτασε την ικανοποίηση εργαζομένων και αθλούμενων στα γυμναστήρια Fitness. Στη μελέτη της το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποίησε ήταν του Alexandris και Palialia (1999) το οποίο αποτελείται από 20 ερωτήματα. Η μελέτη διαπίστωσε ότι η ικανοποίηση των αθλούμενων εξαρτάται από το προσωπικό, τα εβδομαδιαία προγράμματα, τα αποτελέσματα και τέλος από τις εγκαταστάσεις.

Σε έρευνα που διενεργήθηκε για την ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια της Ηλείας (Φουσκαρίνης, 2006) χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο του Alexandris et al. (2002). Η μελέτη κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι πελάτες έχουν θετική άποψη για τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Από την παραγοντική ανάλυση, η οποία έγινε στην έρευνα του Φουσκαρίνη (2006), επιβεβαιώθηκε η εγκυρότητα της κλίμακας Alexandris et al. (2002) καθώς προέκυψαν ως παράγοντες ποιότητας η αξιοπιστία, οι εγκαταστάσεις, τα προγράμματα, το προσωπικό, οι γυμναστές, η υγεία, η εξυπηρέτηση και η κοινωνικότητα.

Ο Τριγώνης (2014) μελέτησε την ικανοποίηση των πελατών σε γυμναστήρια τεσσάρων μεγάλων ελληνικών πόλεων (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο). Τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν τα τέσσερα. Αναλυτικά χρησιμοποίησε τα κάτωθι: “SheffieldGymQuestionnaire”, “Gold’sGymMemberSurvey”, “TheGym, CustomerSatisfactionSurvey”, -στα οποία έκανε τις απαιτούμενες τροποποιήσεις για τη διανομή τους σε ελληνικό πληθυσμό- και “QualityScale” που είναι το τροποποιημένο ερωτηματολόγιο του Alexandrisetal.(1999), που αναφέραμε πιο πάνω. Η έρευνα αυτή έδειξε, ότι ο ανθρώπινος παράγοντας και η προσωπική επαφή είναι σημαντικά για την ικανοποίηση των μελών των γυμναστηρίων.

Το 1985 οι Parasuraman, Zeithaml, και Berry δημιούργησαν ένα άλλο μοντέλο αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών, το SERVQUAL, το οποίο τροποποιήθηκε άλλες δύο φορές (1988 και 1991) και έγινε πολύ δημοφιλές. Σε αυτό το μοντέλο, οι μελετητές κατέληξαν σε πέντε διαστάσεις: (α) αξιοπιστία, (β) εμπιστοσύνη, (γ) ανταπόκριση, (δ) φροντίδα, (ε) χειροπιαστό αντικείμενο (π.χ., εγκαταστάσεις). Πολλοί ερευνητές θεωρούν ότι το μοντέλο SERVQUAL δεν είναι ιδιαίτερα εφαρμόσιμο στις αθλητικές υπηρεσίες (Αλεξανδρής, 2010; Brandy & Cronin, 2001; Buttle, 1995). Ο Αλεξανδρής (2004) υποστήριξε ότι το μοντέλο αυτό μειονεκτεί γιατί δεν περιλαμβάνει τη διάσταση της εξωτερικής ποιότητας. Οι Alexandris et al. (2004) προσάρμοσαν το παραπάνω μοντέλο για τις ελληνικές αθλητικές υποδομές. Πέντε παράγοντες αποτελούν αυτό το μοντέλο: (α) *Προσωπικό*: Στοιχεία που έχουν σχέση με τη συμπεριφορά, την κατάρτιση, την ικανότητα του προσωπικού και την αλληλεπίδραση με τους πελάτες. (β) *Αξιοπιστία*: Σε ποιο βαθμό η διοίκηση τηρεί τις υποσχέσεις που δίνονται μέσω της επικοινωνίας, κατά πόσο τηρεί τις οικονομικές συμφωνίες και είναι συνεπής στα προαναγγελθέντα ωράρια. (γ) *Εγκαταστάσεις*: Είναι το περιβάλλον του γυμναστηρίου, ο εξοπλισμός του, τα αποδυτήρια, οι αίθουσες. (δ) *Ανταπόκριση*: Σε ποιο βαθμό η διοίκηση και το προσωπικό αντιλαμβάνονται τα προβλήματα και δίνουν άμεσες λύσεις. (ε) *Προσδοκώμενα αποτελέσματα*: Τα αποτελέσματα, τα οποία αναμένουν να δουν οι πελάτες. Αυτός ο παράγοντας δεν είναι σταθερός και προσαρμόζεται κάθε φορά ανάλογα με την αθλητική υπηρεσία που απευθύνεται το ερωτηματολόγιο. Επιπλέον, είναι παράγοντας που δεν υπήρχε στο αρχικό μοντέλο SERVQUAL.

Οι Brandy και Cronin το 2001 πρότειναν άλλο όργανο μέτρησης πολλαπλών επιπέδων. Το μοντέλο αυτό έχει τρεις παράγοντες. *Πρώτος παράγοντας* είναι η ποιότητα υπηρεσιών, η οποία περιλαμβάνει τις αλληλεπιδράσεις προσωπικού - πελάτη και έχει τρεις υποδιαίρεσεις που συνθέτουν τις αντιλήψεις των πελατών για τις αλληλεπιδράσεις: τη στάση, τη συμπεριφορά, και την εμπειρία των εργαζομένων. *Δεύτερος παράγοντας* είναι η ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος και έχει και αυτός τρεις συνιστώσες: περιβαλλοντικές συνθήκες, σχεδιασμός εγκαταστάσεων και κοινωνικούς συντελεστές. *Τρίτος παράγοντας* είναι η ποιότητα των αποτελεσμάτων, που σημαίνει την αντίληψη που αποκομίζει ο πελάτης μετά τη διαδικασία παραγωγής και αποτελείται από τρεις υποκατηγορίες: χρόνος αναμονής, απτά στοιχεία, και σθένος. Οι Alexandris et al. (2004) υποστηρίζουν ότι αυτό το μοντέλο μπορεί να χρησιμοποιηθεί στα αθλητικά κέντρα καθώς μπορεί να μετρήσει την αλληλεπίδραση του εργατικού δυναμικού και των αθλούμενων.

Έρευνες για τις επιπτώσεις της πανδημίας στα γυμναστήρια

Κάνοντας ανασκόπηση της βιβλιογραφίας βρίσκουμε έρευνες σχετικές με τον αντίκτυπο της πανδημίας Covid-19 στην αθλητική δραστηριότητα των ανθρώπων. Όμως, η βιβλιογραφία είναι ακόμα περιορισμένη για την επίδραση της έξαρσης της πανδημίας στη λειτουργία των γυμναστηρίων.

Η έρευνα του Thomas (2020) που διεξήχθη στο δεύτερο lockdown της πανδημίας από τον Οκτώβριο έως τον Δεκέμβριο του 2020 σε 200 συμμετέχοντες στην Ελλάδα έδειξε ότι τα μέλη των γυμναστηρίων συνεχίζουν να είναι αφοσιωμένα στα γυμναστήρια τους και το 75% των συμμετεχόντων να θεωρεί το επίπεδο των υπηρεσιών υψηλό και να δηλώνει πως είναι πολύ ικανοποιημένο. Επίσης, ένα ακόμα ενδιαφέρον στοιχείο αυτής της έρευνας είναι ότι οι συμμετέχοντες παρότι είναι ικανοποιημένοι από τις υπηρεσίες των γυμναστηρίων τους, δεν είναι πρόθυμοι να δοκιμάσουν νέες υπηρεσίες.

Η έρευνα των Sowier-Kasprzyk και Widawska-Stanis (2020) που έγινε στα γυμναστήρια στην Gzestochowatης Πολωνίας, έδειξε ότι η πανδημία επηρέασε σωματικά ενεργά άτομα, αλλά αυτοί οι άνθρωποι, γενικά, είναι τόσο αποφασισμένοι να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους που δεν εγκατέλειψαν την ενεργό δράση. Το 85% των ερωτηθέντων συνέχισε την αθλητική του δραστηριότητα εν μέσω του καθολικού

κλεισίματος των γυμναστηρίων, παρακολουθώντας διαδικτυακά μαθήματα. Μετά την άρση του αυστηρού lockdown μόνο το 40% των ασκούμενων επέστρεψε στο γυμναστήριο ενώ οι υπόλοιποι προτίμησαν να συνεχίσουν να ακολουθούν τα μαθήματα εξ' αποστάσεως. Επίσης, ένα άλλο ενδιαφέρον αποτέλεσμα αυτής της έρευνας είναι ότι οι γυναίκες αξιολόγησαν πιο θετικά το γυμναστήριο συγκριτικά με τους άνδρες.

Η μελέτη των Ongetal.(2021) που διεξήχθη στις Φιλιππίνες, υπό την πίεση των μέτρων που επικρατούσαν για τον Covid-19, έδειξε ότι οι αθλούμενοι των γυμναστηρίων προτιμούσαν υπηρεσίες που είναι οικονομικά προσιτές και συνδυάζονται με ειδικές προσφορές όπως υπηρεσίες VIP, ατομική προπόνηση, πλήρως κλιματιζόμενες και με καλό αερισμό αίθουσες και με λειτουργία 24 ωρών. Αυτό δείχνει ότι η προτεραιότητα των διοικήσεων των γυμναστηρίων πρέπει να είναι οι ευρύχωρες και καλά αεριζόμενες αίθουσες και η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών.

Η πραγματοποίηση της έρευνας στα γυμναστήρια της Τρίπολης, που συμπίπτει χρονικά με τα περιοριστικά μέτρα που επικρατούσαν στην Ελλάδα, λόγω του Covid-19, αποτελεί αξιόπιστη πηγή άντλησης πληροφοριών για τη χρήση των ευρημάτων από άλλους ερευνητές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Συμμετέχοντες

Στα πλαίσια της ποσοτικής μεθόδου επιλέχθηκε να διανεμηθεί ερωτηματολόγιο σε μέλη των πέντε γυμναστηρίων. Τα γυμναστήρια που επιλέχθηκαν είναι: Athleta, BodyartGym, EnergyGym, ANΑΣΑ, MoveWellness. Η επιλογή έγινε καθώς καλύπτουν μεγάλο μέρος της αγοράς των γυμναστηρίων της περιοχής. Μοιράστηκαν 270 ερωτηματολόγια εκ των οποίων επεστράφησαν συμπληρωμένα 254, δηλαδή ο βαθμός ανταπόκρισης ανήλθε στο 94.07% και κρίνεται ικανοποιητικός (Cohen et al., 2000). Από τα άτομα που πήραν μέρος στην έρευνα το 40.2% ήταν άνδρες ($n_1=102$ άνδρες) και το 59.8% ήταν γυναίκες ($n_2=152$ γυναίκες). Όλοι οι συμμετέχοντες ήταν άνω των 18 χρόνων, το 35% των συμμετεχόντων ($n=89$ άτομα) ήταν ηλικίας 26-39 ετών, το 28.7% ($n=73$ άτομα) 40-54 ετών και το 18.1% ($n=46$ άτομα) 18-25 ετών και το ίδιο ποσοστό ήταν και τα άτομα ηλικίας 55+. Η επιλογή των μελών που έλαβαν μέρος έγινε από τα μέλη που είχαν ενεργή συμμετοχή στα γυμναστήρια πριν το κλείσιμο των γυμναστηρίων, λόγω της πανδημίας. Η μελέτη, αρχικά, πήρε έγκριση από τη συντονιστική επιτροπή του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (ΠΜΣ) του ΤΟΔΑ του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου και στη συνέχεια ακολουθήθηκαν όλες οι διαδικασίες για τη διασφάλιση των κανόνων της ακαδημαϊκής δεοντολογίας (American Psychological Association, APA 2020). Το ερωτηματολόγιο που μοιράστηκε στους συμμετέχοντες βρίσκεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.

Εργαλεία

Στη διαδικασία συλλογής δεδομένων για τις διαστάσεις που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών αξιοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Alexandris et al. (2004). Το ερωτηματολόγιο «Service Quality Scale – SQS», όπως λέγεται, έχει ελεγχθεί στον Ελληνικό πληθυσμό και έχει βρεθεί έγκυρο και αξιόπιστο (Alexandris et al., 2004). Το ερωτηματολόγιο χωριζόταν σε δυο μέρη.

Στο πρώτο υπήρχαν δημογραφικές ερωτήσεις, ερωτήσεις για τη συχνότητα της χρήσης του γυμναστηρίου και των προγραμμάτων προτίμησης, του τρόπου άθλησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας και κατά πόσο επηρέασε η πανδημία και τα μέτρα

αντιμετώπισή της την αθλητική τους δραστηριότητα και ερωτήσεις διερεύνησης της συνολικής ποιότητας υπηρεσιών και της συνολικής ικανοποίησης των πελατών. Για την συνολική Ποιότητα Υπηρεσιών οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση «Πώς χαρακτηρίζεται το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών του γυμναστηρίου» σε κλίμακα Linkert 6 σημείων (1 = φτωχή, 2 = ανεκτή, 3 = μέτρια, 4 = ικανοποιητική, 5 = υψηλή, 6 = άριστη), και για τη συνολική Ικανοποίηση στην ερώτηση «Πόσο ικανοποιημένος/ηείστε με την απόφασή σας να εγγραφθείτε στο συγκεκριμένο γυμναστήριο» σε κλίμακα Linkert 6 σημείων (1 = καθόλου, 2 = σχετικά, 3 = μέτρια, 4 = αρκετά, 5 = πολύ, 6 = πάρα πολύ).

Το μοντέλο αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών (Service Quality Scale – SQS) των Alexandris et al. (2004) χρησιμοποιήθηκε στο δεύτερο μέρος της μελέτης. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 26 ερωτήσεις (items) που εξετάζουν τις πέντε διαστάσεις- παράγοντες της κλίμακας (εγκαταστάσεις, προσωπικό, ανταπόκριση, αξιοπιστία, αποτελέσματα). Οι απαντήσεις ήταν στην κλίμακα Linkert 5 σημείων (από το 5 «συμφωνώ απόλυτα» έως το 1 «διαφωνώ απόλυτα»). Πιο αναλυτικά, ο παράγοντας: *Εγκαταστάσεις (facilities)* αποτελείται από 6 στοιχεία που σχετίζονται με τον εξοπλισμό και τις αίθουσες, *Προσωπικό (personnel)* συνιστάται από 6 στοιχεία σχετικά με τη στάση, την κατάρτιση των εργαζομένων, τη φιλικότητα και την εξατομικευμένη προσοχή που παρέχουν στους αθλούμενους, *Ανταπόκριση (responsiveness)* αποτελείται από 4 στοιχεία που μετρούν την άμεση εξυπηρέτηση, τόσο του προσωπικού όσο και της διοίκησης, στην επίλυση των προβλημάτων, *Αξιοπιστία (reliability)* αποτελείται από 4 στοιχεία που εξετάζουν την τήρηση του αναρτώμενου προγράμματος και την τήρηση των συμφωνιών με τους πελάτες, και *Αποτελέσματα (perceived outcome)* αποτελείται από 6 στοιχεία που αναφέρονται στις θετικές επιπτώσεις της άσκησης στο γυμναστήριο.

Διαδικασίες

Πριν προχωρήσει η ερευνήτρια στη διανομή των ερωτηματολογίων ζήτησε έγκριση από τη συντονιστική επιτροπή του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών του ΤΟΔΑ. Μετά την έγκριση ενημέρωσε τους ιδιοκτήτες των 5 γυμναστηρίων στην Τρίπολη για τον λόγο που γίνεται η έρευνα, τον τρόπο συλλογής των δεδομένων και τον θετικό αντίκτυπο που θα έχαιστα γυμναστήρια, καθώς τα αποτελέσματα θα αναλυθούν και θα τους γνωστοποιηθούν ώστε να ανταποκριθούν καλύτερα στις επιδιώξεις των

μελών τους, να βελτιώσουν τις παροχές τους και να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί και επικερδής. Όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες ενημερώθηκαν για τις διαδικασίες της μελέτης και την εμπιστευτικότητα των προσωπικών πληροφοριών. Πριν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου υπήρχε δήλωση συγκατάθεσης συμμετοχής στην έρευνα, την οποία υπέγραφαν οι συμμετέχοντες. Η διαδικασία της συλλογής των δεδομένων διήρκεσε 22 ημέρες από 1 Οκτωβρίου 2021 έως 22 Οκτωβρίου 2021 και τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν από την ίδια ερευνήτρια στους/τις συμμετέχοντες/ουσες στον χώρο των γυμναστηρίων.

Στατιστικές αναλύσεις

Για να επιβεβαιωθεί η εγκυρότητα της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών έγινε ΔΠΑ (Διευρευνητική Παραγοντική Ανάλυση- Exploratory Factor Analysis) με τη μέθοδο εξαγωγής των κύριων συνιστωσών (principal component extraction method) και περιστροφή Varimax. Για να ελεγχθεί η εσωτερική συνέπεια χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης Cronbach's *alpha* (Tabachnick & Fidell, 2013). Για την περαιτέρω ανάλυση των δεδομένων έγιναν απλές πολυμεταβλητές αναλύσεις διασποράς (Multivariate Analysis of Variance – MANOVA). Τα στοιχεία που ελέγχθησαν ως προς τους πέντε παράγοντες- διαστάσεις της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών είναι το φύλο, ηλικία (18 έως 25 χρόνων, 26 έως 39, 40 έως 54, 55 χρόνων και πάνω), η εργασία (εργαζόμενοι και μη), το μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι Λυκείου, φοιτητές, πτυχιούχοι ΑΕΙ), ο αριθμός προπονήσεων την εβδομάδα (μέχρι 3 φορές, πάνω από 4 φορές), οι μήνες άθλησης κατά τη διάρκεια του χρόνου (έως 8 μήνες, περισσότερο από 9 μήνες), οι ώρες εκγύμνασης (μέχρι τις 15:00, μετά τις 15:00), η διάρκεια της ημερήσιας προπόνησης (μέχρι 60 λεπτά, πάνω από 60 λεπτά), η χρονική διάρκεια εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο (έως 1 έτος, 1 έως 5 έτη, πάνω από 5 έτη), και η επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα των συμμετεχόντων (θετικά, αρνητικά, καθόλου). Στη συνέχεια, οι πέντε παράγοντες- διαστάσεις της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών συσχετίστηκαν με τα αποτελέσματα της συνολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και της συνολικής Ικανοποίησης Πελατών. Η post hoc (μετά – ANOVA) μέθοδος Bonferroni χρησιμοποιήθηκε στις μονομεταβλητές αναλύσεις διασποράς για την εύρεση των στατιστικά σημαντικών διαφορών (Meyers et al., 2006). Το όριο της στατιστικής σημαντικότητας καθορίστηκε

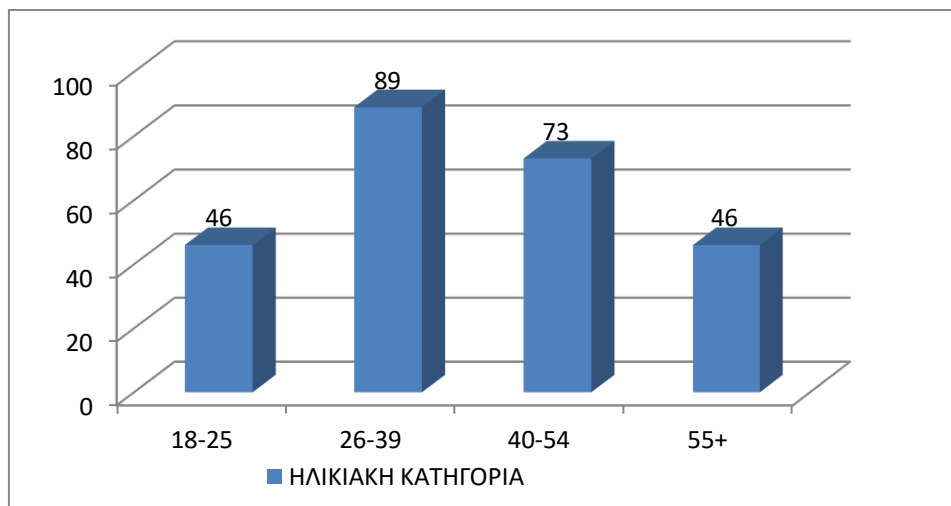
στο επίπεδο $p \leq .05$. Τα ερωτηματολόγια αναλύθηκαν με το πρόγραμμα SPSS 28 της IBM.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

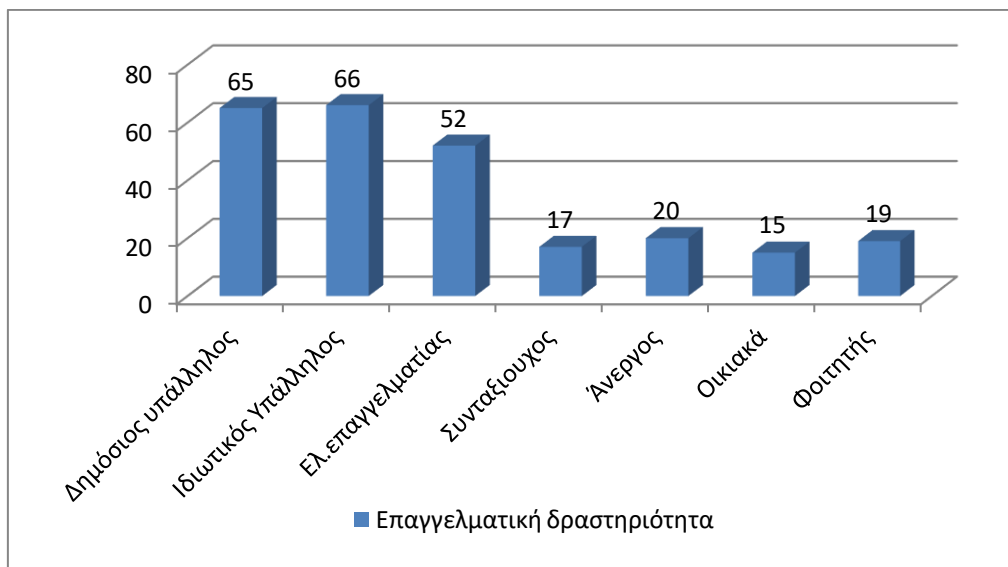
Περιγραφικά στατιστικά του δείγματος (N = 254)

Το δείγμα της έρευνας αποτελούσαν 254 άτομα, το 40.2% των οποίων ήταν άνδρες($n_1=102$) και το 59.8% γυναίκες ($n_2=152$). Από αυτούς οι άγαμοι ήταν 112 άτομα (44.1%), οι παντρεμένοι χωρίς παιδιά 22 άτομα (8.7%) και οι παντρεμένοι με παιδιά 120 (47.2%). Στην ηλικιακή κατηγορία το μεγαλύτερο ποσοστό (35%) ήταν στις ηλικίες 26-39 με 89 άτομα, αμέσως επόμενη κατηγορία οι ηλικίες 40-54 με ποσοστό 28.7% και 73 άτομα και μετά οι ηλικίες 18-25 και 55+ ήταν με το ίδιο ποσοστό 18.1% και 46 άτομα. Η κατανομή των συχνοτήτων για τις ηλικιακές κατηγορίες αποτυπώνεται στο Σχήμα 1.



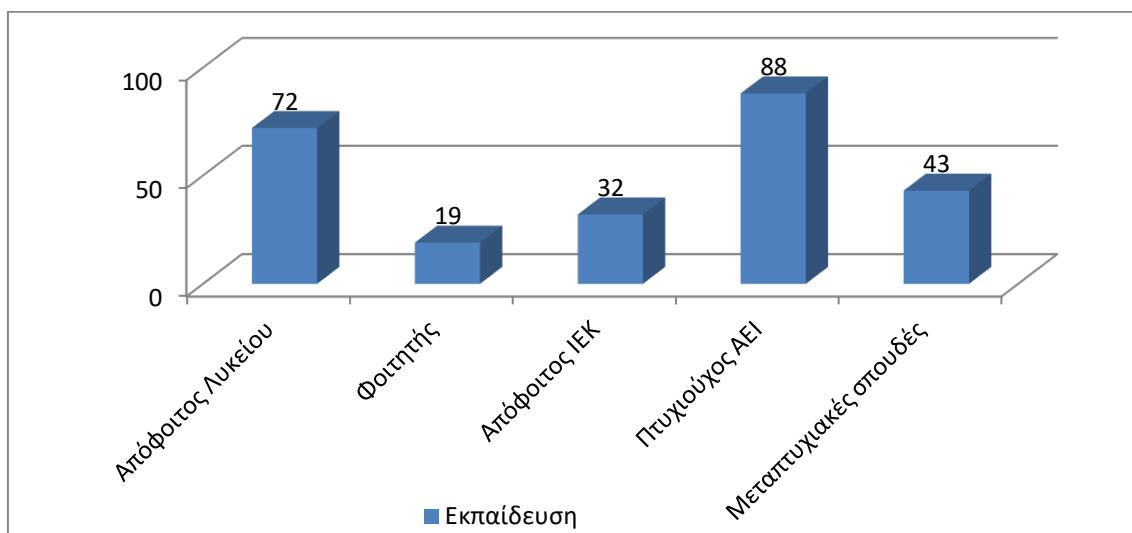
Σχήμα 1. Κατανομή συχνοτήτων ανάλογα με την ηλικία των ερωτηθέντων.

Αναφορικά με την επαγγελματική δραστηριότητα των ερωτηθέντων το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν υπάλληλοι του ιδιωτικού τομέα 26% (66 άτομα), ακολουθούσαν οι δημόσιοι υπάλληλοι 25.6% (65 άτομα) και έπονταν οι ελεύθεροι επαγγελματίες με 20.5% (52 άτομα). Οι υπόλοιπες κατηγορίες (συνταξιούχοι, άεργοι, οικιακά, φοιτητές) κυμαίνονταν από 5,9% έως 7.9%. Η κατανομή συχνοτήτων ανάλογα με την επαγγελματική δραστηριότητα των συμμετεχόντων παρουσιάζεται στο Σχήμα 2.



Σχήμα 2. Κατανομή συχνοτήτων επαγγελματικής δραστηριότητας του δείγματος.

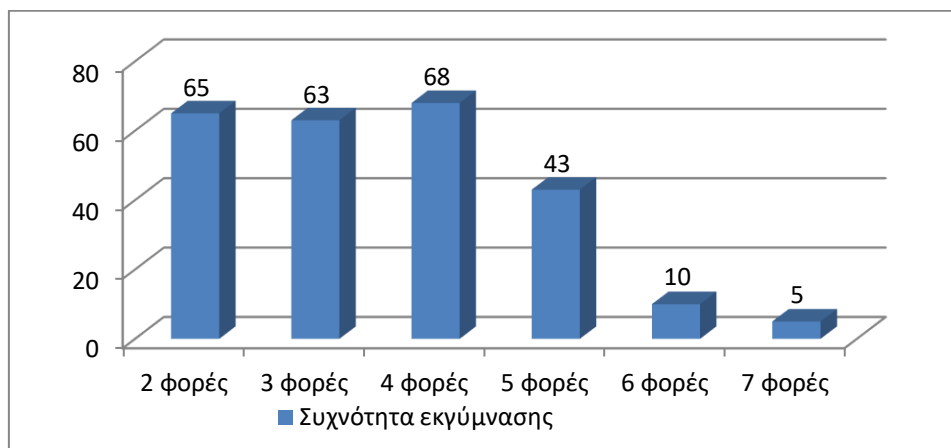
Εξετάζοντας την εκπαίδευση των συμμετεχόντων στην έρευνα διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ με ποσοστό 34.6% (88 άτομα), ακολουθούσαν οι απόφοιτοι Λυκείου με ποσοστό 28.3% (72 άτομα). Μεταπτυχιακές σπουδές είχε κάνει το 16.9% (43 άτομα), οι απόφοιτοι ΙΕΚ ήταν 12.6% (32 άτομα) και οι φοιτητές 7.5% (19 άτομα) (Σχήμα 3).



Σχήμα 3. Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά την εκπαίδευση των συμμετεχόντων.

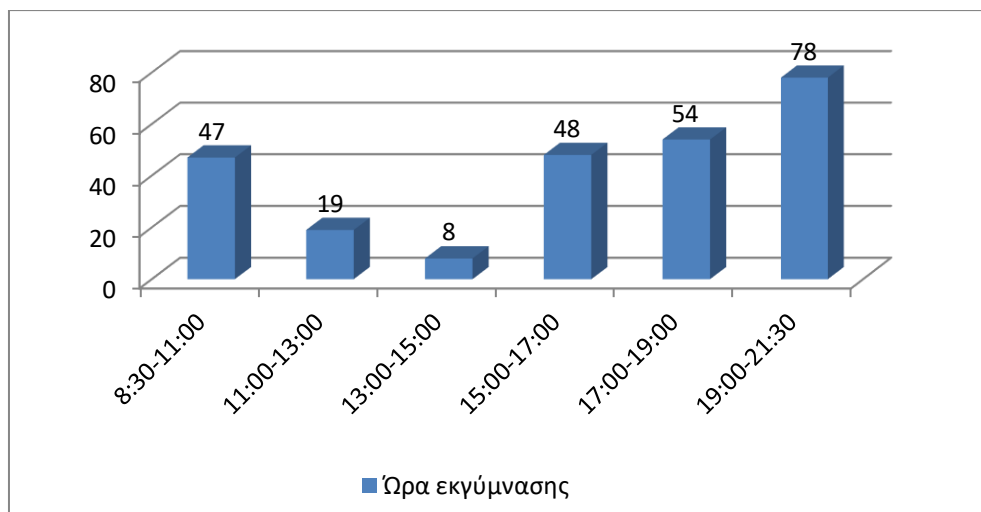
Όσον αφορά τη συχνότητα που γυμνάζονται οι συμμετέχοντες, η πλειοψηφία 77.2% κυμαίνεται μεταξύ 2-4 φορές (2φ= 25.6%, 3φ= 24.8%, 4φ= 26.8%). Το

ποσοστό που γυμνάζεται 7 μέρες την εβδομάδα ήταν πολύ μικρό, μόλις 2% (5 άτομα). Η συχνότητα των φορών άθλησης των συμμετεχόντων την εβδομάδα απεικονίζεται στο Σχήμα 4.



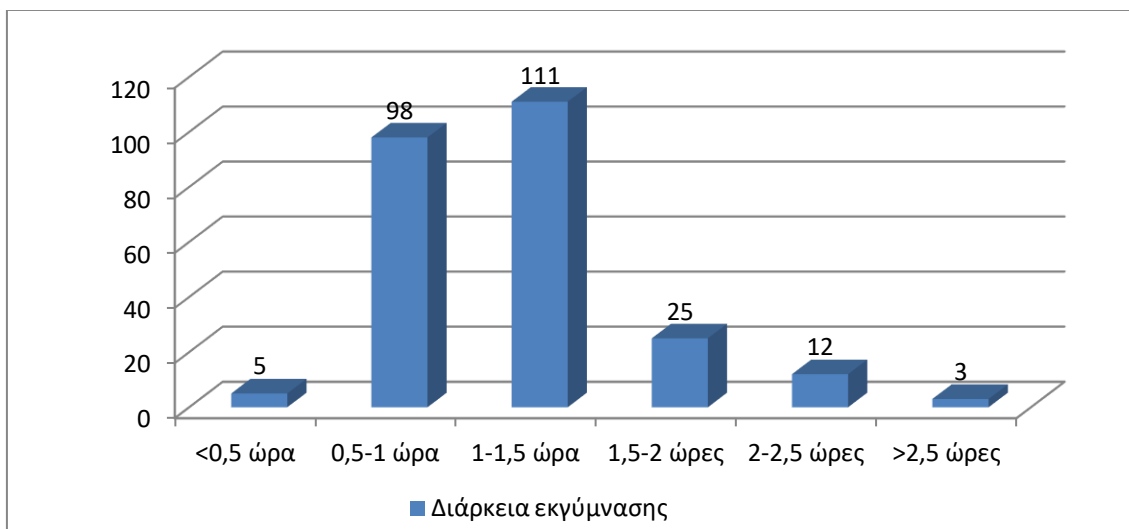
Σχήμα 4. Συχνότητα εκγύμνασης συμμετεχόντων.

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων 70.9% απάντησε ότι προτιμά να γυμνάζεται μετά τις 15:00 το μεσημέρι και από αυτούς το 30.7% γυμνάζεται μετά τις 19:00 το απόγευμα. Βέβαια, είναι αξιόλογο και το ποσοστό των συμμετεχόντων που γυμνάζεται κατά τις πρωινές ώρες 8:30-11:00 (18.5%, 47 άτομα)(Σχήμα 5).



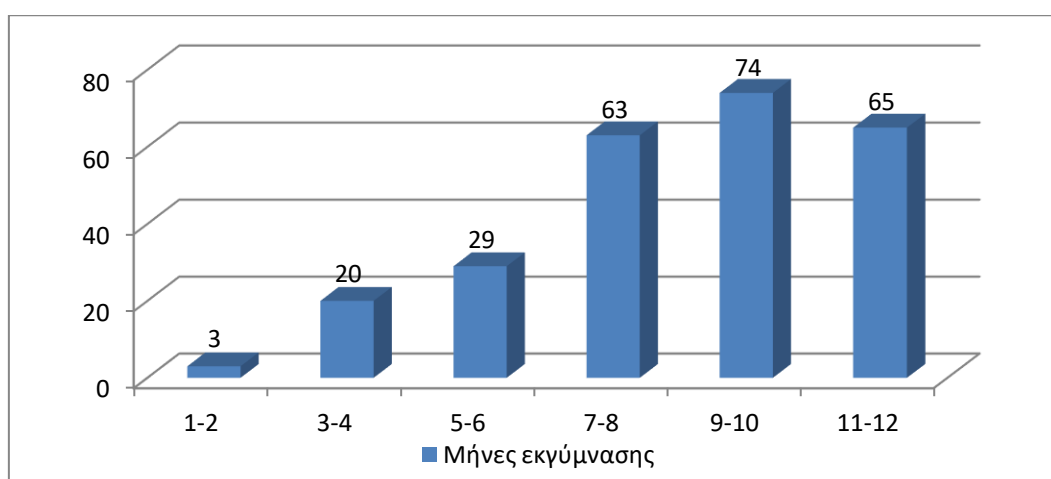
Σχήμα 5. Κατανομή συχνότητας σύμφωνα με τις ώρες εκγύμνασης των συμμετεχόντων.

Οι περισσότεροι αθλούμενοι στα γυμναστήρια γυμνάζονται από μία έως μιάμιση ώρα (111 άτομα, 43.7%) και αμέσως επόμενη κατηγορία όσοι γυμνάζονται μισή έως μία ώρα (98 άτομα, 38.6%). Οι συχνότητες των απαντήσεων παρουσιάζονται στο Σχήμα 6.



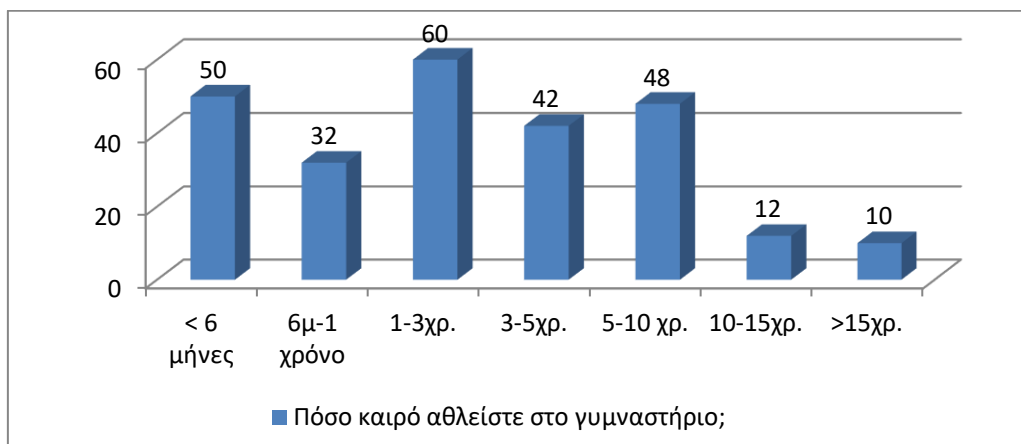
Σχήμα 6. Χρονική διάρκεια παραμονής των συμμετεχόντων στα γυμναστήρια.

Από τους αθλούμενους στα γυμναστήρια της Τρίπολης που συμμετείχαν στην έρευνα μόλις το 25.6% (65 άτομα) γυμνάζεται όλο τον χρόνο. Η πλειοψηφία (137 άτομα, 53.9%) γυμνάζεται από επτά έως δέκα μήνες (Σχήμα 7).



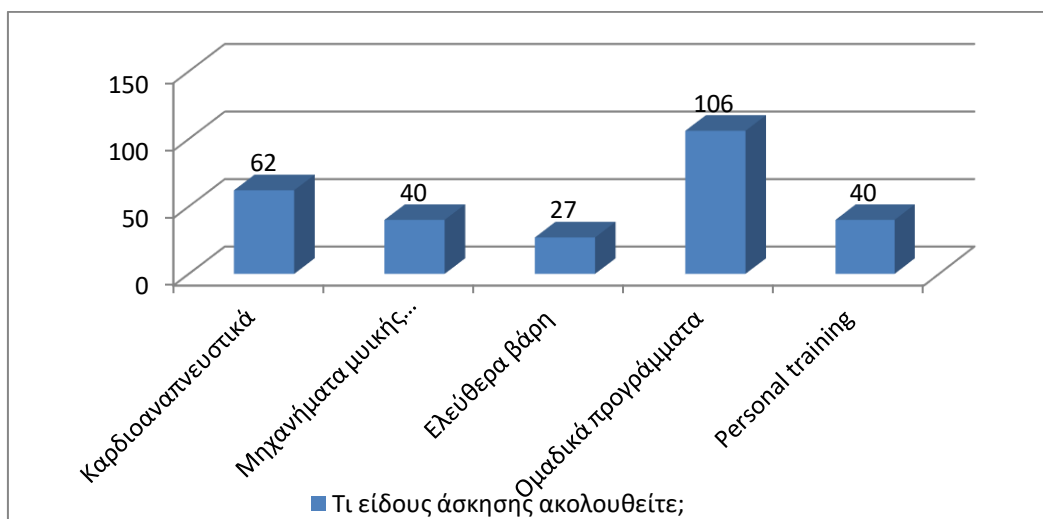
Σχήμα 7. Συχνότητες που αφορούν τους μήνες εκγύμνασης των αθλουμένων στα γυμναστήρια.

Στην ερώτηση «Πόσο καιρό αθλείστε στο συγκεκριμένο γυμναστήριο;» διαπιστώνουμε ότι το 59% (150 άτομα) είναι μέλη των γυμναστηρίων της επιλογής τους από 1 έως 10 χρόνια. Πιο αναλυτικά φαίνεται η κατανομή των απαντήσεων σε αυτή την ερώτηση στο Σχήμα 8.



Σχήμα 8. Κατανομή συχνοτήτων στην ερώτηση «Πόσο καιρό αθλείστε στο συγκεκριμένο γυμναστήριο;».

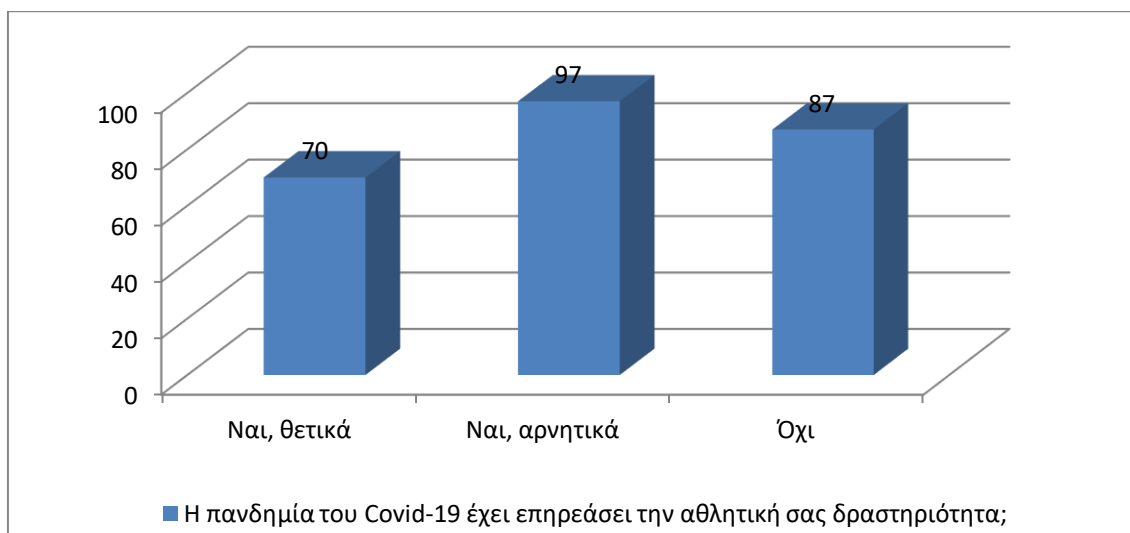
Όσον αφορά τα προγράμματα προτίμησής τους (οι συμμετέχοντες μπορούσαν να επιλέξουν πάω από μια απάντηση), οι συμμετέχοντες απάντησαν ότι προτιμούν τα ομαδικά προγράμματα (106 άτομα), ενώ αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των ατόμων που προτιμούν την πιο εξειδικευμένη και εξατομικευμένη γυμναστική (personaltraining) (40 άτομα)(Σχήμα 9).



Σχήμα 9. Κατανομή συχνοτήτων στην ερώτηση «Τι είδους άσκηση ακολουθείτε;».

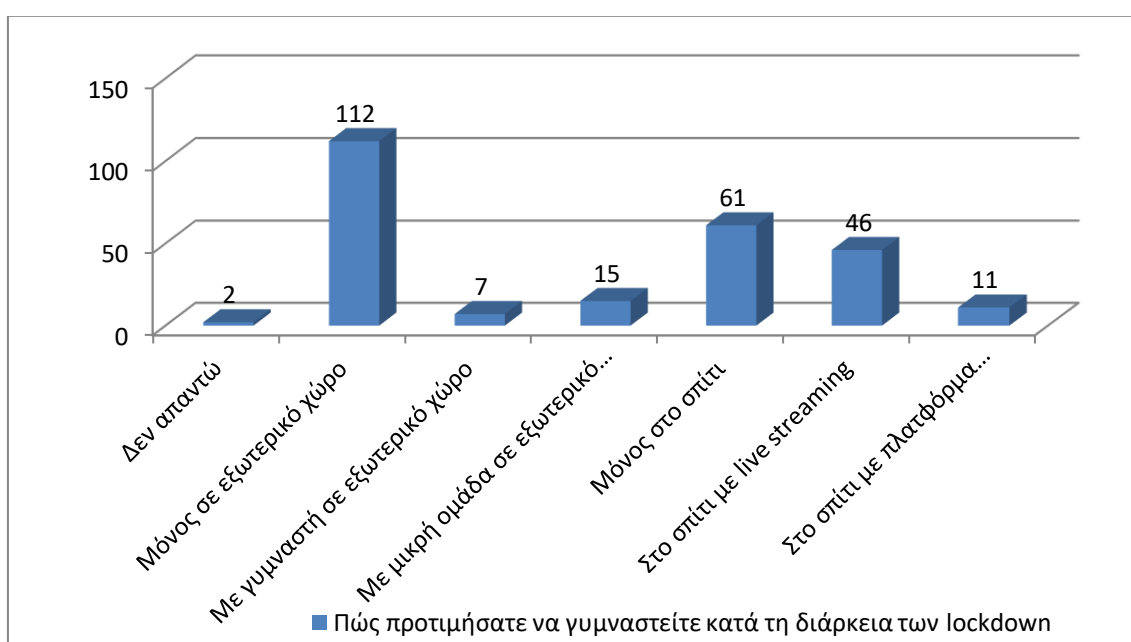
Στη ερώτηση αν γυμνάζονταν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο πριν την πανδημία του Covid-19 το 73.6% (187 άτομα) απάντησε πως γυμναζόταν στο ίδιο γυμναστήριο, ενώ μόλις το 26.4% (67 άτομα) άλλαξε γυμναστήριο μετά την επαναλειτουργία των γυμναστηρίων από το lockdown. Την ερώτηση αν επηρέασε τις υπηρεσίες του γυμναστηρίου η πανδημία, την απάντησαν μόνο τα 187 άτομα που γυμνάζονταν στο ίδιο γυμναστήριο και πριν το καθολικό κλείσιμο των επιχειρήσεων αυτών. Από τις απαντήσεις διαπιστώσαμε ότι 87 άτομα θεώρησαν ότι οι υπηρεσίες των γυμναστηρίων βελτιώθηκαν ενώ 25 άτομα θεώρησαν ότι οι υπηρεσίες των γυμναστηρίων επηρεάστηκαν αρνητικά από τη κρίση της πανδημίας. Υπήρξα και συμμετέχοντες (75 άτομα, 29.5%) που θεώρησαν ότι η πανδημία δεν επηρέασε σε τίποτα τις υπηρεσίες των γυμναστηρίων.

Στην ερώτηση «Επηρέαστηκε η αθλητική σας δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της πανδημίας;» οι περισσότεροι συμμετέχοντες (167 άτομα, 65.8%) απάντησαν πως επηρεάστηκε. Από αυτούς οι 97 (38.2%) απάντησαν πως επηρεάστηκε αρνητικά και οι 70 (27.6%) πως επηρεάστηκε θετικά. Αξιόλογο, όμως, είναι και το ποσοστό 34.3% (87 άτομα) που θεώρησαν ότι η πανδημία δεν επηρέασε την αθλητική τους δραστηριότητα (Σχήμα 10). Επίσης, το 50.4% (128 άτομα) απάντησε ότι άλλαξε τρόπο άσκησης λόγω της πανδημίας και το 49.6% (126 άτομα) ότι συνέχισε τον ίδιο τρόπο άσκησης κατά τη διάρκεια της πανδημίας.



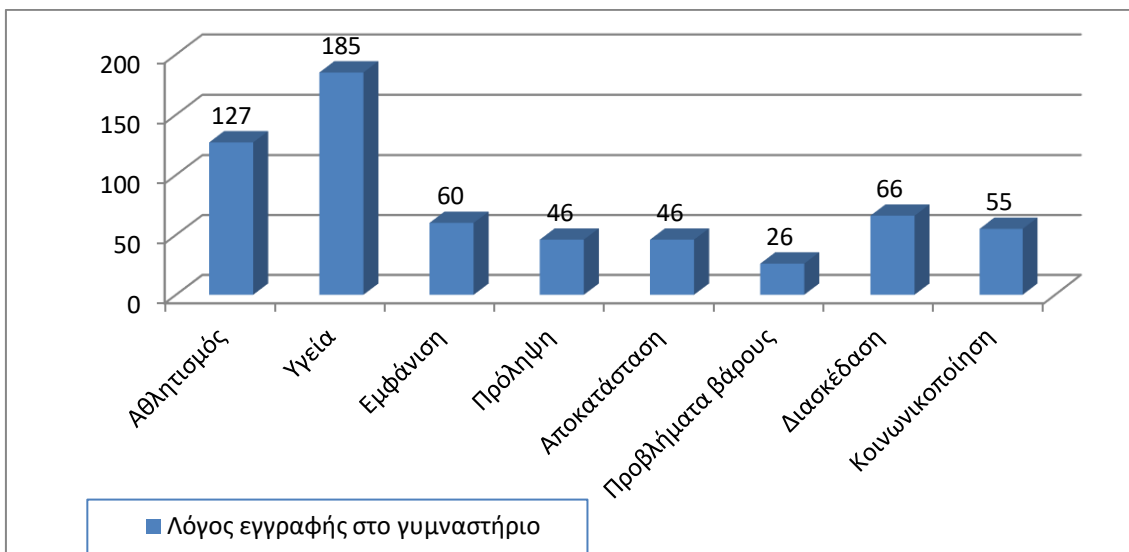
Σχήμα 10. Συχνότητες αναφορικά με το αν η πανδημία επηρέασε τη αθλητική δραστηριότητα του δείγματος.

Στην ερώτηση πως προτίμησαν να γυμναστούν όσο ήταν κλειστά τα γυμναστήρια ένα μεγάλο ποσοστό (52.8%) διάλεξε τη γυμναστική σε εξωτερικό χώρο. Οι περισσότεροι 44.1% (112 άτομα) γυμνάστηκαν μόνοι τους, ενώ το 8.7% υπό την επίβλεψη γυμναστή (2.8% personal training και 5.9% σε minigroup). Οι υπόλοιποι προτίμησαν να γυμναστούν στο χώρο του σπιτιού τους. Από αυτούς το 24% (61 άτομα) γυμνάζονταν τελείως μόνοι τους, το 18.1% (46 άτομα) γυμνάζονταν με τον γυμναστή τους μέσω livestreaming, ενώ ένα μικρό ποσοστό 4.3% (11 άτομα) χρησιμοποίησαν πλατφόρμες εκγύμνασης. Δύο άτομα δεν απάντησαν καθόλου την ερώτηση (Σχήμα 11).



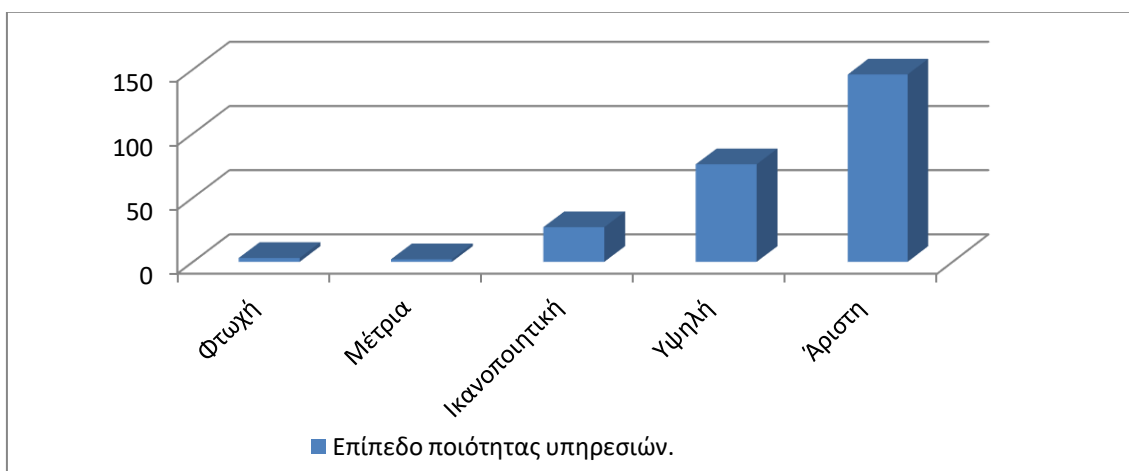
Σχήμα 11. Κατανομή συχνοτήτων στη ερώτηση πως προτίμησαν οι συμμετέχοντες να γυμναστούν κατά τη διάρκεια των lockdowns.

Ερευνώντας τον λόγο που κινητοποίησε τους συμμετέχοντες να ξεκινήσουν να γυμνάζονται στο γυμναστήριο, με την ερώτηση «Για ποιο λόγο εγγραφήκατε στο γυμναστήριο;», οι συμμετέχοντες μπορούσαν να σημειώσουν πάνω από έναν λόγο, διαπιστώνουμε ότι οι συμμετέχοντες αθλούνταν πρωτίστως για λόγους υγείας (185 απαντήσεις) και ακολουθούσαν οι λόγοι άθλησης (127 απαντήσεις). Οι επόμενες απαντήσεις βάσει σειρά προτεραιότητας ήταν οι λόγοι διασκέδασης (66 απαντήσεις), εμφάνισης (60 απαντήσεις), κοινωνικοποίησης (55 απαντήσεις), πρόληψης και αποκατάστασης (46 απαντήσεις) και τέλος τα προβλήματα βάρους (26 απαντήσεις) (Σχήμα 12).



Σχήμα 12. Κατανομή συχνοτήτων για τους λόγους εγγραφής στο γυμναστήριο.

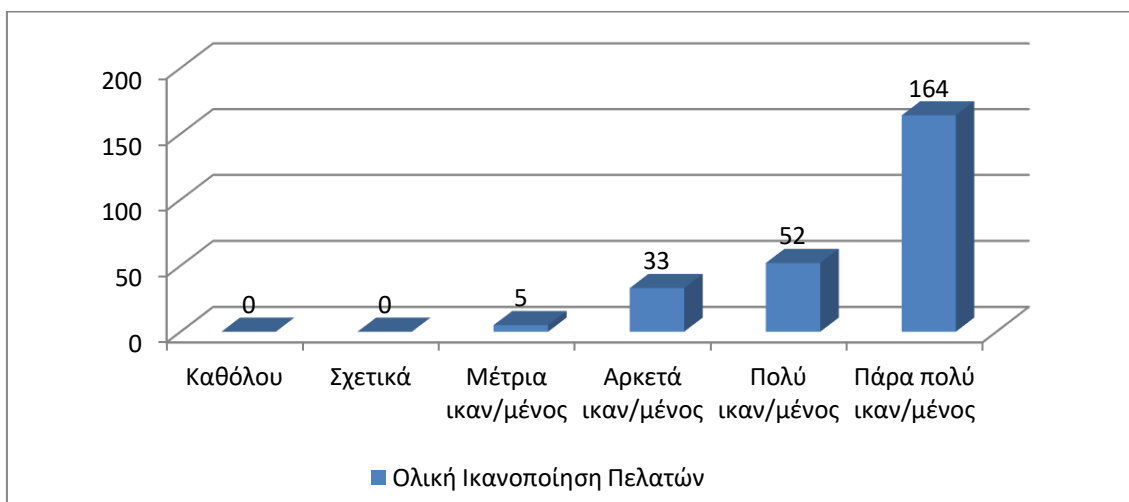
Στην ερώτηση που εξετάσαμε την Ολική Ποιότητα Υπηρεσιών οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι το συνολικό επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται από τα γυμναστήρια είναι άριστο (146 άτομα, 57.5%). Μόλις το 2% (5 άτομα) των συμμετεχόντων δήλωσε ότι το επίπεδο είναι φτωχό έως μέτριο. Η κατανομή των απαντήσεων για την Ολική Ποιότητα Υπηρεσιών απεικονίζεται στο Σχήμα 13.



Σχήμα 13. Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά το επίπεδο υπηρεσιών των γυμναστηρίων.

Με την ερώτηση «Συνολικά πόσο ικανοποιημένος νιώθετε με την επιλογή του γυμναστηρίου σας;» εξετάσαμε τη Ολική Ικανοποίηση των Πελατών. Από τις

απαντήσεις διακρίναμε ότι το 85.1% (216 άτομα) είναι πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι με αυτή την επιλογή τους (Σχήμα 14).



Σχήμα 14. Κατανομή συχνοτήτων όσον αφορά την ικανοποίηση των αθλουμένων στο γυμναστήριο της επιλογής τους.

Όσον αφορά τη συχνότητα συμμετοχής των αθλουμένων σε προγράμματα του γυμναστηρίου διαπιστώσαμε ότι το 32.7% (83 άτομα) συμμετείχε 1-2 φορές την εβδομάδα, το 25.2% (64 άτομα) συμμετείχε σχεδόν καθημερινά, το 24% (61 άτομα) συμμετείχε 3-5 φορές, το 5.5% (14 άτομα) ελάχιστα- μία φορά το μήνα- και το 12.6% (32 άτομα) συμμετείχε στα προγράμματα κατά τύχη (λιγότερο από μία φορά το μήνα). Τέλος, την ημέρα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο οι συμμετέχοντες συμμετείχαν σε ομαδικά προγράμματα κατά 44.9% (114 άτομα), σε προγράμματα με ελεύθερα βάρη κατά 26.8% (68 άτομα), σε προγράμματα personal training κατά 23.6% (60 άτομα), ένα ποσοστό 3.1% (8 άτομα) έκανε διάδρομο και τέσσερα άτομα (1.6%) δεν απάντησαν καθόλου.

Παραγοντική ανάλυση

Το μοντέλο της Διερευνητικής Παραγοντικής Ανάλυσης (ΔΠΑ - Exploratory Factor Analysis) επιβεβαίωσε την εγκυρότητα του ερωτηματολογίου μαζί με τη μέθοδο εξαγωγής των κύριων συνιστωσών (principal component extraction method) και περιστροφή Varimax. Η μέτρηση KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) ($KMO = .87$) έδειξε ότι τα στοιχεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάλυση των κύριων

συνιστωσών. Επιπλέον, το τεστ σφαιρικότητας του Bartlett παρουσίασε στατιστική σημαντικότητα (6690.237, $df= 325$, $p < .0001$), που σημαίνει ότι μπορούμε να προχωρήσουμε με την ανάλυση, καθώς υπάρχει επάρκεια στις συσχετίσεις μεταξύ των μεταβλητών. Οι πέντε παράγοντες που φανερώθηκαν από την ανάλυση των κυρίων συνιστωσών εξηγούσαν το 77.22% της συνολικής διασποράς. Οι φορτίσεις των ερωτήσεων στους πέντε παράγοντες ήταν σύμφωνα με τις προβλέψεις της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών (Πίνακας 1).

Πίνακας 1. Φορτίσεις των 26 ερωτήσεων στους 5 παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.

Ερωτήσεις	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Αποτελέσματα	Αξιοπιστία	Ανταπόκριση
Ερωτ_3	0.874				
Ερωτ_2	0.869				
Ερωτ_5	0.862				
Ερωτ_1	0.813				
Ερωτ_4	0.781				
Ερωτ_6	0.714				
Ερωτ_8		0.912			
Ερωτ_9		0.886			
Ερωτ_7		0.866			
Ερωτ_10		0.863			
Ερωτ_11		0.708			
Ερωτ_12		0.684			
Ερωτ_25			0.812		
Ερωτ_23			0.806		
Ερωτ_24			0.752		
Ερωτ_21			0.737		
Ερωτ_26			0.719		
Ερωτ_22			0.676		
Ερωτ_18				0.874	
Ερωτ_17				0.853	
Ερωτ_19				0.751	
Ερωτ_20				0.672	
Ερωτ_15					0.829
Ερωτ_16					0.765
Ερωτ_13					0.725
Ερωτ_14				0.463	0.678

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Εσωτερική συνέπεια Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών και παραγόντων

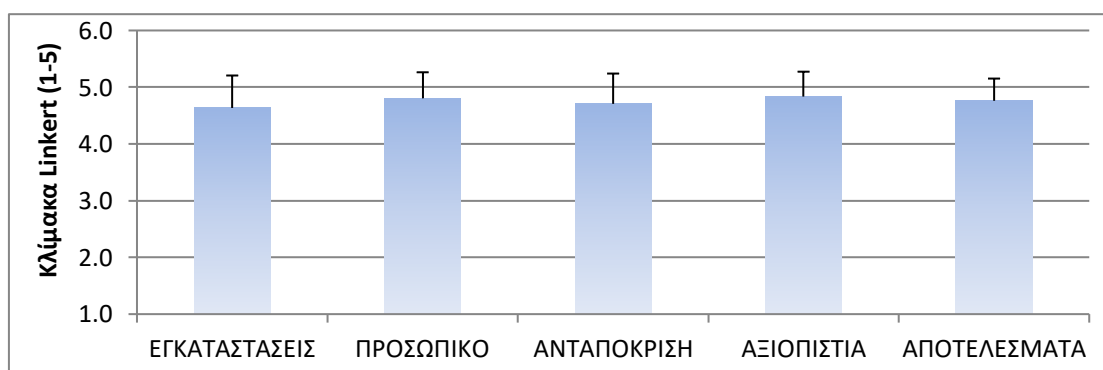
Η ανάλυση αξιοπιστίας της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών με τον δείκτη εσωτερικής συνέπειας Cronbach'sa έδειξε ότι η αξιοπιστία της έρευνας κυμάνθηκε σεικανοποιητικό προς υψηλό επίπεδο (Cronbach'sa=.824). Οποιοδήποτε θέμα και να σβήσουμε ο δείκτης α δεν θα βελτιωθεί περισσότερο από το 0.82 (Πίνακας 2).

Πίνακας 2. Τιμές δείκτη εσωτερικής συνέπειας Cronbach's α για τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ	Cronbach's α
ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	0.788
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	0.810
ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ	0.770
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	0.780
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	0.796

Παράγοντες της ποιότητας υπηρεσιών

Υπολογίζοντας τις μέσες τιμές των πέντε παραγόντων της ποιότητας υπηρεσιών των επιλεγμένων ιδιωτικών γυμναστηρίων της Τρίπολης, βρέθηκε ότι ο παράγοντας Αξιοπιστία κατέγραψε τις υψηλότερες μέσες τιμές ($M=4.84$, $SD=.44$). Δεύτερη υψηλότερη τιμή είχε ο παράγοντας Προσωπικό ($M=4.81$, $SD=.46$) και μετά ο παράγοντας Αποτελέσματα ($M=4.76$, $SD=.39$) και ο παράγοντας Ανταπόκριση ($M=4.71$, $SD=.53$). Μικρότερη μέση τιμή σημείωσε ο παράγοντας Εγκαταστάσεις ($M=4.64$, $SD=.57$). Ημέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες αποτυπώνονται στο Σχήμα 15.



Σχήμα 15. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Τρίπολης.

Φύλο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Τα αποτελέσματα της απλής πολυμεταβλητής ανάλυσης (MANOVA) όσον αφορά το φύλο (102 άνδρες, 152 γυναίκες) δεν παρουσίασαν στατιστικά σημαντικές διαφορές (Wilk's λ = .957, $F(5,252) = 2.229$, $p = .052$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες (εξαρτημένες μεταβλητές) της κλίμακας ανάλογα με το φύλο παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.

Πίνακας 3. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το Φύλο (102 Άνδρες και 152 Γυναίκες).

ΦΥΛΟ	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
ΑΝΔΡΕΣ	102	4.65±0.53	4.73±0.51	4.71±0.54	4.80±0.49	4.72±0.42
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	152	4.62±0.6	4.85±0.42	4.70±0.53	4.86±0.40	4.79±0.37
ΣΥΝΟΛΟ	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Ηλικία και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Η απλή πολυμεταβλητή ανάλυση διασποράς (MANOVA) όσον αφορά την ηλικία (18-25, 26-39, 40-54, και 55+ έτη) για τους παράγοντες της κλίμακας δεν παρουσίασε στατιστική σημαντικότητα (Wilks' λ = .921, $F(15, 679.5) = 1.366$, $p = .158$, $\text{partial } \eta^2 = .027$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες ανάλογα με την ηλικία παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.

Πίνακας 4. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την Ηλικία.

ΗΛΙΚΙΑ	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
18-25	46	4.71±0.43	4.83±0.29	4.70±0.48	4.84±0.33	4.73±0.42
26-39	89	4.55±0.62	4.82±0.47	4.66±0.60	4.81±0.54	4.76±0.39
40-54	73	4.57±0.67	4.68±0.61	4.71±0.56	4.80±0.46	4.74±0.41
55+	46	4.82±0.35	4.95±0.20	4.80±0.40	4.94±0.21	4.83±0.34
ΣΥΝΟΛΟ	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Επαγγελματική δραστηριότητα και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Η πολυπαραγοντική ανάλυση για τους παραγόντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών αναφορικά με την επαγγελματική ενασχόληση των ερωτηθέντων, έγιναν 2 κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία «Εργαζόμενοι» συμπεριλήφθησαν οι υπάλληλοι του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και οι ελεύθεροι επαγγελματίες ($n_1 = 183$) και στη δεύτερη κατηγορία «Μη Εργαζόμενοι» συμπεριλήφθησαν οι συνταξιούχοι, οι άνεργοι, οι φοιτητές και όσοι δήλωσαν οικιακά ($n_2 = 71$). Τα αποτελέσματα της απλής MANOVA για την επαγγελματική δραστηριότητα για το σύνολο των παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών δεν παρουσίασαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ($Wilk's\lambda = .987$, $F(5,248) = .651$, $p = .661$, $partial\eta^2 = .013$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθεμία από τις εξαρτημένες μεταβλητές –παράγοντες της κλίμακας ανάλογα με την επαγγελματική δραστηριότητα παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.

Πίνακας 5. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την Επαγγελματική δραστηριότητα.

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
Εργαζόμενοι	183	4.61±0.61	4.79±0.48	4.71±0.53	4.83±0.46	4.75±0.39
Μη εργαζόμενοι	71	4.71±0.47	4.84±0.41	4.69±0.56	4.85±0.37	4.78±0.39
Σύνολο	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Εκπαίδευση και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Στην πολυπαραγοντική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε για τους παράγοντες της κλίμακας σε σχέση με το μορφωτικό επίπεδο, χωρίστηκαν 3 ομάδες. Την πρώτη ομάδα αποτέλεσαν οι απόφοιτοι Λυκείου («Λύκειο», $n_1 = 72$), τη δεύτερη ομάδα «Φοιτητές» ($n_2 = 51$) αποτέλεσαν οι φοιτητές και οι όσοι έχουν αποφοιτήσει από ιδιωτικές ή δημόσιες σχολές που βρίσκονται σε βαθμίδα ΙΕΚ, και στην τρίτη ομάδα «ΑΕΙ» ($n_3 = 131$) συμπεριλήφθηκαν οι πτυχιούχοι ΑΕΙ και οι κάτοχοι μεταπτυχιακών τίτλων. Τα αποτελέσματα της MANOVA για το επίπεδο μόρφωσης των συμμετεχόντων σε κάθε παράγοντα της κλίμακας δεν παρουσίασαν σημαντικές στατιστικές διαφορές ($Wilk's\lambda = .968$, $F(10, 494) = .816$, $p = .614$, $partial\eta^2 = .016$). Η μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το Επίπεδο μόρφωσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.

Πίνακας 6. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το επίπεδο μόρφωσης των συμμετεχόντων.

	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
Απόφ. Λυκείου	72	4.68±0.54	4.78±0.54	4.65±0.57	4.79±0.53	4.73±0.41
Φοιτητές	51	4.68±0.58	4.84±0.39	4.68±0.61	4.82±0.47	4.79±0.39
Πτ. ΑΕΙ	131	4.60±0.58	4.81±0.44	4.75±0.48	4.87±0.36	4.77±0.38
Σύνολο	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Φορές Άθλησης και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Στην πολυπαραγοντική ανάλυση (MANOVA) για τους παράγοντες της κλίμακας αναφορικά με τις φορές εκγύμνασης των ερωτηθέντων την εβδομάδα, έγιναν 2 ομάδες. Τα άτομα που γυμνάζονταν έως και 3 φορές την εβδομάδα, τα συμπεριλάβαμε στην πρώτη ομάδα ($n_1 = 128$), ενώ στη δεύτερη ομάδα βάλαμε τα άτομα που γυμνάζονταν από 4 και πάνω ($n_2 = 126$). Τα αποτελέσματα της MANOVA δεν παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα ($Wilks's \lambda = .978$, $F(5, 248) = 1.096$, $p = .363$, $\text{partial} \eta^2 = .022$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τις εξαρτημένες μεταβλητές της κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών (Εγκαταστάσεις, Προσωπικό, Ανταπόκριση, Αξιοπιστία, και Αποτελέσματα) ανάλογα με τις φορές εκγύμνασης την εβδομάδα παρουσιάζονται στον Πίνακα 7.

Πίνακας 7. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το πόσες φορές γυμνάζονταν οι ερωτηθέντες την εβδομάδα.

	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
≤ 3 φορές	128	4.63±0.61	4.83±0.47	4.74±0.50	4.89±0.36	4.80±0.36
≥ 4 φορές	126	4.64±0.53	4.78±0.45	4.68±0.57	4.79±0.50	4.73±0.41
Σύνολο	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Μήνες άθλησης κατά τη διάρκεια του χρόνου και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Για την απλή πολυμεταβλητή ανάλυση διασποράς (MANOVA) για τη μεταβλητή «μήνες άθλησης» έγιναν 2 ομάδες. Τα άτομα που γυμνάζονταν μέχρι 6 μήνες κατά τη διάρκεια του έτους ($n_1 = 115$) τα συμπεριλάβαμε στην πρώτη ομάδα, ενώ

όσοι γυμνάζονταν από 9 μήνες και πάνω συμπεριλήφθησαν στη δεύτερη ομάδα ($n_2 = 139$). Στο σύνολο των παραγόντων του ερωτηματολογίου δεν παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα ($Wilks's\lambda = .980$, $F(5, 248) = 1.023$, $p = .404$, $partial\eta^2 = .020$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της κλίμακας ανάλογα με το πόσους μήνες γυμνάζονται οι ερωτηθέντες τον χρόνο εκτίθενται στον Πίνακα 8.

Πίνακας 8. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με το πόσους μήνες γυμνάζονταν οι συμμετέχοντες κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Μήνες Άθλησης	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
≤8 μήνες	115	4.67±0.6	4.83±0.39	4.79±0.43	4.89±0.28	4.80±0.36
9-12 μήνες	139	4.61±0.55	4.78±0.51	4.64±0.60	4.79±0.53	4.73±0.41
Σύνολο	154	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Ώρες εκγύμνασης και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Για την απλή πολυμεταβλητή ανάλυση διασποράς (MANOVA) για τη μεταβλητή «ώρα άθλησης» έγιναν 2 ομάδες. Στην πρώτη ομάδα συμπεριλήφθησαν τα άτομα που γυμνάζονταν έως τις 15:00 το μεσημέρι ($n_1 = 74$) και στη δεύτερη ομάδα συμπεριλήφθησαν τα άτομα που γυμνάζονταν από τις 15:00 - 21:30 ($n_2 = 180$). Τα αποτελέσματα της MANOVA για την ώρα που γυμνάζονταν οι συμμετέχοντες στο σύνολο των παραγόντων του ερωτηματολογίου δεν παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα ($Wilks's\lambda = .963$, $F(5, 248) = 1.927$, $p = .90$, $partial\eta^2 = .037$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την ώρα εκγύμνασης παρουσιάζονται στον Πίνακα 9.

Πίνακας 9. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τις ώρες εκγύμνασης.

Ώρες Εκγύμνασης	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
8:30-15:00	74	4.74±0.46	4.82±0.46	4.75±0.51	4.84±0.43	4.85±0.31
15:00-21:30	180	4.59±0.61	4.80±0.46	4.69±0.54	4.83±0.44	4.72±0.41

ΣΥΝΟΛΟ	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39
--------	-----	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Διάρκεια εκγύμνασης στο γυμναστήριο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Στην πολυπαραγοντική ανάλυση (MANOVA) για τους παράγοντες της κλίμακας αναφορικά με τη διάρκεια της ημερήσιας προπόνησης, δημιουργήθηκαν 2ομάδες. Στην πρώτη ομάδα συμπεριλήφθησαν όσοι γυμνάζονταν έως 60 λεπτά ($n_1=103$). Στη δεύτερη ομάδα όσοι γυμνάζονταν περισσότερο από 60 λεπτά ($n_2=151$). Τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής ανάλυσης δεν έδειξαν στατιστική σημαντικότητα (Wilks's $\lambda = .970$, $F(5, 248) = 1.809$, $p = .112$, $\text{partial}\eta^2 = .035$). Ημέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τη διάρκεια της ημερήσιας προπόνησης παρουσιάζονται στον Πίνακα 10.

Πίνακας 10. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τη διάρκεια της ημερήσιας προπόνησης.

Διάρκεια Προπόνησης	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
<1ΩΡΑ	103	4.70±0.58	4.79±0.53	4.79±0.45	4.90±0.36	4.81±0.37
>1ΩΡΑ	151	4.59±0.56	4.82±0.41	4.65±0.58	4.79±0.48	4.73±0.41
ΣΥΝΟΛΟ	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Χρόνια εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Για την πολυπαραγοντική ανάλυση (MANOVA) των παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών αναφορικά με το χρονικό διάστημα που γυμνάζονταν στο γυμναστήριο οι ερωτηθέντες, δημιουργήθηκαν 3ομάδες. Στην πρώτη ομάδα συμπεριλήφθησαν όσοι γυμνάζονταν στο γυμναστήριο έως ένα έτος ($n_1=82$). Στη δεύτερη ομάδα όσοι γυμνάζονταν από ένα έτος έως 5 έτη ($n_2=102$), στην τρίτη ομάδα όσοι γυμνάζονταν πάνω από πέντε χρόνια στο ίδιο γυμναστήριο ($n_3=70$). Τα αποτελέσματα της πολυπαραγοντικής ανάλυσης δεν παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα (Wilks's $\lambda = .970$, $F(10, 494) = .750$, $p = .677$, $\text{partial}\eta^2 = .015$). Ημέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας

Υπηρεσιών ανάλογα με το πόσο χρονικό διάστημα γυμνάζονται στο ίδιο γυμναστήριο παρουσιάζονται στον Πίνακα 11.

Πίνακας 11. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με τα χρόνια εκγύμνασης στο ίδιο γυμναστήριο.

ΧΡΟΝΙΑ ΑΘΛΗΣΗΣ	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
<1χρόνο	82	4.72±0.45	4.85±0.33	4.76±0.48	4.89±0.26	4.80±0.36
1 – 5χρόνια	102	4.62±0.63	4.82±0.48	4.74±0.5	4.86±0.37	4.77±0.40
>5χρόνια	70	4.56±0.60	4.73±0.54	4.60±0.63	4.74±0.64	4.70±0.41
ΣΥΝΟΛΟ	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39

Αθλητική δραστηριότητα κατά την πανδημία και παράγοντες ποιότητας υπηρεσιών

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης MANOVA όσον αφορά την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα των συμμετεχόντων για κάθε παράγοντα της κλίμακας παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα (Wilks'sλ= .922, $F(10, 494) = 2,041$, $p = .028$, $\text{partial}\eta^2 = .040$). Τα αποτελέσματα των μονομεταβλητών αναλύσεων διασποράς παρουσίασαν στατιστική σημαντικότητα ($p \leq .05$) για τον παράγοντα Ανταπόκριση ($F(2, 254) = 6.035$, $p = .003$, $\text{partial}\eta^2 = .046$), τον παράγοντα Αξιοπιστία ($F(2, 254) = 5.964$, $p = .003$, $\text{partial}\eta^2 = .045$) και τον παράγοντα Αποτελέσματα ($F(2, 254) = 7.928$, $p = .000$, $\text{partial}\eta^2 = .059$) της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών. Για τους άλλους παράγοντες της Κλίμακας, δεν παρουσιάστηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές ($p > .05$). Οι πηγές διασποράς, τα μέσα τετράγωνα, οι βαθμοί ελευθερίας, το κριτήριο F και το επίπεδο σημαντικότητας παρουσιάζονται στον Πίνακα 12.

Πίνακας 12. Περιληπτικός πίνακας των Μονομεταβλητών Αναλύσεων Διασποράς για κάθε εξαρτημένη μεταβλητή σε σχέση με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα των συμμετεχόντων.

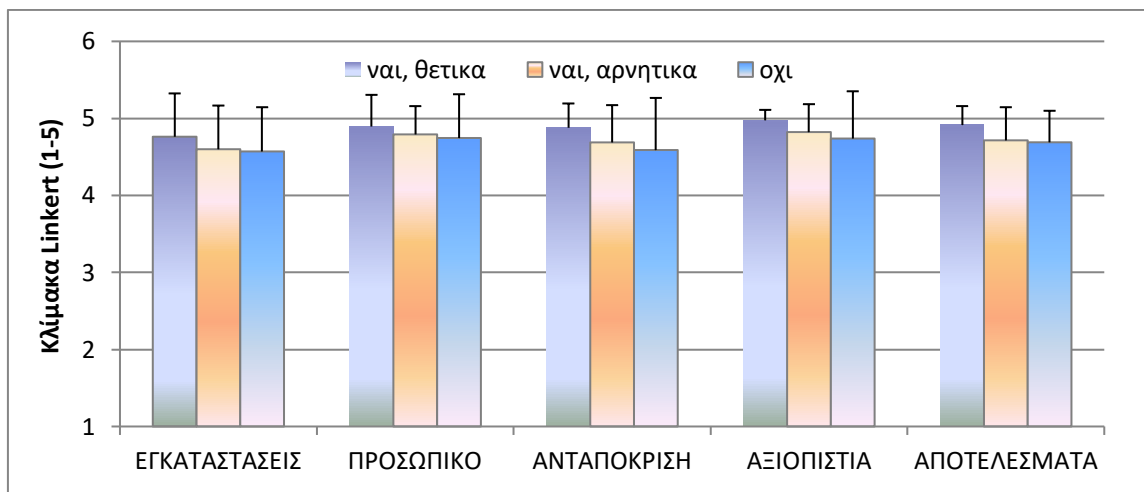
Πηγή Διασποράς	Παράγοντες	Άθροισμα Τετραγώνων	df	Μέσα Τετράγωνα	F	p	η^2
----------------	------------	---------------------	----	----------------	---	---	----------

Αθλητική δραστηριότητα	Εγκαταστάσεις	1.606	2	0.803	2.487	0.085	0.019
	Προσωπικό	0.897	2	0.449	2.151	0.118	0.017
	Ανταπόκριση	3.305	2	1.652	6.035	0.003	0.046
	Αξιοπιστία	2.198	2	1.099	5.964	0.003	0.045
	Αποτελέσματα	2.295	2	1.147	7.928	0.000	0.059
Σφάλμα	Εγκαταστάσεις	81.048	251	0.323			
	Προσωπικό	52.336	251	0.209			
	Ανταπόκριση	68.719	251	0.274			
	Αξιοπιστία	46.252	251	0.184			
	Αποτελέσματα	36.326	251	0.145			
Σύνολο	Εγκαταστάσεις	82.654	253				
	Προσωπικό	53.233	253				
	Ανταπόκριση	72.024	253				
	Αξιοπιστία	48.450	253				
	Αποτελέσματα	38.621	253				

Η μετά- ANOVA αναλύσεις με τη μέθοδο Bonferroni έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στον παράγοντα *Ανταπόκριση* ανάμεσα σε όσους η αθλητική δραστηριότητα δεν επηρεάστηκε και σε όσους η αθλητική δραστηριότητα επηρεάστηκε θετικά ($p=.002$). Στατιστικά σημαντικές διαφορές προέκυψαν (α) στον παράγοντα *Αξιοπιστία* ανάμεσα σε όσους η πανδημία επηρέασε θετικά την αθλητική τους δραστηριότητα και σε αυτούς που δεν επηρεάστηκε η αθλητική τους δραστηριότητα ($p=.002$) και (β) στον παράγοντα *Αποτελέσματα* ανάμεσα σε όσους επηρεάστηκε θετικά η αθλητική τους δραστηριότητα με όσους δεν επηρεάστηκαν καθόλου ($p=.001$) και με όσους επηρεάστηκαν αρνητικά ($p=.003$). Στις υπόλοιπες διαστάσεις του ερωτηματολογίου δεν προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές για την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα των συμμετεχόντων ($p>.05$). Η μέση τιμή και η τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών σε σχέση με τη επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα παρουσιάζονται στον Πίνακα 13 και απεικονίζονται στο Σχήμα 16.

Πίνακας 13. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα.

Επίδραση πανδημίας	N	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
ναι, θετικά	70	4.76±0.56	4.90±0.41	4.88±0.32	4.98±0.14	4.91±0.25
ναι, αρνητικά	97	4.60±0.57	4.79±0.37	4.69±0.48	4.82±0.36	4.72±0.43
όχι	87	4.57±0.57	4.75±0.57	4.59±0.68	4.74±0.61	4.69±0.41
Σύνολο	254	4.64±0.57	4.81±0.46	4.71±0.53	4.84±0.44	4.76±0.39



Σχήμα 16. Μέση τιμή και τυπική απόκλιση για καθένα από τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών ανάλογα με την επίδραση της πανδημίας στην αθλητική δραστηριότητα.

Συσχετίσεις παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών, Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και Ολικής Ικανοποίησης

Για να εξετασθεί η σχέση της ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και των πέντε παραγόντων της κλίμακας χρησιμοποιήθηκε ανάλυση συσχέτισης (Pearson's *r*). Τα αποτελέσματα παρουσίασαν στατιστικά σημαντικές σχέσεις ($p < .05$) και έδειξαν μικρή σχέση μεταξύ της Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών και των πέντε παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών. Ο παράγοντας Αποτελέσματα είχε τη μεγαλύτερη συσχέτιση ($r = .217$) και τη μικρότερη συσχέτιση είχε ο παράγοντας Προσωπικό ($r = .123$). Οι συσχετίσεις της Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών με τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών απεικονίζονται στον Πίνακα 14.

Πίνακας 14. Οι συσχετίσεις της Ολικής Ποιότητας Υπηρεσιών με τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.

	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα

Ολική ποιότητα	Pearsonr	.216**	.123*	.204**	.186**	.217**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.05	0.001	0.003	0.001
	N	254	254	254	254	254

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Στην αξιολόγηση της Ολικής Ικανοποίησης των συμμετεχόντων και της συσχέτισής της με τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών, τα αποτελέσματα παρουσίασαν σημαντικά στατιστικές σχέσεις ($p < .05$) εκτός από τον παράγοντα Προσωπικό ($p = .107$). Τα αποτελέσματα έδειξαν μικρή σχέση μεταξύ της Ολικής Ικανοποίησης αθλουμένων και των τεσσάρων παραγόντων της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών (Εγκαταστάσεις, Ανταπόκριση, Αξιοπιστία, Αποτελέσματα). Μεγαλύτερη συσχέτιση είχε ο παράγοντας Αποτελέσματα ($r = .307$) και μικρότερη συσχέτιση είχε ο παράγοντας Εγκαταστάσεις ($r = .179$). Οι συσχετίσεις της Ολικής Ικανοποίησης με τους παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών παρουσιάζονται στον Πίνακα 15.

Πίνακας 15. Οι συσχετίσεις της Ολικής Ικανοποίησης αθλουμένων με τους πέντε παράγοντες της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών.

		Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτελέσματα
Ολική ικανοποίηση	Pearsonr	.179**	0.101	.259**	.209**	.307**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.107	0.00	0.001	0.00
	N	254	254	254	254	254

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ V

ΣΥΖΗΤΗΣΗ – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συζήτηση

Η παρούσα μελέτη στοχεύει να διερευνήσει τον αντίκτυπο της πανδημίας του Covid-19 στην ποιότητα υπηρεσιών και την ικανοποίηση των πελατών στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης. Στη μελέτη συμμετείχαν 254 μέλη γυμναστηρίων, από τα οποία οι 102 ήταν άνδρες και οι 152 γυναίκες. Οι γυναίκες βλέπουμε ότι παίζουν καθοριστικό ρόλο στη έρευνα, καθώς αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Αναφορικά με την ηλικία, την μεγαλύτερη συχνότητα συμμετοχής είχαν τα άτομα ηλικίας 26-39 και ακολουθούσαν τα άτομα ηλικίας 40-54. Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση, οι παντρεμένοι με παιδιά είχαν το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής και μετά ακολουθούσαν οι άγαμοι. Στην επαγγελματική απασχόληση των συμμετεχόντων διαπιστώνουμε ότι τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην έρευνα είχαν οιοργαζόμενοι (ιδιωτικοί υπάλληλοι και δημόσιοι υπάλληλοι). Τα αποτελέσματα της εκπαίδευσης των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα έδειξαν ότι ένα μεγάλο μέρος αυτών ήταν απόφοιτοι ΑΕΙ και ακολουθούσαν οι απόφοιτοι Λυκείου. Οπότε εξάγουμε το συμπέρασμα ότι οι ηλικίες 26-54 ασχολούνται περισσότερο με την άθληση στα γυμναστήρια και κυρίως οι ιδιωτικοί και δημόσιοι υπάλληλοι.

Όσον αφορά τη συχνότητα συμμετοχής ανά εβδομάδα, οι περισσότεροι γυμνάζονται το ελάχιστο 4 φορές την εβδομάδα. Επίσης, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων γυμνάζονται από 9 ως 12 μήνες το έτος. Αυτό μας δείχνει ότι η άσκηση έχει αποτελεί μέρος της καθημερινής ρουτίνας της πλειοψηφίας των ανθρώπων και αποτελεί απαραίτητη δραστηριότητα στη ζωή τους. Οι ώρες που προτιμούν οι συμμετέχοντες να γυμνάζονται είναι κυρίως οι απογευματινές μετά τις 15:00 το μεσημέρι ως τις 21:30 το βράδυ και η προπόνηση των περισσότερων διαρκεί πάνω από μία ώρα. Αναφορικά με τη χρονική διάρκεια άθλησης σε συγκεκριμένο γυμναστήριο διαπιστώνουμε ότι 102 άτομα είναι μέλη του γυμναστηρίου της επιλογής του από 1 ως 5 χρόνια και 152 άτομα είναι μέλη του γυμναστηρίου της επιλογής του πάνω από 5 χρόνια. Αυτό μας δείχνει την αξιοπιστία του κόσμου για τα γυμναστήρια της Τρίπολης και την ικανοποίησή τους από τις υπηρεσίες που παρέχουν.

Σύμφωνα με τη μελέτη η πλειοψηφία των ασκούμενων συνεχίζει να δείχνει την προτίμησή της στα ομαδικά προγράμματα (N=106) και να ασχολούνται λιγότερο με τα προγράμματα με τα βάρη (N=27). Επίσης, 40 άτομα προτιμούν την πιο εξειδικευμένη και εξατομικευμένη γυμναστική (personaltraining). Το εύρημα της μελέτης συνάδει με της Αρέστη (2019) που υποστηρίζει ότι η πλειοψηφία του κόσμου που αθλείται στα γυμναστήρια συμμετέχει περισσότερο στα ομαδικά προγράμματα. Έτσι, διαπιστώνουμε ότι η πανδημία του Covid-19, παρόλο του περιορισμούς που έφερε στη ζωή μας και παρόλο τις οδηγίες των ειδικών για κοινωνική αποστασιοποίηση και αποφυγή συνωστισμού, δεν άλλαξε την αθλητική κουλτούρα και τον τρόπο άθλησης των γυμναζομένων στα γυμναστήρια της Τρίπολης.

Απαντώντας στην ερώτηση αν γυμνάζονταν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο πριν την πανδημία του Covid-19, 187 άτομα αθλούνταν και πριν την πανδημία στο ίδιο γυμναστήριο, ενώ 67 άτομα άλλαξαν γυμναστήριο μετά την επαναλειτουργία αυτών από το lockdown. Στην ερώτηση εάν επηρεάστηκε η αθλητική τους δραστηριότητα από την πανδημία του Covid-19, 167 άτομα απάντησαν πως επηρεάστηκε, οι 97 εξ αυτών απάντησαν ότι επηρεάστηκε αρνητικά και οι 70 ότι επηρεάστηκε θετικά. Αξιοσημείωτο είναι ότι 87 άτομα θεώρησαν ότι η πανδημία δεν επηρέασε την αθλητική τους δραστηριότητα. Όσον αφορά τον τρόπο άσκησης και κατά πόσο άλλαξε κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οι απαντήσεις ήταν μοιρασμένες. Από τους συμμετέχοντες 128 άτομα απάντησαν ότι άλλαξαν τρόπο άσκησης και 126 άτομα ότι δεν άλλαξαν τρόπο άσκησης. Τα παραπάνω αποτελέσματα δείχνουν ότι τα άτομα που αθλούνταν στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης συνέχισαν να αθλούνται και την περίοδο της πανδημίας. Εκτός του ότι η άσκηση αποτελεί τρόπο ζωής για αυτά τα άτομα και αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητάς τους, τα αποτελέσματα αυτά μπορεί να οφείλονται στο ότι η άσκηση τους προσφέρει σωματική και ψυχική ευεξία, στοιχεία που τα είχαν απόλυτη ανάγκη κατά τη διάρκεια των περιοριστικών μέτρων που έφερε η πανδημία του Covid-19.

Στη διάρκεια των καθολικών lockdown και του κλεισίματος των γυμναστηρίων, οι συμμετέχοντες συνέχισαν την αθλητική τους δραστηριότητα με την πλειοψηφία (N=134) να προτιμάει τη γυμναστική σε εξωτερικό χώρο και 118 άτομα να γυμνάζονται στον χώρο του σπιτιού τους. Από όλους τους συμμετέχοντες 68 άτομα συνέχισαν να γυμνάζονται με τον γυμναστή τους είτε σε εξωτερικό χώρο υπό την επίβλεψη του είτε

στον χώρο του σπιτιού τους μέσω διαδικτυακών μαθημάτων από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (facebook, instagram, zoomκλπ).

Ο λόγος εγγραφής στο γυμναστήριο για τους περισσότερους συμμετέχοντες είναι η υγεία και η συμμετοχή τους στα προγράμματα του γυμναστηρίουξεπερνάει τις 3 ημερήσιες προπονήσεις την εβδομάδα. Όσον αφορά την επιλογή του προγράμματος την ημέρα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο, 114 άτομα έκαναν ομαδικό πρόγραμμα, 68 άτομα ελεύθερα βάρη, 60 άτομα personaltraining και 8 είχαν γυμναστεί κάνοντας αερόβια άσκηση (διάδρομο).

Αναλύοντας τα δεδομένα της έρευνας, διαπιστώνουμε ότι οι συμμετέχοντες έχουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης ως προς τους παράγοντες Αξιοπιστία, Προσωπικό, Αποτελέσματα, και Ανταπόκριση και χαμηλότερο βαθμό ως προς τον παράγοντα Εγκαταστάσεις. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι ικανοποιημένοι με τον παράγοντα Αξιοπιστία, κάτι το οποίο σημαίνει ότι οι υπηρεσίες των γυμναστηρίων είναι ακριβείς όσον αφορά το ωράριο των προγραμμάτων, υπάρχει συνέπεια από το προσωπικό ως προς τις υποχρεώσεις του και γίνεται ακριβής ενημέρωση του προγράμματος των γυμναστηρίων. Το ότι οι αθλούμενοι είναι ικανοποιημένοι με τον παράγοντα Προσωπικό δείχνει ότι το προσωπικό έχει λάβει την κατάλληλη εκπαίδευση, έχει τα απαιτούμενα προσόντα, είναι ευγενικό και πρόθυμο να παρέχει τις υπηρεσίες του και έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των αθλουμένων. Υψηλά επίπεδα ικανοποίησης παρατηρήθηκαν και στον παράγοντα Αποτελέσματα, κάτι το οποίο δείχνει ότι η άθληση στα γυμναστήρια είναι κατάλληλη ώστε να επιτευχθεί καλύτερευση της εικόνας και της φυσικής κατάστασης των αθλουμένων και να υπάρξει ευεξία και θετική διάθεση και ενέργεια σε αυτούς. Επίσης, στον παράγοντα Ανταπόκριση βρέθηκαν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης γεγονός που δείχνει ότι τόσο η διοίκηση των γυμναστηρίων όσο και το προσωπικό είναι πρόθυμοι να ανταποκριθούν στις αξιώσεις των μελών τους και να επιλύσουν οποιοδήποτε πρόβλημα προκύψει. Χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης παρουσίασε ο παράγοντας Εγκαταστάσεις, που σημαίνει ότι τα γυμναστήρια χρειάζονται ανανέωση τόσο του χώρου τους όσο και του εξοπλισμού τους, νέα προγράμματα εκγύμνασης καθώς και καθαρότερες και ευρύτερες εγκαταστάσεις. Αυτό βέβαια ίσως και να οφείλεται στην περίοδο της πανδημίας που οι υποδείξεις και οι συμβουλές των ειδικών ήταν να αποφεύγεται ο συνωστισμός, οι κλειστοί χώροι να είναι ευρύχωροι και με συνεχή ανανέωση του αέρα και να απολυμαίνονται τακτικά.

Αξίζει να σημειωθεί, όμως, ότι ο υψηλός βαθμός ικανοποίησης που παρουσίασαν οι τέσσερις παράγοντες Προσωπικό, Αξιοπιστία, Αποτελέσματα, Ανταπόκριση έχει βρεθεί και σε προηγούμενες έρευνες που είχαν γίνει πριν την κρίση της πανδημίας του Covid-19 όπως είναι τα αποτελέσματα της έρευνας της Αρέστη (2019) που βρήκε υψηλά επίπεδα ικανοποίησης στους παράγοντες Αξιοπιστία, Προσωπικό, Αποτελέσματα, Ανταπόκριση και χαμηλά επίπεδα ικανοποίησης στον παράγοντα Εγκαταστάσεις, όπως, επίσης, και η έρευνα των Theodorakisetal. (2004) που βρήκαν σε όλους τους παράγοντες υψηλά επίπεδα ικανοποίησης. Η έρευνα του Τριγώνη (2014) διατυπώνει τη άποψη ότι ο βασικός παράγοντας της ικανοποίησης είναι το εργατικό προσωπικό και η ενσυναίσθηση που έχει. Η Κυριακίδου (2015) υποστηρίζει ως πρωταρχικούς παράγοντες τους γυμναστές, τα προγράμματα, τα αποτελέσματα και τις εγκαταστάσεις. Οι Ongetal. (2022), στην έρευνά τους που έγινε κατά τη διάρκεια της πανδημίας βρήκαν ότι ο αερισμός, η άνεση, η ασφάλεια και η καθαριότητα των εγκαταστάσεων ήταν πρωταρχικός παράγοντας ικανοποίησης των μελών των γυμναστηρίων.

Τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με το φύλο δεν έδειξαν αξιολογικές διαφορές, αντίθετα με άλλες έρευνες όπως ο Μαλλιιάκας (2009) βρήκε σημαντικές διαφορές ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες κυρίως στον παράγοντα Προσωπικό και η έρευνα των Theodorakisetal. (2004) που υποστήριξαν ότι οι γυναίκες είχαν λιγότερη ικανοποίηση όσον αφορά τους παράγοντες Εγκαταστάσεις και Υπηρεσίες. Στην έρευνα των Sowier-Kasprzyk και Widawska-Stanisiz (2020) που έγινε κατά τη διάρκεια της έξαρσης της πανδημίας οι γυναίκες ήταν γενικά πιο ικανοποιημένες με το γυμναστήριό τους και το αξιολόγησαν πιο θετικά σε σχέση με τους άνδρες.

Τα ευρήματα της έρευνας όσον αφορά την ηλικία, δεν έδειξαν σημαντική διαφορά σε καμιά από τις διαστάσεις - παράγοντες. Τα ευρήματα της αυτής της μελέτης συνάδουν με τα αποτελέσματα της έρευνας του Μαλλιιάκα (2009) που υποστηρίζει ότι η ηλικία δεν επηρεάζει την ικανοποίηση.

Στην έρευνα βρέθηκε ότι η επαγγελματική απασχόληση των αθλουμένων δεν επηρεάζει την ικανοποίησή τους στα γυμναστήρια. Αντίθετα, η μελέτη της Αρέστη (2019), κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι συνταξιούχοι παρουσιάζουν υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης και έχουν χαμηλότερες απαιτήσεις σε σχέση με τους άνεργους και τις νοικοκυρές.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της μελέτης το μορφωτικό επίπεδο των αθλουμένων δεν επηρεάζει τα επίπεδα ικανοποίησης. Αντίθετη με τα παραπάνω συμπέρασμα είναι η μελέτη των Theodorakisetal. (2004), η οποία αναφέρει ότι οι πιο μορφωμένοι πελάτες είναι πιο ικανοποιημένοι ως προς τον παράγοντα Εγκαταστάσεις.

Το ίδιο παρατηρήθηκε και για τη συχνότητα άθλησης των αθλουμένων στα γυμναστήρια, η οποία φαίνεται να μην επηρεάζει τα επίπεδα ικανοποίησης των αθλουμένων. Τα ευρήματα αυτά δεν συνάδουν με τα αποτελέσματα της έρευνας της Αρέστη (2019) που υποστηρίζουν ότι όσοι γυμνάζονταν περισσότερο από 5 φορές την εβδομάδα παρουσίασαν υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης στον παράγοντα Αποτελέσματα.

Τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με τους πόσους συνολικά μήνες τον χρόνο αθλούνται οι συμμετέχοντες, δεν έδειξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές. Το ίδιο παρατηρήθηκε και για την ώρα προσέλευσης και τη διάρκεια άθλησης των συμμετεχόντων στα γυμναστήρια, οι οποίες φαίνεται να μην επηρεάζουν τα επίπεδα ικανοποίησης των αθλουμένων. Τα ίδια αποτελέσματα αναφέρονται και στη μελέτη του Δημάκου (2016), που υποστηρίζει ότι ο χρόνος παραμονής στο γυμναστήριο δεν επηρεάζει τα επίπεδα ικανοποίησης και προσδοκιών των πελατών.

Επίσης, και στα χρόνια άθλησης των συμμετεχόντων δεν παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές. Αντίθετα, η έρευνα της Αρέστη (2019) έδειξε ότι όσοι γυμνάζονταν πάνω από 10 χρόνια στο ίδιο δημοτικό γυμναστήριο της Αθήνας ήταν λιγότερο ικανοποιημένα στον παράγοντα Ανταπόκριση σε σχέση με όσους γυμνάζονταν ως 5 χρόνια στο ίδιο γυμναστήριο.

Όσον αφορά το ερώτημα αν η πανδημία επηρέασε την αθλητική τους δραστηριότητα, η ανάλυση έδειξε σημαντική διαφορά στους παράγοντες Ανταπόκριση, Αξιοπιστία, και Αποτελέσματα. Όσοι επηρεάστηκαν θετικά από την πανδημία έδειξαν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης στους τρεις παραπάνω παράγοντες σε σχέση με αυτούς που δεν επηρεάστηκαν καθόλου αθλητικά από την πανδημία. Στον παράγοντα Αποτελέσματα, η έρευνα έδειξε ότι η κατηγορία όσων επηρεάστηκαν θετικά είναι περισσότερο ικανοποιημένη σε σχέση με την κατηγορία των συμμετεχόντων που επηρεάστηκαν αρνητικά και με την κατηγορία όσων δεν επηρεάστηκαν καθόλου από την πανδημία. Αυτό ίσως να οφείλεται στο γεγονός ότι ακολούθησαν το πρόγραμμα των γυμναστηρίων είτε διαδικτυακά με ζωντανά προγράμματα είτε προγράμματα

ατομικά ή σε γκρουπ λίγων ατόμων σε εξωτερικό χώρο, έτσι και τα αποτελέσματα τόσο στην εμφάνιση όσο και στην υγεία τους- σωματική και ψυχική- να ήταν εμφανή, αλλά και η ανταπόκριση που έδειξαν τα γυμναστήρια στις νέες συνθήκες ήταν άμεση και αξιόπιστη. Όμως και με την επαναλειτουργία των γυμναστηρίων, αυτή η κατηγορία των συμμετεχόντων είναι πιο ικανοποιημένη στους τρεις παραπάνω παράγοντες. Κάτι το οποίο δείχνει ότι τα γυμναστήρια παρά τις δύσκολες και άγνωστες συνθήκες που δημιουργήθηκαν κατά την πανδημία του Covid-19 μπόρεσαν και αντεπεξήλθαν στις απαιτήσεις των μελών τους ως προς τους παράγοντες Ανταπόκριση, Αξιοπιστία και Αποτελέσματα. Επίσης, δείχνει ότι η πανδημία επηρέασε θετικά κάποια άτομα ως προς την αθλητική τους δραστηριότητα γιατί είτε ίσως βρήκαν περισσότερο ελεύθερο χρόνο να γυμναστούν, είτε στράφηκαν στην άσκηση ως μέσο διαφυγής από τα προβλήματα που κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν λόγω των περιορισμών και των μέτρων που επιβλήθηκαν στη διάρκεια της πανδημίας.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι οι αθλούμενοι στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης είναι αρκετά ικανοποιημένοι από το γυμναστήριο της επιλογής τους. Αναφορικά με το βαθμό της ποιότητας υπηρεσιών το 87.4% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι η ποιότητα παροχής των υπηρεσιών έχει πολύ υψηλό επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και με τη συνολική ικανοποίηση, καθώς το 85.1% του δείγματος απάντησε πολύ και πάρα πολύ ικανοποιημένο.

Συμπεράσματα – Προτάσεις

Η παρούσα έρευνα βασικό σκοπό είχε να εξετάσει τον αντίκτυπο της πανδημίας του Covid-19 στην ποιότητα υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των μελών των γυμναστηρίων της Τρίπολης. Για τη συλλογή των δεδομένων αξιοποιήθηκε η Κλίμακα Ποιότητας Υπηρεσιών (ServiceQualityScale- SQS) των Alexandris et al. (2004) και για την ανάλυσή τους χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS 28. Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση αναλύθηκαν και εξετάστηκαν οι όροι ποιότητα υπηρεσιών και ικανοποίηση πελατών και βρέθηκαν οι παράγοντες που την επηρεάζουν με ιδιαίτερη βαρύτητα στις μελέτες που έγιναν σε ιδιωτικά αθλητικά κέντρα προκειμένου να διευκολυνθεί η σύγκριση μεταξύ των αποτελεσμάτων της παρούσας μελέτης με τα ευρήματα των ήδη υπαρχόντων μελετών. Η ανάλυση των δεδομένων έδειξε ότι τα μέλη

των γυμναστηρίων της Τρίπολης παρουσιάζουν υψηλό βαθμό ικανοποίησης από την υπηρεσία που τους παρέχεται, όπως αξιολογήθηκε από τους παράγοντες Εγκαταστάσεις, Προσωπικό, Αξιοπιστία, Ανταπόκριση και Αποτελέσματα. Ο μεγάλος βαθμός ικανοποίησης στους παράγοντες Αξιοπιστία και Προσωπικό δείχνει ότι οι αθλούμενοι στο σύνολό τους είναι ικανοποιημένοι από την εγκυρότητα των προγραμμάτων, τις σαφείς οδηγίες των γυμναστών και από τις γνώσεις, την επαγγελματική κατάρτιση, την ευγένεια και τη φιλικότητα του προσωπικού. Ωστόσο, ο μικρότερος βαθμός ικανοποίησης στον παράγοντα Εγκαταστάσεις, δείχνει ότι τα προγράμματα των γυμναστηρίων χρειάζονται ανανέωση και ποικιλία και οι χώροι να είναι πιο ευρύχωροι και καθαροί. Βέβαια, στην μικρότερη ικανοποίηση των αθλουμένων στον παράγοντα Εγκαταστάσεις ίσως να συνετέλεσε και η χρονική περίοδος της διεξαγωγής της έρευνας, που οι συστάσεις των ειδικών ήταν να αποφεύγεται ο συνωστισμός, οι κλειστοί χώροι να αερίζονται επαρκώς και να απολυμαίνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα.

Πρέπει, όμως, σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι η μελέτη αυτή διέπεται από κάποιους περιορισμούς. Συγκεκριμένα, το δείγμα συλλέχθηκε από 5 ιδιωτικά γυμναστήρια της Τρίπολης και επομένως τα συμπεράσματά της δεν μπορούν να γενικευτούν. Βέβαια, θα μπορούσε να βοηθήσει να διεξαχθούν κάποια συμπεράσματα για τον αντίκτυπο του Covid-19 στην ποιότητα των υπηρεσιών και στην ικανοποίηση των μελών των γυμναστηρίων. Επίσης, δεν υπάρχει προγενέστερη έρευνα στα γυμναστήρια της Τρίπολης για να μπορούμε να έχουμε συγκρίσιμα αποτελέσματα πριν από την πανδημία και κατά τη διάρκεια αυτής. Μια έρευνα στο μέλλον θα μπορούσε να σχεδιαστεί για να διερευνηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών και η ικανοποίηση στα μεταγενέστερα χρόνια από την πανδημία.

Τέλος, είναι σημαντικό τα γυμναστήρια της Τρίπολης να αξιοποιήσουν τα αποτελέσματα της έρευνας ώστε να αναβαθμίσουν τις παροχές τους και την ποιότητα τους για να πετύχουν καλύτερη ικανοποίηση των πελατών. Το προσωπικό των γυμναστηρίων σημαντικό είναι να στελεχώνεται από πτυχιούχους της Σχολής Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (ΣΕΦΦΑ), οι οποίοι έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση.

Τα γυμναστήρια της Τρίπολης καλό θα είναι να λάβουν σοβαρά υπόψη τα αποτελέσματα αυτά και να εστιάσουν στα αίτια στα οποία τα άτομα που γυμνάζονται

δηλώνουν μικρότερη ικανοποίηση στον παράγοντα Εγκαταστάσεις. Μήπως πρέπει να προχωρήσουν σε ανανέωση του εξοπλισμού τους και ανακαίνιση των εγκαταστάσεών τους; Μήπως πρέπει να ανανεώσουν τα προγράμματά τους; Όλα τα παραπάνω οι υπεύθυνοι των γυμναστηρίων της Τρίπολης χρειάζεται να τα αξιολογήσουν, ώστε να προχωρήσουν στη βελτίωση των υπηρεσιών τους και στην αύξηση της ικανοποίησης των αθλούμενών τους. Επίσης, αποτελούν θέματα για μελλοντικές έρευνες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Διεθνής Βιβλιογραφία

- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258. <https://doi.org/10.1108/09604520510597809>
- Alexandris, K., & Palialia, E. (1999). Measuring customer satisfaction in fitness centers in Greece: an exploratory study. *Managing Leisure*, 4(4), 218-228.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Kasiara, A. (2001) The behavioral consequences of perceived service quality: An exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece. *Journal of Sport Management*, 4, 280-299.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N. & Markata, D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioural intentions ? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality*, 12(4), 224- 231.
- Alexandris, K., Papadopoulos, P., Palialia, E., & Vasiliadis, T. (1999). Customer satisfaction: A Comparison between public and private sport and fitness clubs in Greece. *European Journal for Sport Management*, 6(1), 40-50.
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation into the role of the outcome dimension in measuring perceived service quality in a health club context. *International Journal of Sport Management*, 5(3), 281-294.
- Anderson, E. W., & Fornell, C. (1994). A customer satisfaction research prospectus. In R. T. Rust, & R. L. Oliver, (Eds.), *Service quality: New directions in theory and practice* (pp. 241-268). Sage Publications.
- American Psychological Association (APA). (2020). *Publication manual of the APA* (7nd ed.). Washington, DC: Author.
- Brandy, M. K., & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-49.
- Breesch, D., Vos, S., & Scheerder, J. (2015). The financial viability of the fitness industry in Belgium. *Sport, Business and Management: An International Journal*, 5(4), 365-385. <https://doi.org/10.1108/SBM-12-2012-0052>.

- Buttle, F. (1995). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing*, 30(1), 8-32.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811-828.
- Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sports services. *Sport Management Review*, 3, 1-22.
- Cheng, K. (2013). On applying Six Sigma to improving the relationship quality of fitness and health clubs. *Journal of Service Science*, 6(1), 127-138.
- Choppin, J. (1997). *Quality through people: a blueprint for proactive total quality management*. Bedford: Rushmere Wynne.
- Çimen, Z., & Gürbüz, B. (2007). *Sporhizmetlerindeki toplamlı kalite yönetimi*, Alp Yayınevi, Ankara.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. R. B. (2000). *Research methods in education* (5th edition). London: Routledge.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Day, R. L. (1984). Modeling choices among alternative responses to dissatisfaction. In W. D. Perreault, (Ed), *Advances in Consumer Research*, 11 (pp. 496-499). Atlanta, GA: Association for Consumer Research,
- Flood, R. (1993) *Beyond TQM*. New York: John Wiley & Sons.
- Freitas, A. L. P., & Lacerda, T. S. (2019). Fitness Centers: What Are the Most Important Attributes in This Sector? *International Journal for Quality Research*, 13(1), 177.
- Gerson, R. (1999). *Members for life: Proven service and retention strategies for health – fitness and sports clubs*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Greenberg P., (2010). *CRM at the speed of light* (4th ed.). Social CRM Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers.
- Gronroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18, 36-44.
- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing*. Lexington, MA: Lexington Books,

- Hammami, A., Harrabi, B., Mohr, M., & Krstrup, P. (2022). Physical activity and coronavirus disease 2019 (COVID-19): specific recommendations for home-based physical training. *Managing Sport and Leisure*, 27(1-2), 26-31.
- Hill, N., Roche, G., & Allen, R. (2007). *Customer satisfaction: the customer experience through the customer's eyes*. The Leadership Factor.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (1999). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers. *Journal of Park and Recreation Administration (USA)*, 17(20), 42-64.
- Howat, G., Absher, J., Grilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centers. *Managing Leisure*, 1(2), 77-89.
- Howat, G., Murray, D., & Crilley, G. (1999). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers. *Journal of Park and Recreation Administration (USA)*, 17(20), 42-64.
- International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA) (2013). Retrieved from: <http://www.ihrsa.org>. Last accessed on 17th of September 2014.
- Janet, B., Beverly, R., & Zanger, K. (1990). *Sport and fitness management career strategies and professional content*. Champaign-Illions: Human Kinetich Book.
- Johnston, R. (1995). The determinants of service quality: satisfiers & dissatisfiers. *International Journal of Service Industry Management*, 6(5), 53-71.
- Kehoe, D. F. (1996). *The fundamentals of quality management*. First Edition, New York Chapman and Hall, Metu Library.
- Kim, D., & Kim, S. Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, 9(2), 208-220.
- Kouthouris, C., & Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10(2), 101- 111.
- Leong, C., Ling, M., & Ractham, P. (2015). ICT-enabled community empowerment in crisis response: Social media in Thailand flooding 2011. *Journal of the Association for Information Systems*, 16(3), 174-212.

- Mañas, R. M., Giménez, G. G., Muyor, R. J., Martínez, T. V., & Moliner, C. C. (2008). Tangibles as predictors of customer satisfaction in sports services. *Psicothema*, 20(2), 243-248.
- Meyer, J. (2020). Where to go online for free home workouts, from cardio to yoga. *The Denver Post*. 3/27/20.
- Meyers, L. S., Gamst, G., & Guarino, A. J. (2006). *Applied multivariate research: Design and interpretation*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5(1), 25-43.
- Oliver, R. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York: McGraw Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33-44.
- Ong, A. K. S., Prasetyo, Y. T., Picazo, K. L., Salvador, K. A., Miraja, B. A., Kurata, Y. B., & Young, M. N. (2021). Gym-goers preference analysis of fitness centers during the COVID-19 pandemic: A conjoint analysis approach for business sustainability. *Sustainability*, 13(18), 10481.
- Papadimitriou, D. A., & Karteroliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centers: A re-examination of the factor structure. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parnell, D., Widdop, P., Bond, A., & Wilson, R. (2022). COVID-19, networks and sport. (Special Issue: Managing sport and leisure in the era of Covid-19.). *Managing Sport and Leisure*, 72-78.
- Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L. (1995). Return On Quality (ROQ): Making service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, 59(2), 58-70.

- Salamat, N., Farahani, A., & Salamat, F. (2013). Customer satisfaction in private and public fitness clubs in north of Iran. *African Journal of Business Management*, 7(18), 1826-1832.
- Sasser, W. E., & Reichheld, F. F. (1990). Zero defections: quality comes to services. *Harvard Business Review*, 68(5), 105-111.
- Šíma, J., & Ruda, T. (2019). Using the SERVQUAL model in Prediction of customersatisfaction in Czech fitness centres. *Management*, 7(1), 42-49.
- Sowier-Kasprzyk, I., & Widawska-Stanisiz, A. (2020). Changes in attitudes of consumers of sports and recreational services in the context of Covid-19. *Journal of Physical Education and Sport*, 20(5), 2939-2944.
- Spreng, R., & Chiou, J. (2002). A cross-cultural assessment of the satisfaction formation process. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 1-8.
- Spreng, R., & Mckoy, R. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). New York, NY: Pearson Education.
- Tao, F. (2014). Customer relationship management based on increasing customer satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*, 5(5).
- Theodorakis, N., Alexandris, K., Rodrigues, P. M. M., & Sarmento, P. J. (2004). Measuring customer satisfaction in the context of health clubs in Portugal. *International Sports Journal*, 8, 44-53.
- Thomas, A. (2020). Customers' loyalty to Greek athletic centers during the COVID-19 pandemic lockdown. *International Journal of Academic Management Science Research*, 4(12), 80-89. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13491297>.
- Tian-Cole, S., & Crompton, J. (2003). A conceptualization of the relationships between service quality and visitor satisfaction, and their links to destination selection. *Leisure Studies*, 22(1), 65-80.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*, Psychology Press.
- Tsitskari, E., Antoniadis, C. H., & Costa, G. (2014). Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres. *Journal of Physical Education and Sport*, 14(4), 514.

- Wallace, A.(2020). People welcome online workouts to fill gap left by shuttered gyms and studios. *Washington Post*. 3/27/2020.
- Williams, J.,& Chinn, S. J. (2010). Meeting relationship-marketing goals through social media: A conceptual model for sport marketers. *International Journal of Sport Communication*, 3, 422-437.
- Yong, R. N. (2000). *Geoenvironmental engineering: Contaminated soils, pollutant fate, and mitigation*. CRC press.
- Yu, H. S., Zhang, J. J., Kim, D. H., Chen, K. K., Henderson, C., Min, S. D.,&Huank, H. (2014). Service quality, perceived value, customer satisfaction, and behavioural intention among fitness centre members aged 60 years and over. *Social Behaviour and Personality: An International Journal*, 42, 757-767.
- Zeithaml, V. A., &Bitner, M. J. (2003). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., &Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zikmund, W.G., &D'Amico, M. (1996). *Marketing*. Fifth Edition. West Publishing Company.
- Zorn, S. Jarvis, W.,& Bellman, S. (2010). Attitudinal perspectives for predicting Churn. *JournalofResearchinInteractiveMarketing*, 4, 157-169.

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αγγελοπούλου, Μ. (2012). *Ποιότητα υπηρεσιών και ανάμειξη πελατών σε ιδιωτικά γυμναστήρια*. Μεταπτυχιακή εργασία του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή».
- Αλεξανδρής,Κ. (2004). «*Θέματα οργάνωσης και διοίκησης αθλητισμού*». Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Έκδοση: Τμήμα Εκδόσεων Πανεπιστημιακό Τυπογραφείο (2004-2005).

- Αλεξανδρής,Κ.(2010). *Αρχές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού αναψυχής*. Εκδόσεις Χριστοδουλίδη.
- Αλεξανδρής,Κ.(2016). *Αρχές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού αναψυχής*. Εκδόσεις Α.Ε.
- Αντωνιάδης, Χ. Γ. (2014). *Διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια της Κύπρου και των αντίστοιχων αντιλήψεων της ικανοποίησης και της αφοσίωσης των ασκουμένων πελατών τους*. Μεταπτυχιακή εργασία του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκριτείου Πανεπιστημίου Θράκης και του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή»
- Αρέστη, Α. Ε. (2019). *Η ικανοποίηση των πελατών και η ποιότητα υπηρεσιών στα δημοτικά γυμναστήρια του δήμου Αθηναίων στην περίοδο της κρίσης*. Μεταπτυχιακή Εργασία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.
- Δημάκος, Ν. (2016). *Αποτίμηση των προσδοκιών των πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών των γυμναστηρίων: Μια μελέτη σύγκρισης των δημοτικών γυμναστηρίων του Δήμου Αθηναίων με ιδιωτικά γυμναστήρια*. Μεταπτυχιακή Εργασία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.
- Καλαβρής, Κ. (2021). *Η ικανοποίηση αθλουμένων ιδιωτικών γυμναστηρίων από τις παρεχόμενες υπηρεσίες και η επίδραση της γυμναστικής στην εργασιακή τους απόδοση*. Μεταπτυχιακή Εργασία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.
- Κυριακίδου, Α. (2015). *Εξουσιοδότηση, ικανοποίηση υπάλληλων και ικανοποίηση πελατών στα γυμναστήρια fitness*. Πτυχιακή εργασία, Τμήμα Διοίκησης

- Επιχειρήσεων, Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας.
- Μαλλιάκας, Γ. (2009). *Αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών που παρέχονται σε αθλητικό κέντρο του Νομού Αττικής με βάση το φύλο και την ηλικία των συμμετεχόντων*. Μεταπτυχιακή εργασία του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στην «Άσκηση και Υγεία» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση «Φυσική δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή».
- Μαυροπούλου, Μ. (2013). *Διερεύνηση των κινήτρων, της ποιότητας υπηρεσιών, της δέσμευσης και της πρόθεσης για επανάληψη συμμετοχής σε πελάτες ιδιωτικών γυμναστηρίων*. Μεταπτυχιακή Εργασία του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των ΤΕΦΑΑ του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας.
- Μιχαλοπούλου, Σ. (2019). *Η ικανοποίηση και η αφοσίωση των πελατών στα γυμναστήρια, η περίπτωση του EthnicFitnessClub*. Μεταπτυχιακή Εργασία του Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Οργάνωση και Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων» του Τμήματος Οργάνωσης και Διαχείρισης Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.
- Ντόντου, Α. (2009). *Το επίπεδο ικανοποίησης των αθλούμενων-πελατών από τις προσφερόμενες υπηρεσίες των ιδιωτικών γυμναστηρίων*. Μεταπτυχιακή εργασία του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης και του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.
- Σάββα, Μ. (2008). *Ποιότητα υπηρεσιών & ικανοποίηση πελατών αθλητικών κέντρων (Bachelor's thesis)*. ΤΕΦΑΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Τριγώνης, Β. (2014). *Παράγοντες ικανοποίησης πελατών σε γυμναστήρια*. Μεταπτυχιακή εργασία, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού.
- Φουσκάρινης, Κ. (2006). *Καταγραφή και αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών που παρέχουν τα ιδιωτικά γυμναστήρια στην Ηλεία*. Μεταπτυχιακή Εργασία του

Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος «Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας, στην κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή».

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
“Διοίκηση Αθλητικών Οργανισμών & Επιχειρήσεων”

Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στον τομέα της Διοίκησης των Αθλητικών Οργανισμών και Επιχειρήσεων

Επιστολή συναίνεσης

Αγαπητά μέλη,

Αυτό το ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος μιας μελέτης για την ικανοποίηση των πελατών και την ποιότητα των υπηρεσιών στα γυμναστήρια του δήμου Τρίπολης κατά την εμφάνιση της πανδημίας Covid-19. Η μελέτη αυτή πραγματοποιείται σε συνεργασία με το Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Αθλητισμού Σπάρτης του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου.

Τα αποτελέσματα της μελέτης μπορούν να αξιοποιηθούν από τα γυμναστήρια για τη βελτίωση της λειτουργίας τους, να διαπιστώσουν τι αλλαγές οφείλουν να κάνουν για να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα που έφερε η πανδημία του Covid-19, με τελικό στόχο να αυξήσουν την ικανοποίηση των μελών τους .

Διαβάστε προσεχτικά τις ερωτήσεις που ακολουθούν και απαντήστε μεαπόλυτη ειλικρίνεια, κυκλώνοντας την απάντηση σας. Παρακαλούμε να απαντήσετεπροσεχτικά σε όλες τις ερωτήσεις. Οι απαντήσεις που θα δώσετε είναι απόλυτα εμπιστευτικές. Τα όποια προσωπικά στοιχεία που σας ζητάμε να συμπληρώσετε, θα χρησιμοποιηθούν ΜΟΝΟ για στατιστικούς λόγους και ΜΟΝΟ στα πλαίσια της παρούσας έρευνας.

Είναι σημαντικό για την έρευνα να δώσετε απαντήσεις σε όλες τις ερωτήσεις.

Πληροφορίες

Επιβλέπων καθηγητής

Τραυλός Αντώνης (Ph.D)

Καθηγητής Πανεπιστημίου Πελ/σου.

e-mail: atravlos@go.uop.gr

Μεταπτυχιακή φοιτήτρια

Σταυροπούλου Ιωάννα

e-mail: istavr22@gmail.com

Δημογραφικά στοιχεία

1. Φύλο

α. Άνδρας β. Γυναίκα

2. Ηλικία

α. 18-25 β. 26-39 γ. 40-54 δ. 55 +

3. Οικογενειακή Κατάσταση

α. Άγαμος/η β. Παντρεμένος/η χωρίς παιδιά γ. Παντρεμένος/η με παιδιά

4. Επαγγελματική Απασχόληση

α. Δημόσιος Υπάλληλος β. Ιδιωτικός Υπάλληλος γ. Ελεύθερος Επαγγελματίας δ. Συνταξιούχος/α ε. Άνεργος/η στ. Οικιακά ζ. Φοιτητής

5. Εκπαίδευση

α. Απόφοιτος Λυκείου β. Φοιτητής γ. Απόφοιτος ΙΕΚ & Σχολώνδ. Πτυχιούχος ΑΕΙ ε. Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου

6. Πόσες φορές γυμνάζεστε την εβδομάδα;

α. 2 φορές β. 3 φορές γ. 4 φορές δ. 5 φορές ε. 6 φορές στ. κάθε μέρα

7. Πόσους μήνες κατά μέσο όρο γυμνάζεστε τον χρόνο;

α. 1-2 β. 3-4 γ. 5-6 δ. 7-8 ε. 9-10 στ. 11-12

8. Τι ώρες συνήθως γυμνάζεστε;

α. 08.30-11.00 β. 11.00-13.00 γ. 13.00-15.00 δ. 15.00-17.00 ε. 17.00- 19.00 στ. 19.00-21.30

9. Πόση ώρα είναι η ημερήσια προπόνησή σας;

α. < 0,5 ώρα β. 0,5-1,0 ώρα γ. 1,0-1,5 ώρες δ. 1,5-2,0 ώρες ε. 2,0-2,5 ώρες στ. > 2,5 ώρες

10. Πόσο καιρό αθλείστε στο συγκεκριμένο γυμναστήριο;

α. <6 μήνες β. 6 μήνες έως 1έτος γ. 1-3 έτη δ. 3-5 έτη ε. 5-10 έτη στ. 10-15 έτη ζ. >15 έτη

11. Τι πρόγραμμα εκγύμνασης ακολουθείτε; (μπορείτε να κυκλώσετε πάνω από μία κατηγορίες)

α. Καρδιοαναπνευστικά μηχανήματα (Διάδρομο, Ποδήλατο, Ελλειπτικό)

β. Άσκηση στα μηχανήματα ενδυνάμωσης

γ. Ελεύθερα βάρη

δ. Ομαδικά προγράμματα (σε αίθουσα)

ε. Personaltraining

12. Πριν την πανδημία του covid-19 (2020) αθλούσασταν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο;

α. Ναι β. Όχι

13. Πιστεύετε ότι η πανδημία του covid-19 έχει αντίκτυπο στις υπηρεσίες του γυμναστηρίου σας; (απαντήστε μόνο εάν γυμναζόσασταν στο συγκεκριμένο γυμναστήριο πριν επέλθει η πανδημία)

α. Ναι, θετικά β. Ναι, αρνητικά γ. Όχι

14. Πιστεύετε ότι η πανδημία του covid-19 έχει επηρεάσει την αθλητική σας δραστηριότητα;

α. Ναι, θετικά (πχ. αθλούμαι παραπάνω σε σχέση με πριν) β. Ναι, αρνητικά (πχ αθλούμαι λιγότερο σε σχέση με πριν) γ. Όχι

15. Αλλάξατε τρόπο άσκησης λόγω της πανδημίας του covid-19;

α. Ναι β.Όχι

16. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας πως προτιμήσατε να γυμναστείτε;

- α . Μόνος-η σε εξωτερικό χώρο
- β . Σε εξωτερικό χώρο υπό την καθοδήγηση γυμναστή
- γ . Με μικρή ομάδα σε εξωτερικό χώρο (επίβλεψη γυμναστή)
- δ . Στο σπίτι μόνος-η
- ε . Στο σπίτι με καθοδήγηση από γυμναστή μέσω livestreaming
- στ. Στο σπίτι με πλατφόρμα γυμναστικής.

17. Για ποιο λόγο εγγραφήκατε στο γυμναστήριο; (Μπορείτε να κυκλώσετε πάνω από μία απάντηση)

- α. Αθλητισμός β. Υγεία γ. Εμφάνιση δ. Πρόληψη ε. Αποκατάσταση στ. Προβλήματα βάρους ζ. Διασκέδαση η. Κοινωνικοποίηση

18. Σε ποια βαθμίδα θα τοποθετούσατε την ποιότητα υπηρεσιών του γυμναστηρίου σας;

1 ΦΤΩΧΗ	2 ΑΝΕΚΤΗ	3 ΜΕΤΡΙΑ	4 ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ	5 ΥΨΗΛΗ	6 ΑΡΙΣΤΗ
--------------------------	---------------------------	---------------------------	----------------------------------	--------------------------	---------------------------

19.Συνολικά πόσο ικανοποιημένος/η νιώθετε με την επιλογή του γυμναστηρίου σας;

1 ΚΑΘΟΛΟΥ	2 ΣΧΕΤΙΚΑ	3 ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ	4 ΑΡΚΕΤΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ	5 ΠΟΛΥ	6 ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
----------------------------	----------------------------	--	--	-------------------------	--

20.Σημειώστε τη συχνότητα συμμετοχή σας σε προγράμματα του γυμναστηρίου:

Λιγότερο από 1 φορά το μήνα	1 φορά το μήνα ΕΛΑΧΙΣΤΑ	1 - 2 φορές την εβδομάδα ΑΡΚΕΤΑ ΣΥΧΝΑ	3 - 5 φορές την εβδομάδα ΠΟΛΥ ΣΥΧΝΑ	Σχεδόν κάθε μέρα ΤΑΚΤΙΚΑ
------------------------------------	--	--	--	---

21.Με ποιά πρόγραμμαγυμναστήκατε σήμερα;

- α. Διάδρομοβ. Βάρηγ. Ομαδικό- αίθουσα:..... δ. Personaltraining:.....

Ερωτηματολόγιο

Παρακαλώ κυκλώστε το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας σας με τις παρακάτω προτάσεις:

		Διαφωνώ απόλυτα				Συμφωνώ απόλυτα
α/α	FACILITIES					
1	Υπάρχει ποικιλία προγραμμάτων	1	2	3	4	5
2	Οι εγκαταστάσεις είναι καθαρές	1	2	3	4	5
3	Ο εξοπλισμός είναι σε καλή κατάσταση	1	2	3	4	5
4	Υπάρχει ποικιλία οργάνων γυμναστικής	1	2	3	4	5
5	Οι χώροι άσκησης είναι ευρύχωροι	1	2	3	4	5
6	Οι εγκαταστάσεις είναι ελκυστικές	1	2	3	4	5
	PERSONNEL					
7	Το προσωπικό είναι έγκυρο	1	2	3	4	5
8	το προσωπικό είναι αξιόπιστο	1	2	3	4	5
9	Το προσωπικό είναι καλά καταρτισμένο	1	2	3	4	5
10	Το προσωπικό είναι έμπιστο	1	2	3	4	5
11	Το προσωπικό παρέχει εξατομικευμένα προγράμματα	1	2	3	4	5
12	Το προσωπικό είναι ευγενικό	1	2	3	4	5
	RESPONSIVENESS					
13	Οι προτάσεις των πελατών λαμβάνονται υπόψη	1	2	3	4	5
14	Τα προβλήματα επιλύονται γρήγορα	1	2	3	4	5
15	Η ανταπόκριση στα αιτήματα των πελατών είναι άμεση	1	2	3	4	5
16	Οι πελάτες αμέσως για τυχόν αλλαγές	1	2	3	4	5
	RELIABILITY					
17	Τα προγράμματα αρχίζουν στην ώρα τους	1	2	3	4	5
18	Παρέχονται σαφείς πληροφορίες για το καθημερινό ωρολόγιο πρόγραμμα	1	2	3	4	5
19	Το προσωπικό είναι συνεπές στα καθήκοντά του	1	2	3	4	5
20	Η περιγραφή των προγραμμάτων άσκησης είναι ακριβής	1	2	3	4	5
	OUTCOME					
	Τα προγράμματα με βοήθησαν να:					
21	Αυξήσω την ενέργειά μου	1	2	3	4	5
22	Βελτιώσω την υγεία μου	1	2	3	4	5
23	Βελτιώσω τη διάθεσή μου	1	2	3	4	5
24	Βελτιώσω την ψυχολογική μου κατάσταση	1	2	3	4	5
25	Βελτιώσω τη φυσική μου κατάσταση	1	2	3	4	5
26	Βελτιώσω την εμφάνισή μου	1	2	3	4	5

Copyright ©K. Alexandris

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ