

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ:
ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ
ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ**

ΣΤΕΛΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΧΑΤΖΗΝΙΚΟΛΑΣ

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΜΑΙΟΣ, 2015

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	6
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	12
1.1 Εισαγωγή	12
1.2 Σκοπός της έρευνας.....	15
1.3 Σημασία της έρευνας	15
1.4 Λειτουργικοί ορισμοί	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	18
2.1 Εισαγωγή	18
2.2 Ιστορική Αναδρομή	18
2.2.1 Η Έννοια της Ποιότητας Υπηρεσιών	18
2.2.2 Προσδοκίες για την Ποιότητα Υπηρεσιών	23
2.2.3 Μοντέλα Μέτρησης της Ποιότητας Υπηρεσιών.....	23
2.2.4 Η Έννοια της Ικανοποίησης των Πελατών.....	30
2.2.5 Διαφορές Μεταξύ των Όρων Ποιότητας και Ικανοποίησης	35
2.2.6 Η Ποιότητα Υπηρεσιών στον Τομέα του Αθλητισμού και της Αναψυχής.....	36
2.3 Γενικές Έρευνες για Γυμναστήρια	37
2.4 Γυμναστήρια και Ποιότητα Υπηρεσιών.....	40
2.5 Τα Γυμναστήρια στη Κύπρο	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	44
3.1 Εισαγωγή	44
3.2 Ερωτηματολόγιο.....	44
3.2.1 Σχεδιασμός και Διαμόρφωση Ερωτημάτων.....	44
3.2.2 Σχεδιασμός και Καταγραφή Ερωτηματολογίου	45
3.2.3 Εναλλακτικοί Τύποι Ερωτήσεων	47
3.2.4 Σειρά Ερωτήσεων	48
3.2.5 Διατύπωση Ερωτήσεων.....	49
3.2.6 Υλική και Τυπογραφική Παρουσίαση.....	49
3.2.7 Μέγεθος Ερωτηματολογίου	50
3.3 Επιλογή Δείγματος και Συγκέντρωση Ερωτηματολογίων.....	50
3.4 Τρόποι Συμπλήρωσης Ερωτηματολογίου	53
3.5 Ανάλυση δεδομένων	54

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	56
4.1 Εισαγωγή	56
4.2 Στατιστική Ανάλυση	56
4.2.1 Δημογραφικά αποτελέσματα – Περιγραφική στατιστική	56
4.2.2 Ανάλυση Παραγόντων.....	58
4.2.2.1 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Α σε σχέση με τη σημαντικότητα.....	59
4.2.2.2 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Β σε σχέση με τη σημαντικότητα.....	69
4.2.2.3 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Γ - Υποδοχή σε σχέση με τη σημαντικότητα ..	77
4.2.2.4 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Γ - Γυμναστές σε σχέση με τη σημαντικότητα	82
4.2.2.5 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Δ – Ομαδικά Προγράμματα σε σχέση με τη σημαντικότητα	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	94
5.1 Εισαγωγή	94
5.2 Συμπεράσματα - Προτάσεις Για Διαμόρφωση Αθλητικών Χώρων.....	94
5.2.1 Χώρος Άθλησης για Νεαρές Ηλικίες	95
5.2.2 Χώρος Άθλησης για Μεγαλύτερους, κυρίως Εργαζόμενους	95
5.3 Πιθανή Μελλοντική Έρευνα.....	96
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	99
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	106
Παράρτημα Α - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	106
Παράρτημα Β – Αναλυτική Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας	112
Παράρτημα Γ - Παρουσίαση Ερωτηματολογίου	212

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία ασχολείται με τον τομέα του αθλητισμού στην Κύπρο και συγκεκριμένα με τον τομέα των γυμναστηρίων. Φέρει τον τίτλο «**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΑΣ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ**».

Επιχειρεί μέσω της ανάλυσης της βιβλιογραφίας, προηγούμενων ερευνών στον τομέα καθώς και της έρευνας αγοράς, να εξάγει χρήσιμα συμπεράσματα αναφορικά με την σημαντικότητα των παραγόντων που αποτελούν ένα γυμναστήριο, σύμφωνα με την άποψη υφιστάμενων ή δυνητικών πελατών σε αυτά. Έχει σαν στόχο να εντοπίσει τους παράγοντες εκείνους που θεωρούνται σημαντικοί από τους υποψήφιους πελάτες προκειμένου να εγγραφούν ή να ανανεώσουν τη συνδρομή τους σε ένα γυμναστήριο.

Για τους σκοπούς της έρευνάς μας χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο το οποίο διαχωρίσαμε σε τέσσερις ενότητες: Α) εγκαταστάσεις, Β) μηχανήματα, Γ) προσωπικό υποδοχής- γυμναστές, Δ) ομαδικά προγράμματα. Κάθε ενότητα περιελάμβανε μια σειρά παραγόντων και ζητήσαμε από τους ερωτώμενους να βαθμολογήσουν σε μια κλίμακα από το 1-5 την σημαντικότητα γι' αυτούς του κάθε παράγοντα ξεχωριστά. Επιπλέον μια πέμπτη ενότητα περιελάμβανε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Η ανάλυση των ερωτηματολογίων έγινε μέσω του προγράμματος excel.

Πέραν από τα γενικά αποτελέσματα καταλήξαμε και σε ειδικά συμπεράσματα διαχωρίζοντας τους υποψήφιους πελάτες σε 4 ηλικιακές ομάδες (15-25, 26-35, 36-45, 46 ετών και άνω) με στόχο να εντοπίσουμε τις ανάγκες της κάθε ομάδας ξεχωριστά.

Μετά και την ανάλυση που κάναμε είχαμε τα εξής αποτελέσματα:

Ενότητα Α: Σημαντικότερος παράγοντας από το σύνολο του δείγματός μας ήταν οι ευκολίες πληρωμής συνδρομών. Το ίδιο ισχύει και για τις δυο πρώτες ηλικιακές ομάδες ενώ για τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες σημαντικότερος ήταν ο παράγοντας εξαιρισμός.

Ενότητα Β: Σημαντικότερος παράγοντας από το σύνολο του δείγματός μας ήταν η επάρκεια μηχανημάτων. Στις πρώτες δύο ομάδες σημαντικότερος ήταν ο παράγοντας ελεύθερα βάρη. Τα αποτελέσματα για τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες ήταν η επάρκεια μηχανημάτων (36-45) και η ευκολία στη χρήση (46 ετών και άνω).

Ενότητα Γ- Υποδοχή: Σημαντικότερος παράγοντας από το σύνολο του δείγματός μας ήταν η ευγένεια. Ο επαγγελματισμός ήταν για όλες τις ομάδες ο πιο σημαντικός πέραν από την ομάδα 36-45 ετών όπου η ευγένεια ήταν ο πιο σημαντικός παράγοντας.

Ενότητα Γ- Γυμναστές: Σημαντικότερος παράγοντας από το σύνολο του δείγματός μας ήταν ο επαγγελματισμός, παράγοντας ο οποίος θεωρήθηκε ο πιο σημαντικός για

όλες τις ομάδες πέραν την ομάδας 15-25 ετών όπου ως πιο σημαντικός παράγοντας θεωρήθηκε αυτός της καθαριότητας.

Ενότητα Δ: Σημαντικότερος παράγοντας από το σύνολο του δείγματός μας ήταν ο εξαερισμός. Ο εξαερισμός επιλέγηκε από την δεύτερη και τρίτη ομάδα ως ο πιο σημαντικός με την πρώτη ομάδα να επιλέγει τον παράγοντα περιβάλλον-ατμόσφαιρα και την τέταρτη τον παράγοντα συμπεριφορά εκπαιδευτών.

Τα συμπεράσματα αυτά θα μπορέσουν να αποτελέσουν ένα οδηγό για τον ιδιοκτήτη του γυμναστηρίου ή τον υποψήφιο επενδυτή, προκειμένου σύμφωνα με τα διαθέσιμα μέσα (οικονομικά- υλικά) να στοχεύσει και στους ανάλογους πελάτες.

ABSTRACT

The present study deals with the field of sports in Cyprus and more specifically with the field of gyms. The title is "CREATION OF NEW AND IMPROVEMENT OF UNDERTAKING GYM: ANALYSIS OF IMPORTANT FACTORS BY AGE GROUP".

This study attempts through a bibliographic analysis of the past and market research to draw useful conclusions regarding the importance of the factors that consist a gym, according to existing or potential customers. Its goal is to spot the factors considered the most important for potential customers in order to enroll or existing customers to renew their subscription.

For the purposes of the current study, a questionnaire was used, which was divided in four units: A) premises B) machines C) reception staff-trainers D) group programs. Each unit contains some factors which needed to be scored from 1-5 according to the importance they had for the person asked. In addition, another unit contained demographic characteristics. The analysis of the questionnaire results was made through the excel program.

Beyond the general results, we also drew some more specific results by dividing the potential customers into four age-groups (15-25, 26-35, 36-45, 46+) in order to underline the needs of each age group.

The results we obtained after the analysis are:

Unit A: the most important factor for the entire sample was the installment payment method. The same applies for both the first and second age groups. For the last age group, the most important factor was the ventilation.

Unit B: the most important factor for the entire sample was the sufficiency of machines. For the first and second age group the most important factor was free weights. For the age group 36-45 was the sufficiency of machines and for the age group 46+ was the easy to use factor.

Unit C-reception: the most important factor for the entire sample was the politeness. For all the age groups the most important factor was the professionalism, except for the last age group where the most important factor was the politeness of the staff.

Unit C-trainers: the most important factor for the entire sample was the professionalism. The same applies for all the age groups except for the age group 15-15 where the most important factor was the cleanliness.

Unit D: the most important factor for the entire sample was the ventilation. The second and third age grouped also scored this factor as the most important. The first age group chose the factor environment-atmosphere as the most important and the fourth age grouped chose the factor trainers' behavior.

In conclusion, we believe that these results could be a useful tool for a gym owner or a potential investor, where according to their funds, can focus on a specific target group.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εργασία αυτή είναι μια Μεταπτυχιακή Διατριβή επιπέδου Μάστερ, που πραγματοποιείται για τις ανάγκες της Σχολής Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου. Ο τίτλος της είναι: *«Δημιουργία Νέας και Βελτίωση Υφιστάμενης Επιχείρησης Γυμναστηρίου: Ανάλυση Σημαντικών Παραγόντων ανά ηλικιακή ομάδα»*. Γίνεται εύκολα κατανοητό ότι η εργασία επικεντρώνεται στον τομέα των Χώρων Εκγύμνασης και ιδιαίτερα στα Γυμναστήρια. Πρόκειται για μια προσπάθεια δημιουργίας ενός εγχειριδίου (αγγλιστί manual) για το σωστό επιχειρηματία, ιδιοκτήτη ή διευθυντή επιχείρησης γυμναστηρίου. Δεδομένων των περιορισμένων πόρων όταν ανοίγεις ή θες να βελτιώσεις την οποιαδήποτε επιχείρηση και δει ένα γυμναστήριο, πρέπει να κάνεις τις ορθές επιλογές ώστε η επιχείρησή σου να είναι βιώσιμη, κερδοφόρα και με τη μεγαλύτερη δυνατή διάρκεια ζωής. Στην κατεύθυνση αυτή προσπαθούμε να οδηγήσουμε τους άμεσα εμπλεκόμενους με την βιομηχανία των γυμναστηρίων καθώς και όσους ενδιαφέρονται για τέτοιου είδους επενδυτικές δραστηριότητες.

Στο συγκεκριμένο τομέα, δραστηριοποιούμαι τα τελευταία 10 χρόνια ως προσωπικός γυμναστής, ενώ η ένταξή μου στα γυμναστήρια έχει ξεκινήσει πολύ πιο πριν, αφού αποτέλεσα κι εγώ πελάτης διαφόρων γυμναστηρίων πριν και κατά την διάρκεια των σπουδών μου στην γυμναστική ακαδημία. Η πολυετής εμπειρία, οι γνώσεις μου επί του τομέα, η καθημερινή επαφή με τους πελάτες μου αλλά και τους υπόλοιπους αθλούμενους στα γυμναστήρια καθώς επίσης και η επαφή μου με γνωστούς και φίλους που ζητούν την άποψη μου για την επιλογή ενός γυμναστηρίου, με οδήγησαν στην επιλογή του θέματος της διατριβής μου. Καθημερινά γίνομαι δέκτης των αναγκών, των παραπόνων, των προβληματισμών και επιθυμιών αυτών των ατόμων. Φυσικά τα όσα ανέφερα πιο πάνω διαφέρουν από γενιά σε γενιά. Οι ανάγκες, οι απαιτήσεις, η ικανοποίηση καθώς και το τί θεωρείται σημαντικό διαφέρει αναλόγως με την ηλικία. Άλλες ανάγκες έχει ο αθλούμενος που βρίσκεται στην ηλικία των 20 ετών και άλλες ο αθλούμενος που είναι στην ηλικία των 50.

Όπως γίνεται αντιληπτό από τον τίτλο, η έρευνά μου έχει ως στόχο τη διερεύνηση των σημαντικών παραγόντων επιλογής ενός χώρου άθλησης και τη σημαντικότητα που δίνουν σε αυτός οι υφιστάμενοι ή δυνητικοί πελάτες ενός γυμναστηρίου σύμφωνα με την ηλικία τους. Οι παράγοντες έχουν να κάνουν με την ποιότητα και

ποικιλία των υπηρεσιών, τις ανάγκες και την ικανοποίηση των υφιστάμενων ή δυνητικών πελατών. Η έρευνα επιδιώκει να εξετάσει την επίδραση τους στην απόφασή των πιθανών πελατών αλλά και της διατήρησης των υφισταμένων σε ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις του τομέα. Επιπρόσθετα η έρευνα θα προχωρήσει και θα αναλύσει τους παράγοντες αυτούς ανά ηλικιακή ομάδα, μιας και θα προσπαθήσει να διαχωρίσει την αγορά σε ομάδες στοχευόμενων πελατοψηφίδων. Με τον εντοπισμό των παραγόντων που αξιολογούνται πιο σημαντικά από το σύνολο αλλά και από κάθε ηλικιακή ομάδα του πληθυσμού, θα βοηθήσουμε στον καθορισμό της στρατηγικής που θα πρέπει να ακολουθηθεί από την κάθε επιχείρηση, υφιστάμενη ή καινούργια, του κλάδου, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι της εξασφάλισης και διατήρησης πελατών από τη μια, που θα οδηγήσουν στους οικονομικούς στόχους της βιωσιμότητας και της δημιουργίας και αύξησης της κερδοφορίας για την επιχείρηση από την άλλη. Σκοπός αυτής της έρευνας είναι να αποκαλύψουμε όσες περισσότερες πληροφορίες μπορούμε, σχετικά με τη διαφορετικότητα μεταξύ των πελατών. Το ερωτηματολόγιο θα απαντηθεί κατά τη διάρκεια προσωπικών και τηλεφωνικών συνεντεύξεων και θα δοθεί σε ένα μεγάλο αριθμό ατόμων, ώστε με το δείγμα μας να καλύψουμε το μεγαλύτερο δυνατό εύρος του πληθυσμού που θέλουμε να ερευνήσουμε. Θα απαντηθεί από πελάτες διαφόρων ηλικιών, γένους και μόρφωσης για να έχουμε διαφοροποιημένα αποτελέσματα.

Βασικά ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας μας θα είναι η αναφορά όλων των παραγόντων που θεωρούμε ότι βαραίνουν, έστω και στο ελάχιστο, στην απόφαση κάποιου να ενταχθεί σε ένα γυμναστήριο. Με την παρουσίασή τους σε 4 διακριτές ομάδες, θα ζητηθεί από τους ερωτώμενους η αξιολόγηση και η βαθμολόγηση της σημαντικότητας που δίνουν σε κάθε ένα από αυτούς. Για παράδειγμα, θα ζητούμε από τους ερωτώμενους να μας αξιολογήσουν πόσο σημαντική είναι για αυτούς η καθαριότητα σε ένα γυμναστήριο. Οι τέσσερις κατηγορίες που έχουμε δημιουργήσει είναι: (1) Οι κτηριακές εγκαταστάσεις, (2) Τα μηχανήματα, (3) Το προσωπικό και (4) Τα ομαδικά προγράμματα.

Δεδομένου ότι δεν υπάρχουν αρκετές έρευνες στο συγκεκριμένο τομέα στη βιομηχανία των γυμναστηρίων στη Κύπρο κρίνεται απαραίτητη και αναγκαία η έρευνα αυτή. Τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα μας βοηθήσουν ώστε να εντοπίσουμε τους παράγοντες που ζητά ο κάθε δυνητικός πελάτης να ισχύουν σε ένα γυμναστήριο και πως οι παράγοντες αυτοί μεταβάλλονται ανά ηλικιακή ομάδα.

Παράλληλα με την πολυετή εμπειρία μου στον τομέα, τα αποτελέσματα αυτά θα βοηθήσουν στη διαμόρφωση μιας στρατηγικής προσανατολισμένης σύμφωνα με την ικανοποίηση των αναγκών και των επιθυμιών των πελατών. Μελλοντικά, δε, θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη βάση για ένα ολοκληρωμένο εγχειρίδιο του σωστού επιχειρηματία χώρων άθλησης, δίνοντάς του παράλληλα την δυνατότητα να στοχεύσει σε συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες του πληθυσμού.

Πρέπει να αναφερθεί ότι η βιομηχανία των γυμναστηρίων συνεχώς αναπτύσσεται και οι πελάτες γίνονται ολοένα και πιο απαιτητικοί. Για το λόγο αυτό, με τα συμπεράσματα της έρευνάς μας, θα μπορέσουν να αναζητηθούν τρόποι ώστε να βελτιωθούν οι παρεχόμενες υπηρεσίες στα γυμναστήρια εκπληρώνοντας τις ανάγκες των πελατών και θα εξακριβωθεί ο βαθμός επηρεασμού των πελατών από την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Θα χρησιμοποιηθεί διεθνής βιβλιογραφία και αρθρογραφία που αφορά την εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών.

Με τη συγκεκριμένη έρευνα θα δημιουργηθεί καινούργια γνώση που θα καλύψει έστω λίγο από το κενό που υπάρχει στη βιομηχανία των γυμναστηρίων στη Κύπρο.

Η μεθοδολογία που θα χρησιμοποιηθεί θα είναι ποσοτική με ερωτηματολόγιο προς τους ερωτώμενους. Θα απαντηθούν περίπου 200-250 ερωτηματολόγια που θα περιλαμβάνουν περίπου 70 παράγοντες προς αξιολόγηση. Η όλη στατιστική ανάλυση θα υλοποιηθεί στη βάση της περιγραφικής στατιστικής με τη χρήση προγραμμάτων ηλεκτρονικού υπολογιστή. Παράλληλα, θα γίνεται ανάλυση σε όλο το μέγεθος του δείγματος αλλά και στις ηλικιακές ομάδες διαχωρισμένες.

Η μελέτη μας θα δομηθεί σε πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζεται σύντομα ο γενικός σκοπός και η σημασία της μελέτης αυτής. Γίνεται μια συνοπτική εισαγωγή για το τι θα ακολουθήσει και μια σύντομη αναφορά σε κάποιους λειτουργικούς όρους.

Στο κεφάλαιο που θα ακολουθήσει θα γίνει η βιβλιογραφική επισκόπηση. Παρουσιάζονται γενικές έρευνες για γυμναστήρια, έρευνες σχετικά με την ποιότητα υπηρεσιών στα γυμναστήρια και αντιλαμβανόμαστε την απουσία ερευνών γενικά για τα γυμναστήρια στην Κύπρο.

Στο τρίτο κεφάλαιο ακολουθεί η μεθοδολογική προσέγγιση. Παρουσιάζεται η γενική διαδικασία της έρευνας από τον σχεδιασμό και τη διατύπωση του ερωτηματολογίου μέχρι τις μεθόδους επεξεργασίας και τις αναλύσεις που θα πραγματοποιήσουμε.

Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα με παράλληλη ανάλυση τόσο στο μέγεθος όλου του δείγματος όσο και στις ηλικιακές ομάδες. Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, θα παρουσιαστούν τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν καθώς και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.

Κλείνοντας θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου στο Ανοικτό Πανεπιστήμιο και συγκεκριμένα το τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων που μου έδωσαν την δυνατότητα να παρακολουθήσω το πρόγραμμα αυτό. Είναι πολύ σημαντικό για μένα ενώ εργάζομαι να μπορώ να παρακολουθώ ταυτόχρονα και μαθήματα για την απόκτηση πολύτιμης γνώσης, τα οποία θα με βοηθήσουν τόσο κατά την εκτέλεση της εργασίας μου όσο και στην ζωή μου γενικότερα.

Ιδιαίτερα θα ήθελα να ευχαριστήσω των υπεύθυνο καθηγητή μου για την παρούσα εργασία κ. Γεώργιο Χατζηνικόλα για την πολύτιμη βοήθειά του και την άριστη συνεργασία που είχαμε.

Λευκωσία, Μάιος 2015

Στέλιος Νικολάου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγή

Η ατομική αλλά και ομαδική εκγύμναση, αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο που προσελκύει το ενδιαφέρον όλο και μεγαλύτερου ποσοστού του πληθυσμού από όλα τα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα. Πολλές είναι οι έρευνες που δείχνουν πόσο σημαντική είναι η άσκηση για την πρόληψη καθώς και για την βελτίωση ήδη υπαρχόντων ασθενειών. Η άθληση είναι για όλους. Μπορεί να γίνει οπουδήποτε και οποιαδήποτε ώρα. Στις αναπτυγμένες χώρες, αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινής ζωής, ιδιαίτερα λόγω του έντονου ρυθμού ζωής αλλά και της καθιέρωσης των καθιστικών επαγγελμάτων. Καθημερινά δεχόμαστε καταγισμό διαφημίσεων που προκαλούν όλο και περισσότερα άτομα να ασχοληθούν με τον αθλητισμό παρέχοντάς τους πλειάδα επιλογών. Τις περισσότερες απ' αυτές τις παρέχουν τα γυμναστήρια με την οργάνωση ατομικών και ομαδικών προγραμμάτων καθώς και με την εισαγωγή νέων μεθόδων εκγύμνασης που σκοπό έχουν εκτός από την σωματική και ψυχική υγεία, την ευχαρίστηση, την κοινωνικοποίηση καθώς και την αποβολή του στρες που τόσο έντονα έχει καταβάλει το μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων στις μέρες μας. Παλαιότερα υπήρχε η εντύπωση ότι ένα άτομο που είχε για παράδειγμα ένα μυοσκελετικό πρόβλημα δεν μπορούσε να γυμναστεί και αφιέρωνε το χρόνο του ανάμεσα στην φυσιοθεραπεία, τον γιατρό και στην ξεκούραση στο σπίτι με αποτέλεσμα να νιώθει άρρωστος και ανίκανος. Τώρα πια η εξέλιξη της επιστήμης του αθλητισμού όχι μόνο κατάφερε να εισαγάγει εξειδικευμένα προγράμματα για τα άτομα αυτά αλλά και να βελτιώσει τις διάφορες παθήσεις, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την ποιότητα ζωής τους. Για κάθε ηλικιακή ομάδα και για κάθε επίπεδο αθλούμενου υπάρχει ένα πρόγραμμα που μπορεί να τον βελτιώσει. Ο κάθε αθλούμενος είναι μοναδικός, έχει διαφορετικές ανάγκες, διαφορετικές αντιλήψεις και λαμβάνει την υπηρεσία που του παρέχεται διαφορετικά. Γι αυτό και σαν διαφορετική οντότητα θα πρέπει να αντιμετωπίζεται. *Στις σύγχρονες θεωρήσεις ο αθλητισμός εκλαμβάνεται ως ένα πολύ σύνθετο σύστημα που από τη μια δέχεται επιρροές, και από την άλλη επιδρά στο ευρύτερο κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον.* (Παπανίκος 2000).

Στο νησί μας, τις τελευταίες δεκαετίες δημιουργήθηκαν αρκετά γυμναστήρια. Κάποια πέτυχαν και συνεχίζουν να υπάρχουν και να αναπτύσσονται, πολλά άλλα όμως

τερμάτισαν την λειτουργία τους με τεράστιες οικονομικές αλλά και ψυχολογικές ζημιές για τους ιδιοκτήτες τους.

Το ερώτημα που προκύπτει είναι γιατί μερικά από αυτά αποτελούν επιτυχημένες επιχειρήσεις ενώ κάποια άλλα αποτυγχάνουν; Ποιοί παράγοντες είναι αυτοί που μπορούν να οδηγήσουν ένα γυμναστήριο στην επιτυχία ή στην αποτυχία;

Τους σημαντικούς αυτούς παράγοντες προσπαθούμε να αναλύσουμε μέσα από την εργασία αυτή.

Η κατανόηση των αναγκών των καταναλωτών μέσα από την έρευνα μας θα μας βοηθήσει να οργανώσουμε την επιχείρησή μας με τρόπο που να ικανοποιούνται όσο το δυνατόν οι ανάγκες αυτές. Επίσης η διατήρηση και συνεχής βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι το κλειδί για μια επιτυχημένη επιχείρηση γυμναστηρίου. Η έμφαση σε αυτά τα δύο σημαντικά στοιχεία θα προσδώσει το συγκριτικό πλεονέκτημα που χρειάζεται μια επιχείρηση προκειμένου να αναπτυχθεί και να αντέξει στο ολοένα αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε. Επιπλέον η πιστότητα και η διατήρηση των πελατών αποτελεί σημαντικό παράγοντα για μια επιτυχημένη επιχείρηση αφού οι πελάτες αποτελούν ίσως την καλύτερη διαφήμιση για το γυμναστήριό μας. Ενδεικτικά να αναφέρουμε ότι στις ΗΠΑ η οποίες αποτελούν την «Μέκκα» της αθλητικής βιομηχανίας ένα ποσοστό της τάξεως του 35-40% αποχωρούν ετησίως από τους αθλητικούς χώρους.

Εδώ και αρκετά χρόνια, η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών αναλύεται από τον τομέα της διαχείρισης υπηρεσιών. Ιδιαίτερα από τη στιγμή που η αγορά στον τομέα των Γυμναστηρίων έγινε έντονα ανταγωνιστική και η διαχείριση της προώθησης μετέφερε το επίκεντρό της από παραδοσιακούς τομείς εσωτερικής επίδοσης, όπως η παραγωγή, σε εξωτερικά ενδιαφέροντα, όπως η ικανοποίηση και η γνώμη του πελάτη για την ποιότητα των υπηρεσιών (Gronroos, 1992). Πάρα ταύτα, η ποιότητα των υπηρεσιών, μόλις πριν μερικά χρόνια παρουσιάστηκε στην αθλητική βιβλιογραφία. (Alexandris, Dimitriadis & Kasiara, 2001; Theodorakis & Kambitsis, 1998; Yong, 2000). Παρόλο που έχουν γίνει πολυάριθμες προσπάθειες και στον τομέα της διαχείρισης επιχειρήσεων και στον τομέα του αθλητισμού, η μελέτη της ποιότητας των υπηρεσιών βρίσκεται ακόμη σε κατάσταση σύγχυσης, αφού αναφερόμαστε σε μια πολύπλοκη έννοια.

Η ανάπτυξη του τομέα που αφορά τις υπηρεσίες σε παγκόσμιο επίπεδο, έδωσε ώθηση σε όλες τις ερευνητικές προσπάθειες. Η έρευνα για την ποιότητα των υπηρεσιών καταλαμβάνει κεντρική θέση και παρουσιάζει σχέσεις με το κόστος (Crosby, 1979), το κέρδος (Buzzel & Gale, 1987 Rust & Zahorik, 1993 Zahorik & Rust 1992), την ικανοποίηση των πελατών (Bolton & Drew, 1991 Boulding, Staeling, Karla, & Zeithaml., 1993) και την πιστότητά τους στους χώρους εκγύμνασης που χρησιμοποιούν (Reichheld & Sasser, 1990).

Ο όρος «ποιότητα» χρησιμοποιείται όλο και πιο συχνά σε ετικέτες προϊόντων, διαφημίσεις, ανακοινώσεις και γενικά σε πολλές από τις καθημερινές μας συναλλαγές. Η ποιότητα λοιπόν, σχετίζεται με την τιμή και μετράται σύμφωνα με τη λαμβανόμενη αξία για τη γενόμενη δαπάνη, την αξιοπιστία και την καταλληλότητα προς το σκοπό χρήσης. Έτσι, μπορούμε να πούμε ότι η ποιότητα είναι ένα μέτρο του βαθμού τον οποίο ένα προϊόν ικανοποιεί τις ανάγκες του πελάτη, εντός μιας ορισμένης κλίμακας τιμών.

Όσον αφορά τις διαστάσεις της ποιότητας των υπηρεσιών γυμναστικής, υπάρχουν εννέα κλίμακες: το κλίμα της υπηρεσίας, η δέσμευση της διοίκησης για ποιότητα υπηρεσιών, προγραμματισμός, προσωπική αλληλεπίδραση, αλληλεπίδραση εργασίας, άλλοι πελάτες, αποτυχία υπηρεσιών, ανάκτηση υπηρεσιών, αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών (Celladurai, Chang, 2000). Οι ερευνητές θεωρούν απολύτως λογικό και αποτελεσματικό να αναπτυχθεί η ποιότητα ενός γυμναστηρίου. Οι πελάτες επιλέγουν ένα γυμναστήριο το οποίο διαθέτει ευχάριστη ατμόσφαιρα, φιλικό και ευγενικό προσωπικό, υψηλή αλληλεπίδραση μεταξύ των πελατών και των γυμναστών, αποτελεσματικά προγράμματα. Ακόμη και στην περίπτωση που οι υπηρεσίες που προσφέρονται δεν είναι επιτυχείς, οι πελάτες μπορούν να είναι πιο ευτυχισμένοι αν οι υπηρεσίες βελτιώνονται γρήγορα. Οι καλύτερες υπηρεσίες λαμβάνονται όταν υπάρχει άμεση αναλογία με την ευτυχία του πελάτη.

Ο κλάδος των χώρων εκγύμνασης εντάσσεται, όπως αναφέραμε και πιο πάνω, στον τομέα των υπηρεσιών. Έχει κάποια χαρακτηριστικά τα οποία δημιουργούν δυσκολίες στον καταναλωτή, για την αξιολόγηση της ποιότητας, σε αντίθεση με τις περιπτώσεις άλλων υλικών προϊόντων. Ως βασικά γνωρίσματα αναφέρουμε το γεγονός ότι

✚ Πρόκειται για άυλο αγαθό

✚ Η παραγωγή και η κατανάλωσή τους γίνονται ταυτόχρονα

- ✚ Μεταβάλλεται έντονα το επίπεδο απόδοσής του
- ✚ Έχει βασική εξάρτηση από την παράμετρο του χρόνου

1.2 Σκοπός της έρευνας

Σημαντικότεροι στόχοι της έρευνάς μας είναι:

- ✚ Η αξιολόγηση των σημαντικών παραγόντων ποιότητας των υπηρεσιών εκγύμνασης που προσφέρονται στους χώρους άθλησης
- ✚ Η συσχέτιση της αξιολόγησης αυτής και η ανάλυση και σύγκρισή της με βάση τα τον ηλικιακό διαχωρισμό του δείγματος

Η κατάληξη θα είναι ουσιαστικά να ετοιμάσουμε ένα εγχειρίδιο ορθής διαμόρφωσης γυμναστηρίου, ανάλογα με τη στοχευόμενη μας πελατοψηφίδα.

1.3 Σημασία της έρευνας

Η έρευνα αυτή αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο για κάθε ιδιοκτήτη γυμναστηρίου ή υποψήφιο επενδυτή προκειμένου να δημιουργήσει ή να βελτιώσει την ήδη υπάρχουσα επιχείρησή του. Θα μας παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις επιθυμίες των πελατών, τι θεωρούν σημαντικό και τι όχι. Η ανάλυση των σημαντικότερων παραγόντων ανά ηλικιακή ομάδα θα μας βοηθήσει να δούμε πως οι ανάγκες των πελατών αλλάζουν με την αύξηση της ηλικίας. Ένας παράγοντας που θεωρείται σημαντικός για ένα πελάτη στα 20 του χρόνια μπορεί να θεωρείται ασήμαντος για τον ίδιο πελάτη σε μερικά χρόνια. Θα κατανοήσουμε δηλαδή τις διαφορετικές ανάγκες των διαφόρων ηλικιακών ομάδων ούτως ώστε να μπορέσουμε να στοχεύσουμε πελάτες που πιστεύουμε ότι θα ικανοποιηθούν περισσότερο από αυτό που μπορούμε να τους προσφέρουμε. Για παράδειγμα όταν έχω πολύ καλό σύστημα ήχου και φωτισμού, μπορεί να στοχεύσω σε πιο νεαρές ηλικίες που μπορεί να αρέσκονται στην ποιότητα ήχου και φωτισμού.

Οι πόροι μιας επιχείρησης είναι περιορισμένοι. Επομένως με όσα διαθέτει κάποιος προσπαθεί να βελτιώσει όσο καλύτερα μπορεί τις υπηρεσίες που προσφέρει. Γι' αυτό το λόγο η έρευνα αυτή θα βοηθήσει στην επιλογή των σημαντικότερων παραγόντων που θα πρέπει να βελτιωθούν προκειμένου η επιχείρηση να αναπτυχθεί. Δεν είναι εύκολο να αλλάζει κάποιος τα πάντα, ούτε να έχει όλους τους πελάτες πλήρως ικανοποιημένους. Μπορεί όμως με κάποιες μικρές ενέργειες χωρίς απαραίτητα υψηλό κόστος να έχει τεράστιο όφελος για την επιχείρησή του.

1.4 Λειτουργικοί ορισμοί

Στο σημείο αυτό θα παρουσιάσουμε κάποιους ορισμούς, που θα χρησιμοποιηθούν κατά κόρον στην έρευνά μας. Θα στηριχτούμε στη βιβλιογραφία που χρησιμοποιήσαμε, ώστε να δώσουμε τις πιο κατανοητές περιγραφές.

Ποιότητα: Είναι το σύνολο των ιδιοτήτων που χαρακτηρίζουν ένα εμπόρευμα από τα ομοειδή του (Τεγόπουλος-Φυτράκης, 1993). Έτσι εξασφαλίζεται το πόσο ικανοποιητικό είναι ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και προκαθορίζεται ο βαθμός αποδοχής του από το χρήστη ή καταναλωτή (Παρθενόπουλος, 1997). Σύμφωνα με τους Rust και Oliver (1994), ποιότητα υπηρεσιών είναι η σύγκριση της ιδεατής και της παρεχόμενης υπηρεσίας από τους πελάτες.

Υπηρεσία: Αποτελεί τη συντελεσθείσα εργασία από ιδιώτες ή εταιρείες που αποφέρουν οφέλη και ικανοποίηση σε άλλους, όπου δε μεταφέρονται αγαθά και ευκολίες (Blois, 1974 Shapiro, 1981). Οι υπηρεσίες μπορούν να διαφοροποιηθούν στους βαθμούς εξατομίκευσης, αλληλεπίδρασης και αβεβαιότητας (Woratschek, 2000).

Ποιότητα Υπηρεσιών: Πρόκειται για το σύνολο των χαρακτηριστικών μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος που ικανοποιούν εκφρασμένες ή συναγόμενες ανάγκες των πελατών (Γρηγορούδης, 2000). Υψηλής ποιότητας υπηρεσία είναι η υπηρεσία η οποία παρέχει αποτελεσματική φροντίδα, ικανοποιεί τις ανάγκες του κάθε πελάτη και παρέχεται δίκαια, αποδοτικά, αποτελεσματικά και ανθρώπινα (Τσιότρας, 2002).

Αξιολόγηση Υπηρεσιών: Αποτελεί τον καθορισμό της αξίας μιας υπηρεσίας ή μιας επιχείρησης (Τσιότρας, 2002).

Ικανοποίηση Πελατών: Είναι η αντίδραση του καταναλωτή στη διαδικασία αξιολόγησης, η οποία εξετάζει τις ασυμφωνίες μεταξύ προγενέστερων προσδοκιών και του πραγματικού επιπέδου απόδοσης του προϊόντος, όπως γίνεται αντιληπτό από τον καταναλωτή μετά τη χρήση του (Γρηγορούδης, 2000).

Δυνητικός Πελάτης – Γυμναζόμενος: Πρόκειται για πιθανούς αγοραστές ή χρήστες των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών της επιχείρησης ή του οργανισμού (Γρηγορούδης, 2000).

Προσδοκίες Αθλούμενων: Οι προσδοκίες αντιπροσωπεύουν την εκτίμηση των αθλουμένων για την απόδοση που θα έχει μια υπηρεσία ή ένα προϊόν (Γρηγορούδης, 2000).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 Εισαγωγή

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται η έννοια της ποιότητας υπηρεσιών όσο και μια ιστορική αναδρομή από έρευνες που έχουν διεξαχθεί κατά καιρούς για γυμναστήρια. Οι έρευνες που θα παρουσιαστούν αφορούν τόσο συγκεκριμένες μελέτες που έγιναν για γυμναστήρια, αλλά και γενικές μελέτες που έχουν ως στόχο να υπολογίσουν το επίπεδο της παρεχόμενης ποιότητας υπηρεσιών από τα γυμναστήρια. Επιπρόσθετα, στη συνέχεια θα αναλυθούν οι παράγοντες οι οποίοι με βάση τις μελέτες θεωρούνται οι πιο σημαντικοί για την ικανοποίηση των πελατών.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι μελέτες που έγιναν για τον τομέα των γυμναστηρίων στη κυπριακή αγορά είναι πολύ περιορισμένες και κατ' επέκταση το υλικό που υπάρχει διαθέσιμο είναι μηδαμινό.

2.2 Ιστορική Αναδρομή

2.2.1 Η Έννοια της Ποιότητας Υπηρεσιών

Η έννοια της ποιότητας υπηρεσιών μπορεί να οριστεί ως η σύγκριση μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη και της απόδοσης των υπηρεσιών. Μια επιχείρηση με υψηλή ποιότητα υπηρεσίας θα ικανοποιήσει σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες του πελάτη ενώ ταυτόχρονα θα παραμείνει ανταγωνιστική από οικονομικής άποψης.

Από τη σκοπιά της διοίκησης επιχειρήσεων η ποιότητα υπηρεσίας είναι η επιτυχία στην εξυπηρέτηση του πελάτη η οποία αντανακλά και καταγράφεται σε κάθε στιγμή που παρέχεται μια υπηρεσία. Οι πελάτες διαμορφώνουν τις προσδοκίες τους με βάση εμπειρίες του παρελθόντος, την από στόμα σε στόμα φήμη (word of mouth) και την διαφήμιση στην οποία εκτίθενται. Γενικά οι πελάτες συγκρίνουν την υπηρεσία που λαμβάνουν στην πραγματικότητα με την υπηρεσία που προσδοκούν να πάρουν και αν δεν είναι η αναμενόμενη τότε αυτό οδηγεί σε μειωμένη ικανοποίηση.

Στις υπηρεσίες που προσφέρονται από ένα γυμναστήριο, ο καθορισμός της ποιότητας υπηρεσίας είναι υποκειμενικός σε μεγάλο βαθμό, εφόσον τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών καθιστούν δύσκολη την αξιολόγηση τους. Σύμφωνα με διάφορους ερευνητές στο παρελθόν, (Berry, 1980 Lovelock, 1984, Rathmell, 1966 Rathmell 1974 Shostack 1977) λόγω του γεγονότος ότι οι υπηρεσίες δεν έχουν τις ιδιότητες ενός απτού (tangible) προϊόντος όπως όψη, αίσθηση, γεύση η αφή, είναι αδιαίρετες,

παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα (Carmen & Langeard, 1980 Regan, 1963 Urah, 1980) δεν μπορούν να αξιολογηθούν με αντικειμενικότητα. Επίσης είναι ετερογενείς (Bell, 1981 Berry, 1975 Berry, 1980 Berry, 1983), διότι ποικίλλουν από παραγωγό σε παραγωγό, από πελάτη σε πελάτη. Τέλος, οι υπηρεσίες είναι πολυεπίπεδες και για το λόγο αυτό υπάρχουν δυσκολίες στη βεβαίωση της ποιότητάς τους (Zeithaml, et al., 1985). Αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά οδηγούν στην προσπάθεια αξιολόγησης των διαφορετικών πτυχών και ιδιοτήτων των υπηρεσιών.

Οι ιδιότητες των αγαθών και των υπηρεσιών ταξινομούνται σε τρεις ομάδες σύμφωνα με τον Zeithaml (1981):

- α) στην προσδοκώμενη ποιότητα, δηλαδή αυτή που μπορεί ένας καταναλωτής να καθορίσει πριν από την αγορά
- β) στην ποιότητα εμπειριών, αυτή που μπορεί να διακριθεί μετά από μία αγορά ή κατά τη διάρκεια κατανάλωσης
- γ) στη διαπιστευμένη ποιότητα δηλαδή αυτή που ο πελάτης αδυνατεί να αξιολογήσει ακόμη και μετά την αγορά και την κατανάλωση, εξαιτίας ανεπαρκών γνώσεων ή δεξιοτήτων.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα διαπιστευμένης ποιότητας όπου ο πελάτης αδυνατεί να αξιολογήσει της ποιότητα προσφερόμενης υπηρεσίας, αποτελούν οι επιδιορθώσεις αυτοκινήτων και η ιατρική εργασία (Zeithaml, 1981 Zeithaml & Bitner, 2000). Τα περισσότερα από αυτά τα χαρακτηριστικά παρουσιάζονται και στη παροχή υπηρεσιών σε σχέση με αθλητισμό. Είναι εμφανές ότι είναι δύσκολο να γίνει μέτρηση σε όλες τις φάσεις και στάδια της εξέλιξης πολλών μορφών αθλητικών υπηρεσιών, κάτι που δημιουργεί πρόβλημα στην αντικειμενική μέτρηση των υπηρεσιών αυτών.

Η έννοια και κατ' επέκταση η μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών άρχισε να ερευνάται σε βάθος και με πιο επιστημονικές μεθόδους στη δεκαετία του 1980. Η ποιότητα υπηρεσιών έγινε δημοφιλής ερευνητική θεματολογία, όταν προέκυψε στενή σχέση με άλλες έννοιες σημαντικές για το μάρκετινγκ και την επιχείρηση. Παρόλο που η ποιότητα αποτελεί έννοια η οποία χρησιμοποιείται καθημερινά, είναι γεγονός ότι χρησιμοποιείται με διαφορετική έννοια μεταξύ των διαφόρων ανθρώπων. Οι διάφοροι ερευνητές διαχωρίζουν μεταξύ της ποιότητας που αντιλαμβάνεται ο πελάτης μέσα από μια συναλλαγή και της συνολικής αξιολόγησης για την ποιότητα ενός προϊόντος (Holbrook and Corfman 1985). Ο Olivier (1981) υποστηρίζει ότι η

ικανοποίηση χαρακτηρίζεται από την έκπληξη που βιώνει ένας πελάτης μετά τη χρήση μιας υπηρεσίας και η ικανοποίηση που λαμβάνει τελικά θεωρείται ότι επηρεάζει την αξιολόγηση του πελάτη για την ποιότητα υπηρεσίας, πρόθεση αγοράς και γενικά αγοραστική συμπεριφορά.

Ο Gronroos (1990) επισήμανε ότι η λέξη είναι τόσο συνηθισμένη, που έχει σχεδόν χάσει το νόημα της. Οι διαφορετικές αντιλήψεις για το τι είναι ποιότητα υπηρεσιών, οφείλονται στο γεγονός ότι η ποιότητα είναι μια αφηρημένη, μη συγκεκριμένη έννοια. Ως αποτέλεσμα αρκετοί ερευνητές αδυνατούν να παρουσιάσουν ένα ξεκάθαρο ορισμό της ποιότητας υπηρεσιών στις μελέτες τους. Έτσι αφού η έννοια της ποιότητας στις υπηρεσίες είναι ασταθής, απρόβλεπτη και κατ' επέκταση υποκειμενική, το επίπεδο της ποιότητας καθορίζεται από τον τελικό καταναλωτή. Η κάθε επιχείρηση πρέπει να προσαρμόζεται με τις ανάγκες των πελατών της καθορίζοντας την ποιότητα των υπηρεσιών με βάση τις προσδοκίες τους.

Όπως έχει προαναφερθεί, παρόλο που οι διάφοροι ερευνητές δεν έχουν καταλήξει σε ένα και μοναδικό τρόπο καθορισμού της ποιότητας υπηρεσίας, όλοι συμφωνούν σε μια αρχή: ότι η ποιότητα της υπηρεσίας είναι το αποτέλεσμα της σύγκρισης των προσδοκιών των πελατών με την αντίληψή τους για τον τρόπο με τον οποίο τελικά η υπηρεσία τους προσφέρθηκε. (Θεοδωράκης, Καμπίτσης, Βαϊλάκης, 2003).

Κατά τα τελευταία χρόνια το ενδιαφέρον για τον καθορισμό και την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται στο τομέα του αθλητισμού είναι αυξημένο. Το ενδιαφέρον αυτό προκύπτει τόσο από ερευνητές όσο και από διοικητικά στελέχη εταιρειών που προσφέρουν υπηρεσίες συναφή με τον αθλητισμό. Αυτό μπορεί να θεωρηθεί λογικό αν λάβουμε υπόψη ότι οι πελάτες πλέον με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την εύκολη άντληση πληροφοριών επιζητούν συνεχώς υπηρεσίες ψηλότερης ποιότητας.

Δεν υπάρχει αμφιβολία πλέον ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται από γυμναστήρια βρίσκονται σε μια περίοδο μετεξέλιξης. Μέχρι πρόσφατα όλες οι δραστηριότητες του αθλητικού μάρκετινγκ κατευθύνονταν στην προσπάθεια προσέλκυσης νέων θεατών στα επαγγελματικά και ομαδικά σπορ, ή των συμμετεχόντων και πελατών στα προγράμματα άσκησης των γυμναστηρίων. Με βάση τα αποτελέσματα ερευνών από το χώρο των υπηρεσιών εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσανατολιστούν πρωτίστως στη διατήρηση του υφιστάμενου πελατολογίου τους

προσφέροντας και αναβαθμίζοντας συνεχώς την παρεχόμενη ποιότητα υπηρεσίας (Gerson, 1999, Kelly & Warnick, 1999).

Οι κλίμακες που έχουν αναπτυχθεί με σκοπό να μετρηθεί η ποιότητα υπηρεσίας που προσφέρεται σε σχέση με αθλητικές υπηρεσίες είναι περιορισμένες. Η κλίμακα SERVQUAL που αναπτύχθηκε από τον Parasuraman (1988) είναι μια από τις πιο δημοφιλείς κλίμακες που χρησιμοποιούνται για την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσίας σε διάφορους τομείς και βιομηχανίες. Οι ερευνητές Parasuraman, Zeithaml, Leonard (1988) βασίστηκαν σε πολλές μελέτες για να καταλήξουν στο συμπέρασμα ότι η ποιότητα των υπηρεσιών ουσιαστικά προσδιορίζεται από πέντε παράγοντες.

- (1) Εγκαταστάσεις, υλικός εξοπλισμός, και το επίπεδο του προσωπικού
- (2) Το επίπεδο της εξυπηρέτησης πελατών από το προσωπικό και ο χρόνος που χρειάζεται για να ικανοποιηθεί η ανάγκη του πελάτη.
- (3) Ο βαθμός στον οποίο εκπληρώνονται οι υποσχέσεις που δίνονται προς τους πελάτες, δηλαδή το επίπεδο στο οποίο εκπληρώνονται οι προσδοκίες.
- (4) Κατανόηση: Προσωπική περιποίηση και προσοχή στην εξυπηρέτηση που παρέχεται στους πελάτες.
- (5) Η ασφάλεια που νιώθουν οι πελάτες δηλαδή ο επαγγελματισμός του προσωπικού και η ικανότητα τους να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη.

Η ποιότητα υπηρεσίας μπορεί επίσης να οριστεί ως:

- ✚ τα χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας που ικανοποιούν πλήρως ή και ξεπερνούν τις προσδοκίες του πελάτη,
- ✚ τα χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας που ικανοποιούν δεδομένες προδιαγραφές,
- ✚ το σύνολο των ιδιοτήτων και στοιχείων του μάρκετινγκ της κατασκευής, της παραγωγής και της συντήρησης μέσω των οποίων μια υπηρεσία συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του πελάτη και
- ✚ ο βαθμός στον οποίο ένα συγκεκριμένο προϊόν συμμορφώνεται με τις προδιαγραφές του σχεδίου του (Τσιότρας, 2002).

Η ποιότητα πρέπει να είναι επιδιωκόμενος στόχος κάθε εταιρίας ή οργανισμού που παρέχει υπηρεσίες στις μέρες μας. Οι υψηλές ποιοτικές προδιαγραφές των

προσφερόμενων υπηρεσιών σχετίζονται άμεσα με την ευχαρίστηση των πελατών, που κατ' επέκταση οδηγεί σε:

- A) προδιάθεση του πελάτη να αγοράσει ξανά από τον ίδιο προμηθευτή
- B) μεγαλύτερα μελλοντικά περιθώρια κέρδους από τον προμηθευτή
- Γ) καλύτερη διάθεση και προθυμία των εργαζομένων για αποδοτική εργασία
- Δ) χαμηλότερα ποσοστά ανανέωσης των εργαζομένων και
- E) εξασφάλιση της μέγιστης ικανοποίησης του πελάτη από την επιλογή του.

Τα πιο πάνω ορίζονται από τους Κουθούρης, Κατσιμάνη, Κώστα 2001 και ως κύκλος των άριστων υπηρεσιών.

Οι ιδιότητες των υπηρεσιών πολλές φορές καθιστούν δύσκολη την διαχείριση τους από την διοίκηση της εκάστοτε εταιρείας λόγω των χαρακτηριστικών που παρατίθενται πιο κάτω.

1. Οι υπηρεσίες δεν είναι χειροπιαστές. Δηλαδή οι υπηρεσίες δεν μπορούν να είναι ορατές, να έχουν μυρωδιά, να έχουν γεύση, να τις αισθανθεί κανείς ή να τις ακούσει πριν αρχίσουν να εκτελούνται,
2. Είναι αδιαχώριστες. Δηλαδή οι υπηρεσίες παράγονται και καταναλώνονται την ίδια στιγμή και δεν μπορούν να διαχωριστούν από τους παραγωγούς τους, είτε αυτοί είναι άνθρωποι είτε μηχανές
3. Διαφέρουν από τη μια μέρα στην άλλη, δηλαδή η ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να ποικίλλει κατά πολύ από τη μια εμπειρία στην επόμενη ανάλογα με το ποιος, πότε, πού και πώς την παράγει,
4. Είναι στιγμιαίες. Δηλαδή οι υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευτούν για να χρησιμοποιηθούν ή να πωληθούν αργότερα και
5. Δεν έχουν ιδιοκτήτη. Δηλαδή ο χρήστης των υπηρεσιών έχει πρόσβαση στις υπηρεσίες μόνο για έναν οριακό χρόνο, το χρόνο παραγωγής τους (Κουθούρης, Κατσιμάνης, Κώστα, 2001).

Η παροχή υψηλών επιπέδων ποιότητας είναι άκρως σημαντική ιδιαίτερα στις μέρες μας όπου με την οικονομική κρίση για να ξοδέψει κάποιος τα χρήματά του για μια υπηρεσία, αυτή θα πρέπει να τον ικανοποιεί στον μέγιστο βαθμό.

Οι επιχειρήσεις που καταφέρνουν τελικά να επιβιώσουν είναι αυτές που διατηρούν την ποιότητα των υπηρεσιών τους σε πολύ υψηλά επίπεδα.

2.2.2 Προσδοκίες για την Ποιότητα Υπηρεσιών

Με βάση το μοντέλο που αναπτύχθηκε από τους Parasuraman, Berry, & Zeithaml, (1993) σε σχέση με τις προσδοκίες των καταναλωτών οι πελάτες διαμορφώνουν ένα ελάχιστο και ένα ανώτατο επίπεδο προσδοκιών για την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν.

Το ελάχιστο επίπεδο προσδοκιών ορίζεται ως «επαρκής εξυπηρέτηση» και αντιστοιχεί με την ελάχιστη εξυπηρέτηση που είναι διατεθειμένοι να αποδεχτούν οι πελάτες. Οποιαδήποτε εξυπηρέτηση αξιολογηθεί κάτω από αυτό το επίπεδο θα οδηγήσει τους πελάτες να σταματήσουν να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες.

Το ψηλότερο επίπεδο εξυπηρέτησης που προσδοκούν οι πελάτες ορίζεται ως «επιθυμητή εξυπηρέτηση». Σε αυτή την περίπτωση η προσδοκία των πελατών για το επίπεδο της προσφερόμενης υπηρεσίας ικανοποιείται και πιθανότατα η επιχείρηση δημιουργεί ένα αφοσιωμένο πελάτη ο οποίος θα συνεχίσει να χρησιμοποιεί τις υπηρεσίες.

Ουσιαστικά οι προσδοκίες των πελατών για το επίπεδο υπηρεσίας κυμαίνονται μεταξύ δύο σημείων της επαρκής εξυπηρέτησης και της επιθυμητής εξυπηρέτησης. Όσο πιο κοντά είναι η αντίληψη των πελατών στην επιθυμητή εξυπηρέτηση τόσο πιο αφοσιωμένοι θα είναι οι πελάτες και αντίστροφα. Οι ακριβείς πληροφορίες για τα αντιλαμβανόμενα επίπεδα υπηρεσιών των πελατών και σχετικές με τα επαρκή και επιθυμητά επίπεδα υπηρεσιών, είναι απαραίτητες προκειμένου να εντοπιστεί πόση έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη βελτίωση των χαμηλά αποτιμημένων παραγόντων.

2.2.3 Μοντέλα Μέτρησης της Ποιότητας Υπηρεσιών

Με βάση την ιστορική ανασκόπηση που παρουσιάζεται στην Παράγραφο 2.2.1 είναι εμφανές ότι η αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσίας που προσφέρεται από μια εταιρεία είναι μια πολύπλοκη και πολυδιάστατη διαδικασία. Οι έρευνες στην αθλητική βιομηχανία σε ζητήματα ποιότητας υπηρεσιών και καταναλωτικής πιστότητας γίνονται όλο και συχνότερα το τελευταίο διάστημα.

Η αντίληψη και η μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών έχει γίνει ένα επίμαχο θέμα στη φιλοσοφία των υπηρεσιών του μάρκετινγκ (Brandy, Cronin, 2001). Το μοντέλο SERVQUAL (Parasuraman, et al, 1988), το οποίο όπως έχει προαναφερθεί μέτρα τα χαρακτηριστικά αντιμετώπισης της υπηρεσίας, έχει χρησιμοποιηθεί σαν βάση στην πλειοψηφία των μελετών που πραγματοποιήθηκαν. Το μοντέλο SERVQUAL

προτείνει ότι οι αντιλήψεις στην ποιότητα υπηρεσιών είναι βασισμένες σε πέντε διαστάσεις:

- (1) Εγκαταστάσεις, υλικός εξοπλισμός, και το επίπεδο του προσωπικού
- (2) Το επίπεδο της εξυπηρέτησης πελατών από το προσωπικό και ο χρόνος που χρειάζεται για να ικανοποιηθεί η ανάγκη του πελάτη.
- (3) Ο βαθμός στον οποίο εκπληρώνονται οι υποσχέσεις που δίνονται προς τους πελάτες, δηλαδή το επίπεδο στο οποίο εκπληρώνονται οι προσδοκίες.
- (4) Κατανόηση: Προσωπική περιποίηση και προσοχή στην εξυπηρέτηση που παρέχεται στους πελάτες.
- (5) Η ασφάλεια που νιώθουν οι πελάτες δηλαδή ο επαγγελματισμός του προσωπικού και η ικανότητα τους να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη.

Η κλίμακα SERVQUAL αναπτύχθηκε σε τέσσερα επίπεδα και αποτελείται από ερωτήματα σε πέντε διαφορετικές διαστάσεις οι οποίες υποστηρίζονται από ανάλυση των παραγόντων όπως φαίνονται πιο πάνω. Ο παράγοντας των εγκαταστάσεων αναφέρεται στη φυσική περιουσία της επιχείρησης ενώ οι άλλοι τέσσερις παράγοντες σε μη απτές υπηρεσίες που προσφέρονται. Σε μεταγενέστερα στάδια δημιουργήθηκαν εναλλακτικές κλίμακες μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών οι οποίες βασίστηκαν στη κλίμακα SERVQUAL. Χρησιμοποιώντας τις ίδιες διαστάσεις οι MacKay και Crompton (1990) ανέπτυξαν μια κλίμακα 25 σημείων για να μετρήσουν την ποιότητα υπηρεσίας στο τομέα του αθλητισμού και αναψυχής. Χρησιμοποιώντας τα στοιχεία της κλίμακας SERVQUAL και την κλίμακα που αναπτύχθηκε από τους MacKay και Crompton το 1990, οι Wright, Duray, και Goodale (1992) προχώρησαν ακόμα ένα στάδιο δημιουργώντας μια κλίμακα με 30 σημεία για την αξιολόγηση ποιότητας αθλητικών υπηρεσιών. Είναι αξιοσημείωτο ότι ένα από τα σημαντικά ευρήματα ήταν το ότι η καθαριότητα των εγκαταστάσεων τοποθετήθηκε ως ο πιο σημαντικός παράγοντας ποιότητας από τους χρήστες αθλητικών εγκαταστάσεων.

Αργότερα οι Howat, Absher, Crilley, and Milne (1996) δημιούργησαν την κλίμακα 15 σημείων CERM-CSQ. Η κλίμακα αυτή αποτελείται από τέσσερις διαστάσεις, βασικές υπηρεσίες, ποιότητα προσωπικού, γενικές εγκαταστάσεις και δευτερεύουσες υπηρεσίες. Όλες οι διαστάσεις στη κλίμακα CERM-CSQ μπορούν να τοποθετηθούν κάτω από τις πέντε βασικές διαστάσεις της κλίμακας SERVQUAL. Εναλλακτικοί

ερευνητές επιχείρησαν να δημιουργήσουν συγκεκριμένες κλίμακες αξιολόγησης σε σχέση με υπηρεσίες αθλητισμού και υγείας.

Γενικά το μοντέλο του SERVQUAL μέσα από τα χρόνια έχει χρησιμοποιηθεί σε έρευνες στο χώρο του μάρκετινγκ σε πολλούς διαφορετικούς τομείς. Όσον αφορά τον τομέα των αθλητικών υπηρεσιών στην Ελλάδα το μοντέλο αυτό χρησιμοποιήθηκε με κάποιες διαφοροποιήσεις από τον Αλεξανδρή (2004). Με βάση αυτές τις τροποποιήσεις το μοντέλο προτείνει τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών με βάση τους ακόλουθους παράγοντες:

- 1) Προσωπικό- ο βαθμός και το επίπεδο των γνώσεων, των ικανοτήτων και της συμπεριφοράς του προσωπικού,
- 2) Αξιοπιστία- ο βαθμός στον οποίο τηρούνται οι υποσχέσεις από τη διοίκηση,
- 3) Εγκαταστάσεις- το υλικό στοιχείο όπως εγκαταστάσεις όργανα γυμναστικής,
- 4) Ανταπόκριση- ο βαθμός στον οποίο το προσωπικό ανταποκρίνεται και αντιμετωπίζει τα προβλήματα των πελατών και
- 5) Προσδοκώμενο αποτέλεσμα- περιλαμβάνει τη μέτρηση των παραγόντων που σχετίζονται με τις προσδοκίες των πελατών (πχ βελτίωση της φυσικής κατάστασης, ψυχολογικής κατάστασης, αναψυχή κτλ.).

Στις περισσότερες μελέτες του παρελθόντος τα μοντέλα μέτρησης ποιότητας υπηρεσιών που χρησιμοποιούνταν ήταν ή πολύ γενικά και δεν μπορούσαν να εφαρμοστούν συγκεκριμένα για ένα τομέα είτε πολύ συγκεκριμένα για ορισμένους τομείς και δεν μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για εναλλακτικούς τομείς της αγοράς. Όλα αυτά τα μοντέλα έχουν τα πλεονεκτήματά τους αλλά και τις αδυναμίες τους. Ιδανικά το καταλληλότερο μοντέλο θα ήταν ένας συνδυασμός των πιο πάνω.

Με βάση την μελέτη από τους Eddie T. C. Lam , James J. Zhang & Barbara E. Jensen έχει σχεδιαστεί ένα μοντέλο το οποίο αποτελεί μια σύνθεση μοντέλων, τόσο αυτών που είναι πιο γενικά και μπορούν να εφαρμοστούν σε διάφορους τομείς (Brady & Cronin, 2001; McDougall & Levesque, 1994; Parasuraman et al.; Rust & Oliver, 1994), όσο και μοντέλα που σχεδιάστηκαν αποκλειστικά για μέτρηση της ποιότητας σε αθλητικές δραστηριότητες (Chelladurai et al., 1987; Howat et al., 1996, 1999; Kim & Kim, 1995; Papadimitriou & Karteroliotis, 2000).

Για σκοπούς αυτής της μελέτης έχει σχεδιαστεί ένα πολυεπίπεδο μοντέλο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών το οποίο στοχεύει να καθορίσει το επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών όπως το αντιλαμβάνονται οι πελάτες στο τομέα αθλητισμού-υγείας στα γυμναστήρια. Σε αυτό το μοντέλο η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσίας καθορίζεται από τους πελάτες των γυμναστηρίων με βάση τις εμπειρίες τους σε έξι διαφορετικά επίπεδα, Προσωπικό, Πρόγραμμα εκγύμνασης, Φροντίδα παιδιών, Αποδυτήρια/προσωπικός αποθηκευτικός χώρος, Φυσικές εγκαταστάσεις και Εγκαταστάσεις γυμναστηρίου/εξοπλισμός μηχανημάτων.

Αυτές οι έξι διαστάσεις μπορούν να ομαδοποιηθούν κάτω από τρεις κύριες κατηγορίες, Προσωπικό, Πρόγραμμα και Εγκαταστάσεις οι οποίες έχουν εξαχθεί από τα τρι-επίπεδα μοντέλα ποιότητας υπηρεσίας (Rust & Oliver, 1994), (Brady & Cronin, 2001), το SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), και το μοντέλο τριών παραγόντων Howat et al. (1999), όπως και από το μοντέλο τεσσάρων παραγόντων προσδοκιών ποιότητας υπηρεσίας Papadimitriou and Karteroliotis (2000). Οι έξι διαστάσεις όπως αναφέρονται πιο πάνω θεωρούνται προσδιοριστικοί παράγοντες της ποιότητας υπηρεσίας και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για εξαχθούν οι αντιλήψεις των πελατών σε σχέση με διάφορα γυμναστήρια. Οι ορισμοί αυτών των διαστάσεων είναι σημαντικοί για καλύτερη κατανόηση του μοντέλου.

Προσωπικό

Οι περισσότερες υπηρεσίες συμπεριλαμβάνουν την τριβή μεταξύ του παρόχου της υπηρεσίας και των πελατών (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985). Στο τομέα των αθλητικών υπηρεσιών το γεγονός αυτό γίνεται ακόμα πιο έντονο αφού η τριβή αρχίζει μόλις ο πελάτης εισέλθει στο γυμναστήριο. Το προσωπικό ενός γυμναστηρίου αντιπροσωπεύει την επιχείρηση και προωθεί την υπηρεσία απ' ευθείας στους πελάτες (Shostack, 1977). Η εμφάνιση, συμπεριφορά και διάθεση από προσωπικό έχουν άμεση επιρροή στην αντίληψη των πελατών για την ποιότητα υπηρεσίας (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990; Brady & Cronin, 2001; Czepial, Solomon, & Surprenant, 1985). Οι Mudie and Cottam (1999) κατέδειξαν ότι κατά την διάρκεια μιας συναλλαγής υπηρεσιών ο πελάτης θα κρίνει αυστηρά το προσωπικό σε σχέση με τις γνώσεις και την ευγένεια τους. Στη κλίμακα SERVQUAL scale (Parasuraman et al., 1988), τέσσερις από τις πέντε διαστάσεις σχετιζόμενες με την υπηρεσία χειρίζονται από το προσωπικό (αξιοπιστία, ανταπόκριση, επιβεβαίωση και ευαισθησία) Οι Brady και Cronin (2001) επιβεβαίωσαν ότι οι πελάτες συγκεντρώνουν τις αξιολογήσεις τους

σχετικά με νοοτροπία, συμπεριφορά και επαγγελματισμό μιας επιχείρησης με βάση τη διάσταση της αλληλεπίδραση. Στα μοντέλα που αναπτύχθηκαν από τους Rust and Oliver (1994) και McDougall and Levesque (1994), αυτή η διάσταση αναφέρεται ως διαδικασία παροχής υπηρεσιών. Η έμφαση δίνεται στο πως παρέχεται η υπηρεσία και όχι τόσο στο τελικό προϊόν που παραδίδεται. Αυτό συνάδει και με την μελέτη του Gröpproos (1982) την οποία ονόμασε λειτουργική ποιότητα.

Πρόγραμμα εκγύμνασης

Ο παράγοντας του προγράμματος δεν αναφερόταν μέχρι σήμερα στα παραδοσιακά μοντέλα μέτρησης ποιότητας υπηρεσίας τα οποία σχεδιάστηκαν συγκεκριμένα για τον τομέα των αθλητικών υπηρεσιών (Brady & Cronin, 2001; McDougall & Levesque, 1994; Parasuraman et al., 1988; Rust & Oliver, 1994). Η διάσταση του προσφερόμενου προγράμματος προτάθηκε από τους Kim and Kim (1995) χρησιμοποιείται για να αξιολογηθεί κατά πόσο το γυμναστήριο προσφέρει μεγάλη γκάμα προγραμμάτων και δραστηριοτήτων (οικογενειακά προγράμματα, παιδικά προγράμματα, ποικιλία αθλημάτων κλπ). Ο Howat et al. (1999) θεωρούσε όλα τα στοιχεία σε σχέση με φυσικές εγκαταστάσεις ως πολύ σημαντικά και ταξινομούσε τις υπηρεσίες και τα προγράμματα που προσφέρονταν από αθλητικά γυμναστήρια ως περιφερειακά. Αυτή η περιφερειακή διάσταση συμπεριλάμβανε στοιχεία όπως φύλαξη παιδιών και μια γκάμα δραστηριοτήτων για παιδιά. Ο όρος «πρόγραμμα» χρησιμοποιήθηκε για σκοπούς αυτής της μελέτης χρησιμοποιώντας το μοντέλο έξι παραγόντων. Η φροντίδα παιδιών χρησιμοποιήθηκε ως ξεχωριστός παράγοντας.

Φυσικές εγκαταστάσεις

Όλα τα μοντέλα μέτρησης ποιότητας υπηρεσίας αναγνώρισαν την σημαντικότητα των φυσικών εγκαταστάσεων στην διαμόρφωση της αντίληψης των πελατών για την υπηρεσία (Brady & Cronin, 2001; Chelladurai et al., 1987; Howat et al., 1996, 1999; Kim & Kim, 1995; McDougall & Levesque, 1994; Papadimitriou & Karteroliotis, 2000; Parasuraman et al., 1988; Rust & Oliver, 1994). Η παράμετρος των φυσικών εγκαταστάσεων για σκοπούς αυτής της μελέτης αναφέρεται στο περιβάλλον που έχει δημιουργηθεί στις εγκαταστάσεις. Οι Kim and Kim (1995) αναγνώρισαν ότι ο άνετος χώρος, η φωτεινότητα, μοντέρνες εγκαταστάσεις, άνετα αποδυτήρια κλπ αποτελούσαν πολύ σημαντικούς παράγοντες της διαμόρφωσης της κατάλληλης ατμόσφαιρας στο γυμναστήριο. Ο Chelladurai (1987), σημειώνει ότι τα φυσικά

στοιχεία σε ένα γυμναστήριο διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην υποστήριξη της ποιότητας υπηρεσίας (καθαριότητα, διαθεσιμότητα, ποικιλία, ώρες λειτουργίας). Οι Papadimitriou & Karteroliotis, (2000) έδωσαν έμφαση στην ατμόσφαιρα των φυσικών εγκαταστάσεων. Στην διάσταση ελκυστικότητα και λειτουργία συμπεριέλαβαν στοιχεία όπως φωτεινότητα, καθαριότητα, θερμοκρασία, ασφάλεια και μοντέρνο περιβάλλον.

Οι Brandy και Cronin πρότειναν επίσης ένα πολυεπίπεδο μοντέλο μέτρησης ποιότητας στις αθλητικές υπηρεσίες. Στο πρώτο επίπεδο τρεις διαστάσεις μετρούν την ποιότητα υπηρεσιών: ποιότητα αλληλεπίδρασης, ποιότητα περιβάλλοντος και ποιότητα αποτελέσματος.

Ποιότητα αλληλεπίδρασης προσωπικού και πελατών

Ο παράγοντας αυτός αναφέρεται στις διαπροσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των πελατών και του προσωπικού. Οι Brandy και Cronin πρότειναν τρεις υπό-παράγοντες που αποτελούν τις αντιλήψεις των πελατών στην ποιότητα αλληλεπίδρασης: Η νοοτροπία, η συμπεριφορά και η εμπειρία του προσωπικού. Διάφορες μελέτες σε ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών αποδεικνύουν το σημαντικό ρόλο του ανθρώπινου στοιχείου για την ποιότητα παροχής των υπηρεσιών στους διάφορους οργανισμούς υπηρεσιών (Clemler, Gwinner, 2001) . Αυτό γίνεται ακόμα πιο έντονο στις βιομηχανίες, στις οποίες οι υπηρεσίες είναι αρκετά άυλες και ετερογενείς (Zeithaml, Bitner, 2003), όπως οι αθλητικές υπηρεσίες.

Ποιότητα περιβάλλοντος/εγκαταστάσεων

Οι τρεις διαστάσεις που προτείνονται σε σχέση με την ποιότητα του περιβάλλοντος είναι οι περιβαλλοντικές συνθήκες, η διακόσμηση των εγκαταστάσεων και οι κοινωνικοί παράγοντες. Οι συνθήκες του περιβάλλοντος αναφέρονται σε άυλα στοιχεία όπως η θερμοκρασία, η μυρωδιά και η μουσική, ενώ η διακόσμηση του περιβάλλοντος αναφέρεται στην αρχιτεκτονική των εγκαταστάσεων. Τέλος οι κοινωνικές συνθήκες αναφέρονται στο γενικό κλίμα και τη σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ των πελατών.

Ποιότητα στο αποτέλεσμα

Ο όρος τεχνική ποιότητα χρησιμοποιείται στο μάρκετινγκ για να περιγράψει την τελική ποιότητα του αποτελέσματος (Gronroos, 1984). Η τεχνική ποιότητα μπορεί να οριστεί ως την τελική εντύπωση που αποκομίζει ο πελάτης μετά που θα λάβει την υπηρεσία. Στις περιπτώσεις αθλητικών υπηρεσιών όπου η υπηρεσία δεν είναι απτή η μέτρηση του αποτελέσματος θεωρείται ιδιαίτερα δύσκολη.

Στο μοντέλο των Zeithaml et al, οι συνέπειες της συμπεριφοράς του προσωπικού επηρεάζουν τη ποιότητα υπηρεσιών, τα οικονομικά κέρδη η τις απώλειες του Οργανισμού αλλά και τη διατήρηση και απομάκρυνση των πελατών. Όταν οι αντιλήψεις των πελατών για την ποιότητα υπηρεσιών είναι υψηλές, οι προθέσεις συμπεριφοράς των πελατών είναι ευνοϊκές, οι οποίες ενισχύουν τις σχέσεις με τον οργανισμό. Από την άλλη πλευρά, όταν οι αξιολογήσεις της ποιότητας υπηρεσιών είναι χαμηλές, οι προθέσεις συμπεριφοράς των πελατών δεν είναι ευνοϊκές και οι αντίστοιχες σχέσεις με τον οργανισμό επιδεινώνονται.

Οι Zeithaml et al, (1996) επίσης διέγινωσαν ότι οι προθέσεις συμπεριφοράς ήταν οι δείκτες, οι οποίοι έδειξαν εάν οι πελάτες είχαν παραμείνει ή απομακρυνθεί από τον οργανισμό και ισχυρίστηκαν ότι οι ευνοϊκές προθέσεις συμπεριφοράς περιλαμβάνουν στοιχεία όπως η διατύπωση θετικών στοιχείων και τη σύσταση της υπηρεσίας σε άλλους, η συνδρομή στην εταιρεία, και η έκφραση της γνωστικής πίστης στον οργανισμό. Η διαγνωστική πίστη έχει λειτουργήσει σαν την υπηρεσία που πρώτα παίρνει την απόφαση ο πελάτης για αγορά και έπειτα αποτελεί την πρώτη επιλογή των συμμετεχόντων ανάμεσα σε άλλες εναλλακτικές λύσεις (Bloemer, et al 1999, Pritchard, Howard, Haritz, 1992).

Άλλη μια μεθοδολογία που έχει αναπτυχθεί για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών είναι ο εντοπισμός της διαφοράς που υπάρχει ανάμεσα στην προσδοκώμενη ποιότητα από τους πελάτες και την ποιότητα που τελικά αντιλαμβάνονται ότι παίρνουν. Η διαφορά αυτή μπορεί να μετρηθεί χρησιμοποιώντας τον τύπο «προσδοκώμενη ποιότητα υπηρεσίας - αντιλαμβανόμενη ποιότητα».

Όταν το αποτέλεσμα είναι αρνητικό, τότε η επιχείρηση πρέπει να λάβει άμεσα μέτρα βελτίωσης της ποιότητας. Σε σχέση με τα πιο πάνω προτάθηκε μοντέλο από τους Zeithaml και Bitner (2003) το οποίο προτείνει τα εξής :

Διαφορά 1: διαφορά ανάμεσα στις προσδοκίες των πελατών και στην αντίληψη της διοίκησης της εταιρείας για τις προσδοκίες των πελατών. Ο πιο βασικός λόγος της

ύπαρξης αυτής της διαφοράς είναι η έλλειψη δεδομένων έρευνας αγοράς που σχετίζονται με τις προσδοκίες των πελατών,

Διαφορά 2: Η διαφορά αυτή προκύπτει από τον ορισμό της ποιότητας υπηρεσίας από τους πελάτες και στον ορισμό της ποιότητας, από τη διοίκηση της εταιρείας. Βασικοί λόγοι της ύπαρξης αυτής της διαφοράς είναι η ελλιπής κατανόηση της υπηρεσίας από τη διοίκηση και η μη σωστή χρήση των αρχών της τμηματοποίησης της αγοράς,

Διαφορά 3: Διαφορά ανάμεσα στον ορισμό της ποιότητας από τους πελάτες και στο τρόπο με τον οποίο παρέχονται οι υπηρεσίες. Αυτή η διαφορά προκύπτει από έλλειψη εξειδικευμένων γνώσεων του προσωπικού που προκύπτει από την ελλιπή εκπαίδευσή,

Διαφορά 4: Διαφορές ανάμεσα στο τρόπο που παρέχονται οι υπηρεσίες και την επικοινωνία με τους πελάτες. Ο βασικός λόγος της ύπαρξης αυτής της διαφοράς είναι η λανθασμένη στρατηγική επικοινωνίας του οργανισμού, όπως οι δημιουργία προσδοκιών που δεν μπορούν να εκπληρωθούν.

Τέλος οι Howat et al. (1996) ακολούθησαν μια πελατοκεντρική προσέγγιση, που οδήγησε στη δημιουργία του μοντέλου CERM CSQ. Το μοντέλο αυτό αποτελείται από τέσσερις παράγοντες, τη βασική υπηρεσία, την ποιότητα προσωπικού, τους γενικούς χώρους και τις δευτερεύουσες υπηρεσίες και υπολογίζει την ποιότητα υπηρεσίας σε δημόσια κέντρα αθλητισμού και αναψυχής της Αυστραλίας. Το CERM “Centre for Environmental and Recreational Management” στην Αυστραλία, ανέπτυξε πρότυπα μέτρησης της αποτελεσματικότητας και απόδοσης στην παροχή υπηρεσιών για τις επιχειρήσεις χώρων άθλησης και ελεύθερου χρόνου, όπου μετριέται η προσδοκία του πελάτη σε συσχέτιση με την τελική άποψή του για την επίδοση του κέντρου.

2.2.4 Η Έννοια της Ικανοποίησης των Πελατών

Η ικανοποίηση των πελατών ορίζεται ως η συνάρτηση της απόδοσης σε σχέση με τις προσδοκίες του πελάτη. Όταν αυτά που έχουν υποσχεθεί προσφέρονται και βρίσκονται στο στάδιο παράδοσης, οι πελάτες θα είναι ευχαριστημένοι (Chang,2000).

Ο Philip Kotler, πατέρας του μάρκετινγκ είπε – αν το προϊόν ταιριάζει με τις προσδοκίες, οι πελάτες είναι ευχαριστημένοι, αν τις υπερβαίνει, ο καταναλωτής είναι ιδιαίτερα ικανοποιημένος και αν υστερεί, ο καταναλωτής δεν είναι ικανοποιημένος-.

Επίσης ο Oliver ορίζει ότι – η ικανοποίηση είναι η απάντηση στην εκπλήρωση των προσδοκιών του καταναλωτή- (Zeithaml,2006).

Η ικανοποίηση των πελατών θεωρείται εξαιρετικής σημασίας λόγω του ότι παρέχει στη διοίκηση της εταιρείας ένα δείκτη που μπορούν να χρησιμοποιήσουν για βελτίωση των εργασιών της επιχείρησης.

Σε μελέτη που έγινε το 2000 μεταξύ ανώτατων διοικητικών λειτουργών το 71% απάντησε ότι ο δείκτης ικανοποίησης πελατών θα ήταν πολύ χρήσιμος για την παρακολούθηση και τη λήψη μέτρων στην επιχείρηση τους.

Η ικανοποίηση των πελατών είναι πολύ σημαντική για έξι λόγους:

- ✚ Είναι πολύ σημαντικός δείκτης όσον αφορά τη συγκράτηση και αφοσίωση των πελατών
- ✚ Είναι ένας δείκτης διαφοροποίησης της επιχείρησης από τον ανταγωνισμό
- ✚ Μειώνει την αποσκίρτηση πελατών
- ✚ Αυξάνει την αξία του κύκλου ζωής του πελάτη
- ✚ Μειώνει τα αρνητικά σχόλια/φήμες για την εταιρεία (negative word of mouth)
- ✚ Το κόστος συγκράτησης πελατών είναι χαμηλότερο σε σχέση με το κόστος απόκτησης νέων.

Ο Chelladurai (1999) ταξινομήσε τις υπηρεσίες θεωρώντας ότι οι συμμετέχοντες λαμβάνουν μέρος σε δραστηριότητες με σκοπό να ευχαριστηθούν, να αναπτύξουν κάποιες δεξιότητες ή να βελτιώσουν την υγεία τους. Έτσι οι συμμετέχοντες σε καθεμία από αυτές τις δραστηριότητες έχουν διαφορετικές ανάγκες και προσδοκίες. Η ικανοποίηση, λοιπόν, μπορεί να υπολογιστεί διαφορετικά για κάθε μία κατηγορία. Επιπρόσθετα, για να εκτιμηθεί η ικανοποίηση των συμμετεχόντων σε αθλητικές υπηρεσίες θα πρέπει να γίνει καθορισμός των αναγκών τους και των προσδοκιών τους ούτως ώστε να μειωθεί η διαφορά των αντιλήψεων μεταξύ συμμετεχόντων και παροχέων. Ακόμη, θα πρέπει να αξιολογηθεί η απόδοση των οργανισμών, αλλά για την αύξηση της απόδοσης πρέπει να εφαρμοσθεί μια συνεχής πορεία βελτίωσης (Gerson, 1999).

Με βάση τους ορισμούς που υπάρχουν στη βιβλιογραφία (Bolton & Drew, 1991 Parasuraman et. al, 1988 Parasuraman et. al, 1994b), εξάγεται το συμπέρασμα ότι η ικανοποίηση των πελατών σχετίζεται με το μοντέλο των ανεκπλήρωτων προσδοκιών.

Το μοντέλο αυτό ισχυρίζεται ότι ο βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων είναι αποτέλεσμα τεσσάρων σταδίων.

Στο πρώτο στάδιο καταγράφονται οι προσδοκίες που έχει ο πελάτης πριν τη συμμετοχή του σε οποιαδήποτε δραστηριότητα. Στο δεύτερο στάδιο δημιουργούνται οι αντιλήψεις των πελατών για το αποτέλεσμα που επιθυμούν να λάβουν από την παρεχόμενη υπηρεσία. Οι αντιλήψεις τους για το επίπεδο της τελικής υπηρεσίας που λαμβάνουν συγκρίνονται με τις προσδοκίες που είχαν προηγουμένως. Το αποτέλεσμα της σύγκρισης αυτής καθορίζει το επίπεδο της διαφοράς μεταξύ προσδοκιών και αντίληψης που αντιπροσωπεύει το επίπεδο της ικανοποίησης (τρίτο στάδιο). Στο τέταρτο στάδιο η ικανοποίηση καθορίζει τις προθέσεις που μπορούν να προβλέψουν μελλοντικές συμπεριφορές (Swan & Trawick, 1981). Σύμφωνα με τους Mackay και Crompton 1990 οι συμμετέχοντες στα αθλητικά κέντρα ικανοποιούνται, όταν οι ανάγκες πραγματικές ή αντιληπτές, εκπληρώνονται.

Το ενδιαφέρον για την ποιότητα των υπηρεσιών και την ικανοποίηση του πελάτη αντικατοπτρίζεται μέσα από τις πολυάριθμες μελέτες που πραγματοποιήθηκαν (Oliver, 1981 Parasuraman et al., 1985, 1988). Αρκετές μελέτες από διαφορετικούς τομείς υπηρεσιών, έχουν εξετάσει ποικίλα στοιχεία, που αφορούν τη δομή της ποιότητας υπηρεσιών και την ικανοποίηση του πελάτη αλλά και τη μεταξύ τους σχέση (Bitner, 1990 Bolton & Drew, 1991 Cronin & Taylor, 1992 Dabholkar, 1995 Liljander & Strandvik, 1995 Oh, 1999 Oliver, 1994).

Η ικανοποίηση πελατών είναι μια εξαιρετικά δημοφιλής έννοια τόσο μεταξύ των ερευνητών όσο και μεταξύ των διοικητικών στελεχών τις τελευταίες δυο δεκαετίες. Όταν οι προσδοκίες από την υπηρεσία που λαμβάνουν οι πελάτες ικανοποιούνται τότε αυτό ονομάζεται σε όρους μάρκετινγκ ικανοποίηση ενώ στην αντίθετη περίπτωση της μη ικανοποίησης των προσδοκιών, το φαινόμενο ονομάζεται δυσαρέσκεια.

Από αποτελέσματα αρκετών ερευνών, έχει διαφανεί ότι η ικανοποίηση των πελατών δε δημιουργείται μόνο από επικάλυψη των προσδοκιών, αλλά και από την ύπαρξη άλλων σημαντικών παραμέτρων όπως η ισότητα και η τιμιότητα, η απόδοση της υπηρεσίας, η παρουσία και άλλων ειδών προσδοκιών (π.χ. νόρμες), η εμπειρία ή ακόμα και από ένα πλήθος συναισθημάτων (θετικών και αρνητικών) που βιώνουν οι

καταναλωτές κατά τη διάρκεια της κατανάλωσης της υπηρεσίας (Θεοδωράκης, Καμπίσης, Βαϊλάκης, 2003).




Η μέτρηση της ικανοποίησης πελατών μπορεί να γίνει μέσα από αρκετές διαφορετικές μεθόδους. Μια από τις μεθόδους που αναπτύχθηκε από την εταιρεία Qualtrics το 2012 προτείνει τέσσερις σημαντικούς δείκτες που θεωρούνται κρίσιμοι για κάθε επιχείρηση.

1. Μέτρηση συνολικής ικανοποίησης (συναισθηματικός παράγοντας)

Ο παράγοντας αυτός αντανακλά στη συνολική γνώμη της ικανοποίησης του πελάτη μέσα από την εμπειρία της υπηρεσίας που χρησιμοποίησε. Ο καλύτερος δείκτης ικανοποίησης προέρχεται από τις αντιλαμβανόμενες εμπειρίες του πελάτη οι οποίες μετατρέπονται σε γνωρίσματα της ποιότητας. Η αντιλαμβανόμενη ποιότητα συχνά μετριέται μέσα σε τρία πλαίσια. Συνολική ποιότητα, αντιλαμβανόμενη ποιότητα και βαθμός στον οποίο εκπληρώθηκαν οι ανάγκες του πελάτη. Είναι ευρέως αντιληπτό ότι η δυσαρέσκεια είναι συνώνυμη με την μετάνοια αγοράς ενώ η ικανοποίηση συνδέεται με θετική διάθεση επαναγοράς.

2. Μέτρηση αφοσίωσης (συναισθηματικής, συμπεριφοράς)

Ο παράγοντας αυτός έχει στόχο να μετρήσει κατά πόσο ο πελάτης θα σύστηνε την υπηρεσία σε κάποιο γνωστό ή φίλο. Η έννοια αυτή ορίζεται και ως NPS (Net Promoter Score). Η αφοσίωση του πελάτη αντανακλά στη προθυμία του να χρησιμοποιήσει ξανά τις υπηρεσίες. Το επίπεδο ικανοποίησης είναι κύριος δείκτης επαναγοράς αλλά επηρεάζεται σημαντικά από αποκλειστικούς παράγοντες αξιολόγησης της απόδοσης, ποιότητας και αξίας της υπηρεσίας. Η αφοσίωση συνήθως μετριέται ως ένας συνδυασμός παραγόντων συμπεριλαμβανομένου της πιθανότητας επαναγοράς και της σύστασης υπηρεσίας σε τρίτους. Ένας κοινός τρόπος μέτρησης της αφοσίωσης αποτελείται από το αποτέλεσμα των πιο κάτω τριών ερωτήσεων:

-  Πόσο ικανοποιημένος είστε συνολικά από την υπηρεσία
-  Πόσο πρόθυμος είστε να ξαναχρησιμοποιήσετε την υπηρεσία
-  Πόσο πιθανόν είναι να συστήσετε την υπηρεσία σε τρίτους

3. Μια σειρά μετρήσεων των χαρακτηριστικών της υπηρεσίας (συναισθηματικών και γνωστικών)

Η ικανοποίηση ή δυσαρέσκεια υπολογίζεται στα πλαίσια των χαρακτηριστικών ή οφελών της υπηρεσίας. Η ικανοποίηση του πελάτη επηρεάζεται από την αντιλαμβανόμενη ποιότητα των χαρακτηριστικών της υπηρεσίας και διαμορφώνεται από τις προσδοκίες. Ο ερευνητής πρέπει να προσδιορίσει και να αναπτύξει δείκτες για κάθε χαρακτηριστικό που θεωρεί σημαντικό για την ικανοποίηση του πελάτη. Η στάση του πελάτη έναντι μιας υπηρεσίας μεταβάλλεται ανάλογα με εμπειρίες ή πληροφορίες που λαμβάνει είτε αντιλαμβανόμενες είτε πραγματικές. Η γνωστικότητα αναφέρεται σε κριτική για το αν η υπηρεσία ήταν χρήσιμη. Η κριτική συνήθως αφορά συγκεκριμένα το σκοπό της πρόθεσης για χρήση ανεξάρτητα αν τελικά η ανάγκη ικανοποιήθηκε ή όχι.

4. Μέτρηση πρόθεσης επαναγοράς

Οι ερωτήσεις που γίνονται σχετικά με το μέλλον συχνά δείχνουν την πρόθεση συμπεριφοράς του πελάτη και αντανακλούν τις εμπειρίες του παρελθόντος σε σχέση με την υπηρεσία και του προσωπικού εξυπηρέτησης. Η ικανοποίηση επηρεάζει πράξεις όπως σύσταση της υπηρεσίας (word of mouth) αλλά και μέσω κοινωνικών δικτύων. Επιπρόσθετες πράξεις συστάσεις μπορεί να οδηγήσουν σε αυξημένη έρευνα για την υπηρεσία.

Όπως αναφέρει ο Oliver (1996), η ικανοποίηση αποτελεί ένα μέτρο για το κατά πόσο το προσφερόμενο ολικό προϊόν ή υπηρεσία εκπληρώνει τις προσδοκίες του πελάτη (Γρηγορούδης & Σίσκος, 2000). Ο πελάτης θα επηρεαστεί για την απόφασή του σε μεγάλο ποσοστό από την άποψη φιλικών του προσώπων που είχαν χρησιμοποιήσει μία παρόμοια υπηρεσία. Παρ' όλα αυτά το εύρος των ωφελειών που προσδοκά να αποκομίσει ο πελάτης εξαρτάται από τις ατομικές του ανάγκες και επιθυμίες και η αξιολόγηση αποδοχή ή απόρριψη της υπηρεσίας θα εξαρτηθεί από τη σύγκριση με προηγούμενες υπηρεσίες που έχει χρησιμοποιήσει.

Η προώθηση και η παρουσίαση της υπηρεσίας στον πελάτη θα πρέπει να προσδιορίζει και τα δεδομένα της υπηρεσίας με ακρίβεια και αντικειμενικότητα διαφορετικά κινδυνεύει να μην ικανοποιήσει τον πελάτη εάν δεν του έχει δοθεί μία σαφής εικόνα για τα χαρακτηριστικά και οφέλη της. Επιπλέον, η σχέση τιμής – ποιότητας τέλος δίνει μία εικόνα στον πελάτη για το τι προσδοκίες πρέπει να έχει από την υπηρεσία. Γενικά όσο πιο πολλά πληρώνει ένας πελάτης για μία υπηρεσία τόσο μεγαλύτερες είναι οι προσδοκίες του (Γρηγορούδης & Σίσκος, 2000).

Σύμφωνα με μελέτη του 1998 από το International Health Racquet & Sportsclub Association υπάρχουν τέσσερις σημαντικοί παράγοντες οι οποίοι ωθούν τους πελάτες να σταματήσουν από ένα γυμναστήριο. Οικονομικοί, περιστασιακοί, προσωπικοί και λόγοι που έχουν σχέση άμεσα με το γυμναστήριο. Οι Triado, Aparicio και Rimbau (1999) υποστήριξαν ότι η ικανοποίηση των πελατών δεν εξαρτάται τόσο πολύ από την ποιότητα των υπηρεσιών που ένας οργανισμός πιστεύει ότι προσφέρει αλλά το πως εκλαμβάνει αυτή την ποιότητα ο πελάτης και από τον βαθμό που ικανοποιεί τις ανάγκες του. Οι Theodorakis, Kambitsis, Laios και Koustelios (2001) αναφέρθηκαν στην θετική σχέση ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης στην έρευνα τους σε θεατές αγώνων καλαθοσφαίρισης. Οι Parasuraman, Berry & Zeithaml (1994) διαπίστωσαν επίσης άμεση σχέση της ικανοποίησης με την αντιλαμβανόμενη ποιότητα. Θεώρησαν ότι οι αντιλήψεις των πελατών καθορίζονται μέσα από την απόδοση των παρεχομένων υπηρεσιών κυρίως και λιγότερο από τις προσδοκίες τους.

2.2.5 Διαφορές Μεταξύ των Όρων Ποιότητας και Ικανοποίησης

Οι όροι ποιότητα και ικανοποίηση σύμφωνα με τον Oliver (1997) σχετίζονται, αλλά δεν είναι ταυτόσημοι.

Η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών συνήθως συνδέεται με ικανοποιημένους πελάτες και η χαμηλή ποιότητα αυτών συνδέεται με δυσαρεστημένους πελάτες. Κάτι τέτοιο όμως δεν αποτελεί κανόνα καθώς οι εκτιμήσεις σχετικά με την ικανοποίηση γίνονται βάσει των προσωπικών προσδοκιών. Γι αυτό και οι αθλητικοί οργανισμοί θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικοί στο μανάτζμεντ των υποσχέσεων.

Σύμφωνα με τον Oliver (1997) , οι διαφορές μεταξύ των όρων ποιότητα και ικανοποίηση συνοψίζονται στα εξής σημεία: η εκτίμηση ποιότητας δεν απαιτεί πάντα προσωπική εμπειρία ενώ αντίθετα η ικανοποίηση απαιτεί προσωπική εμπειρία από τη χρήση μιας υπηρεσίας. Επίσης η ποιότητα κρίνεται έναντι κάποιων προκαθορισμένων σταθερών (π.χ. το καλύτερο προϊόν/υπηρεσία). Ακόμη η εκτίμηση της ποιότητας είναι μια διανοητική διαδικασία, ενώ η έκφραση της ικανοποίησης είναι τόσο διανοητική αλλά ταυτόχρονα και συναισθηματική διαδικασία. Επιπλέον οι εκτιμήσεις αναφορικά με την ποιότητα είναι συνήθως μακράς διάρκειας ενώ οι εκτιμήσεις για την ικανοποίηση διαρκούν συνήθως για πιο σύντομο διάστημα.

Όπως αναφέρθηκε έρευνες έχουν δείξει ότι οι δυο έννοιες σχετίζονται. Υψηλή ποιότητα είναι δυνατόν να συνοδεύεται από υψηλό βαθμό ικανοποίησης. Υπάρχουν όμως και άλλοι παράγοντες που επιδρούν στην ικανοποίηση όπως: η τιμή της υπηρεσίας, προσωπικοί παράγοντες καθώς και εξωτερικοί παράγοντες.

2.2.6 Η Ποιότητα Υπηρεσιών στον Τομέα του Αθλητισμού και της Αναψυχής

Στον τομέα του αθλητισμού κατά τα τελευταία χρόνια έχει αναδυθεί ως σημαντική παράμετρος η έρευνα για την διαπίστωση της ποιότητας υπηρεσιών. Οι πρώτες μελέτες στον Ελληνικό χώρο παρουσιάστηκαν στο 6ο Συνέδριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης Αθλητικού Μάνατζμεντ (EASM), κεντρικό θέμα του οποίου ήταν η ποιότητα υπηρεσιών. (Theodorakis & Kambitsis, 1998).

Ένας σημαντικός αριθμός μελετών δημοσιεύτηκε σε ελληνικά και διεθνή επιστημονικά περιοδικά από όλους σχεδόν τους χώρους της ελληνικής αγοράς, του αθλητισμού και της αναψυχής: ιδιωτικά γυμναστήρια, δραστηριότητες αναψυχής, επαγγελματικός αθλητισμός, αθλητικές κατασκηνώσεις, παραστάσεις παραδοσιακού χορού και αθλητικού τουρισμού. Ο σκοπός των παραπάνω ερευνών ήταν η δημιουργία μετρικών διαδικασιών για τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών, η αξιολόγηση του επιπέδου ποιότητας υπηρεσιών που παρέχουν αθλητικοί οργανισμοί και οι επιχειρήσεις και η διερεύνηση της ποιότητας υπηρεσιών ως ανεξάρτητης μεταβλητής σε διάφορα εμπειρικά μοντέλα (Θεοδωράκης, Ζαχαριάδης, Πετρίδου, 2004).

Βασισμένοι στη βιβλιογραφία και σε μία πελατοκεντρική προσέγγιση, οι Kim και Kim (1995) χρησιμοποίησαν 45 μεταβλητές παραμέτρους της ποιότητας υπηρεσιών σε αθλητικά κέντρα στη Νότια Κορέα. Με αυτό τον τρόπο επιχείρησαν να υπολογίσουν το επιθυμητό των μεταβλητών αλλά και τον τρόπο διανομής των υπηρεσιών (δηλαδή, την επιδιωκόμενη απόδοση). Μέσα από αυτή τη διαδικασία κατέληξαν τελικά σε μία κλίμακα 33ών μεταβλητών και 11 παραγόντων, την οποία ονόμασαν Υπεροχή Ποιότητας σε Αθλητικά Κέντρα (QUESC). Οι έντεκα αυτοί παράγοντες συνοψίζονται ως: περιβάλλον, συμπεριφορά των υπαλλήλων, αξιοπιστία, πληροφόρηση, προγραμματισμός, προσωπικό ενδιαφέρον, προνόμια, τιμή, ψυχική ηρεμία, διέγερση και ευκολία.

Η συνεχής αύξηση στη ζήτηση αθλητικών υπηρεσιών ανάπτυξη σε πολλές χώρες τα τελευταία χρόνια δημιούργησε μεγάλο ανταγωνισμό και οδήγησε τους ιδιοκτήτες

αυτών των επιχειρήσεων να προχωρήσουν στη διεξαγωγή ερευνών με στόχο τη βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρουν. Ταυτόχρονα οι πελάτες αυξάνουν τις προσδοκίες τους από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν και επιζητούν περισσότερα οφέλη από τη συμμετοχή τους στον αθλητισμό και παράλληλα ποιότητα από τα προϊόντα και από τις υπηρεσίες αθλητισμού (Mawson, 1993). Οι περισσότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί εστιάστηκαν στην ποιότητα υπηρεσιών στα κέντρα αθλητισμού και αναψυχής όπου ο πελάτης λαμβάνει μέρος ενεργά στη χρήση της υπηρεσίας (Crompton & MacKay, 1989; Van der Graaff, 1994; Kim & Kim, 1995; Williams, 1998).

Κατά τα τελευταία 15-20 χρόνια, η ιδιωτική αθλητική βιομηχανία στην Κύπρο πέρασε από δραστικές αλλαγές στην παροχή υπηρεσιών και παρουσιάζει αξιοσημείωτη ανάπτυξη. Στα μέσα της δεκαετίας του '90 ο αριθμός των γυμναστηρίων είχε αυξηθεί σημαντικά χωρίς όμως να υπάρχει και η αντίστοιχη αύξηση της ποιότητας υπηρεσιών. Τα περισσότερα κέντρα άσκησης διοικούνταν από οικογενειακές-φιλικές ομάδες επιχειρηματιών με μειωμένη γνώση των ιδιαίτερων διοικητικών συνθηκών και αναγκών, γεγονός που οδήγησε τον τομέα σε παρακμή και κατάρρευση. Παρόλα αυτά κατά τα τελευταία χρόνια, νέες εταιρίες αντικαθιστούν τα οικογενειακού – φιλικού τύπου κέντρα άσκησης και αναβαθμίζουν τόσο τις προσδοκίες όσο και την ποιότητα που παρέχεται στους πελάτες.

2.3 Γενικές Έρευνες για Γυμναστήρια

Η βιβλιογραφία που αφορά τις έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο εξωτερικό σε σχέση με αθλητικές υπηρεσίες κατά τα τελευταία 30 χρόνια είναι πλούσια. Τόσο η ζήτηση που παρουσιάζεται αυξημένη όσο και η γενική αλλαγή του τρόπου ζωής των ανθρώπων οδήγησε στην ανάγκη ανοίγματος περισσότερων γυμναστηρίων και ταυτόχρονα στην ανάγκη μέτρησης των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '80, τόσο οι ερευνητές, όσο και τα στελέχη των επιχειρήσεων έδιναν έμφαση στον εννοιολογικό προσδιορισμό της ποιότητας, στους τρόπους μέτρησης της, αλλά και στην ανάπτυξη των στρατηγικών που θα έπρεπε να εφαρμόσουν οι εταιρείες, ώστε να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες των πελατών τους αντίστοιχα (Zeithaml et al., 1996). Τα τελευταία δέκα χρόνια οι έρευνες για την ποιότητα υπηρεσιών έχουν αλλάξει προσανατολισμό και προσπαθούν να συνδέσουν την έννοια της ποιότητας με οικονομικές παραμέτρους, όπως μερίδια αγοράς,

δείκτες επιστροφής επένδυσης και κέρδη (Oliver, 1999, Reidheld and Sasser, 1990). Η αλλαγή αυτή έγινε από τη στιγμή που ανώτατα διοικητικά στελέχη άρχισαν να διστάζουν να επενδύσουν σε προγράμματα ποιότητας, αν τα αποτελέσματα δεν θα ήταν μετρήσιμα. Την παραπάνω αντίληψη ενίσχυσαν και παραδείγματα επιχειρήσεων που, ενώ είχαν επενδύσει μεγάλα ποσά σε προγράμματα ποιότητας, δεν είχαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα (Hill, 1993). Όμως, ο υπολογισμός της συμβολής της ποιότητας υπηρεσιών στην κερδοφορία δεν είναι εύκολος, αφού η σχέση των δύο εννοιών δεν είναι ούτε ξεκάθαρη ούτε απλή (Zeithaml et al., 1996). Αντίθετα με άλλες πρακτικές του μάρκετινγκ, τα αποτελέσματα των οποίων μπορούν να μετρηθούν μάλλον άμεσα (π.χ. προσφορές, ειδικές προωθητικές ενέργειες), η ποιότητα υπηρεσιών φαίνεται να συμβάλλει στα κέρδη μακροπρόθεσμα μέσα από την απόκτηση νέων πελατών, κυρίως, όμως, με τη διατήρηση της υπάρχουσας πελατειακής βάσης. Σύμφωνα με τους Rust, Zahorik, Kaenigham (1995) η διατήρηση της πελατειακής βάσης, ή η μείωση του δείκτη απώλειας των πελατών έχει μεγάλη συμβολή στην οικονομική επιτυχία των επιχειρήσεων.

Για τους παραπάνω λόγους, οι Zeithaml και συνεργάτες (1996) υποστήριξαν ότι η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών και των μελλοντικών προθέσεων συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι ένας έμμεσος τρόπος που βοηθά στο να αποσαφηνιστεί η πολύπλοκη σχέση μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και κερδοφορίας. Η σχέση των δύο εννοιών συμπεριλήφθηκε σε θεωρητικά μοντέλα (Bitner, 1990; Bolton & Drew, 1991) και εξετάστηκε σε εμπειρικές μελέτες από πολλούς ερευνητές από τον ευρύτερο χώρο των υπηρεσιών (Boulding, Karla, Staeling, Zeithaml, 1993; Brown, Churchill Jr., Peter, 1993; Cronin & Taylor, 1992; Taylor & Baker, 1994; Liljander & Strandvik, 1995; Parasuraman, Zeithaml, Berry, 1988; 1991). Με ελάχιστες εξαιρέσεις (Cronin & Taylor, 1992), οι παραπάνω ερευνητές φαίνεται να συμφωνούν ότι το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών επηρεάζει την πρόθεση των πελατών να προβούν σε θετικές για την επιχείρηση ενέργειες. Η μέτρηση αυτών των θετικών ενεργειών είναι μια σημαντική διεργασία, η οποία απασχόλησε τους ερευνητές τα τελευταία χρόνια, καθώς οι προθέσεις συμπεριφοράς σχετίζονται με την ανάπτυξη πιστών / αφοσιωμένων πελατών.

Οι Chelladurai, Scott, and Haywood-Farmer (1987), μαζεύοντας στοιχεία από 436 μέλη αθλητικών γυμναστηρίων στον Καναδά ανέπτυξαν την κλίμακα Scale of Attributes of Fitness Services (SAFS) για να μετρήσουν την ποιότητα υπηρεσιών. Η

κλίμακα αυτή συμπεριλαμβάνει 30 στοιχεία σε 5 διαστάσεις, επαγγελματισμός, καταναλωτές, περιφερειακές υπηρεσίες, διευκολύνσεις και προϊόντα και υπηρεσίες. Οι πρώτες 4 διαστάσεις σχετίζονται με πρωτεύοντες υπηρεσίες που προσφέρονται από γυμναστήρια ενώ η τελευταία παράμετρος δεν σχετίζεται απ' ευθείας με τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Οι παραμέτροι αναπτύχθηκαν βασισμένοι στις γνώσεις τριών καθηγητών διοίκησης αθλητισμού, ενός γυμναστή πανεπιστημίου και έξι μελών του προσωπικού γυμναστηρίων (Chelladurai et al., 1987).

Σε μια άλλη μελέτη οι Kim and Kim (1995) ανέπτυξαν το μοντέλο Quality Excellence of Sports Centers (QUESC) των 33 παραγόντων για να υπολογίσουν τη ποιότητα υπηρεσίας αθλητικών κέντρων μετά την θεώρηση των προηγούμενων ερευνών και τη διεξαγωγή ενός focus group. Το μοντέλο QUESC βασίστηκε σε Κορεάτικο δείγμα και αποτελείται από 11 διαστάσεις που υποστηρίζονται από την EFA, περιβάλλον, συμπεριφορά των υπαλλήλων, αξιοπιστία, πληροφόρηση, προγραμματισμός, προσωπικό ενδιαφέρον, προνόμια, τιμή, ψυχική ηρεμία, διέγερση και ευκολία.

Σε άλλες μελέτες εξετάστηκε ο ρόλος της προφορικής επικοινωνίας του προσωπικού με τους πελάτες. Οι έρευνες έχουν δείξει ότι η ανάπτυξη θετικής σχέσης και επικοινωνίας είναι η πιο αποτελεσματική στρατηγική, προκειμένου να μειωθεί η αποσκίρτηση πελατών. Οι Zeithaml και συνεργάτες (1996) έδειξαν ότι υπάρχει σχέση ανάμεσα στην ποιότητα των υπηρεσιών και την ανάπτυξη θετικής επικοινωνίας. Στα αποτελέσματα της έρευνας τους αναφέρεται ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ του παράγοντα της αφοσίωσης πελατών και της προθυμίας τους για καταβολή υψηλότερου αντίτιμου (θετικές προθέσεις συμπεριφοράς), και αρνητική με την πρόθεση τους για διαμαρτυρία και για αλλαγή εταιρείας (αρνητικές προθέσεις συμπεριφοράς). Σε έρευνες τους οι Bloemer, deRuyter, Wetzels (1999) ανέφεραν όμοιες σχέσεις μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και θετικών προθέσεων συμπεριφοράς. Αντίθετα, η αρνητική σχέση μεταξύ των παραμέτρων της ποιότητας υπηρεσιών και των αρνητικών προθέσεων συμπεριφοράς δεν επιβεβαιώθηκε σε κανέναν από τους τέσσερις διαφορετικούς χώρους παροχής υπηρεσιών που εξετάστηκαν.

Κάποιες έρευνες επικεντρώνονται στη σύγκριση μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων γυμναστηρίων. Σε έρευνα των Costa και Tzetzis (1995), διαπιστώθηκε ότι οι πελάτες των ιδιωτικών γυμναστηρίων είναι νεαρότερης ηλικίας από τους πελάτες των δημοτικών γυμναστηρίων. Ο Alexandris (1998), διαπίστωσε ότι σχεδόν σε όλες τις

περιπτώσεις, η παρεχόμενη ποιότητα στα ιδιωτικά γυμναστήρια είναι καλύτερη από την παρεχόμενη ποιότητα των δημοτικών γυμναστηρίων. Άλλοι ερευνητές (Alexandris, 1998, Papadopoulos et al., 1999, Σπυρίδου, Αλεξανδρής, 2005) Ρηγόπουλου (2000) κατέληξαν σε διάφορες άλλες ανομοιομορφίες υπέρ των ιδιωτικών γυμναστηρίων όπως εγκαταστάσεις, ευρυχωρία, θερμοκρασία, εξοπλισμός. Ένα ακόμα σημαντικό εύρημα είναι ότι στα δημόσια γυμναστήρια το μεγαλύτερο μέρος 72% έχει συχνότητα 2- 3 φορές την εβδομάδα, ενώ στα ιδιωτικά το μεγαλύτερο μέρος 56% γυμνάζεται 4-6 φορές την εβδομάδα.

Τέλος, σχετικά με την άποψη των αθλουμένων για την γυμναστική και τη διάθεσή τους γενικότερα για άσκηση, σύμφωνα με τον Ρηγόπουλο και Παπαδόπουλο (2000) στα δημοτικά γυμναστήρια το 19% συμμετέχει με ευχαρίστηση, ενώ στα ιδιωτικά το ποσοστό ανέρχεται στο 43%. Κατά συνέπεια η ποικιλία των προγραμμάτων, η ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων, η επάρκεια του εκπαιδευτικού προσωπικού δημιουργούν τις προϋποθέσεις για μεγαλύτερη συμμετοχή των ασκουμένων στην άθληση και καλύτερη άποψη για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται.

2.4 Γυμναστήρια και Ποιότητα Υπηρεσιών

Η αλλαγή που επήλθε κατά τις τελευταίες δύο δεκαετίες στον τρόπο ζωής και στις συνήθειες των ανθρώπων σε σχέση με την υιοθέτηση της υγιεινής ζωής και του αθλητισμού οδήγησε στην αύξηση του αριθμού των γυμναστηρίων σε πολλές χώρες. Κατ' επέκταση αυτό οδήγησε στην αύξηση των ερευνών και μελετών σε σχέση με την μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών που προσφέρονται από τα γυμναστήρια. Σύμφωνα με τους Howat, Crilley, Absler, & Milne, 1996 η αύξηση του αριθμού των γυμναστηρίων σε πολλές χώρες οδήγησε στο να δοθεί μεγαλύτερη έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών και στις αποτελεσματικές λειτουργίες ώστε να διατηρηθεί η κερδοφορία. Σε συνάφεια με τα πιο πάνω οι πελάτες οι οποίοι έχουν πλέον αποκτήσει περισσότερες εμπειρίες, έχουν αυξήσει το επίπεδο των προσδοκιών τους και των οφελών που περιμένουν να πάρουν από τη συμμετοχή τους σε αθλητικές δραστηριότητες.

Η ιδιωτική αθλητική βιομηχανία τόσο στη Κύπρο όσο και παγκοσμίως έχει βιώσει σημαντικές αλλαγές στο τρόπο που παρέχονται πλέον οι αθλητικές υπηρεσίες αφού πλέον υπάρχει περισσότερος επαγγελματισμός. Κατά τη δεκαετία του 90 ο αριθμός των επιχειρήσεων που παρείχε αθλητικές υπηρεσίες αυξήθηκε σημαντικά χωρίς όμως

να υπάρξει ανάλογη βελτίωση στην ποιότητα των υπηρεσιών. Οι περισσότερες επιχειρήσεις λειτουργούσαν κάτω από ανειδίκευτους επιχειρηματίες οι οποίοι είχαν ως μοναδικό σκοπό να πετύχουν το εύκολο κέρδος χωρίς να προσπαθούν να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες των πελατών τους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αδυναμία συγκράτησης των πελατών και την μείωση των εσόδων που οδήγησε στο κλείσιμο αρκετών από αυτών των επιχειρήσεων. Ως φυσικό επακόλουθο, μέσα στη δεκαετία του 2000 νέες επιχειρήσεις που λειτουργούν με πιο επαγγελματικά πρότυπα άρχισαν να αντικαθιστούν τα γυμναστήρια οικογενειακού τύπου.

Η ποιότητα υπηρεσίας καθορίζεται μεταξύ άλλων από τα χαρακτηριστικά της κάθε υπηρεσίας. Τα χαρακτηριστικά αυτά πολλές φορές είναι δύσκολο να μετρηθούν ειδικά όταν πρόκειται για αθλητικές υπηρεσίες. Η αθλητική υπηρεσία δεν μπορεί να μετρηθεί, αλλά μόνο να βιωθεί ενώ παράγεται μέσα στους χώρους του γυμναστηρίου ή των γηπέδων. Η ανομοιογένεια στη ποιότητα υπηρεσίας προέρχεται τόσο από τις διακυμάνσεις τη απόδοσης μεταξύ διαφορετικών εκπαιδευτών ή προπονητών αλλά επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες όπως η διάθεση, η ώρα κλπ. Συνεπώς μπορεί να λεχθεί ότι η ποιότητα των αθλητικών υπηρεσιών στα γυμναστήρια μεταβάλλεται ανάλογα με τις συνθήκες και δεν μπορεί να είναι πάντα η ίδια. Επιπρόσθετα, η αθλητική υπηρεσία παράγεται και καταναλώνεται ταυτόχρονα, άρα ο άμεσος έλεγχος της διοίκησης περιορίζεται περιορίζει σημαντικά τον έλεγχο της διοίκησης πάνω στην ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. (Howat, Absher, Crilley Milne ,1996).

Η ποιότητα υπηρεσίας εκτός από την ικανοποίηση των πελατών παίζει σημαντικό ρόλο και στην συγκράτηση, την αφοσίωση των πελατών και κατ' επέκταση των κερδών της επιχείρησης (Cronin & Taylor, 1992; Schneider & Bowen, 1995). Ο υπολογισμός του βαθμού ικανοποίησης των πελατών των γυμναστηρίων είναι απαραίτητος προκειμένου να εξαχθούν τα συμπεράσματα για τις αδυναμίες της συγκεκριμένης επιχείρησης και να ληφθούν μέτρα για βελτίωση της ποιότητας των προγραμμάτων και εγκαταστάσεων.

Μέσα από έρευνες διαφαίνεται ότι οι πελάτες αξιολογούν ως τους πιο σημαντικούς παράγοντες που τους ωθούν να συμμετέχουν σε προγράμματα γυμναστηρίου τους εξής: ο εξοπλισμός, το εξειδικευμένο προσωπικό, η προστιθέ τιμή (σχέση τιμής-ποιότητας όπως την αντιλαμβάνονται οι πελάτες), η ανταπόκριση του προσωπικού και στη συνέχεια η φιλικότητα, η αξιοπιστία, η ασφάλεια, η ικανοποίηση αναγκών, η λειτουργία πολλών ωρών. Ως τα κυριότερα κίνητρα των πελατών έχουν καταγραφεί

οι λόγοι υγείας, η βελτίωση της φυσικής κατάστασης η βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης, η μείωση του σωματικού βάρους, η μείωση του άγχους, η ψυχαγωγία και η εκμετάλλευση του ελεύθερου χρόνου (Παλιαλιά & Αλεξανδρής 1999).

Σε έρευνες που έχουν διαχωριστεί τα αποτελέσματα μεταξύ ανδρών και γυναικών, Παπαϊωάννου, Καμπίτση, Λαϊλόγλου, & Ναστούδη (2003), διαπιστώνεται ότι οι γυναίκες απαιτούν περισσότερο από τους άνδρες την ύπαρξη σύγχρονων προγραμμάτων άσκησης, αφού θεωρείται σημαντικός παράγοντας που προσδιορίζει την ποιότητα υπηρεσιών. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να βοηθήσει τη διεύθυνση των γυμναστηρίων να βελτιώσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες (Πατρώνη, Παπαθεοχάρους, Μπελμέζου, Κουθούρης, 2003).

Τόσο η έρευνα των Papadimitriou and Karteliotis (2000) που πραγματοποιήθηκε σε 12 ιδιωτικά γυμναστήρια στην Πάτρα, όσο και η έρευνα από τον Gerson (1999) καταδεικνύει ότι αν επικρατεί ένα ευχάριστο περιβάλλον και μια θερμή και φιλική ατμόσφαιρα μέσα σε ένα γυμναστήριο ή αθλητικό κέντρο τότε αυτό αποτελεί σημαντικό παράγοντα βελτίωσης της ποιότητας υπηρεσίας. Επίσης η έρευνα κατέδειξε ότι η ποιότητα αυξάνεται όσο πιο μεγάλη είναι η ποικιλία προγραμμάτων που προσφέρεται από το κάθε γυμναστήριο και επιπλέον όσο πιο στοχευμένα είναι τα προγράμματα για ικανοποίηση των αναγκών διαφορετικώς πελατοψηφίδων.

Ο Αλεξανδρής (1999) ανέφερε ότι η ικανοποίηση στα αθλητικά κέντρα μειώνεται με την αύξηση της ηλικίας. Αυτή είναι μια ακόμη ένδειξη ότι μια μεγάλη ομάδα πληθυσμού, οι ηλικιωμένοι, δεν μπορούν να βρουν αθλητικούς χώρους στους οποίους μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους (Alexandris and Carroll, 1997) και πιθανότατα το γεγονός αυτό να αποτελεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Τέλος θεωρείται σκόπιμο οι ιδιοκτήτες των γυμναστηρίων να διερευνούν συνεχώς τις επιθυμίες και τα ενδιαφέροντα των πελατών τους, ώστε να εξασφαλίζουν τη συνέχεια της συμμετοχής τους, την προέλευση νέων πελατών και την επιτυχημένη λειτουργία τους.

2.5 Τα Γυμναστήρια στη Κύπρο

Δυστυχώς παρά το γεγονός ότι στην Κύπρο η εμφάνιση ολοένα και περισσότερων γυμναστηρίων είναι γεγονός εντούτοις οι έρευνες που να αφορούν τα γυμναστήρια αυτά αλλά και το κυπριακό πελατολόγιο γενικότερα είναι σχεδόν ανύπαρκτες. Γι αυτό το λόγο η έρευνα αυτή έχει μεγάλη σημασία αφού θα αποτελέσει ένα σημαντικό

οδηγό για αλλαγές και καινοτομίες στον τομέα αυτό στην Κύπρο. Από την εμπειρία μου θα έλεγα ότι υπάρχουν επιχειρηματίες που τολμούν κάποιες αλλαγές ειδικότερα τα τελευταία χρόνια όμως οι αλλαγές αυτές γίνονται όχι στοχευόμενα, αλλά επειδή επηρεάζονται από νέες ιδέες του εξωτερικού. Κατά την άποψη μου θα πρέπει να γίνουν στοχευμένες αλλαγές που να αφορούν την κυπριακή αγορά κάτι το οποίο χρειάζεται οργάνωση και ανοικτό μυαλό.

Θεωρώ πολύ σημαντικό να αναφέρω την δημιουργία του ΚΑΕΚ το οποίο είναι το κέντρο αθλητικών ερευνών Κύπρου το οποίο από το 1993 οπότε και άρχισε να λειτουργεί έχει σαν σκοπό την επιστημονική παρακολούθηση των κύπριων αθλουμένων και ειδικά των Αθλητών Υψηλής Αγωνιστικής Στάθμης, καθώς και την ανάπτυξη Επιστημονικής Έρευνας στους κόλπους της Αθλητικής και Αθλητιατρικής Επιστήμης, της Φυσικής Αγωγής και του Αθλητισμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο που ακολουθεί γίνεται μια παρουσίαση του σχεδιασμού της έρευνας και του βασικού μας εργαλείου, που είναι το ερωτηματολόγιο, καθώς και της μεθόδου που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση των δεδομένων και την εκτίμηση της σημαντικότητας του κάθε παράγοντα επιτυχούς σχεδιασμού για κάθε γυμναστήριο. Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, θα γίνει μια αναλυτική παρουσίαση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε για τη μελέτη αυτή. Θα καταλήξουμε κάνοντας μια συνοπτική αναφορά του τρόπου που θα παρουσιαστεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων στο επόμενο κεφάλαιο.

3.2 Ερωτηματολόγιο

Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στο ειδικό εγχειρίδιο του Παρασκευόπουλου (1993) *«καμία στατιστική έρευνα δεν μπορεί να είναι καλύτερη από το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε σ' αυτή»*. Η φράση αυτή συνοψίζει την ουσία της έρευνας, αναφέροντας ότι ακόμη και αν εφαρμοστεί το πιο αποτελεσματικό σχέδιο δειγματοληψίας ή η πιο κατάλληλη ανάλυση στοιχείων δεν θα μπορούσαμε να εξάγουμε ορθά και χρήσιμα συμπεράσματα αν οι απαντήσεις που λήφθηκαν δεν είναι συγκρίσιμες λόγω του ότι χρησιμοποιήσαμε ένα ακατάλληλο ερωτηματολόγιο για τους σκοπούς της έρευνάς μας. Επιπρόσθετα, είναι αναγκαίο οι ερωτήσεις μας να περιέχουν σαφήνεια.

Το ερωτηματολόγιο αποτελεί πάντα το πιο ορθό διαδραστικό μέσον που χρησιμοποιείται για την επικοινωνία του ερευνητή με τους ερωτώμενους. Η επαφή είναι άμεση ή έμμεση και εξαρτάται από τη μέθοδο που θα χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή των δεδομένων. Ο σχεδιασμός και η συγγραφή του ερωτηματολογίου, αποτελεί την πιο σημαντική εργασία και κρίνεται ως ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας της εξαγωγής συμπερασμάτων, λόγω και της ιδιαιτερότητας της μελέτης.

3.2.1 Σχεδιασμός και Διαμόρφωση Ερωτημάτων

Προτού προβούμε στην κατάρτιση του ερωτηματολογίου που θα χρησιμοποιηθεί, είναι σημαντικό να προσδιορίσουμε και να εξειδικεύσουμε τον στόχο της έρευνάς μας. Όπως αναφέραμε κατά τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, πάνω στις πιο πάνω

έννοιες θα στηριχτεί η διαμόρφωση των ερωτημάτων που θα ενταχθούν στο ερωτηματολόγιο (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Κατόπιν, θα προχωρήσουμε στη μελέτη του τρόπου συλλογής των στοιχείων μας. Η ορθή επιλογή μέσα από μια ποικιλία εναλλακτικών επιλογών είναι καθοριστική και θα μας βοηθήσει στο σχεδιασμό του σωστού ερωτηματολογίου. Στην περίπτωση που αυτό θα συμπληρωθεί από τον ερωτώμενο θα πρέπει να είναι άρτιο και να μην αφήνει περιθώριο ασάφειας καθώς και αμφιβολιών. Αντιθέτως, αν το ερωτηματολόγιο θα συμπληρωθεί από τον ερευνητή, κάποια κενά που ίσως έχει θα καλυφτούν από τη γνώση και την εκπαίδευση του ίδιου του ερευνητή. Τυχόν απορίες του ερωτώμενου θα αποσαφηνιστούν και θα διευκρινιστούν από τον ερευνητή μας.

Τελευταίος, αλλά εξίσου σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης των ερωτήσεων, είναι και το δείγμα που θα χρησιμοποιηθεί. Θα πρέπει να εξακριβωθούν και να ληφθούν υπόψη τα χαρακτηριστικά του ερωτώμενου πληθυσμού. Αυτά θα μας οδηγήσουν να σχεδιάσουμε σωστά το ερωτηματολόγιό μας και να διατυπώσουμε τις ερωτήσεις με τις πιο κατάλληλες και κατανοητές, για τους ερωτώμενους, λέξεις.

3.2.2 Σχεδιασμός και Καταγραφή Ερωτηματολογίου

Όπως αναφέρεται σε σχετική βιβλιογραφία (Javeau, 2000) υπάρχουν κάποια σημαντικά χαρακτηριστικά ενός σωστού ερωτηματολογίου, που βοηθούν στην υλοποίηση μιας ορθής και επιτυχημένης έρευνας. Στο σημείο αυτό γίνεται προσπάθεια καταγραφής και περιγραφής όλων των χαρακτηριστικών.

Δομή: Ο κατάλληλος τρόπος δόμησης του ερωτηματολογίου, δηλαδή η σειρά με την οποία θα τεθούν οι ομάδες ερωτήσεων, κρίνεται πολύ σημαντικός. Είναι αυτός που θα αυξήσει του βαθμό της ανταπόκρισης των ερωτωμένων. Για παράδειγμα, αν και θεωρείται δεδομένο ότι προσωπικές και γενικότερα ερωτήσεις που δεν απαντά εύκολα το κοινό (όπως επίπεδο εκπαίδευσης, οικογενειακή κατάσταση κ.λπ.) δεν τίθενται στην αρχή ενός ερωτηματολογίου, φαίνεται ότι αυτό δεν εφαρμόζεται πάντοτε.

Σαφήνεια: Όλες οι ερωτήσεις αλλά και στο σύνολό του το ερωτηματολόγιο δεν πρέπει να αφήνουν περιθώρια ασάφειας στον ερωτώμενο. Το χαρακτηριστικό αυτό αναφέρεται επίσης και στο περιεχόμενο των πληροφοριών.

Πληρότητα: Θα πρέπει να καλυφθούν όλες οι πτυχές των ερωτημάτων για τα θέματα που πρέπει να διερευνηθούν στα πλαίσια του ερωτηματολογίου.

Σύντμηση: Είναι γενικώς αποδεκτό ότι τα μεγάλα ερωτηματολόγια, τόσο σε όγκο ερωτήσεων όσο και σε χρόνο απαντήσεων, κουράζουν τον ερωτώμενο. Παράλληλα, του προκαλούν αρνητικά συναισθήματα, αφού προβλέπει μεγάλο χάσιμο χρόνο. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μην απαντηθούν στο βαθμό που επιθυμούμε, ή ακόμη χειρότερα να οδηγήσουν σε λανθασμένα αποτελέσματα και συμπεράσματα της έρευνας. Ως εκ τούτων, ένα αποτελεσματικό ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι όσο πιο σύντομο γίνεται. Ιδιαίτερα όταν το ερωτηματολόγιο πρόκειται να συμπληρωθεί από τον ίδιο τον ερωτώμενο (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Συνοχή: Τα επιμέρους ερωτήματα πρέπει να συνδέονται οργανικά μεταξύ τους. Ερωτήματα με συνάφεια και σχετικότητα πρέπει να εμφανίζονται ομαδοποιημένα και να ερωτώνται σχεδόν παράλληλα, προκειμένου η σκέψη και η μνήμη του ερωτώμενου να κατευθύνεται ευκολότερα στις σωστές απαντήσεις.

Εμφάνιση: Όσον αφορά στην εμφάνιση, δύο είναι οι κυριότεροι λόγοι που επηρεάζουν την ανταπόκριση των ερωτώμενων. Η ποιότητα της εκτύπωσης και της παρουσίας του ερωτηματολογίου δημιουργεί θετική προδιάθεση και δεικνύει τη σοβαρότητα της έρευνας. Αποτέλεσμα αυτή είναι η αύξηση του ενδιαφέροντος από τον ερωτώμενο και η επιθυμία για υποβολή πληρέστερων και ορθότερων απαντήσεων. Από την άλλη, η χρήση περισσότερων από του ενός χρώματα στην εκτύπωση καθοδηγούν τον ερευνητή ή τον ερευνώμενο και διευκολύνουν το έργο του. Η υπερβολή όμως, δημιουργεί σύγχυση και δυσφορία. Συνεπώς, η αρτιότητα στην εμφάνιση του ερωτηματολογίου από **τεχνική άποψης** επηρεάζει σημαντικά το βαθμό ανταποκρίσεως του κοινού.

Καθοδήγηση: Θεωρείται δεδομένο ότι ερωτώμενος και, κάποιες φορές και ο ερευνητής, δεν έχουν τη σχέση που έχει ο συγγραφέας του ερωτηματολογίου με το αντικείμενο της έρευνας. Για να γίνει πιο εύκολα κοινωνός του προς έρευνα αντικειμένου θα πρέπει να τους δοθούν οι κατάλληλες οδηγίες, οι οποίες θα είναι σαφείς και σύντομες. Με τον τρόπο αυτό θα γίνει αποτελεσματικότερη και συντομότερη η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, γεγονός που θα μας δώσει και πιο σωστά αποτελέσματα.

Κωδικογράφηση και Μηχανογραφική Επεξεργασία: Το χαρακτηριστικό αυτό αναφέρεται κυρίως στις ανοικτές ερωτήσεις. Στις περιπτώσεις που υπάρχουν τέτοιες στο ερωτηματολόγιό μας, θα πρέπει να προβλεφθεί ειδικός χώρος για καταγραφή των

απαντήσεων. Παράλληλα, θα πρέπει να ληφθεί πρόνοια και στον τρόπο αποκρυπτογράφησης τους, ώστε να καταστεί δυνατή η επεξεργασία των αποτελεσμάτων και η εξαγωγή συμπερασμάτων από τις ερωτήσεις αυτές. Τέλος, το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να έχει ειδικό σχεδιασμό αν πρόκειται να εφαρμοστούν ειδικές μέθοδοι εισαγωγής των δεδομένων στον Η/Υ (μέθοδοι οπτικής ανάγνωσης, κλπ.) (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Ερωτήματα ελέγχου: Θεωρείται σημαντικό να περιλαμβάνονται τέτοια σε ένα ερωτηματολόγιο. Στόχος τους είναι ο έλεγχος της ορθότητας των απαντήσεων σε βασικές ερωτήσεις.

3.2.3 Εναλλακτικοί Τύποι Ερωτήσεων

Κάθε τύπος ερωτήσεων ανταποκρίνεται σε ειδικές ανάγκες της έρευνας (Javeau, 2000: 95). Υπάρχουν εναλλακτικοί τύποι ερωτήσεων, από τους οποίους μπορεί να επιλέξει ο συγγραφέας του ερωτηματολογίου. Σε κάθε περίπτωση όμως, η επιλογή δεν πρέπει να γίνεται τυχαία, αλλά να εξυπηρετεί τους στόχους της έρευνας.

Οι τύποι των ερωτήσεων χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες. Τις **ανοιχτές** και τις **κλειστές ερωτήσεις**. Εντός των κατηγοριών αυτών, υπάρχουν περαιτέρω υποκατηγορίες.

1. Ανοιχτές Ερωτήσεις

Δίνουν τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να εκφράσει την γνώμη του ελεύθερα και χωρίς περιορισμούς. Οι ερωτήσεις αυτές είναι χρήσιμες «... για τις περιπτώσεις που ο ερευνητής δεν είναι σίγουρος για το είδος των απαντήσεων» (Ζαφειρίου, 2003: 32).

2. Κλειστές Ερωτήσεις

Στην Κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται:

Οι **Διχοτομικές ερωτήσεις** που επιτρέπουν στον ερωτώμενο να επιλέξει μόνο μία από δύο εναλλακτικές απαντήσεις. Είναι πολύ ξεκάθαρες και επιτρέπουν εύκολη και γρήγορη επεξεργασία.

Οι **Ερωτήσεις Βαθμονόμησης** δίνουν περισσότερες εναλλακτικές επιλογές στον ερωτώμενο. Ωστόσο, έχει δυνατότητα για επιλογή μόνο μίας εξ αυτών.

Παρόμοιες με αυτές είναι και οι **Ερωτήσεις Βαθμολόγησης** που χρησιμοποιούνται περισσότερο για αξιολόγηση παραγόντων σημαντικότητας, επιλογής ή ικανοποίησης.

Στις ερωτήσεις αυτές, ο ερωτώμενος ζητείται να βαθμολογήσει σε μια κλίμακα (από το 1-10, 1-7 ή 1-5) τους παράγοντες που αφορά η ερώτηση.

Οι **Ερωτήσεις Κατάταξης** οδηγούν τον ερωτώμενο να εφαρμόσει σειρά προτεραιότητας σε όλες τις εναλλακτικές επιλογές που έχει, ανάλογα με το ποια απάντηση θεωρεί πιο σημαντική.

Στις **Ερωτήσεις Διαβαθμισμένης Κλίμακας** ο ερωτώμενος ζητείται να βαθμολογήσει με μια συγκεκριμένη κλίμακα μια κατηγορία ερωτήσεων.

Τέλος, στις **Ερωτήσεις Πολλαπλής Επιλογής**, ο ερωτώμενος μπορεί να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις.

Στην συγκεκριμένη έρευνα θα χρησιμοποιηθούν ερωτήσεις Κλειστού Τύπου και κυρίως Ερωτήσεις Βαθμολόγησης.

3.2.4 Σειρά Ερωτήσεων

Η σειρά που θα ακολουθηθεί είναι σημαντική γιατί βοηθά στη διάταξη των ερωτήσεων μέσα στο ερωτηματολόγιο και στη σκέψη του ερωτώμενο. Στην παρούσα έρευνα θα ακολουθηθεί μια λογική σειρά κατά την οποία:

Οι παράγοντες σημαντικότητας που θα διερευνηθούν θα ομαδοποιηθούν σε διάφορες ενότητες.

Οι πλείστες είναι εύκολες και κατανοητές και οι πιο απλοί παράγοντες θα μπουν στην αρχή, με στόχο να ευαισθητοποιήσουν και να προκαλέσουν ενδιαφέρον στον ερωτώμενο.

Οι δυσκολότεροι παράγοντες, που χρήζουν περισσότερης σκέψης για τον ερωτώμενο, τοποθετήθηκαν στην τελευταία ενότητα. Οπότε, προς το τέλος είναι δύσκολο να αρνηθεί να τις απαντήσει και να μας ακυρώσει ολόκληρο το ερωτηματολόγιο.

Γενικά, επειδή χρησιμοποιούμε ερωτήσεις βαθμολόγησης θεωρούνται όλες οι ερωτήσεις είναι εύκολες.

Προσπαθήσαμε ώστε οι ερωτήσεις που αναφέρονται στην ίδια ενότητα παραγόντων να είναι συγκεντρωμένες και ομαδοποιημένες, έτσι ώστε το ερωτηματολόγιο να έχει μία όψη συναφή και λογική για να μην νιώθει ο ερωτώμενος ότι εκτροχιάζεται (Javeau, 2000:138).

Ερωτήσεις στοιχείων ταυτότητας (φύλλο, ηλικία) συγκεντρώνονται στην τέλος, έτσι ώστε η πρώτη εντύπωση που σχηματίζει ο ερωτώμενος να μην είναι αρνητική, δηλαδή να αισθανθεί ότι φακελώνεται.

3.2.5 Διατύπωση Ερωτήσεων

Ακολουθώντας τη σχετική βιβλιογραφία (Javeau, 2000:138) αποφασίστηκε όπως η διατύπωση των ερωτήσεων που αφορούν το λεξιλόγιο και τη φρασεολογία του ερωτηματολογίου εφαρμοστεί με τον πιο κάτω τρόπο:

- ✚ Το προφανές είναι να ακολουθηθούν οι κανόνες της γραμματικής και του συντακτικού.
- ✚ Να γίνει με σαφήνεια και με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι κατανοητές από τους ερωτώμενους.
- ✚ Να αποφεύγονται οι τεχνικοί όροι, οι ιδιοματισμοί και οι σπάνιες και δύσκολες λέξεις. Κάποιοι όροι που κρίθηκε αναγκαίο να χρησιμοποιηθούν θα επεξηγηθούν με σωστή διατύπωση της ερώτησης. Στην περίπτωση που υπάρξει ανάγκη, θα προστεθεί επεξήγηση μέσα σε παρένθεση, αν και είναι απομακρυσμένο το ενδεχόμενο αυτό, προκειμένου να κατανοήσουν πλήρως όλοι οι ερωτώμενοι τις έννοιες αυτές.
- ✚ Τέλος, από πλευράς περιεχομένου, οι ερωτήσεις θα είναι απλές και περιεκτικές.

3.2.6 Υλική και Τυπογραφική Παρουσίαση

Για το συγκεκριμένο θέμα, έγινε ενδελεχής ανάλυση από τον Javeau (Javeau, 2000:145), ο οποίος καταλήγει σε σχετικές βασικές αρχές που έχουν πάρει το όνομά του. Μελετώντας τις, καταλήξαμε στο ερωτηματολόγιο μας με τα παρακάτω χαρακτηριστικά :

1. **Ευκολία στην ανάγνωση:** Οι τυπογραφικοί χαρακτήρες είναι ευανάγνωστοι, το ερωτηματολόγιο είναι αραιά γραμμένο, οι ερωτήσεις διαχωρίζονται αρκετά μεταξύ τους και αριθμούνται με απλή διαδικασία.
2. **Μικρή εισαγωγή:** Υπάρχει ένας μικρός πρόλογος με εννοιολογικές επεξηγήσεις και ευχαριστίες, που ολοκληρώνει την αρτιότητα του ερωτηματολογίου.
3. **Ευκολία στην χρήση:** Όσον αφορά στον αριθμό των σελίδων, το βάρος του χαρτιού και τον τρόπο διασύνδεσης των σελίδων.

4. **Απλή και συμπαθητική παρουσίαση:** Προκαλεί το ενδιαφέρον του ερωτώμενου και τη διάθεσή του να το ολοκληρώσει ορθά.
5. **Ευκολία στη συμπλήρωση:** Εκτός από τις δημογραφικές ερωτήσεις στις υπόλοιπες γίνεται μια απλή βαθμολόγηση παραγόντων

3.2.7 Μέγεθος Ερωτηματολογίου

Όπως αναφέρεται σε σχετική βιβλιογραφία (Πιέρρος, 2000:55), ένα μεγάλο ερωτηματολόγιο είναι εξαρχής αντιπαθητικό και αποθαρρυντικό. Το μέγεθος του ερωτηματολογίου γίνεται εκ πρώτης όψεως αντιληπτό από τον όγκο των σελίδων του και από τον αριθμό των ερωτήσεων. Με στόχο να μειώσουμε το μέγεθος σε σελίδες χρησιμοποιήσαμε γραμματοσειρά με δύο σημαντικά χαρακτηριστικά. Ικανοποιητικό μέγεθος που δεν θα καλύπτει πολύ χώρο αλλά και χαρακτήρες ευανάγνωστους.

Επιπρόσθετα, αποφασίστηκε όπως οι ερωτήσεις είναι συνοπτικές και περιεκτικές ώστε να οδηγείται εύκολα στη συμπλήρωσή τους ο ερωτώμενος. Έγινε προσπάθεια να αποφευχθούν άσκοπες και χωρίς νόημα ερωτήσεις ώστε το ικανοποιητικό σύνολο των 70 σχεδόν παραγόντων να επαρκεί για χρήσιμα συμπεράσματα. Παρά το μεγάλο αριθμό παραγόντων, το μέγεθος δεν είναι υπερβολικό, αφού ο ερωτώμενος ασχολείται μόνο με τη βαθμολόγηση των παραγόντων.

Με τον τρόπο αυτό, δεν κερδίζουμε μόνο την πρώτη εντύπωση των ερωτώμενων, αλλά και το ερωτηματολόγιο γίνεται όσο το δυνατόν λιγότερο φορτικό και χρονοβόρο.

Αναλυτικά, το υπόδειγμα του Ερωτηματολογίου επισυνάπτεται στο τέλος της Μελέτης (Παράρτημα Α), ενώ η Παρουσίαση του γίνεται στο Παράρτημα Γ.

3.3 Επιλογή Δείγματος και Συγκέντρωση Ερωτηματολογίων

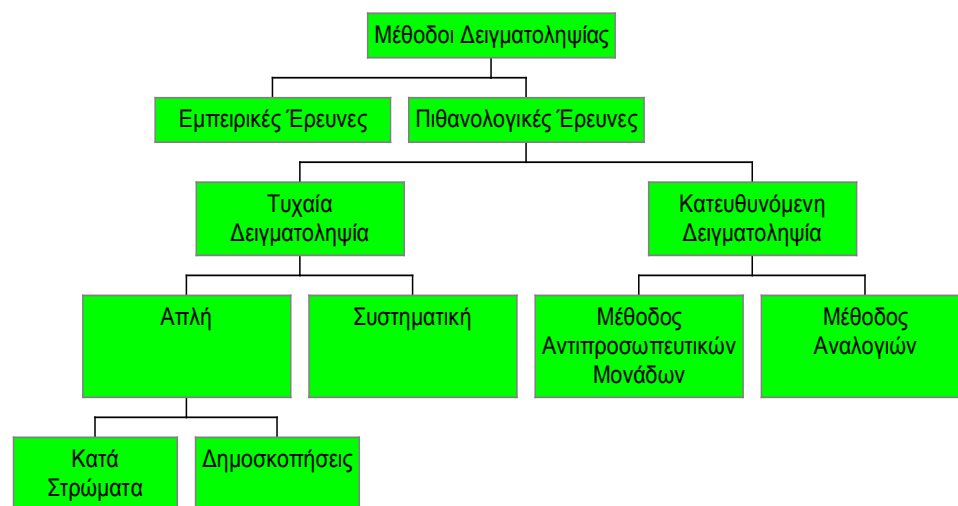
Ο τρόπος με τον οποίο θα συγκεντρωθούν τα στατιστικά δεδομένα αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές ενέργειες του ερευνητή. Προτού ξεκινήσουμε την στατιστική ανάλυση, οφείλουμε να ορίσουμε με τρόπο σαφή το στατιστικό πληθυσμό του δείγματός μας. Δηλαδή, τον αριθμό των ερωτώμενων. Παράλληλα, πρέπει να καθορίσουμε και τις στατιστικές μονάδες που θα απαρτίζουν τον πληθυσμό. Όπως αναφέρεται σε σχετική βιβλιογραφία (Δαμιανού, 2000)...*στατιστική μονάδα είναι δυνατόν να θεωρηθεί ένα αντικείμενο, ένα άτομο, ένα νοικοκυριό κ.α.*

Για τη συγκέντρωση των στατιστικών στοιχείων υπάρχουν δύο εναλλακτικές μέθοδοι:

Οι **Δειγματοληπτικές Έρευνες** ή **Δειγματοληψία** αναφέρονται στην απογραφή ορισμένων συγκεκριμένων χαρακτηριστικών ενός τμήματος του πληθυσμού. Το τμήμα του πληθυσμού που θα επιλεγεί είναι το **Δείγμα**. Στόχος της μεθόδου αυτής, είναι ο προσδιορισμός, με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια, των χαρακτηριστικών και των στοιχείων όλου του πληθυσμού, μελετώντας απογραφικά τα στοιχεία του δείγματος. Με τον τρόπο αυτό θα υπάρχει μια συνέπεια στην αυθαίρετη επέκταση των συμπερασμάτων που θα εξαχθούν στο δείγμα μας, πάνω σε όλο τον πληθυσμό. Σε κάθε περίπτωση, η ορθή τελική εκτίμηση εξαρτάται τόσο από τη μέθοδο δειγματοληψίας που εφαρμόζουμε όσο και από τη ποιότητα του δείγματος. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί εντόνως ότι *οι εκτιμήσεις των δειγματοληψιών δεν δίνουν ακριβείς τιμές αλλά προσεγγίσεις για το σύνολο του πληθυσμού* (Παπαδημητρίου, 2001:47-65).

Στην δεύτερη μέθοδο εντάσσονται οι **Εξαντλητικές Έρευνες**. Με την επιλογή της μεθόδου αυτής θα πρέπει να εντάξουμε στους ερωτώμενους όλο τον πληθυσμό στον οποίο αναφερόμαστε. Η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται όταν αναφερόμαστε σε πολύ μικρό πληθυσμό (π.χ. μέλη μιας ομάδας).

Οι εναλλακτικές μέθοδοι παρουσιάζονται διαγραμματικά στο πιο κάτω σχήμα.



Σχήμα 3.1 Μέθοδοι Δειγματοληψίας

(ΠΗΓΗ: ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ, 2001)

Η μέθοδος που επιλέχθηκε για την έρευνά μας είναι η **απλή τυχαία δειγματοληψία κατά στρώματα** ή **στρωματοποιημένη δειγματοληψία**. Η αιτιολόγηση είναι απλή

και στηρίζεται πάνω στη σχετική βιβλιογραφία. Όταν ο πληθυσμός είναι αριθμημένος ή κατανεμημένος με τέτοιο τρόπο ώστε οι διαδοχικές ομάδες που τον αποτελούν να παρουσιάζουν μια ομοιογένεια ως προς τις στατιστικές μονάδες τους, τότε ο πιο κατάλληλος τρόπος επιλογής του δείγματος είναι η **τυχαία δειγματοληψία κατά στρώματα** (Παπαδημητρίου, 2001:47-65).

Για να εφαρμόσουμε τη μέθοδο αυτή θα πρέπει να ακολουθήσουμε τα πιο κάτω βήματα :

- ✚ Ο πληθυσμός θα υποδιαιρεθεί σε ομοιογενή υποσύνολα ή ομάδες που ονομάζονται **στρώματα**
- ✚ Από κάθε στρώμα θα επιλεγθεί ένα **απλό τυχαίο δείγμα**
- ✚ Θα γίνει μια **ξεχωριστή εκτίμηση** για κάθε στρώμα
- ✚ Με τη βοήθεια και της αναφερόμενης βιβλιογραφίας, *οι εκτιμήσεις αυτές σταθμίζονται για να μας δώσουν μια συνολική εκτίμηση για ολόκληρο τον πληθυσμό* (Λαμπίρη, 1995:292).

Στη έρευνά μας το **δείγμα** αποτελείται από άτομα των δύο φύλων, όλων των ηλικιών και εκπαιδευτικών βαθμίδων. Μοναδικός περιορισμός ήταν το ενδιαφέρον που παρουσιάζουν για την άσκηση αλλά και που είναι ή έχουν μεγάλη πιθανότητα να γίνουν μέλη σε κάποιο Γυμναστήριο. Η δε στρωματοποίηση του πληθυσμού έγινε σύμφωνα με το **φύλο** και την **ηλικία**.

Το σύνολο των ατόμων που πήραν το ερωτηματολόγιο ανήλθε στους 250. Από αυτούς πήραμε συνολικά 220 απαντημένα ερωτηματολόγια, τα οποία μπορούν να τύχουν επεξεργασίας. Συνεπώς, ο αριθμός των ερωτηθέντων (*δείγμα*) ανήλθε στους 220. Θεωρείται πολύ καλός, αν όχι ιδανικός, αριθμός δείγματος για τη συγκεκριμένη ανάλυση. Η Μέθοδος που θα χρησιμοποιήσουμε είναι η Ποσοτική Έρευνα, μέσω της χρήσης ερωτηματολογίου. Τα ερωτηματολόγια θα είναι ανώνυμα και το γεγονός αυτό μας προσφέρει πιο αμερόληπτα και ειλικρινά την άποψη του ερωτούμενου. Με τον τρόπο αυτό θα έχουμε καλύτερα και πιο έγκυρα αποτελέσματα στην έρευνά μας.

Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν με τηλεφωνική συνέντευξη προς τους ερωτώμενους στο μεγαλύτερό τους ποσοστό. Διευκρινίσεις έγιναν από τον ερευνητή, όταν ρωτήθηκε για αυτές μέσω τηλεφώνου. Επιπρόσθετα, κάποια συμπληρώθηκαν μέσω προσωπικών συνεντεύξεων που έγιναν από τον ερευνητή. Δόθηκε αρκετός

χρόνος στους ερωτώμενους για να απαντήσουν, ώστε να ληφθούν οι ορθότερες, το δυνατό απαντήσεις και αξιολογήσεις των παραγόντων από τους ίδιους. Επίσης, προτιμήθηκε να απαντηθούν τα ερωτηματολόγια σε ξεχωριστές ώρες και μέρες, τυχαία κατά προτίμηση, για να υπάρχει μια γενική εικόνα.

Σύμφωνα με το φύλο των ερωτηθέντων ο πληθυσμός αυτός κατανέμεται στον ακόλουθο Πίνακα: Οι **άνδρες** αποτελούν το 51,8% των ερωτωμένων, ενώ οι **γυναίκες** το 48,2 %. Παράλληλα ο ηλικιακός διαχωρισμός είναι ο ακόλουθος:

Ηλικίες	Συχνότητα	Ποσοστό (%)
15 - 25	48	22
26 - 35	54	25
36 - 45	62	28
Άνω των 46	56	25

Πίνακας 3.1: Στατιστικά Δεδομένα του Δείγματος

3.4 Τρόποι Συμπλήρωσης Ερωτηματολογίου

Τέσσερις είναι οι μέθοδοι συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου και αναλύονται πιο κάτω:

1. Ποιοτική Έρευνα, μέσω της Χρήσης Ερωτηματολογίου

Το πλεονέκτημα της μεθόδου αυτής είναι η επιτυχία υψηλού βαθμού συνεργασίας μεταξύ του ερευνητή και των ερωτώμενων, με αποτέλεσμα να καταλήξουμε σε πιο πλήρη και συνεπή στοιχεία. Από την άλλη το μειονέκτημα της είναι ότι θα πρέπει να έχουμε πολύ καλά εκπαιδευμένους ερευνητές.

2. Τηλεφωνική Συνέντευξη

Το πλεονέκτημά της είναι το γεγονός ότι πρόκειται για απλή και φτηνή μέθοδο. Όμως τα μειονεκτήματά της είναι πολλά. Πρόκειται μεν για μια αποτελεσματική τεχνική συλλογής πληροφοριών αλλά μόνο σε περιοχές όπου η τηλεφωνική επικοινωνία είναι διαδεδομένη και η τηλεφωνική συνέντευξη χρησιμοποιείται με συνεχώς αυξανόμενο ρυθμό, κάτι που ισχύει όμως στην Κύπρο. Επιπρόσθετα, ο ερωτώμενος μπορεί οποτεδήποτε, αν ενοχληθεί από τη συνέντευξη, να την σταματήσει, ενώ σε μια προσωπική συνέντευξη είναι πιο δύσκολο. Τέλος,

υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να εξαχθούν λανθασμένα αποτελέσματα αν δεν ληφθεί πρόνοια, δεδομένου ότι τμήματα τα πληθυσμού που ανήκουν σε λιγότερο προνομιούχες τάξεις ή με μη καταχωρημένο αριθμό τηλεφώνου.

3. Αποστολή Ερωτηματολογίου, Ταχυδρομικά ή με email

Το σημαντικό πλεονέκτημα εδώ είναι το πολύ χαμηλό κόστος. Αντιθέτως όμως, δημιουργούνται προβλήματα, δεδομένου ότι υπάρχει μικρός βαθμός συνεργασίας με τους ερευνητές, ενώ το ποσοστό συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων είναι πολύ μικρό. *Αυτός τρόπος συγκέντρωσης στοιχείων είναι πολύ αποτελεσματικός όταν απευθυνόμαστε σε πληθυσμό υψηλού μορφωτικού επιπέδου και με μέλη ειδικών κατηγοριών όπως π.χ. οι συνδρομητές ενός εξειδικευμένου περιοδικού ή οι χρήστες μιας συγκεκριμένης ιστοσελίδας (Λαμπίρη, 1995).*

Στην παρούσα έρευνα, η μέθοδος συμπλήρωσης που επιλέχτηκε είναι η **ποιοτική έρευνα, μέσω της χρήσης ερωτηματολογίου**. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέχτηκε η μέθοδο αυτή είναι οι πιο κάτω:

- ✚ ο ερωτώμενος θα μπορεί να κατανοήσει πιο εύκολα τις ερωτήσεις με τη βοήθεια του ερευνητή,
- ✚ είναι η λιγότερο χρονοβόρα μέθοδος, πράγμα που βοηθάει πολύ και για την ολοκλήρωση της εργασίας μιας και ο χρόνος που απαιτείται είναι πολύ περιορισμένος.

Τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν από τον ίδιο τον ερευνητή, μέσω τηλεφώνου ή με προσωπική συνέντευξη. Εξηγήθηκαν στους ερωτηθέντες ο τρόπος αξιολόγησης του κάθε παράγοντα. Διευκρινίστηκαν οι όποιες απορίες και ασάφειες είχε ο κάθε ερωτώμενος και απαντήθηκαν όλα τα ερωτηματολόγια εξ' ολοκλήρου.

Επειδή η διαδικασία συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων διαρκούσε μόνο γύρω στα 10'-15' λεπτά, οι ερωτώμενοι απάντησαν χωρίς να δυσανασχετούν. Τα ερωτηματολόγια μετά τη συμπλήρωσή τους, μεταφέρθηκαν στην Excel απ' όπου εξήχθησαν οι αριθμοί που αναλύθηκαν.

3.5 Ανάλυση δεδομένων

Σήμερα υπάρχουν πολλά προγράμματα Στατιστικής τα οποία είναι εύκολα να εγκατασταθούν σε έναν προσωπικό Η/Υ και είναι ιδιαίτερα φιλικά στο χρήστη. Έτσι,

με μερικές απλές εντολές που υπαγορεύονται από το ίδιο το πρόγραμμα μπορούν να γίνουν και οι πιο πολύπλοκες στατιστικές αναλύσεις.

Πάρα ταύτα, δεδομένου του απλοποιημένου ερωτηματολογίου που δημιουργήσαμε, εμείς, για την επεξεργασία των στατιστικών δεδομένων, χρησιμοποιήσαμε μόνο την Excel, αφού αρχικά εισάγαμε και αποθηκεύσαμε τα δεδομένα που προέκυψαν από την απάντηση του ερωτηματολογίου. Όπως είναι σε όλους γνωστό από ένα σύνολο στατιστικών δεδομένων, όπως είναι καταγραμμένα στην πρωτογενή τους μορφή, είναι πολύ εύκολο, δεδομένων των απλών στοιχείων που έχουμε, να πάρουμε κάποια συγκεκριμένη εικόνα για τα βασικά γνωρίσματα του χαρακτηριστικού ή των χαρακτηριστικών στα οποία αναφέρονται, μέσω του συγκεκριμένου προγράμματος. Έτσι εμείς με τη βοήθεια του, για να εξάγουμε τα απαραίτητα συμπεράσματα χρησιμοποιήσαμε τη περιγραφική στατιστική, που έχει ως αντικείμενο την οργάνωση και την περιληπτική περιγραφή ενός συνόλου δεδομένων έτσι ώστε να προκύπτουν με τρόπο άμεσο τα βασικά χαρακτηριστικά του.

Υπολογίσαμε το μέσο όρο αξιολόγησης του κάθε παράγοντα από το σύνολο του δείγματός μας. Επιπρόσθετα, οι αντίστοιχοι υπολογισμοί έγιναν και για όλες τις ηλικιακές ομάδες, μέσω των οποίων έγινε πρόσθετη ανάλυση των παραγόντων. Με τη βοήθεια των αλληλοσυσχετισμένων αναλύσεων θα μπορέσουμε να καταλήξουμε σε χρήσιμα συμπεράσματα για την κάθε ομάδα, αλλά και τον τρόπο που σχετίζονται αυτές με το σύνολο του δείγματος. Στη συνέχεια, θα καταλήξουμε και σε προτάσεις για την καλύτερη δυνατή δημιουργία ενός ορθά δομημένου γυμναστηρίου, ανάλογα με τον στοχευόμενο μας πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

4.1 Εισαγωγή

Σκοπός της έρευνας είναι να διερευνηθούν και να εντοπιστούν, μέσω της αξιολόγησης της σημαντικότητας αριθμού παραγόντων επιτυχίας ενός γυμναστηρίου, οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν περισσότερο τους υποψήφιους πελάτες στην επιλογή του γυμναστηρίου στο οποίο θα γίνουν μέλη. Στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων, αρχικά θα διατυπωθούν τα δημογραφικά και περιγραφικά χαρακτηριστικά που αφορούν στο σύνολο του δείγματος, των πιθανών δηλαδή πελατών ενός γυμναστηρίου. Στη συνέχεια, θα γίνει ο έλεγχος των ερευνητικών υποθέσεων. Θα αναλυθεί, δηλαδή, η σημαντικότητα του κάθε παράγοντα που εξετάζεται στην έρευνα ανάλογα με την ηλικία του δείγματος και θα παρουσιαστούν οι διαφορές ανάμεσα σε αυτό.

4.2 Στατιστική Ανάλυση

Οι διάφορες στατιστικές αναλύσεις έγιναν με τη βοήθεια της excel. Ακόμη, πραγματοποιήθηκαν περιγραφικές στατιστικές αναλύσεις και συγκριτικές αναλύσεις των ανεξάρτητων μεταβλητών. Για να προχωρήσουμε στην σωστή ανάλυση των αποτελεσμάτων, διενεργήσαμε έλεγχο παραγόντων και ανάλυση αξιοπιστίας που θεωρούμε ότι είναι απαραίτητα ώστε τα μοντέλα να μας δώσουν τα σωστά αποτελέσματα.

4.2.1 Δημογραφικά αποτελέσματα – Περιγραφική στατιστική

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Ηλικιακό γκρούπ 15-25	48	21.8%	21.8%
Ηλικιακό γκρούπ 26-35	54	24.5%	46.4%
Ηλικιακό γκρούπ 36-45	62	28.2%	74.5%
Ηλικιακό γκρούπ 46+	56	25.5%	100.0%
Σύνολο Δείγματος	220	100.0%	

Πίνακας 4.1: Κατανομή ηλικίας

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.1, η πλειοψηφία των ερωτώμενων είχαν ηλικία μεταξύ των 36-45 ετών. Η ηλικιακή ομάδα 46+ ετών εμφανίζεται ως η κατηγορία με την δεύτερη μεγαλύτερη συχνότητα. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι, οι κατηγορίες αυτές είναι οικονομικά ανεξάρτητες σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα, οικογενειακά αποκατεστημένες και πρώτιστο ρόλο για αυτές τις κατηγορίες έχει πλέον η καλή εμφάνιση και η υγιεινή ζωή. Το μικρότερο ποσοστό παρουσιάζουν οι ηλικίες 15-25 ετών, είτε λόγω της μικρότερης προσέλευσης σε γυμναστήρια, είτε του γεγονότος ότι στην κατηγορία αυτή ανήκουν άτομα που δεν είναι οικονομικά ανεξάρτητοι (μαθητές/ φοιτητές/ άνεργοι), είτε λόγω αδιαφορίας λόγω του νεαρού της ηλικίας τους.

	Frequency	Percent
Άντρας	114	51.8%
Γυναίκα	106	48.2%
Σύνολο Δείγματος	220	100.0%

Πίνακας 4.2: Κατανομή γένους

Παρατηρούμε (Πίνακας 4.2) ότι μεγαλύτερος αριθμός αντρών γυμνάζεται από ότι οι γυναίκες αλλά δεν είναι αισθητή η διαφορά όπως προηγούμενα χρόνια. Μεγάλο και καθοριστικό ρόλο σε αυτό έπαιξε η καταξίωση της γυναίκας στον επαγγελματικό τομέα που επέφερε την οικονομική της ανεξαρτησία, όπως και η εξίσωση της με τον άντρα που της δίνει περισσότερα δικαιώματα και ελευθερίες. Παρόλα αυτά, ο άντρας που θεωρεί το γυμνασμένο σώμα ως στοιχείο επιβίωσης δεν πιστεύω να αποκαθλωθεί σε αυτό τον τομέα.

	Frequency	Percent	Cumulative Percent
Χαμηλή	7	3.2%	3.2%
Μέση	94	42.7%	45.9%
Ανώτερη	41	18.6%	64.5%
Ανώτατη	78	35.5%	100.0%
Σύνολο Δείγματος	220	100.0%	

Πίνακας 4.3: Κατανομή Μορφωτικού Επιπέδου

Στην ερώτηση σχετικά με το μορφωτικό τους επίπεδο (Πίνακας 4.3), ψηλότερο ποσοστό καταλαμβάνουν οι απόφοιτοι Μέσης Εκπαίδευσης, με ποσοστό 42,7%.

Επιπρόσθετα, το 18,6% απάντησε ότι είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ, ενώ οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου ή διδακτορικού φτάνουν το 35,5%.

4.2.2 Ανάλυση Παραγόντων

Ο κλάδος των χώρων άθλησης είναι ένα κομμάτι της σύγχρονης κυπριακής οικονομίας, αλλά έχει και σημαντική βαρύτητα στον κοινωνικό ιστό της χώρας. Παράλληλα, η αναδιαμόρφωση των πλαισίων λειτουργίας των γυμναστηρίων μετά από τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς και η οικονομική κρίση που περιορίζει τα έσοδα και τον κύκλο εργασιών των γυμναστηρίων, δημιουργεί την ανάγκη αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών των γυμναστηρίων και την εξεύρεση τρόπων αναβάθμισης.

Η διαμόρφωση της αγοράς και ο έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων απαιτεί συνεχή ανάλυση και αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών τους ώστε να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα για την ορθή δημιουργία και λειτουργία των επιχειρήσεων χώρων άθλησης.

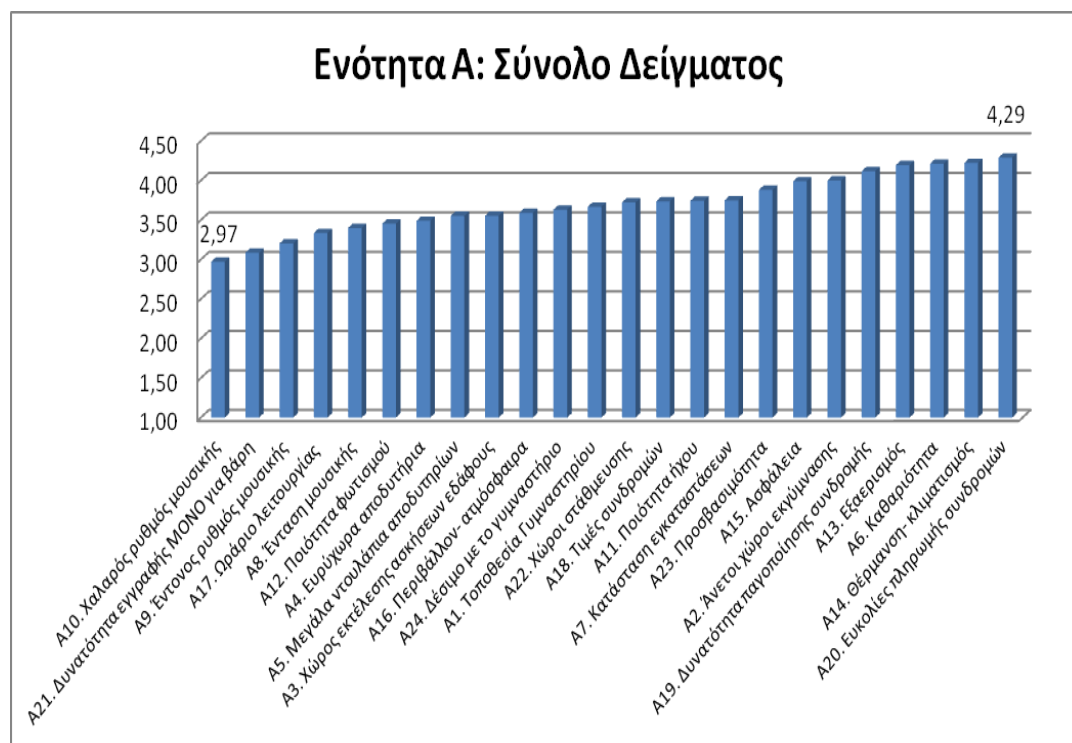
Ο κάθε παράγοντας που εξετάστηκε, αξιολογήθηκε από τους ερωτούμενους με κλίμακα από 1-5, όπου 1: Καθόλου σημαντικός Παράγοντας για την επιλογή γυμναστηρίου, και 5: Πολύ Σημαντικός παράγοντας για την επιλογή γυμναστηρίου. Παρακάτω παρουσιάζεται μια συνοπτική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας, ενώ στο τέλος της Μελέτης (Παράρτημα Β) γίνεται αναλυτική παρουσίαση όλων των παραγόντων της έρευνας.

Κάποιες προσπάθειες και μέθοδοι αξιολόγησης της ποιότητας υπηρεσιών στα γυμναστήρια, έχουν προϋπάρξει για άλλες χώρες. Στη μελέτη αυτή δημιουργήσαμε ένα σύνολο παραγόντων προς αξιολόγηση, σχετικό με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τους παράγοντες αυτούς τους διαχωρίσαμε σε 4 βασικές κατηγορίες και με κατάλληλη ανάλυση και επεξεργασία καταλήξαμε σε κάποια αποτελέσματα. Αυτά, αποκαλύπτουν πολλά για την αξιολόγηση των παραγόντων σημαντικότητας και τον τρόπο που τους αντιμετωπίζουν οι δυνητικοί πελάτες των χώρων άθλησης. Στόχος μας είναι να καταλήξουμε σε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα που θα τα εκμεταλλευτούν ιδιοκτήτες ή επενδυτές του τομέα των χώρων άθλησης.

4.2.2.1 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Α σε σχέση με τη σημαντικότητα

Οι παράγοντες της ενότητας Α κατατάσσονται με σειρά σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος στο Σχεδιάγραμμα Β.1.145:

Σχεδιάγραμμα 4.1: Ενότητα Α: Εγκαταστάσεις – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Εγκαταστάσεις» στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «οι ευκολίες πληρωμής των συνδρομών», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,29 από τα 5. Το αποτέλεσμα αυτό καταδεικνύει τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον τόπο μας. Όλοι οι πολίτες ανεξαρτήτως ηλικίας έχουν επηρεαστεί από το γεγονός αυτό και επιζητούν τις ευκολίες πληρωμής για να μπορούν να διαχειρίζονται πιο εύκολα το διαθέσιμό τους εισόδημα. Ακολουθεί ο παράγοντας «Θέρμανση-Κλιματισμός». Η εκγύμναση στο γυμναστήριο απαιτεί σωστή θερμοκρασία στον χώρο (22°- 24°) για να μπορεί ο αθλούμενος να γυμνάζεται με άνεση. Από την εμπειρία μου στα γυμναστήρια παρατηρώ ότι στην προσπάθεια για εξοικονόμηση, πολλοί γυμναστηριούχοι αδιαφορώντας επιδεικτικά, δεν δίνουν σημασία στην ψύξη ή θέρμανση του χώρου κατά τους χειμερινούς ή καλοκαιρινούς μήνες αντίστοιχα με αποτέλεσμα πολλά μέλη να έχουν παράπονα και να εγκαταλείπουν το γυμναστήριο γι' αυτόν και μόνο τον λόγο. Το αποτέλεσμα της έρευνάς επιβεβαιώνει την σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για τους αθλούμενους.

Πολύ σημαντικούς επίσης θεωρούν οι ερωτώμενοι τους παράγοντες «Καθαριότητα» και «Εξαερισμός». Η άσκηση ταυτίζεται με την καλή υγεία και κατ' επέκταση με την καλή υγιεινή. Επομένως τα μέλη των γυμναστηρίων θα ήθελαν να γυμνάζονται σε ένα καθαρό περιβάλλον χωρίς οσμές, ακαθαρσίες και περιττά αντικείμενα όπως άδεια μπουκάλια νερού στο πάτωμα και υπολείμματα ιδρώτα στα μηχανήματα.

Η «Δυνατότητα παραγωγής της συνδρομής» ακολουθεί στο βαθμό σημαντικότητας. Αυτό κατά την γνώμη μας ερμηνεύεται από το γεγονός ότι πολλές φορές λόγω φόρτου εργασίας, διαφόρων τραυματισμών, διακοπών κ.α., τα μέλη αναγκάζονται να απουσιάσουν για κάποιο διάστημα από το γυμναστήριο και επιθυμούν την παραγωγή της συνδρομής ούτως ώστε να μην πληρώνουν άδικα για μια υπηρεσία που δεν καταναλώνουν. Αυτό κατά την γνώμη μας είναι απολύτως ορθό αν λάβουμε υπ' όψιν την οικονομική κρίση που δεν αφήνει περιθώρια για περιττά έξοδα. Θα πρέπει όμως κατά την γνώμη μας να υπάρχουν κάποια όρια και κανόνες για να μπορούν και οι γυμναστηριούχοι να έχουν έλεγχο των οικονομικών καθώς και των συνδρομών τους.

Οι «άνετοι χώροι εκγύμνασης» βαθμολογήθηκαν επίσης με υψηλό βαθμό σημαντικότητας κάτι που δείχνει την ανάγκη των αθλουμένων ή υποψήφιων αθλουμένων να γυμνάζονται άνετα χωρίς να ενοχλούν ή να ενοχλούνται. Πολλές φορές οι γυμναστηριούχοι δεν αφήνουν τις απαραίτητες αποστάσεις μεταξύ των μηχανημάτων, ούτε διαδρόμους για την ασφαλή και άνετη διέλευση των αθλουμένων με αποτέλεσμα να προκαλείται δυσφορία αλλά και ένταση στο χώρο. Κάτι τέτοιο μειώνει τον βαθμό ικανοποίησή τους.

Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες, όπως αξιολογήθηκαν από το σύνολο των ερωτώμενων είναι «ο χαλαρός ρυθμός μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,97 από τα 5. Οι ερωτώμενοι δεν ενδιαφέρονται για ένα χαλαρό ρυθμό της μουσικής στο γυμναστήριο αφού κάτι τέτοιο τους κάνει πιο νωθρούς και μειώνει την επιθυμία τους για άσκηση.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Δυνατότητα εγγραφής μόνο για βάρη». Το γεγονός αυτό δείχνει ότι πλέον οι αθλούμενοι στο γυμναστήριο δεν δίνουν σημασία μόνο στις ασκήσεις με βάρη αλλά επιθυμούν και άλλα είδη εκγύμνασης όπως είναι τα ομαδικά προγράμματα που περιλαμβάνουν διαφορετικά είδη άσκησης. Το αποτέλεσμα αυτό καταδεικνύει και την αλλαγή στον τρόπο σκέψης των αθλουμένων σε σχέση με τα

παλαιά χρόνια που θεωρούσαν πως μόνο με τις ασκήσεις στα βάρη μπορεί κανείς να αποκτήσει ένα καλογυμνασμένο και ωραίο σώμα.

Ακολουθεί ο «Έντονος ρυθμός μουσικής» όπου σε συνδυασμό με τον λιγότερο σημαντικό παράγοντα που είδαμε παραπάνω (χαλαρός ρυθμός μουσικής) δείχνει την μειωμένη σημασία που δίνουν οι ερωτώμενοι στον ρυθμό της μουσικής. Ο ρυθμός της μουσικής δεν φαίνεται ικανός να επηρεάσει την απόφασή τους για την επιλογή ενός γυμναστηρίου.

Εάν ο ιδιοκτήτης ενός γυμναστηρίου επιθυμεί να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, ανάλογα με τις ηλικίες των πελατών, θα πρέπει να κοιτάξουμε τη σύγκριση της σημαντικότητας των παραγόντων για κάθε μια από τις ηλικιακές ομάδες που εξετάστηκαν στην έρευνα.

Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.1.2):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Εγκαταστάσεις», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «οι ευκολίες πληρωμής των συνδρομών», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,52 από τα 5. Στην πλειοψηφία τους τα άτομα που ανήκουν στην συγκεκριμένη ηλικιακή

ομάδα είναι κυρίως μαθητές, φοιτητές αλλά και άνεργοι οι οποίοι είναι οικονομικά εξαρτώμενοι από τρίτα άτομα κυρίως τους γονείς τους. Γι' αυτό και το αποτέλεσμα μας θεωρείται απολύτως λογικό και αναμενόμενο. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα καταδεικνύει τόσο την σοβαρότητα και ειλικρίνεια με την οποία απάντησαν οι ερωτώμενοι, όσο και την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων της έρευνάς μας. Ακολουθεί ο παράγοντας «Τιμές Συνδρομών» ο οποίος έχει άμεση σχέση με τον σημαντικότερο παράγοντα που αναφέραμε παραπάνω. Ακολουθεί η «Δυνατότητα παγοποίησης της συνδρομής». Τα άτομα αυτής της ηλικιακής ομάδας, αρκετές φορές, λόγω μαθημάτων, εξετάσεων κ.α. δεν μπορούν να πηγαίνουν στο γυμναστήριο για κάποιο χρονικό διάστημα. Σ' αυτή τη φάση της ζωής τους έχουν σαν κύριο τους μέλημα τα μαθήματά τους αλλά και την επαγγελματική τους αποκατάσταση. Λόγο της οικονομικής τους εξάρτησης από τρίτα άτομα θεωρούν σημαντικό τον παράγοντα αυτό για να μην τους επιβαρύνουν χωρίς λόγο, ιδιαίτερα την εποχή αυτή όπου η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά όλους. Γι' αυτό και ο παράγοντας αυτός βρίσκεται πολύ ψηλά στην λίστα των σημαντικότερων παραγόντων.

Βλέπουμε λοιπόν πως γι' αυτή την ηλικιακή ομάδα οι σημαντικότεροι παράγοντες σχετίζονται με τον ένα ή τον άλλο τρόπο με τα οικονομικά. Η διαπίστωση αυτή είναι πολύ σημαντική για τους γυμναστηριούχους που θέλουν να στοχεύσουν σ' αυτή την ηλικιακή ομάδα.

Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες, όπως αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «ο χαλαρός ρυθμός μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,56 από τα 5. Νέοι και χαλαρός ρυθμός μουσικής φαίνεται πως στις μέρες μας δεν πάνε μαζί. Οι νέοι ζουν έντονα την ζωή και αυτό μεταφέρεται και στο γυμναστήριο όπου αναζητούν έντονους ρυθμούς μουσικής για να ασκηθούν. Κάτι τέτοιο φαίνεται ότι τους ανεβάζει ψυχολογικά και κάνει την γυμναστική πιο ενδιαφέρουσα.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Ωράριο λειτουργίας του γυμναστηρίου». Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι οι ώρες που επισκέπτονται το γυμναστήριο τα νεαρά άτομα είναι ώρες που σίγουρα όλα τα γυμναστήρια είναι ανοικτά (10:00- 19:00 κυρίως). Δεν επιθυμούν να γυμναστούν πολύ πρωινές (6:00) ή πολύ βραδινές (20:00) ώρες όπου υπάρχει πιθανότητα κάποια γυμναστήρια να είναι κλειστά γι' αυτό και ο παράγοντας αυτός τους βρίσκει αδιάφορους.

Σειρά στην κατάταξη των λιγότερο σημαντικών παραγόντων παίρνουν τα «Ευρύχωρα αποδυτήρια». Τα άτομα αυτής της ομάδας πολλές φορές δεν ξέρουν καν που βρίσκονται τα αποδυτήρια του γυμναστηρίου αφού πάνε σ' αυτό με τα ρούχα της γυμναστικής τους και μόνο, και δεν επιθυμούν τίποτα άλλο παρά να κάνουν την προπόνησή τους και να φύγουν.

Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.1.3):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Εγκαταστάσεις», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «οι ευκολίες πληρωμής των συνδρομών», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,22 από τα 5. Διαφαίνεται πως και σε αυτό το ηλικιακό γκρουπ το οικονομικό κομμάτι παίζει πρωτεύοντα ρόλο. Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι μερικά από τα άτομα αυτά είτε είναι άνεργοι, είτε εργάζονται με χαμηλή μισθοδοσία αν κρίνουμε από το νεαρό της ηλικίας τους και επομένως οι ευκολίες πληρωμής στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικές γι' αυτούς. Επιθυμούν να γυμνάζονται αλλά ταυτόχρονα να διατηρούν μια ισορροπία αναφορικά με τα οικονομικά τους, κάτι που θεωρείται απολύτως λογικό.

Στη συνέχεια έχουμε τον παράγοντα «Θέρμανση- Κλιματισμός» καθώς και τον παράγοντα «Ξαερισμός». Όπως αναφέραμε και στα γενικά συμπεράσματα της ενότητας αυτής οι υποψήφιοι πελάτες των γυμναστηρίων επιθυμούν να γυμνάζονται

σε ιδανικές συνθήκες θερμοκρασίας με άνεση και ασφάλεια. Οι έντονες μεταβολές της θερμοκρασίας που παρατηρούνται στον τόπο μας ειδικά τα τελευταία χρόνια επιβάλλουν να υπάρχει η σωστή θερμοκρασία στους χώρους εκγύμνασης, όπου εκτός από το αίσθημα της άνεσης, προσφέρει και ασφάλεια αναφορικά με την σωματική τους ακεραιότητα. Επίσης ο σωστός εξαερισμός προσφέρει το αίσθημα της φρεσκάδας στο χώρο απομακρύνοντας ανεπιθύμητες οσμές. Κάτι τέτοιο φαίνεται πως ενδιαφέρει πολύ αυτό το ηλικιακό γκρουπ και θα πρέπει να είναι εις γνώση όσων γυμναστηριούχων επιθυμούν να στοχεύσουν σ' αυτή την κατηγορία.

Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες, όπως αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «ο χαλαρός ρυθμός μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,81 από τα 5. Και σε αυτή την ηλικιακή ομάδα φαίνεται ότι ο χαλαρός ρυθμός μουσικής τους αφήνει αδιάφορους. Χρειάζονται κάτι πιο ρυθμικό και ανεβαστικό που θα τους βοηθήσει να ξεφύγουν από το άγχος της καθημερινότητας.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Χώροι εκτέλεσης ασκήσεων εδάφους». Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί με δύο τρόπους. Είτε γιατί τα άτομα αυτά επικεντρώνονται στις ασκήσεις με τα βάρη και δεν επιθυμούν την εκτέλεση ασκήσεων στο έδαφος, είτε γιατί λόγω εμπειρίας και άνεσης μπορούν να εκτελέσουν ασκήσεις εδάφους σε οποιοδήποτε μέρος του γυμναστηρίου, ακόμη και στους διαδρόμους μεταξύ των μηχανημάτων. Από την εμπειρία μου πιστεύω πως ο δεύτερος τρόπος είναι και ο πιο πιθανός.

Ο παράγοντας «Ευρύχωρα αποδυτήρια», ακολουθεί με μειωμένο βαθμό σημαντικότητας. Από το αποτέλεσμα φαίνεται πως η ηλικιακή ομάδα των 26-35 ετών δεν είναι ιδιαίτερα απαιτητική σχετικά με την ευρυχωρία των αποδυτηρίων αφού όσοι από αυτούς τα χρησιμοποιούν είναι απλά για ελάχιστο χρονικό διάστημα μέχρι να φρεσκαριστούν ή να κάνουν το μπάνιο τους, κάτι που δεν επηρεάζει σχεδόν καθόλου την απόφαση τους στην επιλογή ενός γυμναστηρίου.

Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.1.4):



Αναφορικά με την ηλικιακή ομάδα 36-45 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Εγκαταστάσεις», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Εξοπλισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,37 από τα 5. Τα άτομα αυτά ενδιαφέρονται περισσότερο για ένα καθαρό περιβάλλον στον χώρο που γυμνάζονται μακριά από ανεπιθύμητες οσμές. Είναι φυσικό όταν αρκετά άτομα γυμνάζονται σε ένα κλειστό χώρο όπως είναι το γυμναστήριο, να δημιουργείται ιδρώτας και η ατμόσφαιρα να γίνεται αποπνικτική. Τα άτομα αυτής της ηλικίας επιθυμούν περισσότερο από οτιδήποτε άλλο μια καθαρή ατμόσφαιρα και ένα υγιές περιβάλλον. Με ένα πολύ καλό σύστημα εξαερισμού μπορεί η επιθυμία τους αυτή να ικανοποιηθεί προς όφελος όλων.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Θέρμανση- Κλιματισμός». Όπως και στην προηγούμενη ηλικιακή ομάδα (26-35 ετών) φαίνεται ότι και αυτή θεωρεί τον παραπάνω παράγοντα πολύ σημαντικό. Διαπιστώνουμε ότι όσο η ηλικία των ατόμων αυξάνεται τόσο και η επιθυμία τους για ιδανικές συνθήκες εκγύμνασης γίνεται μεγαλύτερη.

Δίνουν έμφαση σε ποιοτικούς παράγοντες που αφορούν το χώρο και κατ' επέκταση σε ένα υγιές περιβάλλον.

Στη συνέχεια προκύπτει ότι ένας άλλος σημαντικός παράγοντας γι' αυτή την ηλικιακή ομάδα είναι και πάλι οι «ευκολίες πληρωμής των συνδρομών». Η οικονομική κρίση όπως προείπαμε, ωθεί τα άτομα όλων των ηλικιών να επιζητούν τις ευκολίες πληρωμής όπου μπορούν. Βλέπουμε ότι ακόμα και άτομα που θεωρητικά είναι οικονομικά ανεξάρτητα όπως οι ερωτώμενοι της εν λόγω ηλικιακής ομάδας επιθυμούν ευκολίες στην πληρωμή των συνδρομών τους. Το κούρεμα των καταθέσεων, η ανεργία, οι μειώσεις μισθών, οι αυξήσεις φόρων αλλά και η αβεβαιότητα για το μέλλον δικαιολογεί απόλυτα την επιθυμία αυτή. Το αποτέλεσμα αυτό είναι μια απόδειξη των δυσκολιών που περνά στο σύνολό της η κοινωνία μας σήμερα. Κάποιοι σε μικρότερο και κάποιοι άλλοι σε μεγαλύτερο βαθμό, σίγουρα όμως όλοι, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο έχουμε επηρεαστεί από την κρίση που περνά ο τόπος μας. Γι' αυτό θεωρούμε πως ο κάθε γυμναστηριούχος ή υποψήφιος επενδυτής στον τομέα αυτό θα πρέπει να έχει ψηλά στην λίστα του, την ικανοποίηση αυτού του σημαντικού παράγοντα.

Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες, όπως αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «ο έντονος ρυθμός μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,71 από τα 5 αλλά και «ο χαλαρός ρυθμός μουσικής». Τα άτομα αυτά αδιαφορούν απ' ότι φαίνεται για τον ρυθμό της μουσικής στο γυμναστήριο. Τα καθημερινά προβλήματα, το στρες και η αγωνία για το μέλλον τόσο των ίδιων όσο και των παιδιών τους φαίνεται πως τους κάνουν να μην δίνουν σημασία σε αυτό τον παράγοντα. Επίσης από την εμπειρία μου, τα περισσότερα άτομα της ηλικίας αυτής, επισκέπτονται το γυμναστήριο έχοντας μαζί τους τα προσωπικά τους ακουστικά, επιλέγοντας οι ίδιοι το είδος της μουσικής που τους χαλαρώνει και τους ηρεμεί.

Από τους λιγότερο σημαντικούς παράγοντες είναι και η «Δυνατότητα εγγραφής μόνο για βάρη». Κάτι τέτοιο μπορεί να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι τα άτομα αυτά πέραν από την άσκησή τους στα βάρη, πολλές φορές επιζητούν την ηρεμία και την χαλάρωση. Κάτι τέτοιο προσφέρεται μέσω κάποιων ομαδικών προγραμμάτων όπως γιόγκα ή πιλάτες. Επομένως επιθυμούν να μπορούν να επιλέξουν ανάλογα και με την διάθεσή τους, ποιά υπηρεσία του γυμναστηρίου να καταναλώσουν.

Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και άνω: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων
(Σχεδιάγραμμα 4.1.5):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και άνω σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Εγκαταστάσεις», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Εξαερισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,63 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Άνετοι χώροι εκγύμνασης» και «Θέρμανση- Κλιματισμός». Βλέπουμε ότι και σε αυτή την ομάδα επιλέχθηκαν ως πολύ σημαντικοί, ποιοτικοί παράγοντες οι οποίοι έχουν σχέση με την καθαρή ατμόσφαιρα, την υγιεινή και την εξάσκηση σε ιδανικές συνθήκες θερμοκρασίας. Η ομάδα αυτή λόγω της αυξημένης ηλικίας δεν επιθυμεί να γυμνάζεται σε πολύ ψηλές ή σε πολύ χαμηλές θερμοκρασίες. Κάτι τέτοιο θα ήταν πολύ επικίνδυνο για την υγεία τους. Ακόμη, ο εξαερισμός, όπως αναφέραμε και για τις άλλες ηλικιακές ομάδες τους δίνει το αίσθημα της φρεσκάδας και αναζωογόνησης.

Επιπλέον έχουμε τους άνετους χώρους εκγύμνασης. Συνήθως τα άτομα αυτά δεν νιώθουν άνετα, ούτε διαθέτουν την απαραίτητη υπομονή όταν βρίσκονται σε ένα χώρο που περιορίζει τις κινήσεις τους. Επιλέγουν το γυμναστήριο για να χαλαρώσουν από τα καθημερινά άγχη και προβλήματα και όχι για να φτιάξουν το τέλειο σώμα

όπως οι νεότεροι σε ηλικία. Γι' αυτό και επιζητούν άνετους χώρους στα γυμναστήρια, για να μην ενοχλούν αλλά κυρίως να μην ενοχλούνται.

Λιγότερο σημαντικοί παράγοντες, όπως αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «ο έντονος ρυθμός μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,91 από τα 5. Ο παράγοντας αυτός φαίνεται ότι δεν τους ενδιαφέρει αφού οι περισσότεροι επιλέγουν το γυμναστήριο για χαλάρωση και ηρεμία, κάτι που δεν συνάδει με τον έντονο ρυθμό μουσικής.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Δυνατότητα εγγραφής μόνο για βάρη». Στόχος των περισσότερων ατόμων στην ηλικία αυτή δεν είναι όπως προαναφέραμε το καλογυμνασμένο σώμα αλλά η σωστή και ήπια εκγύμναση που προάγει την υγεία και την πνευματική ξεκούραση. Γι' αυτό και οι ασκήσεις στα βάρη θέλουν να είναι απλά ένα μέρος του προγράμματος τους σε συνδυασμό με ομαδικά προγράμματα όπως γιόγκα, πιλάτες, ασκήσεις διατάσεων που προσφέρουν χαλάρωση και ηρεμία στο σώμα. Επίσης αρκετά άτομα έχουν μυοσκελετικά προβλήματα και επιθυμούν να είναι ελεύθεροι να επιλέγουν τι θα κάνουν και σε ποιά μέρη του γυμναστηρίου να κινηθούν.

Επιπλέον έχουμε τον παράγοντα «περιβάλλον- ατμόσφαιρα». Αν και μας ξενίζει λίγο το αποτέλεσμα αυτό εντούτοις μπορεί να δικαιολογηθεί από το γεγονός ότι είναι τόσα πολλά τα καθημερινά προβλήματα και το άγχος στις ηλικίες αυτές, που αναγκάζουν αρκετά άτομα να κλείνονται στον εαυτό τους, να είναι στον δικό τους κόσμο, και να αδιαφορούν για το τι συμβαίνει γύρω τους. Χάνονται στις σκέψεις τους και δεν ενδιαφέρονται αν η ατμόσφαιρα στο γυμναστήριο είναι ωραία ή όχι.

4.2.2.2 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Β σε σχέση με τη σημαντικότητα

Οι παράγοντες της ενότητας Β κατατάσσονται με σειρά σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος στο Σχεδιάγραμμα Β.2.31:

Σχεδιάγραμμα 4.2.1: Ενότητα Β: Μηχανήματα – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Μηχανήματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «η Επάρκεια μηχανημάτων», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,10 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων», «Επάρκεια από ελεύθερα βάρη» και «Ευκολία στη χρήση».

Οι 3 πρώτοι κατά σειρά παράγοντες έχουν άμεση σχέση με την ύπαρξη επαρκούς εξοπλισμού στον χώρο. Διαφαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων επιθυμεί να μην αναμένει αρκετή ώρα για την χρησιμοποίηση ενός οργάνου. Ιδιαίτερα τις ώρες αιχμής των γυμναστηρίων (7:00- 9:00) και (18:00-20:00) παρατηρείται συνωστισμός στα διάφορα όργανα και μηχανήματα με αποτέλεσμα την πολύωρη αναμονή και την δημιουργία έντασης ανάμεσα στα μέλη. Ο χρόνος είναι πολύτιμος για όλους και η ύπαρξη του απαραίτητου εξοπλισμού στο χώρο θεωρείται άκρως σημαντικό θέμα. Κάτι τέτοιο θα πρέπει να προβληματίσει έντονα τους υπευθύνους των γυμναστηρίων και θα πρέπει να κάνουν τις απαραίτητες ενέργειες προκειμένου η εκγύμναση όλων να γίνεται απρόσκοπτα και ομαλά.

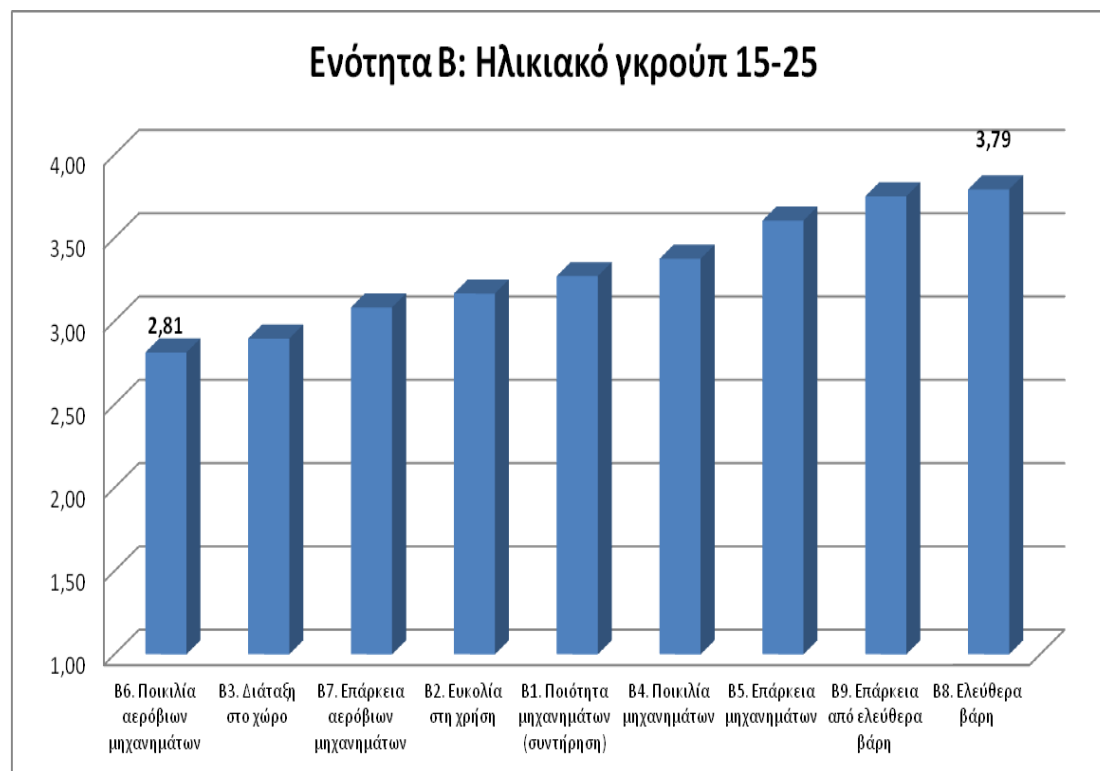
Στη σειρά σημαντικότητας ακολουθεί η ευκολία στη χρήση των μηχανημάτων. Αρκετές φορές τα μηχανήματα με τα οποία είναι εξοπλισμένα τα γυμναστήρια είναι πολύπλοκα, διαθέτουν υψηλή τεχνολογία και απαιτούν πολλές ρυθμίσεις προκειμένου να προσαρμοστούν στον σωματότυπο του κάθε μέλους. Κάτι τέτοιο προσβλέπει στην όσο καλύτερη εκτέλεση των ασκήσεων από πλευράς των μελών. Αυτό που επιθυμούν είναι, να είναι όσο το δυνατόν πιο εύχρηστα, με αναρτημένες τις απαραίτητες οδηγίες προκειμένου να μην χάνουν πολύτιμο χρόνο και να μην μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν καθόλου όταν το προσωπικό δεν μπορεί να τους εξυπηρετήσει τη δεδομένη στιγμή.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι «η ποικιλία μηχανημάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,21 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ελεύθερα Βάρη» και «Ποικιλία αερόβιων μηχανημάτων», παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν λιγότερο ένα πελάτη στην απόφαση του για επιλογή Γυμναστηρίου.

Στο σύνολό τους οι ερωτώμενοι φαίνεται να μην δίνουν αρκετή σημασία στην ποικιλία των αερόβιων και άλλων μηχανημάτων κάτι που δείχνει την επιθυμία τους στην ύπαρξη απλά του απαραίτητου εξοπλισμού στον χώρο. Δεν επιθυμούν κάτι εξειδικευμένο αλλά την ύπαρξη του αναγκαίου εκείνου εξοπλισμού για ένα ασφαλές και σωστό πρόγραμμα γυμναστικής. Επιπλέον τα ελεύθερα βάρη φαίνεται να προτιμούνται λιγότερο κι αυτό γιατί πολλά μέλη για λόγους ασφαλείας προτιμούν τα μηχανήματα στις ασκήσεις ενδυνάμωσης αφού τα ελεύθερα βάρη απαιτούν πολύ καλή τεχνική εκτέλεσης, κάτι που είναι δύσκολο να επιτευχθεί από άτομα που δεν έχουν μεγάλη εμπειρία σε αυτό.

Αν ο ιδιοκτήτης του γυμναστηρίου θέλει να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, ανάλογα με τις ηλικίες των πελατών, θα πρέπει να κοιτάξουμε τη σύγκριση της σημαντικότητας των παραγόντων για κάθε μια από τις ηλικιακές ομάδες που εξετάστηκαν στην έρευνα.

Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.2.2):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Μηχανήματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι τα «ελεύθερα βάρη», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 3,79 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Επάρκεια από ελεύθερα βάρη» και «Επάρκεια Μηχανημάτων». Τα νεαρά άτομα, επηρεασμένοι κυρίως από το διαδίκτυο έχουν την λανθασμένη εντύπωση ότι εκτελώντας τις ασκήσεις με τα ελεύθερα βάρη, οι οποίες είναι πιο δύσκολες και απαιτητικές, μπορείς να φτιάξεις καλύτερο σώμα. Αυτό το στοιχείο τους οδηγεί στην επιλογή των ελεύθερων βαρών για την εκγύμνασή τους. Γι' αυτό και θεωρούν πολύ σημαντική τόσο την ύπαρξή τους όσο και την επάρκειά τους στο χώρο. Ακόμη επιθυμούν την επάρκεια των μηχανημάτων για να μην χάνουν πολύτιμο χρόνο κατά την εκτέλεση των προγραμμάτων τους αφού αρκετά προγράμματα γυμναστικής απαιτούν συνεχόμενη εκτέλεση των ασκήσεων χωρίς καθόλου ενδιάμεσο διάλειμμα.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι «η ποικιλία αερόβιων μηχανημάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,81 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Διάταξη

στο χώρο» και «Επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων», παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν λιγότερο ένα πελάτη στην απόφαση του για επιλογή γυμναστηρίου.

Τα άτομα αυτής της ηλικιακής ομάδας έχουν σαν στόχο να έχουν ένα ωραίο καλογυμνασμένο σώμα εξωτερικά, αδιαφορώντας για άλλα οφέλη της γυμναστικής όπως η καρδιοαναπνευστική αντοχή που βοηθά μεταξύ άλλων στην πρόληψη καρδιαγγειακών παθήσεων και μπορεί να επιτευχθεί μέσω της αερόβιας άσκησης. Κάτι τέτοιο επιβεβαιώνεται από την έρευνά μας και τα αποτελέσματα αναφορικά με την ποικιλία αλλά και την επάρκεια των αερόβιων μηχανημάτων, που όπως δείχνουν τα παραπάνω στατιστικά στοιχεία θεωρούνται ασήμαντα.

Ακόμη η διάταξη των μηχανημάτων στον χώρο δεν τους ενδιαφέρει και πολύ. Παραμένουν προσηλωμένοι στον στόχο για ένα ωραίο σώμα και αδιαφορούν για ποιοτικούς παράγοντες όπως αυτός. Όπως κι αν είναι η διάταξη στο χώρο δεν επηρεάζονται στην εκτέλεση του προγράμματός τους.

Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.2.3):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Μηχανήματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «τα ελεύθερα βάρη», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,11 από τα 5.

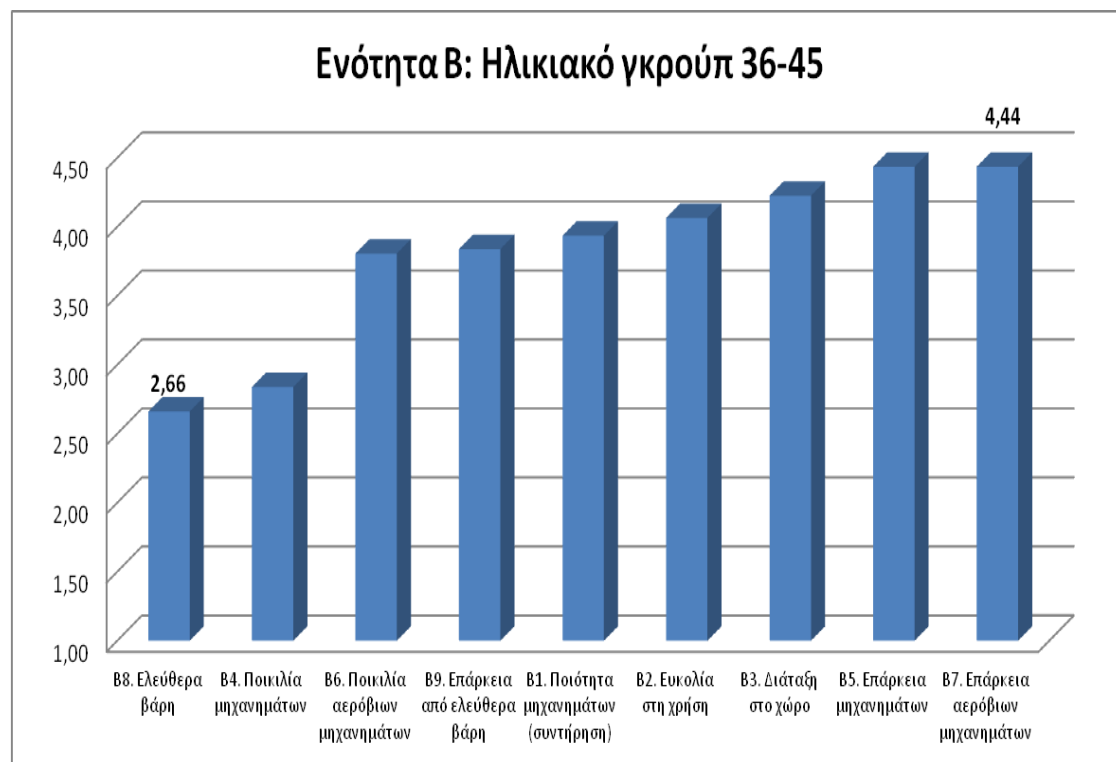
Ακολουθούν οι παράγοντες «Επάρκεια Μηχανημάτων» και «Επάρκεια από ελεύθερα βάρη». Όπως και στην προηγούμενη, έτσι και σε αυτή την ηλικιακή ομάδα επικρατούν οι ίδιοι παράγοντες για τους ίδιους ακριβώς λόγους.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι η «ποικιλία αερόβιων μηχανημάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,22 από τα 5. Τα άτομα αυτά χρησιμοποιούν τους διαδρόμους, τα ελλειπτικά και τα ποδήλατα για την αερόβιά τους άσκηση, μηχανήματα τα οποία διαθέτουν όλα τα γυμναστήρια αφού θεωρούνται απαραίτητα και δεν επιθυμούν κάτι άλλο πιο εξειδικευμένο.

Ακολουθεί ο παράγοντας «ευκολία στη χρήση». Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί από το γεγονός ότι το νεαρό της ηλικίας σε συνδιασμό με τα χρόνια εμπειρίας τους στα γυμναστήρια δίνουν την εντύπωση πως τα ξέρουν όλα και τίποτα δεν μπορεί να τους δυσκολέψει. Συμπεριφέρονται κάπως εγωιστικά και θεωρούν πως όλα είναι εύκολα. Εμπειρικά θα λέγαμε πως κάτι τέτοιο ισχύει μόνο για λίγους.

Η «Ποιότητα μηχανημάτων», θεωρείται επίσης μειωμένης σημαντικότητας. Κι' αυτό γιατί είναι προσηλωμένοι στον στόχο τους όπως αναφέραμε παραπάνω και δεν δίνουν σημασία στην συντήρηση των μηχανημάτων. Θα εκτελέσουν την άσκησή τους κάτω από οποιεσδήποτε συνθήκες.

Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.2.4):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Μηχανήματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «η επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,44 από τα 5. Τα άτομα της ομάδας αυτής θεωρούν σημαντική την αερόβια άσκηση και κατανοούν τα οφέλη που προκύπτουν από αυτήν, με αποτέλεσμα να επιθυμούν την ύπαρξη αρκετών αερόβιων μηχανημάτων στον χώρο προκειμένου σε κάθε επίσκεψή τους στο γυμναστήριο να μπορούν να την εκτελούν.

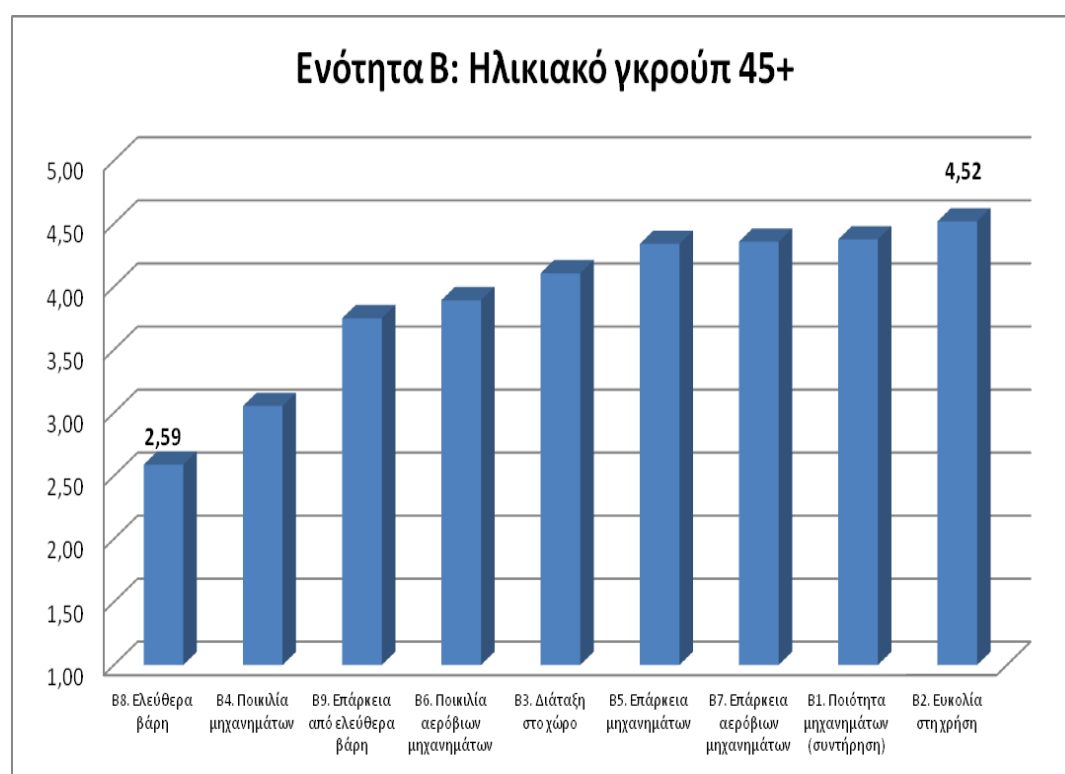
Ακολουθεί ο παράγοντας «Επάρκεια Μηχανημάτων». Ο πολλές οικογενειακές αλλά και επαγγελματικές υποχρεώσεις δεν τους επιτρέπουν την πολύωρη παρουσία τους στο γυμναστήριο. Ακόμη αρκετοί από αυτούς επισκέπτονται το γυμναστήριο τις ώρες αιχμής (7:00- 9:00) και (18:00-20:00), με αποτέλεσμα να ζητούν την επάρκεια μηχανημάτων για να μπορούν να εκτελούν γρήγορα το πρόγραμμά τους.

Επίσης, η «Διάταξη στο χώρο» είναι ένα άλλο στοιχείο που τους ενδιαφέρει για να αποφεύγουν τις πολλές μετακινήσεις στο χώρο και να έχουν εύκολη πρόσβαση σε όλα τα μηχανήματα, κερδίζοντας πολύτιμο χρόνο.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι τα «ελεύθερα βάρη», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,66 από τα 5. Σε αντίθεση με τις νεαρότερες ηλικίες θεωρούν τα ελεύθερα βάρη λιγότερο σημαντικά αφού επιλέγουν για την ενδυνάμωσή τους είτε ασκήσεις στα μηχανήματα, είτε ασκήσεις εδάφους, αφού έτσι αισθάνονται πιο ασφαλείς. Στην πορεία των χρόνων κατανοούν καλύτερα ότι μπορείς να φτιάξεις ένα ωραίο σώμα με όλα τα είδη ασκήσεων, όχι μόνο με τα ελεύθερα βάρη.

Ακολουθούν οι παράγοντες «Ποικιλία μηχανημάτων» και «Ποικιλία αερόβιων μηχανημάτων». Κάτι τέτοιο δείχνει ότι αρέσκονται στον απαραίτητο εξοπλισμό που τους δίνει εύκολα την ευκαιρία να πετύχουν τους στόχους τους, όποιοι κι αν είναι αυτοί.

Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.2.5):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Μηχανήματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «η ευκολία στη χρήση μηχανημάτων», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,52 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ποιότητα μηχανημάτων» και «Επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων».

Αναφορικά με την ευκολία στη χρήση, θα λέγαμε ότι τα άτομα αυτά επιθυμούν την απλότητα. Ενδιαφέρονται να μπορούν να εκτελούν μόνοι τους τις ασκήσεις στα μηχανήματα χωρίς να ενοχλούν συνεχώς το προσωπικό για την επεξήγηση των ασκήσεων. Η πολυπλοκότητα των μηχανημάτων τους κουράζει και επίσης δεν διαθέτουν την απαραίτητη υπομονή. Πολλοί από αυτούς είναι τελείως αρχάριοι όσον αφορά την γυμναστική και η ευχρηστία των μηχανημάτων είναι κάτι που θα ήθελαν πολύ. Έχουν αρκετά πράγματα στο μυαλό τους και το τελευταίο πράγμα που επιθυμούν είναι να ακονίζουν το μυαλό τους για να εντοπίσουν πως λειτουργεί ένα μηχανήμα στο γυμναστήριο.

Ενδιαφέρονται επίσης για την ποιότητα των μηχανημάτων αφού αν κάτι τέτοιο ισχύει, σε συνδυασμό με την ευκολία στην χρήση, κάνει τη ζωή τους στο γυμναστήριο πιο εύκολη.

Ακολουθεί ο παράγοντας που αναφέρεται στην επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων. Όπως αναφέραμε και για την προηγούμενη ηλικιακή ομάδα, έτσι και σε αυτήν, η αερόβια άσκηση θεωρείται απαραίτητη για καλή υγεία καθώς επίσης και για βελτίωση υφιστάμενων παθήσεων. Πολλά από τα άτομα αυτά ταλανίζονται από διάφορες παθήσεις και θεωρείται σίγουρο ότι πολλοί από τους γιατρούς των εν λόγω ατόμων, συστήνουν την αερόβια άσκηση για την βελτίωση διαφόρων παθήσεων. Έτσι επιθυμούν την επάρκεια των αερόβιων μηχανημάτων για να μπορούν σε οποιαδήποτε επίσκεψή τους στο γυμναστήριο, να εκτελέσουν και το αερόβιο τους πρόγραμμα, χωρίς μεγάλη αναμονή.

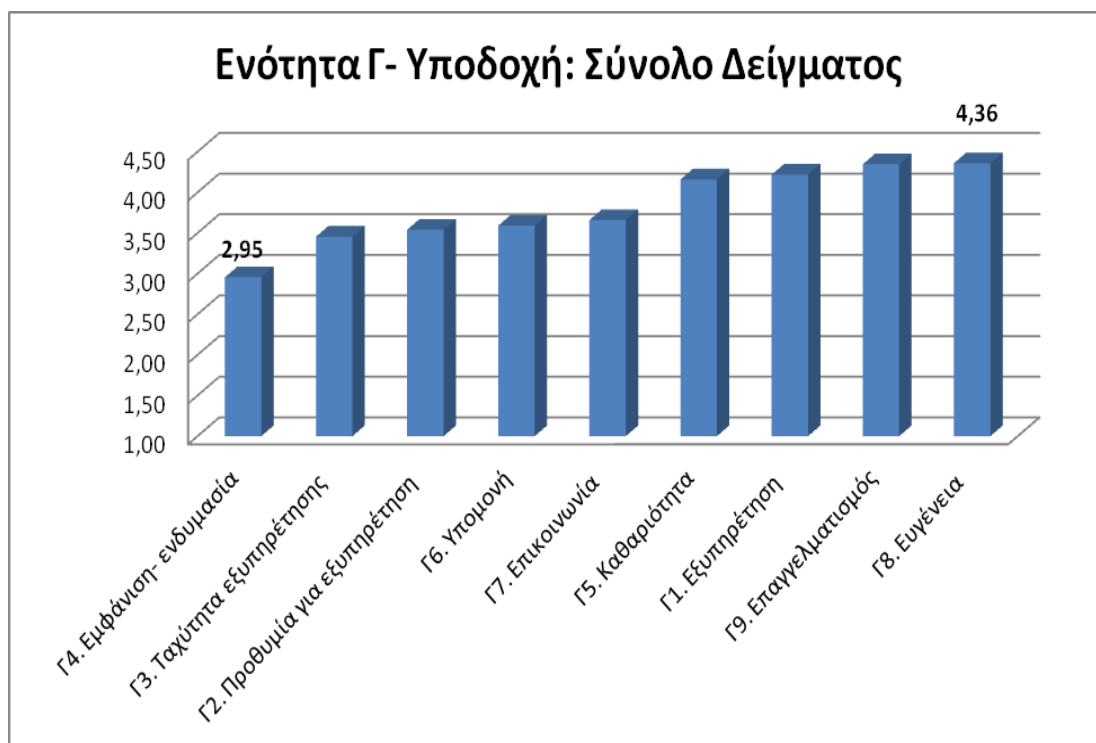
Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι τα «ελεύθερα βάρη», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,59 από τα 5. Η αιτιολογία του γεγονότος αυτού είναι η ίδια με αυτή του προηγούμενου ηλικιακού γκρουπ.

Επίσης έχουμε τον παράγοντα «Ποικιλία μηχανημάτων» που δείχνει την επιθυμία τους να γυμναστούν σωστά, εύκολα και απλά χωρίς να ενδιαφέρονται για την ύπαρξη διαφορετικών μηχανημάτων στον χώρο. Τους αρκούν τα απολύτως απαραίτητα. Επιπλέον μικρής σημασίας για τα άτομα αυτά είναι και η «Επάρκεια ελευθέρων βαρών», αφού συνήθως δεν τα χρησιμοποιούν στα προγράμματά τους.

4.2.2.3 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Γ - Υποδοχή σε σχέση με τη σημαντικότητα

Οι παράγοντες της ενότητας Γ- Προσωπικό Υποδοχής κατατάσσονται με σειρά σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος στο Σχεδιάγραμμα 4.3.1:

Σχεδιάγραμμα 4.3.1: Ενότητα Γ: Προσωπικό Υποδοχής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Προσωπικό Υποδοχής», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «Ευγένεια », αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,36 από τα 5. Όλα τα μέλη ή υποψήφια μέλη ενός γυμναστηρίου απαιτούν σεβασμό. Η ευγένεια από μέρους του προσωπικού υποδοχής είναι κάτι που φαίνεται να ικανοποιεί όλους γι' αυτό θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο στοιχείο αυτό.

Ακολουθεί ο παράγοντας «Επαγγελματισμός». Η επίδειξη επαγγελματικής συμπεριφοράς από αυτό τον τομέα του γυμναστηρίου προδιαθέτει τα μέλη για το πως είναι το γυμναστήριο στον κυρίως χώρο.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,95 από τα 5. Διαφαίνεται ότι τα μέλη ενός γυμναστηρίου δίνουν περισσότερη έμφαση κυρίως στην συμπεριφορά του προσωπικού υποδοχής και

μετέπειτα στην εξωτερική εμφάνιση. Απαιτούν όπως προείπαμε σεβασμό και αφήνουν σε δεύτερη μοίρα την εξωτερική εμφάνιση.

Ακολουθούν οι παράγοντες «Ταχύτητα Εξυπηρέτησης» και «Προθυμία για εξυπηρέτηση». Αυτό το αποτέλεσμα μας ξενίζει λίγο καθώς περιμέναμε ότι οι παράγοντες αυτοί θα θεωρούνταν πιο σημαντικοί. Κάτι τέτοιο δικαιολογείται από το γεγονός ότι η εξυπηρέτηση είναι ψηλά στη λίστα των σημαντικών παραγόντων, επομένως οι ερωτώμενοι φαίνεται πως απλά ενδιαφέρονται να εξυπηρετηθούν, ανεξαρτήτως ταχύτητας ή προθυμίας των υπαλλήλων υποδοχής.

Αν τώρα ο ιδιοκτήτης του γυμναστηρίου θέλει να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, ανάλογα με τις ηλικίες των πελατών, θα πρέπει να κοιτάξουμε τη σύγκριση της σημαντικότητας των παραγόντων για κάθε μια από τις ηλικιακές ομάδες που εξετάστηκαν στην έρευνα.

Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.2):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Προσωπικό Υποδοχής», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,17 από τα 5, ενώ ακολουθεί ο παράγοντας «Ευγένεια ». Φαίνεται πως παρά το νεαρό της ηλικίας των ατόμων αυτών, εντούτοις δικαίως θα λέγαμε απαιτούν

σεβασμό στην προσωπικότητά τους καθώς και επίδειξη επαγγελματικής συμπεριφοράς από το προσωπικό υποδοχής. Δεν επιθυμούν λόγω του γεγονότος ότι είναι νεαροί να μην τους εξυπηρετούν σωστά αφού και αυτοί είναι πελάτες ή υποψήφιοι πελάτες. Επομένως έχουν ίσα δικαιώματα με τους μεγαλύτερους.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα, είναι η «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,48 από τα 5, ενώ ακολουθούν οι παράγοντες «Ταχύτητα Εξυπηρέτησης» και «Προθυμία για εξυπηρέτηση». Η εξωτερική εμφάνιση δεν επηρεάζει τα άτομα της ομάδας αυτής. Θέλουν απλά να εξυπηρετηθούν και να νιώθουν ισότιμα μέλη στο γυμναστήριο αφού και αυτοί πληρώνουν την συνδρομή τους. Από τα αποτελέσματα φαίνεται πως αυτή η ηλικιακή ομάδα απάντησε με ωριμότητα και σοβαρότητα.

Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.3):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Προσωπικό Υποδοχής», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,24 από τα 5. Ακολουθεί και πάλι ο παράγοντας «Ευγένεια». Η ερμηνεία των αποτελεσμάτων είναι ίδια με τις προηγούμενες αναλύσεις μας.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους σε αυτή την ηλικιακή ομάδα είναι και πάλι η «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,72 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Προθυμία για εξυπηρέτηση» και «Ταχύτητα Εξυπηρέτησης». Η αιτιολογία εστιάζεται στους ίδιους λόγους που αναφέραμε παραπάνω.

Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.4):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Προσωπικό Υποδοχής», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι η «Ευγένεια» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,52 από τα 5, ενώ ακολουθεί ο παράγοντας «Καθαριότητα». Αναφορικά με την ευγένεια έχουμε αναφερθεί παραπάνω. Η καθαριότητα είναι ένα νέο στοιχείο σε αυτή την ηλικιακή ομάδα σαν σημαντικός παράγοντας. Τα άτομα αυτά δίνουν έμφαση και σε αυτό τον τομέα πράγμα που εξηγείται από το γεγονός πως ίσως θεωρούν ότι είναι ένα στοιχείο σεβασμού προς αυτούς.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι και πάλι η «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,19 από τα 5, ενώ ακολουθούν οι παράγοντες

«Επικοινωνία» και «Προθυμία για εξυπηρέτηση», τους οποίους περιμέναμε πιο σημαντικούς ειδικά για αυτή την ηλικιακή ομάδα.

Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.5):



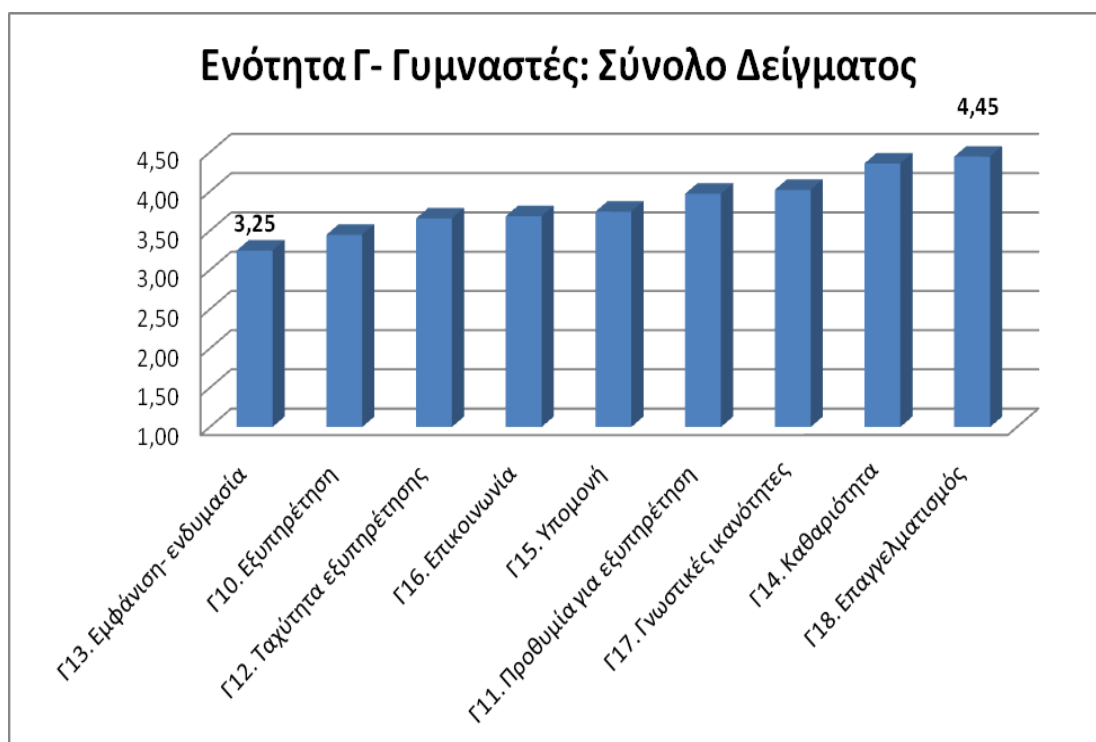
Στην Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Προσωπικό Υποδοχής», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,54 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ευγένεια», «Ποιότητα Εξυπηρέτησης» και «Καθαριότητα». Για αυτούς τους παράγοντες ισχύουν όσα αναφέραμε και για τις προηγούμενες ηλικιακές ομάδες.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,32 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Υπομονή» και «Επικοινωνία».

4.2.2.4 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Γ - Γυμναστές σε σχέση με τη σημαντικότητα

Οι παράγοντες της ενότητας Γ- Γυμναστές κατατάσσονται με σειρά σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος στο Σχεδιάγραμμα 4.3.6:

Σχεδιάγραμμα 4.3.6: Ενότητα Γ: Γυμναστές – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Γυμναστές», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Επαγγελματισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,45 από τα 5. Τα μέλη των γυμναστηρίων αποδεικνύεται πως δίνουν μεγάλη σημασία στην επίδειξη επαγγελματικής συμπεριφοράς από μέρους των γυμναστών. Μόνο έτσι μπορούν να τους εμπιστευτούν και να συνεργαστούν μαζί τους, προκειμένου να τους βοηθήσουν για να πετύχουν τους στόχους τους.

Ακολουθούν οι παράγοντες «Καθαριότητα», «Γνωστικές Ικανότητες». Αναφορικά με τον παράγοντα καθαριότητα θεωρούν ότι είναι μια ένδειξη σεβασμού προς τους πελάτες του γυμναστηρίου, ενώ η διαπίστωση της γνώσης γύρω από το αντικείμενό τους, δημιουργεί στα μέλη ένα αίσθημα ασφάλειας και σιγουριάς ότι βρίσκονται στο σωστό μέρος.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι η «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,25 από τα 5. Σε αντίθεση με άλλες εποχές, οι στενές μπλούζες από την μία και οι όμορφες παρουσίες από την άλλη δεν δείχνουν ικανές να επηρεάσουν την άποψη των μελών ή των υποψηφίων μελών για την επιλογή ενός γυμναστηρίου. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ποιότητα Εξυπηρέτησης» και «Ταχύτητα Εξυπηρέτησης». Οι παράγοντες αυτοί θα περιμέναμε να βρίσκονται στην λίστα με τους πιο σημαντικούς, εντούτοις αυτό μπορεί να δικαιολογηθεί από την διαφορετική αντίληψη που μπορεί να έχει ο κάθε ερωτώμενος αναφορικά με τους παράγοντες αυτής της ενότητας.

Αν τώρα ο ιδιοκτήτης του γυμναστηρίου θέλει να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, ανάλογα με τις ηλικίες των πελατών, θα πρέπει να κοιτάξουμε τη σύγκριση της σημαντικότητας των παραγόντων για κάθε μια από τις ηλικιακές ομάδες που εξετάστηκαν στην έρευνα.

Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.7):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Γυμναστές», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι η «Καθαριότητα» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,13 από τα 5. Οι ηλικίες

αυτές θεωρούν την καθαριότητα των γυμναστών ως στοιχείο σεβασμού προς τους πελάτες. Ακολουθούν οι παράγοντες «Επαγγελματισμός» την αιτιολογία του οποίου αναφέραμε σε προηγούμενη ανάλυση και «Υπομονή» την οποία φαίνεται να την επιθυμούν για το γεγονός πως πολλοί από αυτούς μπαίνουν για πρώτη φορά σε γυμναστήριο και η καθοδήγησή τους από τους γυμναστές απαιτεί περισσότερο χρόνο.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,94 από τα 5. Η ανάλυση αυτού του αποτελέσματος είναι ίδια με αυτήν των γενικών συμπερασμάτων. Ακολουθούν οι παράγοντες «Επικοινωνία» η οποία είναι θα λέγαμε εντελώς υποκειμενική και η «Ταχύτητα Εξυπηρέτησης» την οποία αναμέναμε να θεωρείτε πιο σημαντική. Ίσως ο διαθέσιμος χρόνος των ατόμων αυτών να είναι αρκετός και να μην ενδιαφέρονται για το πόσο γρήγορα θα εξυπηρετηθούν.

Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.8):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Γυμναστές», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,48 από τα 5. Ακολουθεί ο

παράγοντας «Καθαριότητα». Η επεξήγηση των αποτελεσμάτων για αυτούς τους δύο παράγοντες είναι ίδια με την επεξήγηση μας στα γενικά συμπεράσματα.

Επιπλέον έχουμε σαν σημαντικό παράγοντα την «Προθυμία για εξυπηρέτηση» η οποία δείχνει την ανάγκη αυτών των ατόμων να νιώθουν πως οι γυμναστές πρόθυμα τους βοηθούν και δεν εξαναγκάζονται από κανέναν. Κατί τέτοιο γίνεται εύκολα αντιληπτό από όλους. Για πρώτη φορά έχουμε επίσης τους σημαντικούς παράγοντες την «Εμφάνιση- Ενδυμασία». Η ηλικιακή ομάδα αυτή αρέσκεται σε νέα,όμορφα πρόσωπα καθώς και στην μόδα αναφορικά με την ενδυμασία. Κάτι τέτοιο πιθανόν να επηρεάσει και την απόφασή τους για την επιλογή ενός γυμναστηρίου.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Ποιότητα Εξυπηρέτησης», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,06 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Υπομονή» και «Επικοινωνία». Τα αποτελέσματα αυτά ερμηνεύονται από το γεγονός ότι δεν χρειάζονται τους γυμναστές για την καθοδήγησή τους, καθώς νιώθουν σίγουροι γι' αυτά που κάνουν και συνήθως ακολουθούν δικά τους προγράμματα εκγύμνασης.

Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.9):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Γυμναστές», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,55 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Καθαριότητα», «Γνωστικές Ικανότητες» και «Επικοινωνία».

Πέραν των τριών πρώτων παραγόντων οι οποίοι αναλύθηκαν παραπάνω έχουμε την επικοινωνία σαν ένα νέο σημαντικό στοιχείο στην κατηγορία αυτή. Τα άτομα αυτά νιώθουν την ανάγκη για σωστή επικοινωνία με τους γυμναστές προκειμένου να τους εμπιστευτούν και να κατανοήσουν τις επιθυμίες τους.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «ποιότητα εξυπηρέτησης», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,10 από τα 5. Πολλά άτομα επιθυμούν απλά να εξυπηρετηθούν χωρίς να είναι σε θέση να κρίνουν αν η εξυπηρέτηση που έλαβαν είναι ποιοτική ή όχι. Κάπως έτσι εξηγείται και το αποτέλεσμα αυτό. Ακολουθούν οι παράγοντες «Εμφάνιση/ Ενδυμασία» και «Ταχύτητα εξυπηρέτησης».

Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.3.10):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και άνω, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Γυμναστές», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι «Επαγγελματισμός» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,61 από τα 5. Ακολουθούν

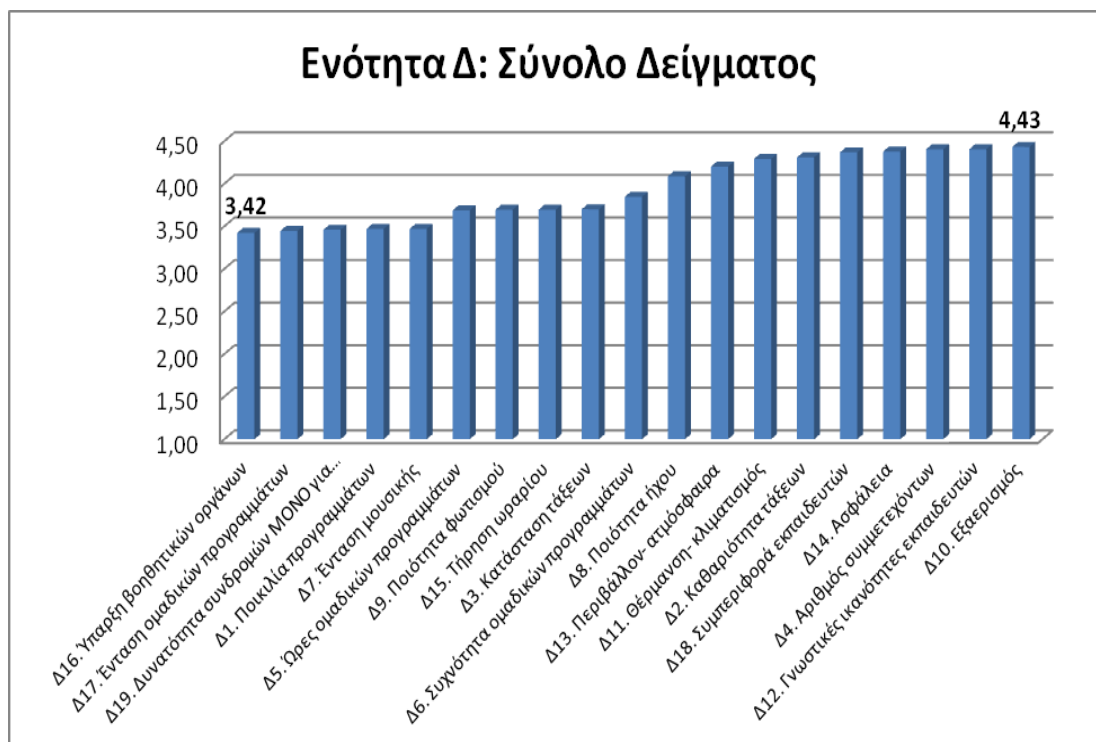
οι παράγοντες «Γνωστικές Ικανότητες», «Καθαριότητα» και «Προθυμία για Εξυπηρέτηση». Τα μεγαλύτερα άτομα, έχουν και πιο πολλές απαιτήσεις και αυτό φαίνεται από τα αποτελέσματα πιο πάνω.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι «Εμφάνιση- Ενδυμασία», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,30 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ποιότητα Εξυπηρέτησης» και «Ταχύτητα εξυπηρέτησης», παράγοντες οι οποίοι αιτιολογήθηκαν σε προηγούμενη ανάλυση.

4.2.2.5 Σύγκριση Παραγόντων Ενότητας Δ – Ομαδικά Προγράμματα σε σχέση με τη σημαντικότητα

Οι παράγοντες της ενότητας Δ- Ομαδικά Προγράμματα κατατάσσονται με σειρά σημαντικότητας για το σύνολο του δείγματος στο Σχεδιάγραμμα 4.4.1:

Σχεδιάγραμμα 4.4.1: Ενότητα Δ: Ομαδικά Προγράμματα – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Ομαδικά Προγράμματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Εξαερισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,43 από τα 5. Τα προγράμματα αυτά πραγματοποιούνται σε κλειστές αίθουσες. Πολλά από αυτά είναι έντονα, οι συμμετέχοντες είναι αρκετοί και τα μαθήματα πραγματοποιούνται το ένα μετά το άλλο. Επομένως θεωρούμε απολύτως λογικό το αποτέλεσμα αυτό, αφού ο ύπαρξη ενός καλού συστήματος εξαερισμού δίνει την αίσθηση φρεσκάδας, της καθαρής ατμόσφαιρας και απομακρύνει ανεπιθύμητες οσμές. Ακολουθεί ο παράγοντας «Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών». Πολλά από τα προγράμματα αυτά έχουν συνήθως έντονο ρυθμό και απαιτούν σωστή τεχνική εκτέλεση και ορθή καθοδήγηση. Δεδομένου του μεγάλου αριθμού συμμετεχόντων είναι δύσκολο να δίνονται οδηγίες στον κάθε ένα ξεχωριστά. Η μη επαρκής γνώση του αντικείμενου από μέρος των εκπαιδευτών, μπορεί να έχει αντίκτυπο στην σωματική τους ακεραιότητα.

Σημαντικός παράγοντας θεωρείται επίσης ο «Αριθμός συμμετεχόντων». Ο μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων και κατ' επέκταση ο περιορισμένος ατομικός χώρος προκαλεί δυσφορία και μειώνει τον βαθμό ικανοποίησής τους.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από το σύνολο των ερωτώμενων είναι η «Υπαρξη Βοηθητικών Οργάνων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,42 από τα 5. Οι ερωτώμενοι θεωρούν δεδομένη την ύπαρξη των απαραίτητων οργάνων για την πραγματοποίηση ενός ομαδικού προγράμματος γι' αυτό και αδιαφορούν για την ύπαρξη επιπλέον βοηθητικών οργάνων στο χώρο.

Ακολουθούν οι παράγοντες «Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων» και «Δυνατότητα συνδρομών μόνο για τάξεις». Αναφορικά με την ένταση των προγραμμάτων λανθασμένα πολλοί έχουν την εντύπωση πως όλα τα προγράμματα είναι για όλους, κάτι που δεν ισχύει. Έτσι προκύπτει και η μειωμένη σημαντικότητα αναφορικά με τον παράγοντα αυτό. Επίσης η δυνατότητα συνδρομών μόνο για τάξεις δεν φαίνεται να επιλέγεται από τους ερωτώμενους καθώς ένα μεγάλο ποσοστό προτιμούν να χρησιμοποιούν και την αίθουσα με τα κλασσικά όργανα γυμναστικής.

Αν τώρα ο ιδιοκτήτης του γυμναστηρίου θέλει να επικεντρωθεί σε συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, ανάλογα με τις ηλικίες των πελατών, θα πρέπει να κοιτάξουμε τη σύγκριση της σημαντικότητας των παραγόντων για κάθε μια από τις ηλικιακές ομάδες που εξετάστηκαν στην έρευνα.

Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.4.2):



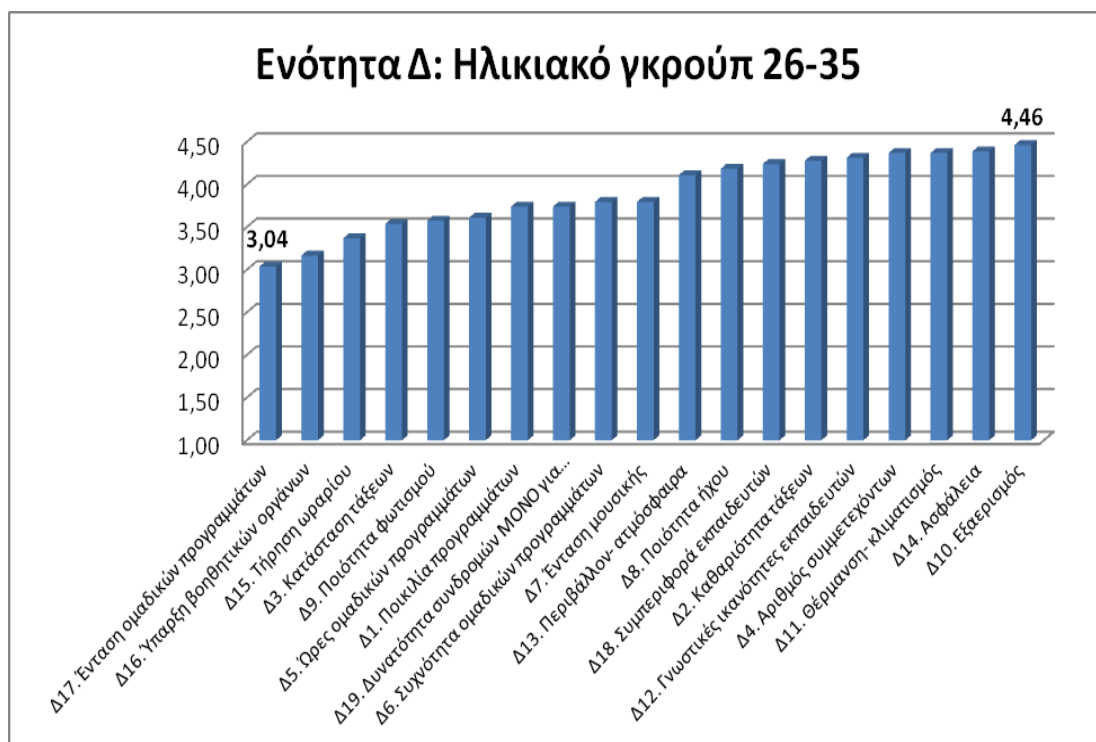
Στην Ηλικιακή Ομάδα 15-25 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Ομαδικά Προγράμματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι το «Περιβάλλον/ Ατμόσφαιρα», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,48 από τα 5. Οι νεαρότεροι σε ηλικία επιλέγουν τα ομαδικά προγράμματα για να πάνε μαζί με φίλους και να διασκεδάσουν. Η έντονη μουσική, ο ανταγωνισμός που αναμφίβολα δημιουργείται αλλά και η ανάγκη να δείξουν ότι είναι οι περισσότερο γυμνασμένοι είναι παράγοντες που τους εξιτάρουν. Ένα ομαδικό πρόγραμμα σε μια κλειστή αίθουσα είναι σε θέση να τους προσφέρει όλα αυτά τα στοιχεία και να δημιουργήσει ένα περιβάλλον που τους ικανοποιεί.

Ακολουθούν οι παράγοντες «Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών», «Αριθμός συμμετεχόντων» για τους οποίους έγινε αναφορά στα συνολικά αποτελέσματα.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,73 από τα 5. Όπως είπαμε και σε προηγούμενή μας αναφορά τα άτομα αυτά νιώθουν λανθασμένα ότι μπορούν να κάνουν τα πάντα. Γι' αυτό και δεν ενδιαφέρονται για την ένταση των προγραμμάτων. Ακολουθεί ο παράγοντας «Ώρες Ομαδικών Προγραμμάτων». Η πολλές ελεύθερες ώρες των

ατόμων αυτών αλλά και οι μειωμένες τους υποχρεώσεις, τους κάνουν να αδιαφορούν για τις ώρες κατά τις οποίες πραγματοποιούνται τα προγράμματα αυτά.

Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.4.3):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 26-35 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Ομαδικά Προγράμματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Εξοπλισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,46 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ασφάλεια», «Θέρμανση/ Κλιματισμός» και «Αριθμός συμμετεχόντων». Η κατηγορία αυτή επέλεξε ως σημαντικούς κάποιους ποιοτικούς παράγοντες που έχουν να κάνουν με την φρεσκάδα στον χώρο καθώς και την ιδανική θερμοκρασία. Επίσης δίνουν έμφαση στην ασφάλεια αφού πολλές φορές αφήνουν τα πράγματά τους εκτός των αποδυτηρίων αλλά και στον αριθμό συμμετεχόντων αφού θέλουν να αισθάνονται άνετα όταν γυμνάζονται και να έχουν τον απαραίτητο χώρο.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,04 από τα 5. Η αυτοπεποίθηση που νιώθουν τους οδηγεί στην άποψη πως όλα είναι εύκολα γι' αυτούς και έτσι αδιαφορούν για την ένταση των προγραμμάτων. Ακολουθεί ο παράγοντας «Υπαρξη Βοηθητικών

Οργάνων» ο οποίος εξηγήθηκε παραπάνω καθώς και η «Τήρηση Ωραρίου» η οποία δείχνει ότι ο όποια καθυστέρηση δεν επηρεάζει τις υπόλοιπες τους υποχρεώσεις. Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.4.4):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 36-45 ετών, φαίνεται ότι, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Ομαδικά Προγράμματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι ο «Εξαερισμός», αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,53 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Αριθμός συμμετεχόντων» «Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών» και «Συμπεριφορά Εκπαιδευτών». Ο νέος αυτός παράγοντας που προκύπτει για πρώτη φορά στα αποτελέσματά μας ως σημαντικός, δείχνει την σημασία των μεγαλύτερων σε ηλικία μελών σε θέματα που αφορούν γενικά την συμπεριφορά.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Ποικιλία Προγραμμάτων», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 3,11 από τα 5 και δείχνει το ενδιαφέρον τους για μερικά μόνο είδη προγραμμάτων. Ακολουθεί ο παράγοντας «Δυνατότητα συνδρομών μόνο για τάξεις», κάτι που δείχνει ότι θέλουν να γυμνάζονται και στην αίθουσα με τα όργανα γυμναστικής, κυρίως για να χρησιμοποιούν τα αερόβια μηχανήματα όπως είδαμε σε προηγούμενη ενότητα. Επίσης μειωμένη σημαντικότητα έχει και η

«Ένταση Μουσικής». Φαίνεται πως δεν ενδιαφέρονται για την ένταση της μουσικής αλλά περισσότερο για το είδος της γυμναστικής που θέλουν να κάνουν.

Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και πάνω: Σύγκριση σημαντικότητας παραγόντων (Σχεδιάγραμμα 4.4.5):



Στην Ηλικιακή Ομάδα 46 ετών και άνω, σημαντικότερος παράγοντας από την ενότητα «Ομαδικά Προγράμματα», στην επιλογή γυμναστηρίου είναι η «Συμπεριφορά Εκπαιδευτών» αφού αξιολογήθηκε από τους ερωτώμενους με σημαντικότητα 4,63 από τα 5. Όπως και στην προηγούμενη ηλικιακή ομάδα έτσι και σε αυτήν η συμπεριφορά των εκπαιδευτών είναι ένα στοιχείο στο οποίο δίδετε μεγάλη σημασία. Ακολουθούν οι ποιοτικοί παράγοντες «Εξαερισμός», «Θέρμανση/ κλιματισμός» που αφορούν την υγιεινή και την άνεση κατά την διάρκεια της άσκησής τους.

Λιγότερο σημαντικός παράγοντας, όπως αξιολογήθηκε από τη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα είναι η «Ένταση Μουσικής», παράγοντας ο οποίος αξιολογήθηκε με σημαντικότητα 2,98 από τα 5. Ακολουθούν οι παράγοντες «Ποικιλία Προγραμμάτων» και «Δυνατότητα συνδρομών μόνο για τάξεις». Όλοι οι παράγοντες αυτοί αιτιολογούνται όπως και στην προηγούμενη ηλικιακή ομάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.1 Εισαγωγή

Με το κεφάλαιο αυτό κλείνουμε τη μελέτη μας. Θα προσπαθήσουμε να συνοψίσουμε εξάγοντας χρήσιμα συμπεράσματα για την ορθότερη δόμηση του κάθε γυμναστηρίου καθώς και τους παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ανά περίπτωση. Όπως αναφέραμε αρκετές φορές, τελικός στόχος μας είναι η βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και η επικέντρωση στους παράγοντες στους οποίους οι δυνητικοί πελάτες δίνουν μεγαλύτερη σημαντικότητα. Παράλληλα, θα προσπαθήσουμε να δώσουμε συνέχεια στην έρευνά μας, διατυπώνοντας προτάσεις για μελλοντική περαιτέρω ανάλυση της δομής των γυμναστηρίων, στοχεύοντας να οξύνουμε το ενδιαφέρον για μελέτη και βελτίωση του τομέα μας. Το θέμα αυτό φέρει ιδιαίτερη βαρύτητα, αφού αποτελεί στοιχείο καθημερινότητας στη σημερινή κυπριακή κοινωνία, η εύρυθμη λειτουργία ενός γυμναστηρίου, τόσο για τους πελάτες όσο και για τους κατόχους και εργαζόμενους και είναι δυσάρεστη η διαπίστωση για ανυπαρξία ερευνών στο τομέα που καταπιαστήκαμε.

5.2 Συμπεράσματα - Προτάσεις Για Διαμόρφωση Αθλητικών Χώρων

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι σημερινές επιχειρήσεις, λόγω της άσχημης οικονομικής κατάστασης που έχει διαμορφωθεί, είναι η εξεύρεση πόρων, κυρίως χρηματικών. Επιπρόσθετα, όλο και περισσότερο γίνεται προσπάθεια εγκατάστασης των επιχειρήσεων σε όλο και μικρότερους χώρους. Ο τομέας των αθλητικών χώρων δεν θα μπορούσε να μείνει εκτός αυτής της κατάστασης. Για να μπορέσουμε κι εμείς να βοηθήσουμε, με βάση την αξιολόγηση των παραγόντων σημαντικότητας, που προηγήθηκε, θα προσπαθήσουμε να καθοδηγήσουμε τους επενδυτές στον τομέα. Θα γίνει διαχωρισμός των δυνητικών πελατών των αθλητικών χώρων σε 2 κατηγορίες, βασιζόμενοι σε ηλικιακές ομάδες. Με βάση τους παράγοντες στους οποίους δίνουν περισσότερη βαρύτητα, θα γίνει μια περιγραφή των ιδανικών χώρων άθλησης. Θα δοθεί βαρύτητα στην εξοικονόμηση χώρου, αλλά και κόστους, δεδομένου ότι οι πόροι αυτοί είναι περιορισμένοι.

5.2.1 Χώρος Άθλησης για Νεαρές Ηλικίες

Για να «δημιουργήσουμε» την καλύτερη δυνατή περιγραφή ενός χώρου άθλησης για τη συγκεκριμένη πελατοψηφίδα, λάβαμε υπόψη τους παράγοντες που θεωρούν πολύ σημαντικούς οι ηλικίες 15 – 35 ετών.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, το ιδανικό γυμναστήριο για τις ηλικίες αυτές θα ήταν ένας βολικός χώρος, που θα βρισκόταν σε εύκολα προσβάσιμο σημείο και πιθανώς κοντά τους. Ο εσωτερικός χώρος πρέπει να έχει πολύ καλό εξαερισμό, ενώ να υπάρχουν και εύκολα ρυθμιζόμενες συνθήκες θερμοκρασίας. Ο έντονος ρυθμός μουσικής είναι επιθυμητός και είναι βέβαιο ότι η καθαριότητα πρέπει να εφαρμόζεται σε όλα τα μέρη του γυμναστηρίου. Παράλληλα, στην τιμολογιακή πολιτική θα πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικοί, ενώ θα πρέπει να υπάρχει και ευελιξία στους τρόπους πληρωμής από τα μέλη.

Όσον αφορά τον εξοπλισμό του γυμναστηρίου, πρέπει να δοθεί έμφαση στον τομέα των μηχανημάτων με βάρη. Οι νεαρές ηλικίες τα ζητούν. Επίσης, πρέπει να υπάρχει σημαντικός αριθμός μηχανημάτων που να προσφέρει αρκετή επάρκεια, ώστε να εξοικονομεί χρόνο στα μέλη. Τέλος, κάποια αερόβια μηχανήματα επιβάλλεται να εγκατασταθούν.

Το προσωπικό μας πρέπει να τύχει σοβαρής κατάρτισης, αλλά και να παρουσιάζει νοοτροπία επαγγελματία. Να είναι ευγενικό και να εξυπηρετεί τα μέλη σε όποια περίπτωση του ζητηθεί. Τέλος, να παρουσιάζεται εμφανίσιμο και να δίνει έμφαση στην καθαρή περιβολή του.

Τελειώνουμε με τον τομέα των ομαδικών προγραμμάτων. Εκεί, οι συνθήκες του περιβάλλοντος χώρου πρέπει να είναι άψογες. Ο χώρος θα εμπνέει τα μέλη να αθλούνται και η θερμοκρασία πρέπει να είναι απόλυτα ελεγχόμενη. Παράλληλα, είναι σημαντικό ο χώρος να είναι καθαρός και να εξαερίζεται τακτικά. Οι εκπαιδευτές να γνωρίζουν πολύ καλά το αντικείμενό τους και να συμπεριφέρονται στους συμμετέχοντες με τον καλύτερο τους τρόπο. Τέλος, ο αριθμός των συμμετεχόντων δεν πρέπει να είναι υπερβολικός, ενώ τα προγράμματά μας δεν θα είναι μονότονα.

5.2.2 Χώρος Άθλησης για Μεγαλύτερους, κυρίως Εργαζόμενους

Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται ηλικιακά τα άτομα που ξεπερνούν τα 35 χρόνια. Δεδομένου αυτού, αναγνωρίζοντας σημαντικούς παράγοντες για τις δύο μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες που έχουμε, καταλήξαμε στην πιο κάτω περιγραφή.

Ο εξαιρισμός θεωρείται σημαντικός και πρέπει να ληφθούν πρόνοιες για ταχεία ανανέωση του αέρα στο χώρο. Οι χώροι εκγύμνασης πρέπει να είναι άνετοι στα μέλη του γυμναστηρίου. Άνεση πρέπει να υπάρχει και στα ντουλάπια, αφού αρκετοί φαίνεται να γυμνάζονται αμέσως μετά τις εργασίες τους. Η τοποθεσία του γυμναστηρίου πρέπει να είναι προσβάσιμη και να υπάρχει ευκολία και επάρκεια χώρων στάθμευσης. Οι χώροι πρέπει να ανακαινίζονται τακτικά και να εμφανίζονται ωςάν καινούργιοι. Παράλληλα πρέπει να σου δίνουν την εικόνα ενός ασφαλούς χώρου για να αφήσεις πολύτιμα αντικείμενα. Τέλος, είναι σημαντικό να υπάρχουν μακροχρόνια συμβόλαια και τρόποι για να δέσεις το μέλος μαζί σου.

Τα μηχανήματα πρέπει να είναι εύκολα στη χρήση. Δεν πρέπει να δημιουργούν πολυπλοκότητα για τα μέλη. Επίσης, πρέπει να υπάρχουν σε σχετική αφθονία, ώστε να μην παραμένει το μέλος ανενεργό και να τοποθετούνται με σειρά τέτοια, ώστε να κάνουν πιο ομαλή τη μετάβαση του μέλους σε άλλες μυϊκές ομάδες. Τέλος, τα μηχανήματα για αερόβια γυμναστική είναι απαραίτητα να εγκατασταθούν στο χώρο.

Το προσωπικό πρέπει να αποπνέει επαγγελματισμό. Για το λόγο αυτό πρέπει να δοθεί έμφαση στη νοοτροπία του. Πρέπει να είναι πάντα εμφανίσιμο και με καθαρή περιβολή. Τέλος να είναι ευγενικό και να είναι πάντα πρόθυμο για να εξυπηρετήσει.

Τα ομαδικά προγράμματα πρέπει να εκτελούνται με ακρίβεια στα ωράρια που τίθενται. Οι εκπαιδευτές πρέπει να είναι πάντα σωστοί στη συμπεριφορά τους και πολύ σωστά καταρτισμένοι. Ο χώρος πρέπει να είναι καθαρός και ο αέρας να ανανεώνεται. Η θερμοκρασία να είναι ελεγχόμενη, στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό. Πρέπει να δίνονται αρκετές επιλογές στα μέλη με δημιουργία προγραμμάτων συχνά, ενώ δεν πρέπει να είναι πολύ μεγάλες, σε αριθμό συμμετεχόντων, οι τάξεις. Τέλος, να δοθεί μια χαμηλή έμφαση στην ποιότητα των ηχητικών συστημάτων που θα εγκατασταθούν στο χώρο.

5.3 Πιθανή Μελλοντική Έρευνα

Η αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε κάθε τομέα, είναι ένα θέμα που απασχολεί έντονα. Ιδιαίτερα, ο τομέας των γυμναστηρίων παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον, τόσο εκ μέρους των ιδιοκτητών και διαχειριστών γυμναστηρίων, όσο και εκ μέρους πιθανών επενδυτών που αποβλέπουν ότι ο τομέας μπορεί να είναι σημαντικά κερδοφόρος. Όπως αναφέραμε, σήμερα η έρευνα στο συγκεκριμένο τομέα είναι υποτυπώδεις και σε πολύ χαμηλή ανάλυση. Ακόμη χειρότερη είναι η

κατάσταση, όσον αφορά τις έρευνες για την κυπριακή αγορά. Συνεπώς, στις επόμενες παραγράφους, θα προβούμε σε συστάσεις αλλά και εισηγήσεις για πιθανή μελλοντική έρευνα.

Όπως σημειώσαμε, ένας μεγαλεπίβολος στόχος της μελέτης μας θα ήταν να αποτελέσει ένα εγχειρίδιο για τη δημιουργία νέων ή τη βελτίωση υφισταμένων χώρων άθλησης. Προβαίνοντας στην ανάλυση της αξιολόγησης των παραγόντων σημαντικότητας διαπιστώνουμε ότι αυτή αποτελεί μόνο ένα μικρό μέρος ενός συνολικού εγχειριδίου. Για το λόγο αυτό θα ήταν καλό, πιθανώς στηριζόμενοι στη δική μας ανάλυση, να γίνουν πρόσθετες μελέτες που θα αποτελέσουν τμήματα ενός ολοκληρωμένου εγχειριδίου. Οι μελέτες αυτές μπορούν να επικεντρωθούν στην:

- ✚ Αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε ενδεικτικούς υφιστάμενους χώρους άθλησης

- ✚ Επιθυμητή Τμηματοποίηση των χώρων άθλησης

- ✚ Πιθανή εξειδίκευση χώρων άθλησης, ώστε να παρέχονται ξεχωριστές υπηρεσίες σε διαφορετικούς χώρους,

καθώς και άλλες κατηγορίες που μπορεί να επιλέξει ο κάθε ερευνητής. Με τον τρόπο αυτό και με τη σύνδεση όλων των μεμονωμένων μελετών θα ολοκληρωθεί και το εγχειρίδιο που αναφέραμε.

Πρόσθετη πρόταση για περαιτέρω έρευνα είναι, η ανάλυση της σημαντικότητας εξειδικευμένων παραγόντων που αφαιρέθηκαν από τη μελέτη μας, για σκοπούς οικονομίας χρόνου και χώρους. Τέτοιοι παράγοντες θα ήταν τα σνακ μπαρ που υπάρχουν σε κάθε γυμναστήριο, ο τρόπος παρουσίασης του χώρου υποδοχής και άλλοι. Επίσης, θα μπορούσε να γίνει και πρόσθετη περαιτέρω στατιστική ανάλυση με τη χρήση εξειδικευμένων προγραμμάτων για την ανάλυση παλινδρόμησης και συσχέτισης των παραγόντων. Τέτοιο πρόγραμμα είναι το SPSS, μέσω του οποίου μπορούν να εισαχθούν και να αναλυθούν και άλλες μεταβλητές, οι οποίες δεν εισάχθηκαν στη μελέτη μας.

Άλλη μια πρόταση είναι η μελέτη της αξιολόγησης και της σύγκρισης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών μεταξύ διαφόρων χώρων άθλησης που λειτουργούν σε γειτονικούς χώρους, αλλά και που προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες. Η δυσκολία του συγκεκριμένου εγχειρήματος, έγκειται στο γεγονός ότι χρειάζεται σημαντικός αριθμός δείγματος για να γίνει η κατάλληλη επεξεργασία των στατιστικών

δεδομένων. Συνεπώς, θα χρειαστεί μεγάλο χρονικό διάστημα για την εξασφάλιση και ανάλυση των σωστών ερωτηματολογίων. Ως εκ τούτου, κάτι τέτοιο πιθανώς να δημιουργούσε και σοβαρό κόστος στους αναλυτές και θα ήταν καλύτερο να γίνει με την ανάληψη ευθύνης από τα ίδια τα γυμναστήρια. Παρόλα αυτά, το ενδιαφέρον μιας τέτοιας μελέτης είναι μεγάλο καθώς το μοντέλο θα διαθέτει ένα αρκετά μεγαλύτερο αριθμό προς σύγκριση. Με τον τρόπο αυτό θα μπορούσαμε να εκτιμήσουμε ποιοι παράγοντες παίζουν το μεγαλύτερο ρόλο στην επιλογή του χώρου άθλησης από τους δυνητικούς πελάτες όπως επίσης και τους παράγοντες που είναι οι καθοριστικότεροι για την τελική απόφαση του κάθε χρήστη αθλητικών χώρων.

Μια παρόμοια εισήγηση θα ήταν η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών σε κάθε γυμναστήριο. Με τον τρόπο αυτό θα μπορούσαμε να κατατάξουμε τα γυμναστήρια, πιθανώς και ανά υπηρεσία που προσφέρουν, με βάση την αξιολόγηση που έχουν από τους πελάτες τους. Και στο συγκεκριμένο σημείο είναι δύσκολη και χρονοβόρα η συλλογή αποτελεσμάτων, ενώ υπάρχει και η αμφιβολία κατά πόσο όσα γυμναστήρια αξιολογηθούν προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες. Όμως, το ερωτηματολόγιο που θα εφαρμοστεί θα είναι σημαντικά απλούστερο από αυτό που θα χρειαστεί στην προηγούμενη εισήγησή μας για μελλοντική έρευνα.

Τέλος, μια σύγκριση δημοσίων με ιδιωτικών χώρων άθλησης είναι πάντα χρήσιμη. Θα βοηθούσε να δούμε κατά πόσο υπάρχει ομοιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και στην ποιότητα παροχής τους.

Κλείνοντας, διαπιστώνουμε ότι η μελέτη μας, θα μπορούσε να αποτελέσει πρότυπο για μελλοντικές εργασίες που θα προσπαθούν να εκτιμήσουν τους παράγοντες αξιολόγησης και μέτρησης της ικανοποίησης στους χώρους άθλησης της Κύπρου. Σε κάθε περίπτωση, δεδομένης της σχεδόν ανύπαρκτης έρευνας που υπάρχει στον τομέα των γυμναστηρίων στο νησί μας, θα είναι ένα σημαντικό βοήθημα για όσους ασχολούνται με το τομέα των γυμναστηρίων και τους συμβούλους αυτών. Τέλος, ευελπιστούμε ότι θα είναι η απαρχή για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου εγχειριδίου διαμόρφωσης αθλητικών χώρων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

Ελληνική βιβλιογραφία

- Αλεξανδρής Κωνσταντίνος, (2004). «Θέματα Οργάνωσης και Διοίκησης Αθλητισμού». Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Έκδοση: Τμήμα εκδόσεων Πανεπιστημιακό Τυπογραφείο (2004–2005).
- Γιαννόπουλος, Κ. (1996). Αθληση και management. Μέδουσα. Αθήνα.
- Γρηγορούδης, Β. & Σίσκος, Γ. (2000). Ποιότητα Υπηρεσιών και Μέτρηση Ικανοποίησης του πελάτη. Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών. Αθήνα.
- Θεοδωράκης, Ν., Ζαχαριάδης, Π., Πετρίδου, Χ. (2004). Η εξέταση των ψυχομετρικών χαρακτηριστικών της ‘κλίμακας ποιότητας υπηρεσιών αθλητισμού’ σε γυμναστήρια. Φυσική Αγωγή και Αθλητισμός. 54, 37- 45.
- Θεοδωράκης, Ν., Καμπίτσης, Χ., Βαϊλάκης, Ζ. (2003). Η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης πελατών στο επαγγελματικό πρωτάθλημα καλαθοσφαίρισης. Φυσική Αγωγή και Αθλητισμός. 48, 50-60.
- Κουθούρης, Χ., Κατσιμάνης, Γ., Κώστα, Γ. (2001). Εκτίμηση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών σε προγράμματα αναψυχής (Ενεργητικών Διακοπών). Άθληση και Κοινωνία. 27, 64-72.
- Μητσάκη, Σ., Παπαϊωάννου, Χ., Καμπίτσης, Χ., Λαϊλόγλου, Α., Νασσιούδης, Χ. (2003). Το προφίλ και οι συνήθειες των πελατών γυμναστηρίων. Πρακτικά του 11^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού. Άθληση και Κοινωνία, Κομοτηνή.
- Παλιαλιά, Ε. & Αλεξανδρής, Κ. (1999). Φροντίδα για τον πελάτη: εκτίμηση της ικανοποίησης των πελατών των γυμναστηρίων. Πρακτικά του 7^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού. Άθληση και Κοινωνία, Κομοτηνή.
- Παπανίκος, Γ. Θ. (2000). Αθλητισμός: Οικονομικά-Μάνατζμεντ- Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Αθινεε, Αθήνα
- Πατρώνη, Φ., Παπαθεοχάρους, Θ., Μπελμέζου, Χ., Κουθούρης, Χ. (2003). Καταγραφή της ποιότητας υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια της πόλης των Τρικάλων – Σύγκριση μεταξύ των δυο φύλων. Πρακτικά του 11^{ου} Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού. Άθληση και Κοινωνία, Κομοτηνή.

- Ρηγόπουλος, Παπαδόπουλος, (2006) Διπλωματική εργασία «Εκτίμηση της ποιότητας υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων Θεσσαλονίκης». Αριστοτέλειο πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.
- Τεγόπουλος-Φυτράκης (1993). Ελληνικό Λεξικό. Αρμονία Α.Ε.. Αθήνα.
- Τσιότρας, Γ. (2002). Βελτίωση Ποιότητας, β' έκδοση. Εκδόσεις Μπένου. Αθήνα.87

Ξένη βιβλιογραφία

- Eddie T. C. Lam , James J. Zhang & Barbara E.Jensen - Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs (2009)
- Alexandris, K. (1998). Patterns of recreational sport participation among the adult population in Greece. *Cyber Journal of Sport Marketing*, 2(2), 1-9.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Kasiara, k.(2001). Behavioral Consequences of service quality. *European Sport Management Quarterly*, 1, 251-281
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, H., & 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, 281-294.
- Bell, M. L. (1981). Tactical Service Marketing and the Process of Remixing. *American Marketing*, 163-167.
- Berry, L. (1980). Service marketing is different. *Business*, 30, 24-29.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54, 69-82. 88
- Bloemer, J., Ko de Ruyter, & Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: A multi-dimensional perspective. *Journal of Marketing*, 33, 1082-1106.
- Blois, K.J. (1974). The marketing of services: An approach. *European Journal of Marketing*, 8, 137-145.
- Bolton, R. N., & Drew, J. (1991). A multistage model of customers assessments of service quality and value. *Journal of Park and Recreation Administration*, 92,50-74.
- Boulding, W., Staeling, R., Karla, A., & Zeithaml, V. (1993). A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions. *Journal of Marketing Research*, 30, 7-27.
- Buzzel, R.D., & Gale, B.T. (1987). *The PLMS Principles*. New York: Free Press.
- Carmen, J.M., & Langeard, E. (1980). Growth Strategies of service Firms. *Strategic Management Journal*, 1, 7-22.

- Chelladurai, P. (1999). *Human Resource Management in Sport and Recreation*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.
- Chelladurai, Chang, 2000 – Targets and standards of quality in sports services, *Sport Management Review*, 3,1-22
- Costa, G., & Tzetzis, G. (1995). Needs and trends assessment in the area of health and fitness clubs. *Proceedings of the 6th European Congress on Sport Management*. Budapest, Hungary, 306-320.
- Costa, G., & Tzetzis, G., & Theodorakis, N. (1998). Quality services in municipal recreation center. *Proceedings of the 6th European Congress on Sport Management*. Madeira, Portugal, 6. 8-6. 15.
- Crompton, J.L., MacKay, K.J. (1989), "Users' perceptions of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs", *Leisure Sciences*,11,367-75.
- Crompton, J.L., MacKay, K.J., & Fesenmaier, D.R. (1991). Identifying dimensions of service quality in public recreation. *Journal of Park and Recreation Administration*, 9, 15-27.
- Cronin, J., Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55–68
- Crosby, P.B. (1979). *Quality is Free*. New York: McGraw-Hill. Czepiel, J.A., Solomon, M. R., Surprenant, C.F., & Gutman, E.G. (1985). 89 Service encounters: An overview. LN Czepiel, J. A. Solomon, M.R., and Surprenant, C.F. (eds), (pp. 3-15). *The Service Encounter: Managing Employee / Customer Interaction in Service Business*. Massachusetts: D. C. Heath and Company.
- Dabholkar, P.A. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality *Advances in Consumer Research*. 22, 101-108.
- E Tsitskari, D Tsiotras & G Tsiotras- Measuring service Quality in sports services
- Gerson, R. (1999). *Members for Life: Proven service and retention strategies for Health-Fitness and sports Clubs*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.
- Grammatikopoulos, V., Papacharisis, V. Koustelios, A. Modeling sports services in Greece: A re-evaluation of outcome dimension. *Perceptual and Motor Skills*, (2006).
- Gronroos, C. (1992), *Service Management: A Management Focus for Service Competition*. IN Lovelock, C.H. *Managing Services: Marketing, Operations, and Human Resources* (Eds.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 9-16.

- Gronroos, C. (1984), "A service quality model and its marketing implications", *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 36-44.
- Howat, G., Absher, J. D., Grilley, G., & Milne, I. (1996). *Measuring customer service quality in sports and leisure centers. Managing Leisure*, 1, 77-89.
- Kelly, J., & Warnick, R. (1999). *Recreation Trends and Markets: The 21st Century*. Champaign, IL: Sagamore Publishing.
- Kim, D., & Kim, S. (1995), *QUESC: An Instrument for Assessing the Service Quality of Sport Centers in Korea. Journal of Sport Management*, 9, 208-220.
- Liljander, V. & Strandvik, T. (1995). The relationship between service quality, satisfaction and intentions. In Kunst, P. and Lemmink, J. (eds), *Managing Service quality*. Paul Chapman, London. 90
- Lovelock, C.H., (1984). *Services Marketing*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Mackay, K. J., & Crompton, J. I (1990). *Measuring the Quality of Recreation Services. Journal of Park and Recreation Administration* 8, 47-56.
- McDonald, M., Sutton, W., Milne G. (1995), "Measuring service quality in professional team sports", *Sport Marketing Quarterly*, 2, 9-16.
- McDonald, M., & Milne, G. (1998), *Measuring service quality in professional sport Proceedings of the 6th Congress of the European Association for Sport Management, Madeira*.
- Mawson, M.L. (1993), *Total quality management: Perspectives for sport managers. Journal of Sport Management*, 7(2), 101-106.
- Mohammad Mizenur Rahaman, Md. Abdullah and Dr. Ataur Rahman- *Measuring Service Quality using SERVQUAL Model: A Study on PCBs*
- Mugla University, School of Physical Education and Sports, Mugla, Turkey - *Instruments for measuring service quality in sport and physical activity services*
- Oh, H. (1999), *Service quality, customer satisfaction & customer value: a holistic perspective. Hospitality Management*, 18, 67-82.
- Oliver, R. (1996). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw Hill.
- Oliver, R.L. (1994). *Conceptual issues in the structural analysis of consumption emotion, satisfaction & quality: evidence in a service setting. Advances in Consumer Research*, 21, 16-22.
- Oliver, R., (1981). *Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings. Journal of Retailing*, 57, 25-48.

- Papadimitriou, D., & Karteroliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centres: A re examination of the factor structure. *Sport Marketing*
- Papadopoulos, P., Alexandris, K., Vlouchou, O., Anastasiou, A., & Fakis, K. (1999). Management related issues of mass participation: Participants' View. Paper presented in the 7th International Conference of physical Education and Sport Science. Komotini, Greece. *Quarterly*, 9, 157-164
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V.A. (1993). Research Notes: more on improving service quality measurement. *Journal of Retailing*, 69, 140-147.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1994b). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service quality: Implications for Further research. *Journal of Marketing*, 47, 26-43. 91
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 6(2), 31-46.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A, & Berry, L. L. (1988). MIIY: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for further research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry L. (1994). Alternative Scales for Measuring Service Quality: A comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *Journal of Retailing*, 7(3), 201- 230.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Leonard, L.B. (1988), 'SERVQUAL': A Multiple –Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 12-40.
- Pritchard, M., Howard, D., & Havitz, M. E. (1992). Loyalty measurement: A critical examination and theoretical extension. *Leisure Sciences*, 14, 155-164
- Rathmell, J. M. (1966). What is Meant by Services? *Journal of Marketing*, 30, 32-36.
- Rathmell, J. M. (1974). *Marketing in the Services Sector*. Cambridge, MA: Winthrop.
- Reichheld, R. E., & Sasser, W. (1990). Zero defections: Quality comes to service. *Harvard Business Review*, 105-111.

- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer satisfaction, customer retention and market share. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.
- Rust, R. T. & Oliver, R. L. (1994), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. London: Sage.
- Sandra Nancy Culha Oliveira (2003) - *Service Quality and Service Value in Sport Services*
- Shapiro, I. (1981). *Dictionary of Marketing terms*. Totowa, NJ: Littlefield, Adams & Co.
- Shostack, G. L. (1977a). Breaking Free from Product marketing. *Journal of Marketing*, 41, 73-80.
- Spreng, A.R. & Mackoy, D. R. (1996), "An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction", *Journal of Retailing*, 72, 201-14. 92
- Swan, J., & Trawick, (1981). Disconfirmation of Expectations and Product Performance. *Journal of Retailing*, 57, 49-67.
- Taylor, S. A. & Baker, T. L. (1994), "An assessment of relationship between service quality & customer satisfaction in the formation of consumer's behaviour", *Journal of Retailing*, 70, 163-78.
- T. C. Lam , James J. Zhang & Barbara E.Jensen-Service Quality Assessment Scale (SQAS): An Instrument for Evaluating Service Quality of Health-Fitness Clubs
- Theodorakis, N., & Kambitsis, C. (1998). The effect of service quality on sport consumers behavioral intentions. *Proceedings of the 6th Congress of the European Association for Sport Management*. Madeira, Portugal.
- Theodorakis, N., Kambitsis, C., Laios, A., & Koustelios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality*, 11 (6), 431- 438.
- Triado, X. M., Aparicio, P., & Rimbau, E. (1999). Identification of factors of customers' satisfaction in municipal sport centres in Barcelona: Some suggestions for satisfaction improvement. *Cyber Journal of Sport Marketing*,(on-line serial) 13.
- Tsorbatzoudis, H. (1999). Employers' views about physical education graduates in the sport industry (in Greek translation). Carrer office. Aristotelian University of Thessaloniki, Greece.
- Upah, G. D. (1980). Mass Marketing in Service Retailing: A Review and Synthesis of Major Methods. *Journal of Retailing*, 56, 59-76.
- Van der Graaf, A.J. (1994), "Service quality and sport centers", *European Journal of Sport Management*, 1(1), 42-57.

- Williams, C. (1998), "Is the SERVQUAL model an appropriate management tool for measuring service delivery quality in the UK leisure industry?", *Managing Leisure*, 3,98-110.
- Wikipedia.org-Measuring service quality
- Woratschek, H. (2000). Measuring service quality in sports. *European Journal for Sport management*, 7, 22-43.
- Yi, Y. (1991). A critical review of consumer satisfaction, in V.A. Zeithaml (Ed.). *Review of marketing*, 1989, American Marketing Association ; Chicago, IL. 93
- Yong, J. K. (2000), A multidimensional and hierarchical model of service quality in the participant sport industry. Unpublished doctoral dissertation, The Ohio State University.
- Zahorik, A. J., & Rust, R. T. (1992). Modeling the impact of service quality of profitability: A review in Swartz, T. A., Bowen, D. E., & Brown, S. W., (eds). *Advances in services Marketing and Management* (pp. 49-64). Greenwich: JAI Press.
- Zeithaml, V.A. (1981). How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services. *American Marketing*, 186-190.
- Zeithaml, V.A., & Bitner, M.J. (2000). *Services marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1998). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J. (2003). *Service Marketing: Integrating customer focus Across the firm*. New York: Mc Graw – Hill.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. (1985). Problems and strategies in services marketing. *Journal of Marketing*, 49, 33-46.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα Α - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή Στέλιου Νικολάου.

Πρωταρχικός στόχος είναι να αποτυπώσει τις ανάγκες των υφιστάμενων ή δυνητικών πελατών ενός γυμναστηρίου σύμφωνα με την ηλικία και τους.

Οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν εμπιστευτικές.

Ενότητα Α

Στην παρακάτω κλίμακα από 1-5 βαθμολογείτε την σημασία που δίνετε στις παραμέτρους των εγκαταστάσεων ενός γυμναστηρίου. Με 1 βαθμολογείτε την μικρότερη και με 5 την μεγαλύτερη.

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1	2	3	4	5
Τοποθεσία					
Άνετοι χώροι εκγύμνασης					
Χώρος εκτέλεσης ασκήσεων εδάφους					
Ευρύχωρα αποδυτήρια					
Μεγάλα ντουλάπια αποδυτηρίων					
Καθαριότητα					
Κατάσταση εγκαταστάσεων					
Ένταση μουσικής					
Έντονος ρυθμός μουσικής					
Χαλαρός ρυθμός μουσικής					
Ποιότητα ήχου					
Ποιότητα φωτισμού					
Εξαερισμός					
Θέρμανση- Κλιματισμός					
Ασφάλεια					
Περιβάλλον- Ατμόσφαιρα					
Ωράριο λειτουργίας					
Τιμές συνδρομών					
Δυνατότητα παγοποίησης συνδρομής					
Ευκολίες πληρωμής συνδρομών					
Δυνατότητα εγγραφής ΜΟΝΟ για βάρη					
Χώροι στάθμευσης					
Εύκολια πρόσβασης στο γυμναστήριο					
Δέσιμο με το γυμναστήριο					

ΕΝΟΤΗΤΑ Β

Στην παρακάτω κλίμακα από 1-5 βαθμολογείστε την σημασία που δίνετε στις παραμέτρους των μηχανημάτων ενός γυμναστηρίου. Με 1 βαθμολογείτε την μικρότερη και με 5 την μεγαλύτερη.

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	1	2	3	4	5
Ποιότητα μηχανημάτων (συντήρηση)					
Ευκολία στην χρήση					
Διάταξη στον χώρο					
Ποικιλία μηχανημάτων					
Ποικιλία αερόβιων μηχανημάτων					
Επάρκεια αερόβιων μηχανημάτων					
Ελεύθερα βάρη					
Επάρκεια από ελεύθερα βάρη					

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ

Στην παρακάτω κλίμακα από 1-5 βαθμολογείστε την σημασία που δίνετε στις παραμέτρους που αφορούν το προσωπικό ενός γυμναστηρίου (1 προσωπικό υποδοχής), (2 γυμναστές). Με 1 βαθμολογείτε την μικρότερη και με 5 την μεγαλύτερη).

ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	1	2	3	4	5
Εξυπηρέτηση					
Προθυμία για εξυπηρέτηση					
Ταχύτητα εξυπηρέτησης					
Εμφάνιση- ενδυμασία					
Καθαριότητα					
Υπομονή					
Επικοινωνία					
Ευγένεια					
Επαγγελματισμός					
ΓΥΜΝΑΣΤΕΣ	1	2	3	4	5
Εξυπηρέτηση					
Προθυμία για εξυπηρέτηση					
Ταχύτητα εξυπηρέτησης					
Εμφάνιση- ενδυμασία					
Καθαριότητα					
Υπομονή					
Επικοινωνία					
Γνωστικές ικανότητες					
Επαγγελματισμός					

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ

Στην παρακάτω κλίμακα από 1-5 βαθμολογείστε την σημασία που δίνετε στις παραμέτρους των ομαδικών προγραμμάτων ενός γυμναστηρίου. Με 1 βαθμολογείτε την μικρότερη και με 5 την μεγαλύτερη.

ΟΜΑΔΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	1	2	3	4	5
Ποικιλία προγραμμάτων					
Καθαριότητα χώρων					
Κατάσταση τάξεων					
Αριθμός συμμετεχόντων					
Ώρες ομαδικών προγραμμάτων					
Συχνότητα ομαδικών προγραμμάτων					
Ποιότητα μουσικής					
Ποιότητα ήχου					
Ποιότητα φωτισμού					
Εξαερισμός					
Θέρμανση- Κλιματισμός					
Γνωστικές ικανότητες εκπαιδευτών					
Περιβάλλον- Ατμόσφαιρα					
Ασφάλεια					
Τήρηση ωραρίου					
Ύπαρξη βοηθητικών οργάνων					
Ένταση ομαδικών προγραμμάτων					
Συμπεριφορά εκπαιδευτών					
Δυνατότητα συνδρομών ΜΟΝΟ για τάξεις					

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε:

Δημογραφικά και άλλα συναφή στοιχεία

- Φύλο: Άντρας - Γυναίκα
- Ηλικία: 15-25, 26-35, 36-45, 46 και άνω
- Επίπεδο μόρφωσης:

Παράρτημα Β – Αναλυτική Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Β.1 Ενότητα Α: Εγκαταστάσεις

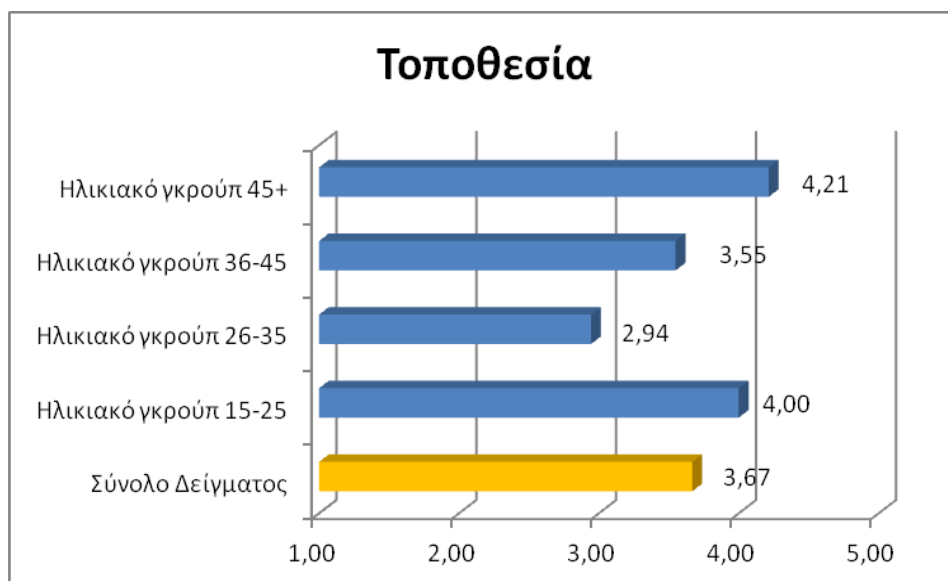
Στην ενότητα Α εξετάζεται η σημαντικότητα των παραγόντων που συνθέτουν την ικανοποίηση των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου όσον αφορά τις Εγκαταστάσεις του γυμναστηρίου. Εξετάστηκαν 24 παράγοντες, οι οποίοι αφορούν την ποιότητα, αλλά και τις εναλλακτικές επιλογές για τις κτηριακές εγκαταστάσεις του Γυμναστηρίου.

Α1. Τοποθεσία Γυμναστηρίου

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα γνωρίζουμε αν πρέπει να πάει το γυμναστήριο κοντά στις στοχευόμενες πελατοψηφίδες. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,67 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.1.1 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

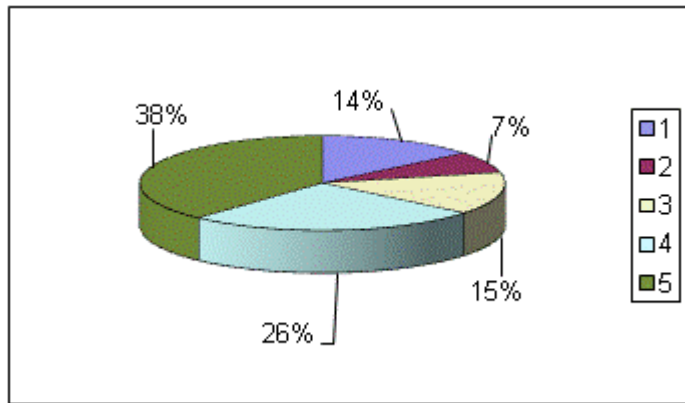
Σχεδιάγραμμα Β.1.1: Τοποθεσία Γυμναστηρίου – Μέσοι Όροι



Από το πιο πάνω σχεδιάγραμμα, φαίνεται ότι η τοποθεσία ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντική για τις ηλικίες 46 και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντική είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

Στο επόμενο σχεδιάγραμμα αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα για το σύνολο του δείγματος:

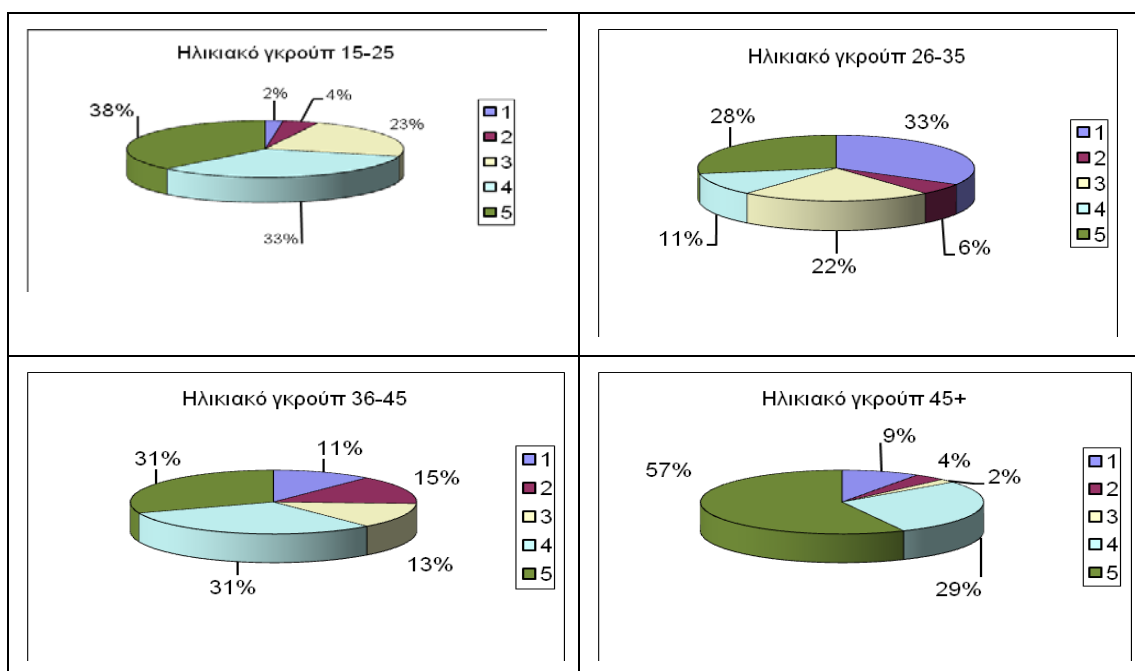
Σχεδιάγραμμα Β.1.2: Τοποθεσία Γυμναστηρίου – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 38% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η τοποθεσία του γυμναστηρίου είναι πολύ σημαντική στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.3-Β.1.6 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

Σχεδιαγράμματα Β.1.3-Β.1.6:



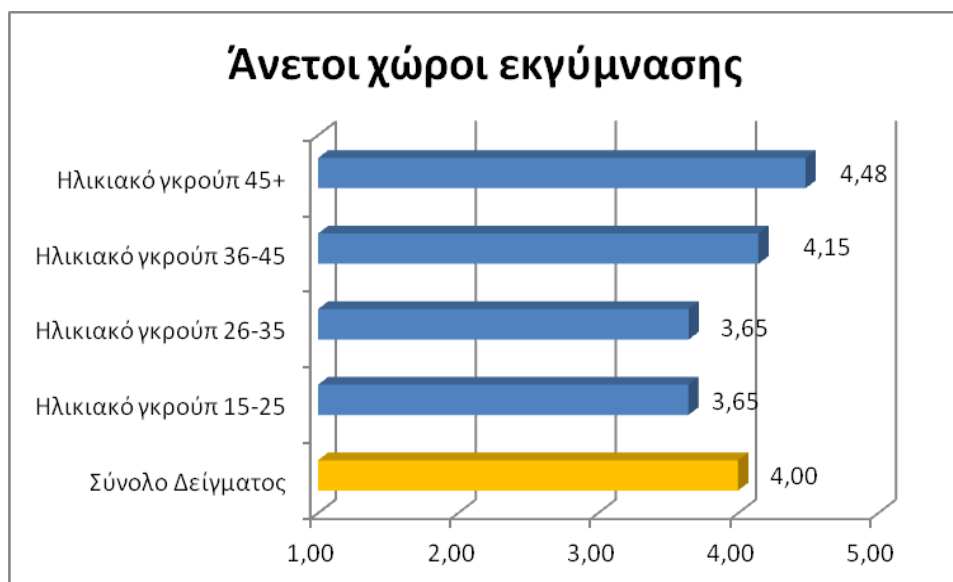
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 28% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 33% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 31% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 11% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 57% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 9% καθόλου σημαντικό.

Α2. Άνετοι Χώροι Εκγύμνασης

Πρόκειται για τους χώρους στους οποίους θα γίνεται η άσκηση. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,00 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.1.7 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

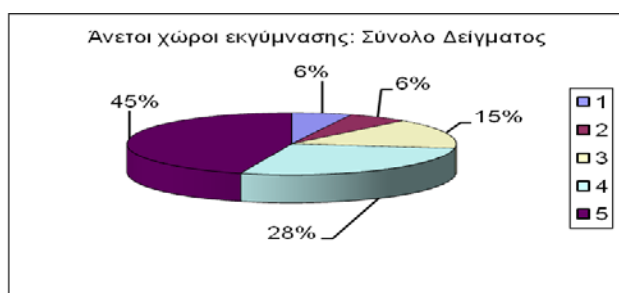
Σχεδιάγραμμα Β.1.7: Άνετοι Χώροι Εκγύμνασης – Μέσοι Όροι



Από το πιο πάνω σχεδιάγραμμα, φαίνεται ότι η άνεση στους χώρους τόσο των μηχανημάτων αλλά και αυτούς όπου θα εκτελούνται τα ομαδικά προγράμματα είναι πιο σημαντική για τις ηλικίες 46 και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντική είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.8:

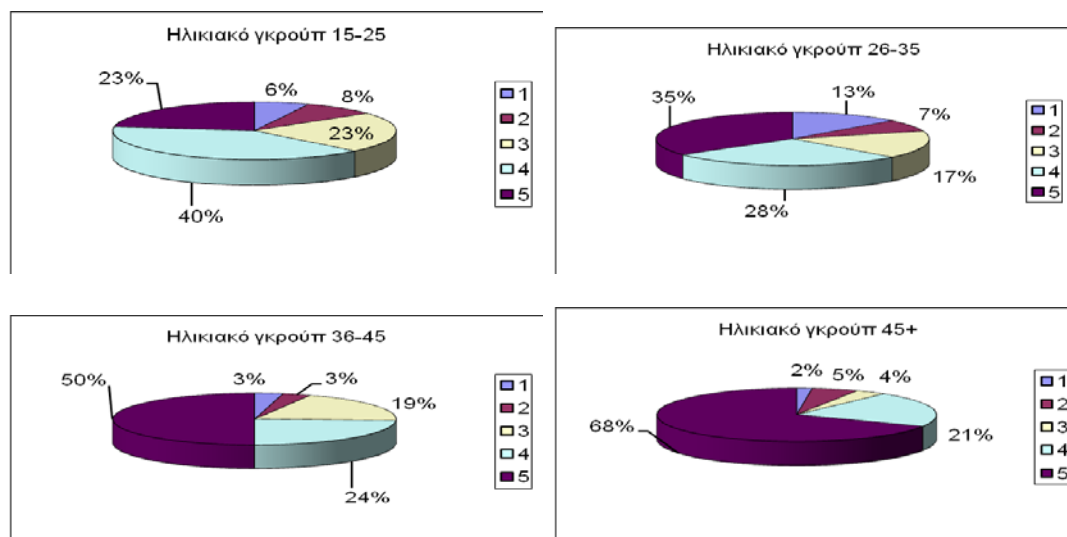
Σχεδιάγραμμα Β.1.8: Άνετοι Χώροι Εκγύμνασης – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 45% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η άνεση στους χώρους εκγύμνασης του γυμναστηρίου είναι πολύ σημαντική στην

απόφαση τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 6% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.9-Β.1.12 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

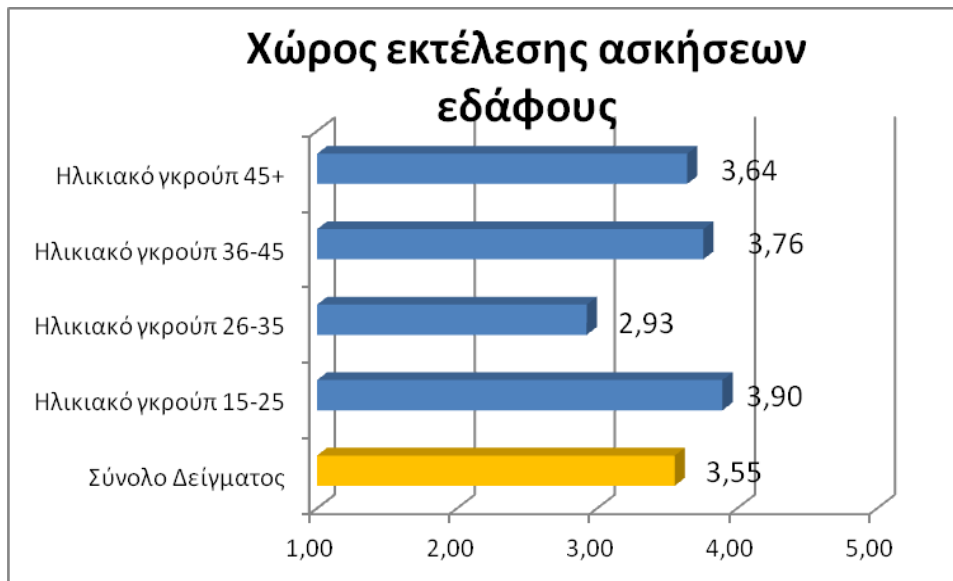


Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 23% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 13% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 50% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 68% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι ο παράγοντας αυτός είναι πιο σημαντικός για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω.

Α3. Χώρος Εκτέλεσης Ασκήσεων Εδάφους

Ο παράγοντας αυτός αναλύει τη σημαντικότητα του χώρου στον οποίο εκτελούνται ασκήσεις εδάφους, εντός του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,55 από τα 5.

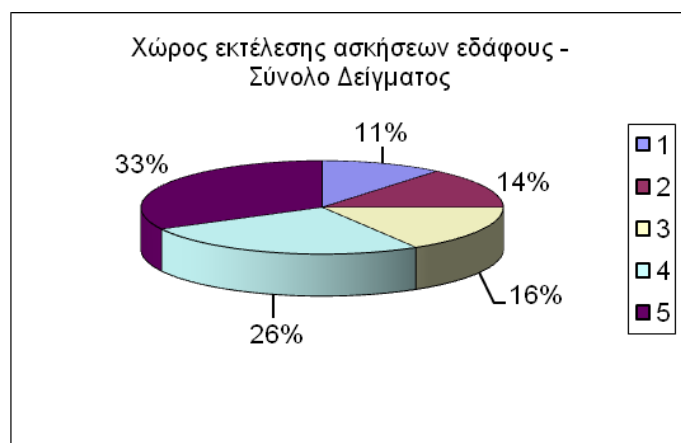
Σχεδιάγραμμα Β.1.13: Χώρος Εκτέλεσης Ασκήσεων Εδάφους – Μέσοι Όροι



Ο χώρος στον οποίο εκτελούνται ασκήσεις εδάφους εντός του γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

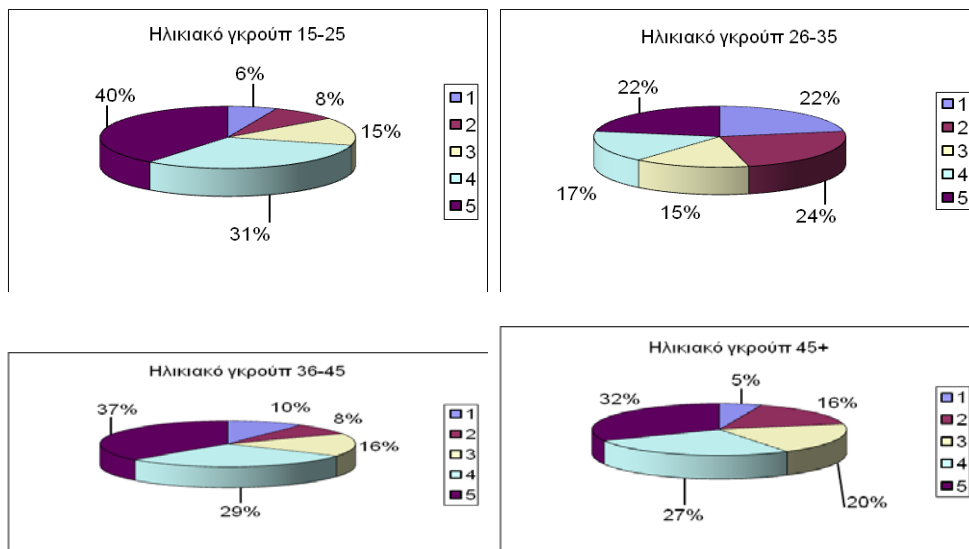
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.14:

Σχεδιάγραμμα Β.1.14: Χώρος Εκτέλεσης Ασκήσεων Εδάφους – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 33% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η άνεση στους χώρους εκτέλεσης των ασκήσεων εδάφους στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντική στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 11% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.15-Β.1.18 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

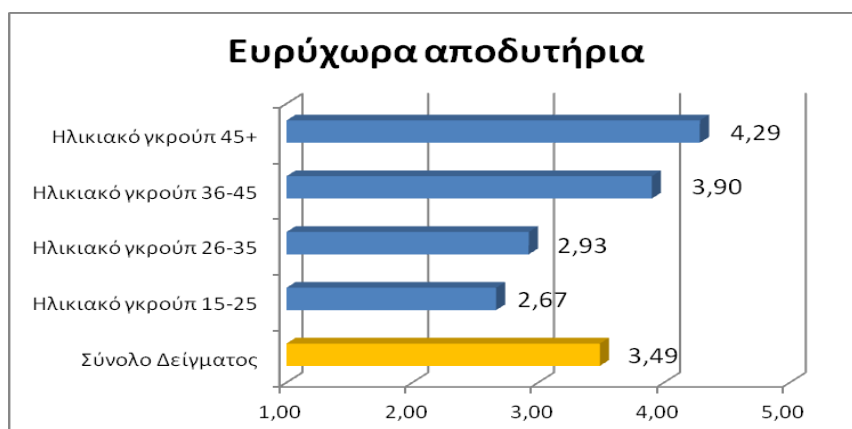


Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 40% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 22% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 22% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 37% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 10% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 32% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό.

A4. Ευρύχωρα αποδυτήρια

Ο παράγοντας αυτός αναλύει τη σημαντικότητα του μεγέθους των αποδυτηρίων ενός ιδανικού γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,49 από τα 5.

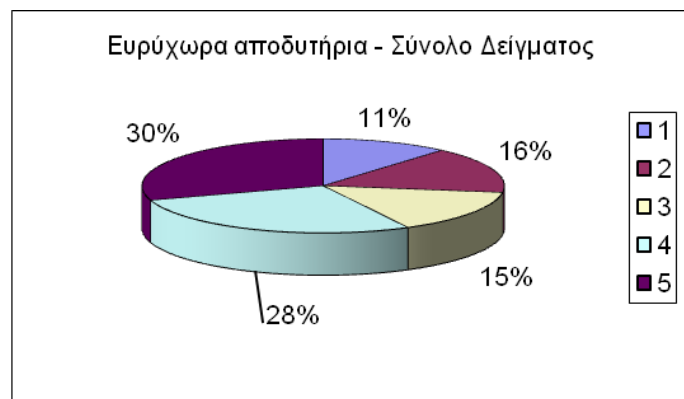
Σχεδιάγραμμα Β.1.19: Άνεση Αποδυτηρίων – Μέσοι Όροι



Τα μεγάλα και ευρύχωρα αποδυτήρια σε ένα γυμναστήριο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

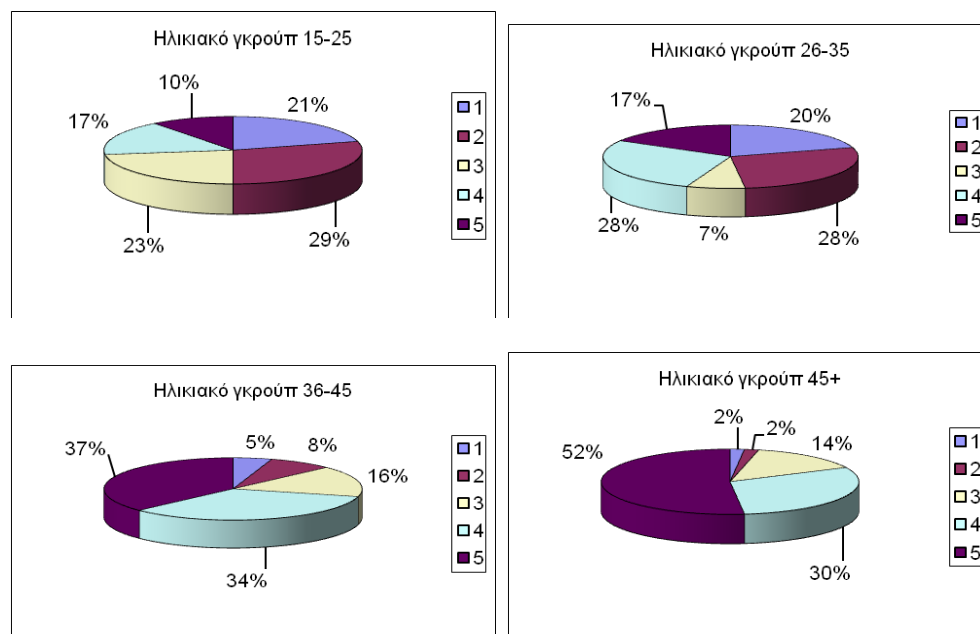
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.20:

Σχεδιάγραμμα Β.1.20: Άνεση Αποδυτηρίων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 30% των ερωτώμενων θεωρούν ότι τα μεγάλα και άνετα αποδυτήρια είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 11% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.21-Β.1.24 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



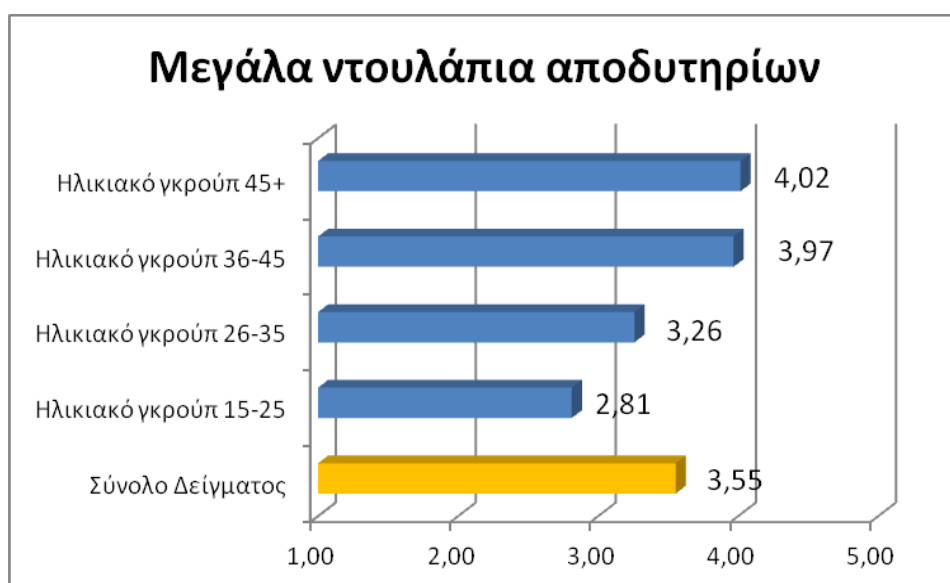
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 29% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 21% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 17% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 20% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 37% θεωρεί τον

παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό. Είναι φανερό ότι όσο πιο μεγάλοι σε ηλικία είναι οι ερωτώμενοι, τόσο πιο σημαντική είναι η άνεση των αποδυτηρίων, στην απόφασή τους για επιλογή γυμναστηρίου.

A5. Μεγάλα Ντουλάπια Αποδυτηρίων

Η σημαντικότητα του μεγέθους των ντουλαπιών μέσα στα αποδυτήρια είναι ο παράγοντας που αναλύεται στην παράγραφο αυτή. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,55 από τα 5.

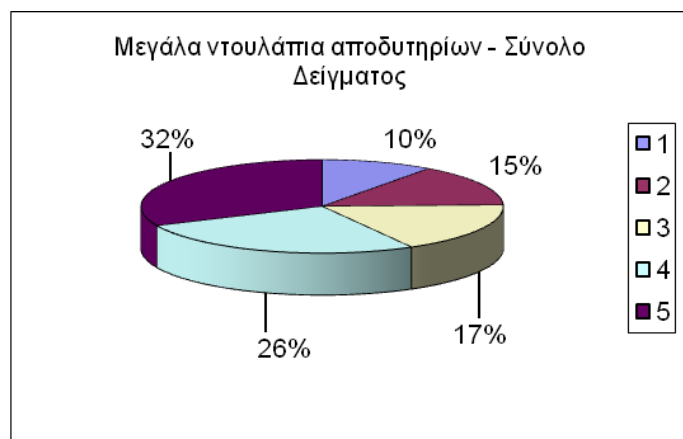
Σχεδιάγραμμα Β.1.25: Μεγάλα Ντουλάπια Αποδυτηρίων – Μέσοι Όροι



Τα μεγάλα ντουλάπια στα αποδυτήρια ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Όπως και στην περίπτωση της άνεσης των αποδυτηρίων, τα μεγάλα ντουλάπια στα αποδυτήρια γίνεται πιο σημαντικός παράγοντας για τους πιο μεγάλους σε ηλικία ερωτώμενους.

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.26:

Σχεδιάγραμμα Β.1.26: Μεγάλα Ντουλάπια Αποδυτηρίων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 32% των ερωτώμενων θεωρούν ότι τα μεγάλα ντουλάπια στα αποδυτήρια είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 10% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.27-B.1.30 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



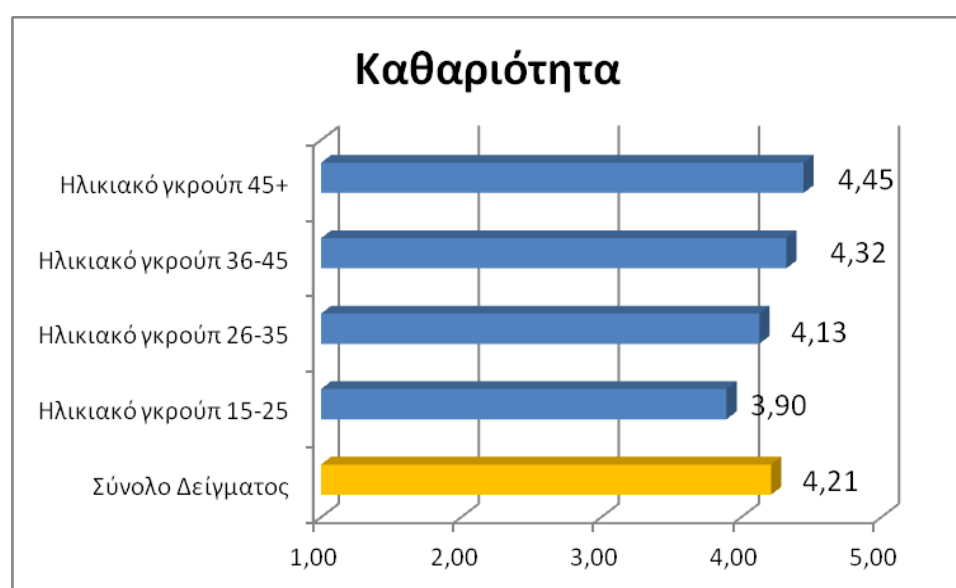
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 19% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ επίσης το 19% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 17% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 20% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 39% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών

και πάνω, το 41% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 4% καθόλου σημαντικό.

Α6. Καθαριότητα

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα της καθαριότητας στους χώρους του γυμναστηρίου, με άλλα λόγια, πόσο σημαντικό είναι για τους ερωτώμενους να μην παρατηρούνται συμπτώματα δυσοσμίας και ακαθαρσίας στους χώρους του γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 4,21 από τα 5.

Σχεδιάγραμμα Β.1.31: Καθαριότητα – Μέσοι Όροι



Η καθαριότητα ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Όπως και στην περίπτωση της άνεσης των αποδυτηρίων και των ευρύχωρων ντουλαπιών, η καθαριότητα γίνεται πιο σημαντικός παράγοντας όσο αυξάνεται η ηλικία των ερωτώμενων.

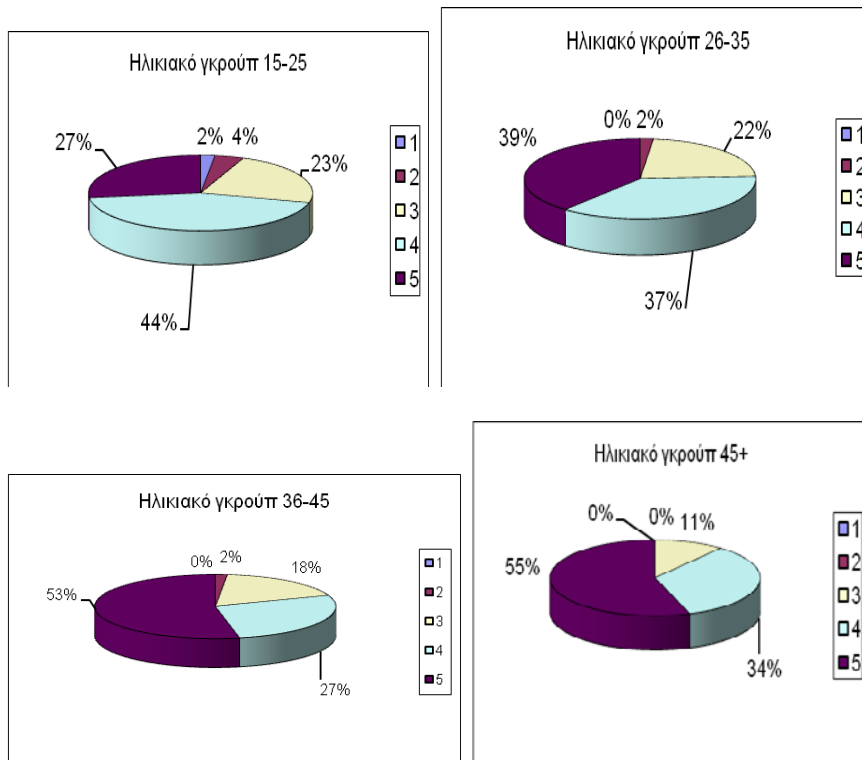
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.32:

Σχεδιάγραμμα Β.1.32: Καθαριότητα – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 45% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η καθαριότητα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ κανένας από τους ερωτώμενους δεν θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.33-Β.1.36 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



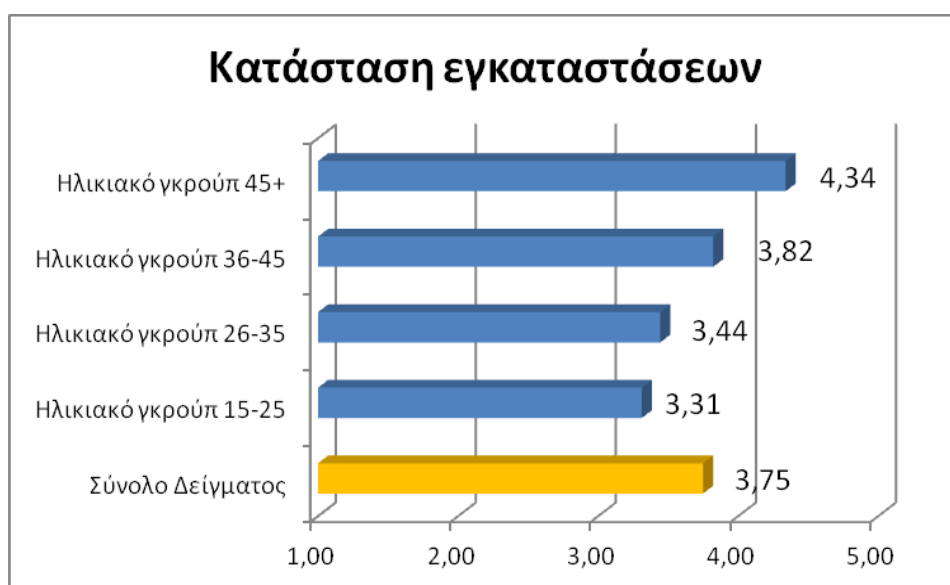
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 27% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 39% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, στις ηλικίες 36-45 ετών το 53% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το

55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικίες από 26 ετών και πάνω, κανένα ποσοστό δεν θεωρεί τον παράγοντα αυτό καθόλου σημαντικό.

A7. Κατάσταση Εγκαταστάσεων

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα της κατάστασης των εγκαταστάσεων στην απόφαση ενός δυνητικού πελάτη για το ποιο γυμναστήριο θα επιλέξει. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,75 από τα 5.

Σχεδιάγραμμα Β.1.37: Κατάσταση Εγκαταστάσεων – Μέσοι Όροι



Η κατάσταση των εγκαταστάσεων ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Φαίνεται ότι για τους παράγοντες οι οποίοι σχετίζονται με την καθαριότητα, άνεση και κτιριακές εγκαταστάσεις η σημαντικότητα αυξάνεται με την αύξηση της ηλικίας των ερωτώμενων.

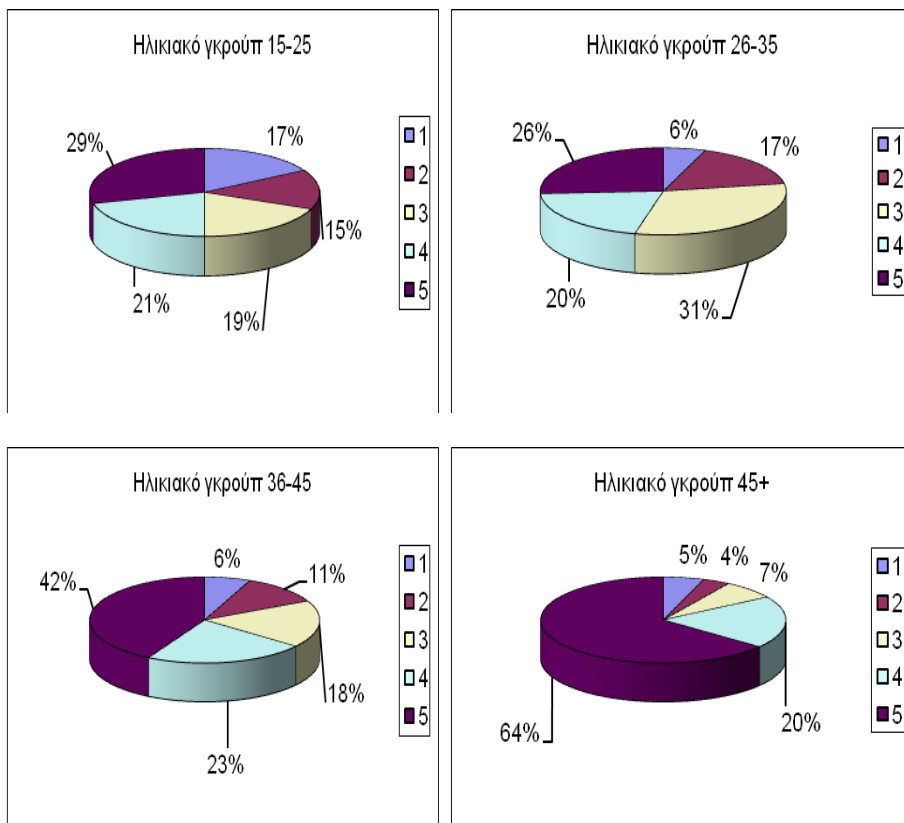
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.38:

Σχεδιάγραμμα Β.1.38: Κατάσταση Εγκαταστάσεων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 41% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η κατάσταση των κτιριακών εγκαταστάσεων είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 8% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.39-Β.1.42 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



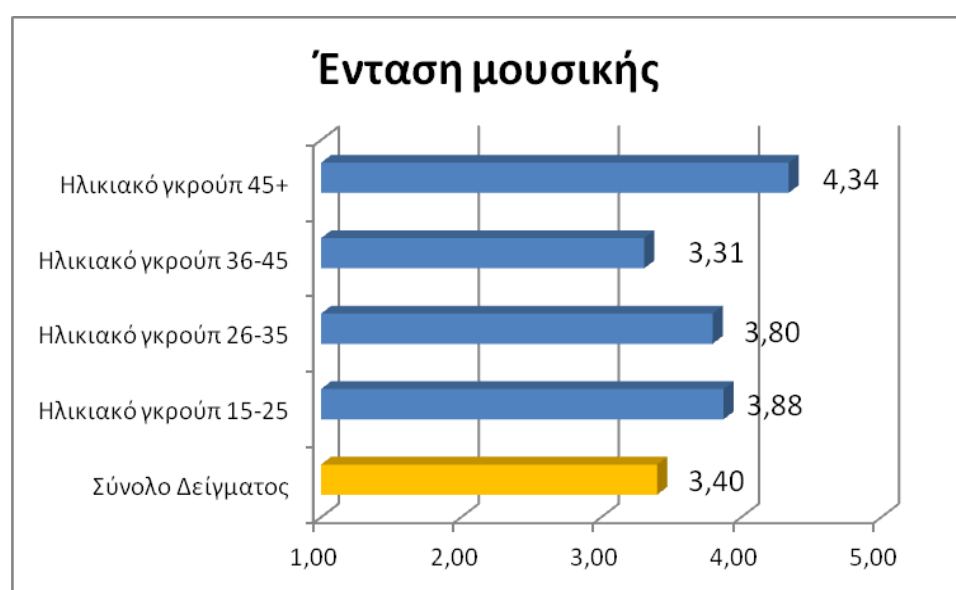
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 29% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 17% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 26% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 6%

καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 42% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 64% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό.

A8. Ένταση Μουσικής

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα της έντασης της μουσικής κατά την επιλογή του γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,40 από τα 5.

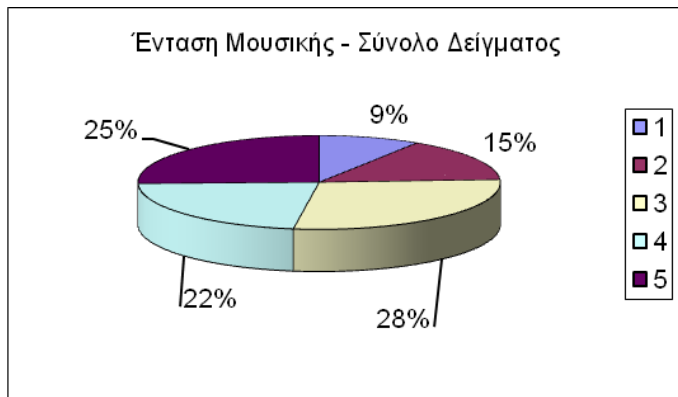
Σχεδιάγραμμα Β.1.43: Ένταση Μουσικής – Μέσοι Όροι



Η ένταση της μουσικής κατά τη διάρκεια λειτουργίας ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών.

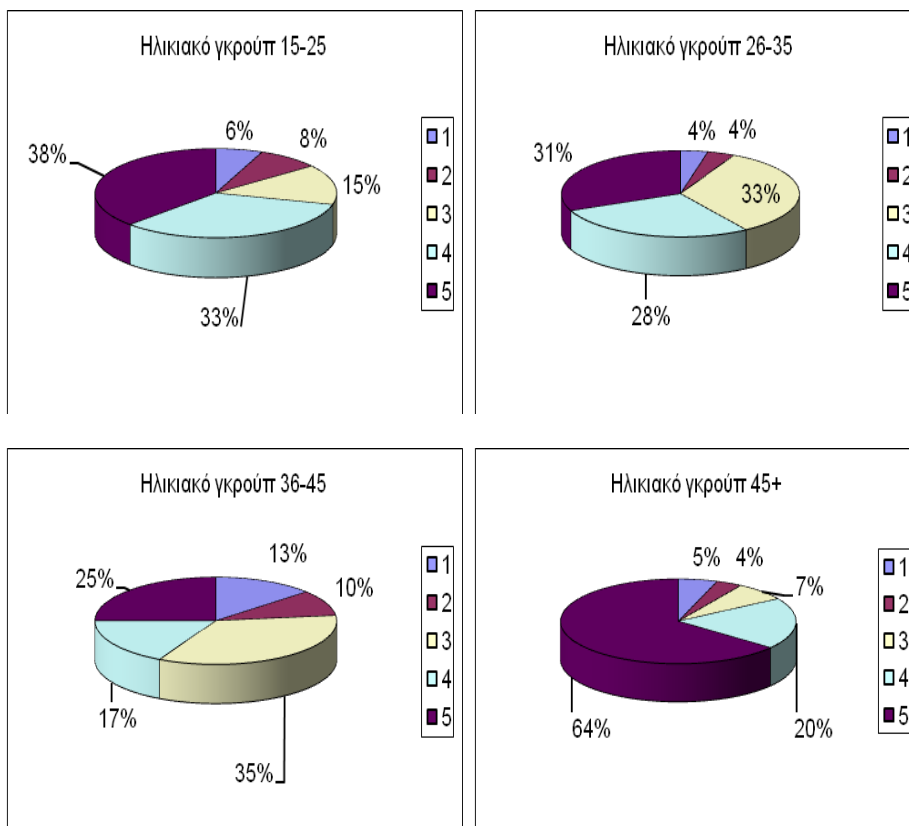
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.44:

Σχεδιάγραμμα Β.1.44: Ένταση Μουσικής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 25% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ένταση της μουσικής είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 9% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.45-B.1.48 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



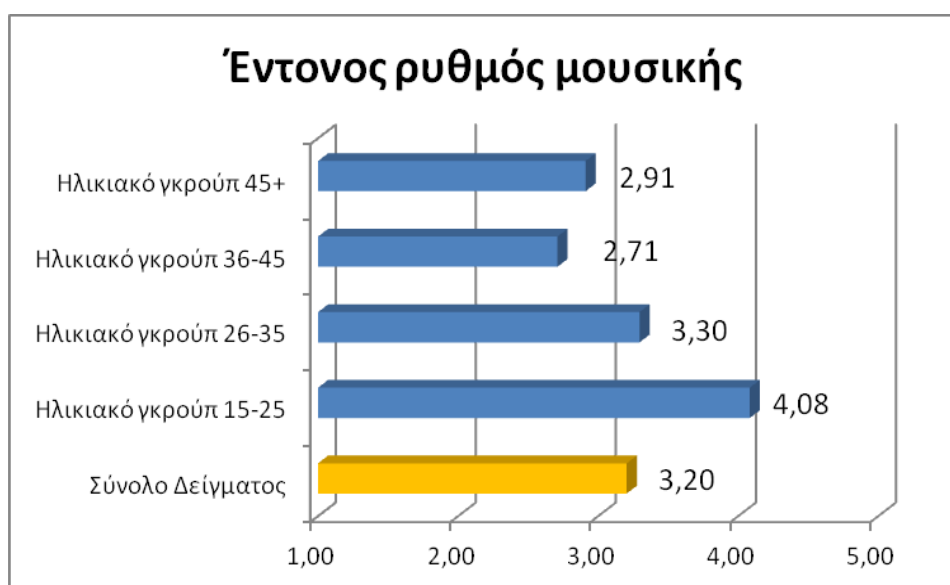
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 31% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 4% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ

σημαντικό, ενώ το 13% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 64% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό.

A9. Έντονος Ρυθμός Μουσικής

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντικός είναι ο έντονος ρυθμός μουσικής κατά την επιλογή του γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,20 από τα 5.

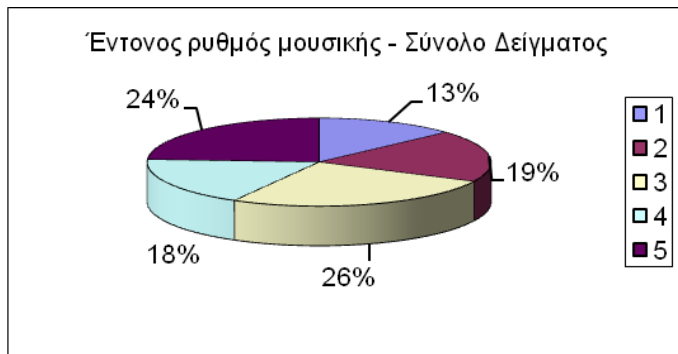
Σχεδιάγραμμα Β.1.49: Έντονος Ρυθμός Μουσικής – Μέσοι Όροι



Ο έντονος ρυθμός μουσικής κατά τη διάρκεια λειτουργίας ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών.

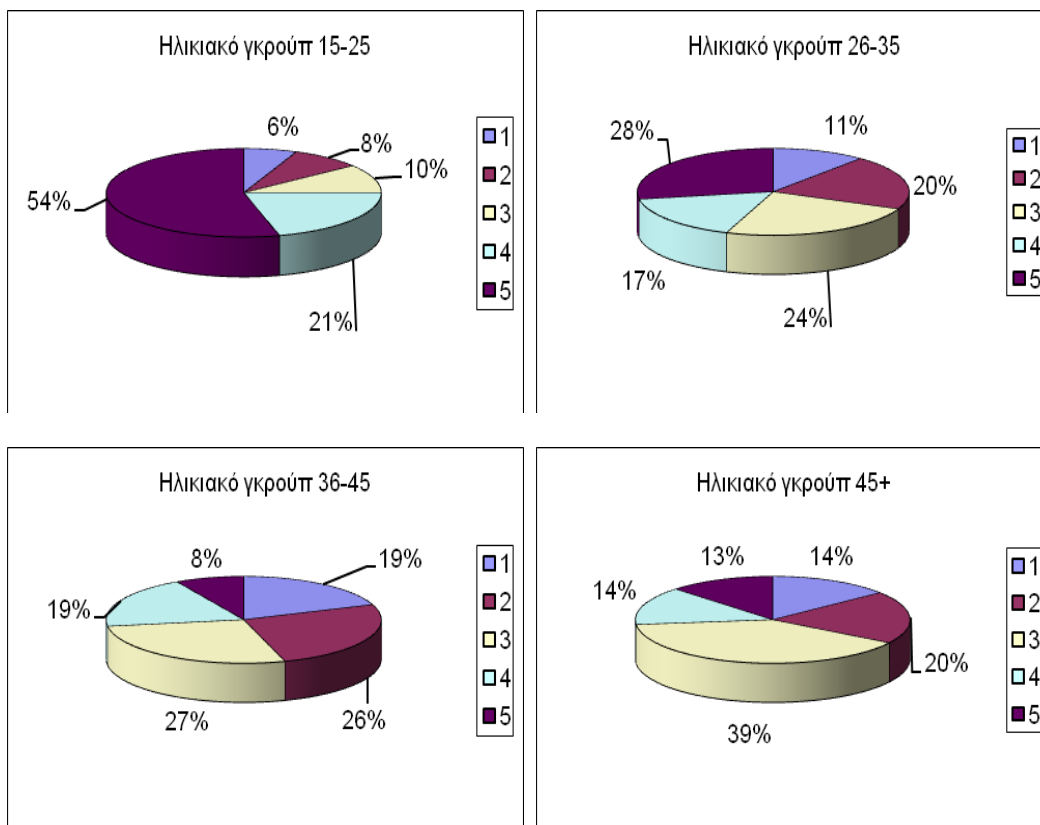
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.50:

Σχεδιάγραμμα Β.1.50: Έντονος Ρυθμός Μουσικής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 24% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο έντονος ρυθμός μουσικής είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 13% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.51-Β.1.54 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



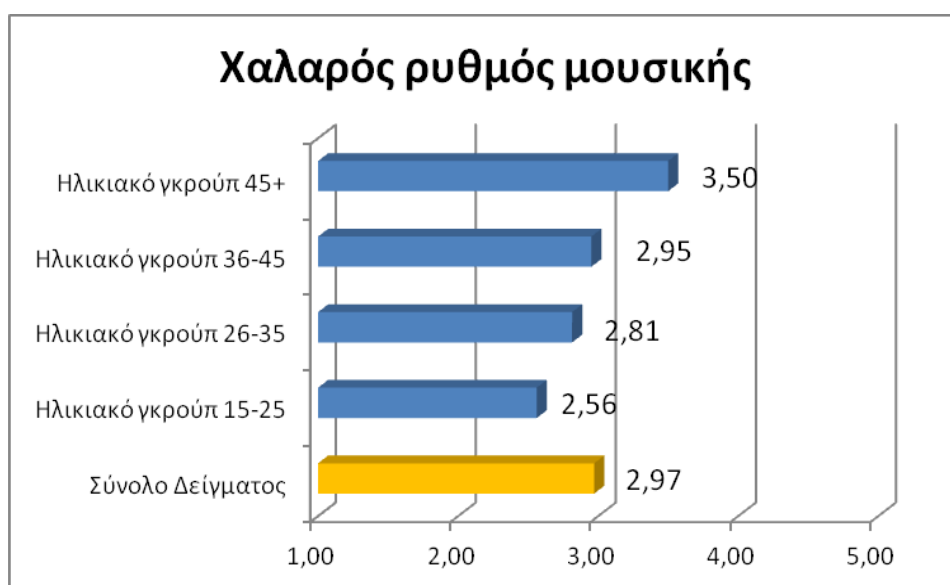
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 54% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 28% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 11% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 8% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 19% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το

13% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 14% καθόλου σημαντικό. Παρατηρείται μια αύξηση στο ποσοστό που θεωρεί ότι αυτός ο παράγοντας δεν είναι σημαντικός στην επιλογή του γυμναστηρίου, καθώς αυξάνεται η ηλικία του ερωτώμενου.

A10. Χαλαρός Ρυθμός Μουσικής

Ο παράγοντας αυτός, σε αντίθεση με τον προηγούμενο παράγοντα, εξετάζει αυτή τη φορά, πόσο σημαντικός είναι ο χαλαρός ρυθμός μουσικής κατά την επιλογή του γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 2,97 από τα 5.

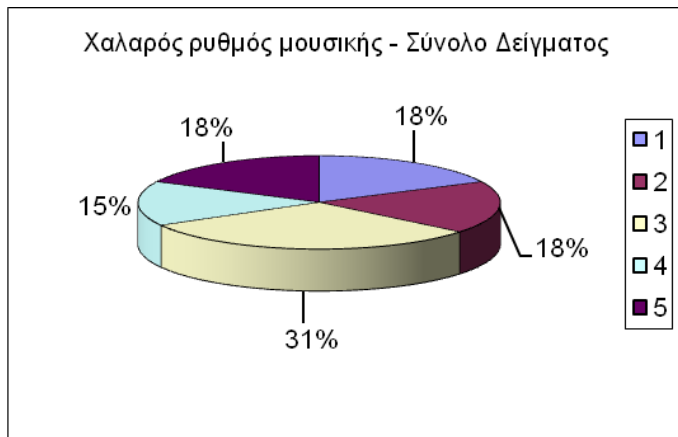
Σχεδιάγραμμα B.1.55: Χαλαρός Ρυθμός Μουσικής – Μέσοι Όροι



Ο χαλαρός ρυθμός μουσικής κατά τη διάρκεια λειτουργίας ενός γυμναστηρίου είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

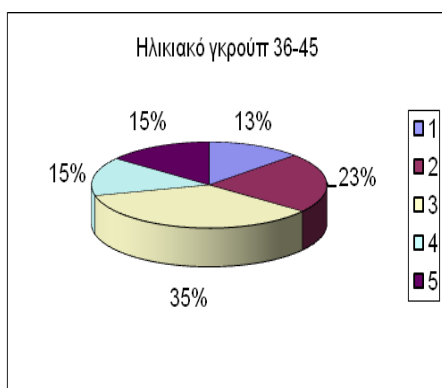
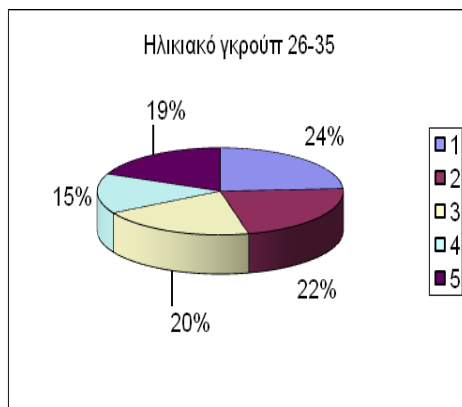
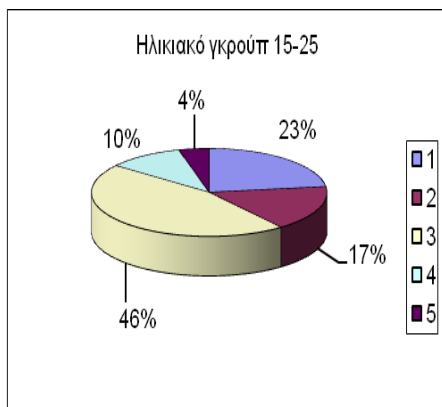
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα B.1.56

Σχεδιάγραμμα B.1.56: Χαλαρός Ρυθμός Μουσικής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 18% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο χαλαρός ρυθμός μουσικής είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ αντίστοιχο ποσοστό της τάξης του 18% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.57-Β.1.60 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



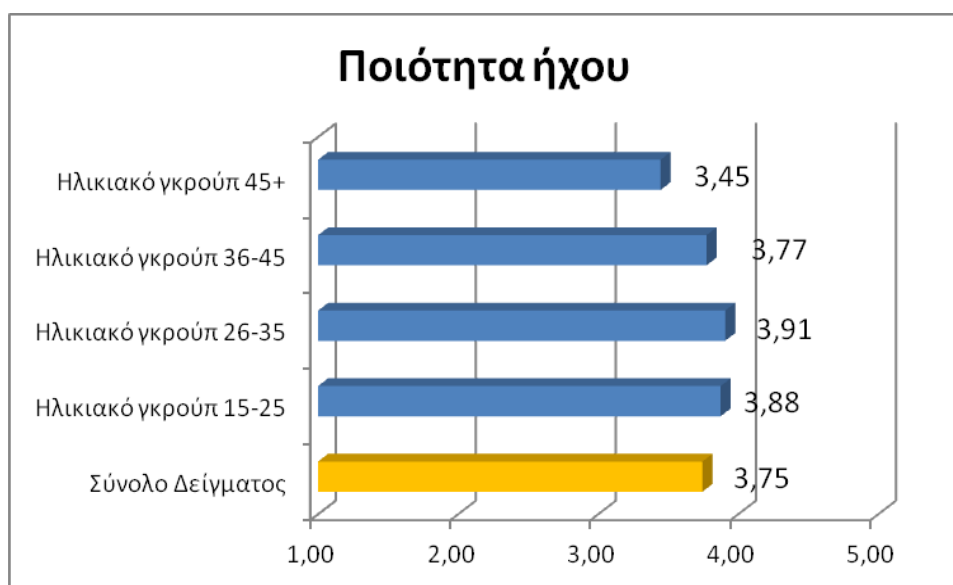
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 4% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 23% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 19% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 24%

καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 15% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 13% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 32% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 13% καθόλου σημαντικό.

A11. Ποιότητα Ήχου

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ποιότητα του ήχου που ακούγεται στο γυμναστήριο. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,75 από τα 5.

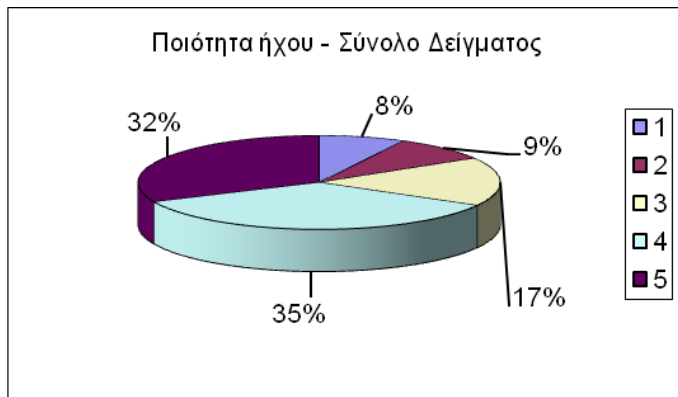
Σχεδιάγραμμα Β.1.61: Ποιότητα Ήχου – Μέσοι Όροι



Η ποιότητα του ήχου που ακούγεται στο γυμναστήριο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 26-35 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, χωρίς όμως σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες.

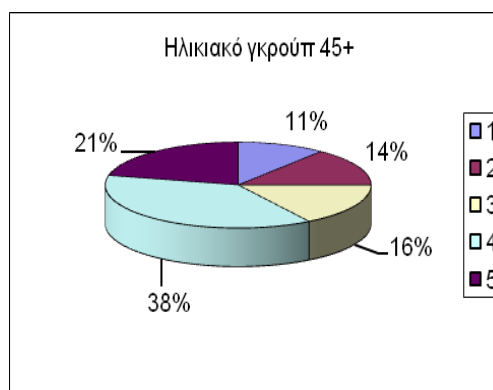
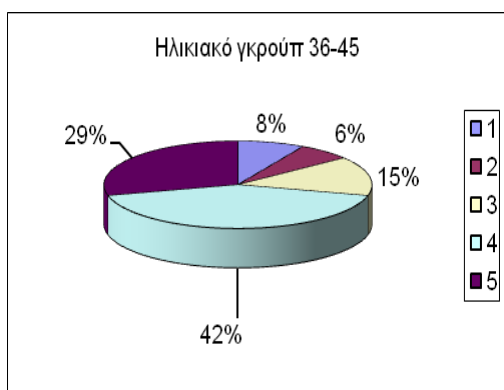
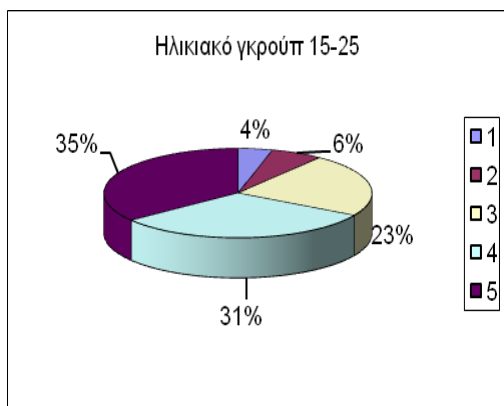
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.62.

Σχεδιάγραμμα Β.1.62: Ποιότητα Ήχου – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 32% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ποιότητα του ήχου που ακούγεται στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ αντίστοιχο ποσοστό της τάξης του 8% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.63-Β.1.66 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



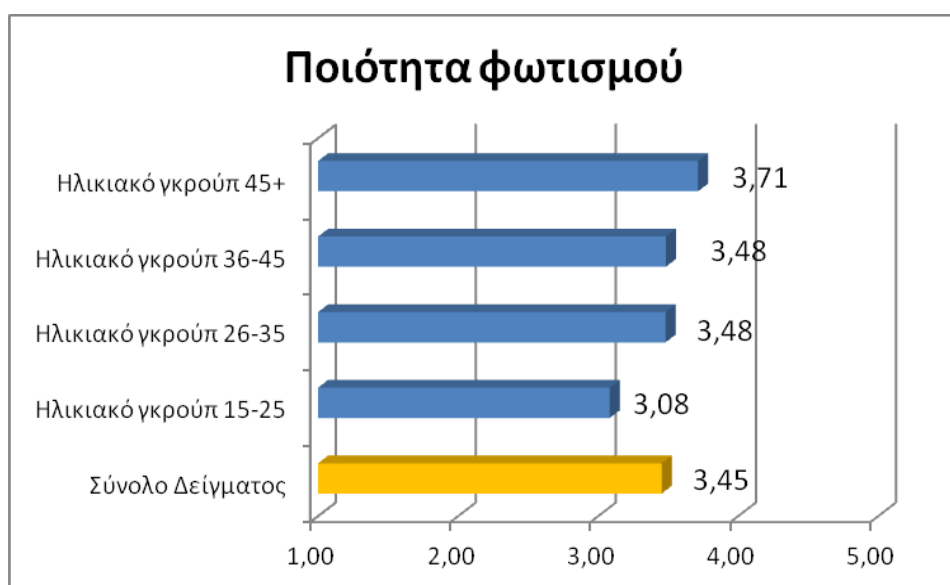
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 4% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 43% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 7% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 29% θεωρεί τον παράγοντα πολύ

σημαντικό, ενώ το 8% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 21% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 11% καθόλου σημαντικό.

A12. Ποιότητα Φωτισμού

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντικά είναι τα επίπεδα φωτισμού που διατηρούνται στο γυμναστήριο. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,75 από τα 5.

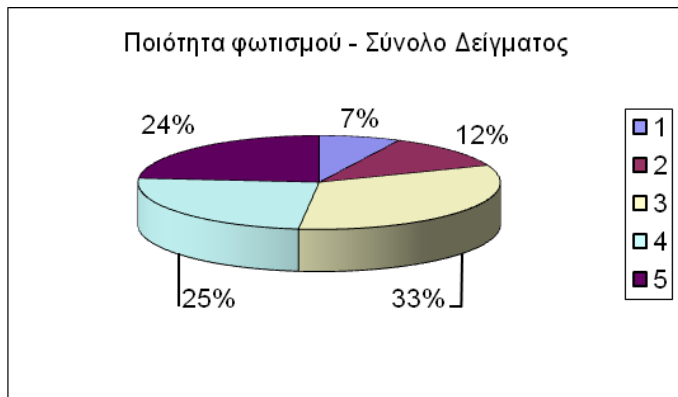
Σχεδιάγραμμα Β.1.67: Ποιότητα Φωτισμού – Μέσοι Όροι



Η ποιότητα του φωτισμού σε ένα γυμναστήριο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών, χωρίς και πάλι σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες, ιδιαίτερα στις ομάδες 26-35, 36-45 και 46 και πάνω.

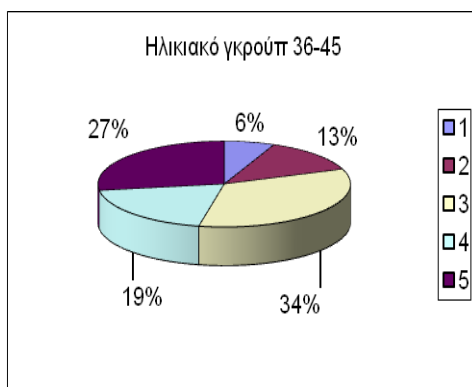
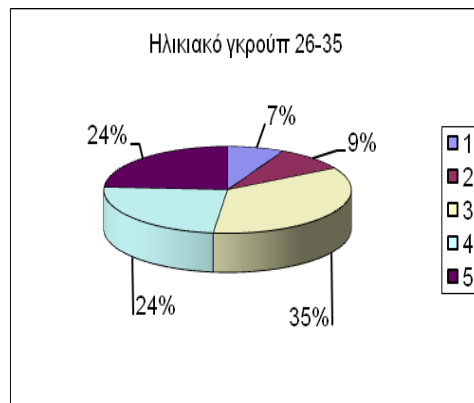
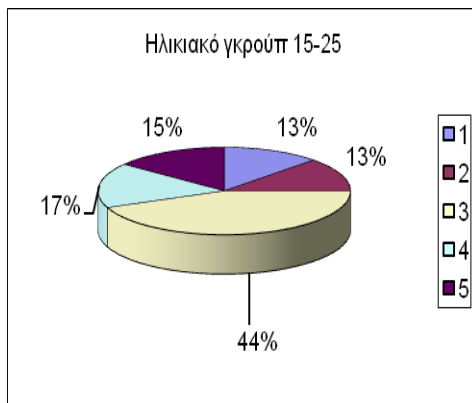
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.68.

Σχεδιάγραμμα Β.1.68: Ποιότητα Φωτισμού – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 24% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ποιότητα του φωτισμού μέσα στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 7% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.69-Β.1.72 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



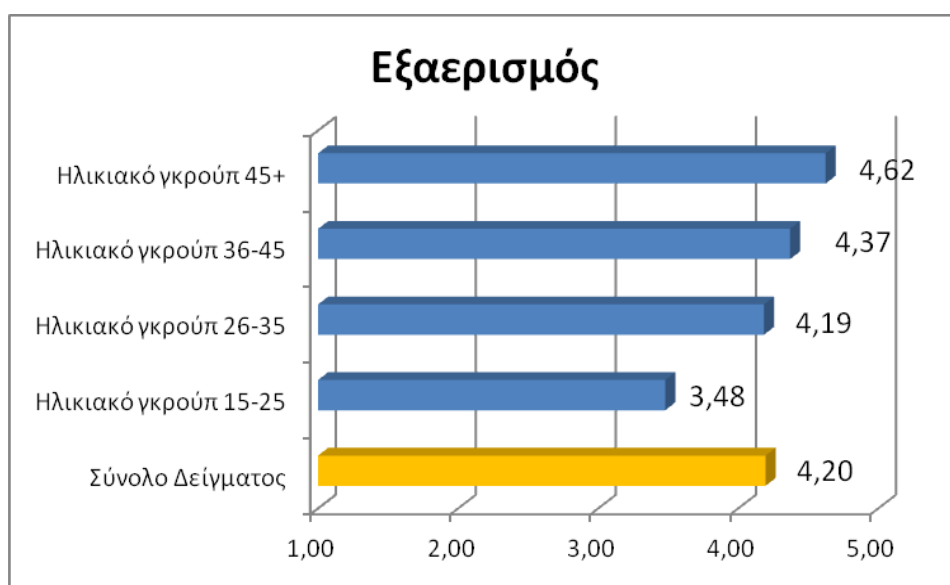
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 15% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 13% καθόλου σημαντικό, στις

ηλικίες 26-35 ετών, το 24% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 7% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 27% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 27% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 4% καθόλου σημαντικό.

A13. Ποιότητα Εξαερισμού

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ποιότητα του εξαερισμού που διατηρεί το γυμναστήριο. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 4,20 από τα 5.

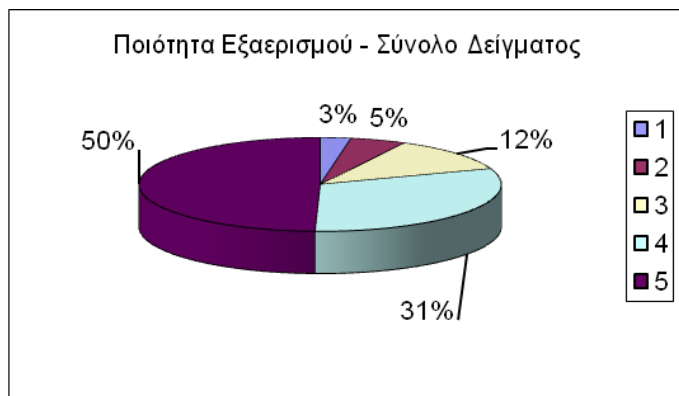
Σχεδιάγραμμα Β.1.73: Ποιότητα Εξαερισμού – Μέσοι Όροι



Ο καλός εξαερισμός σε ένα γυμναστήριο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες 26-35, 36-45 και 46 και πάνω.

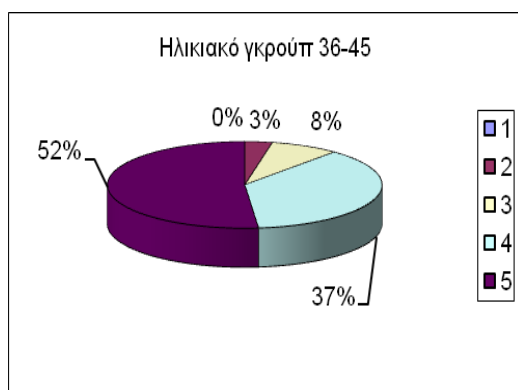
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.74.

Σχεδιάγραμμα Β.1.74: Ποιότητα Εξαερισμού – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 50% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ποιότητα του εξαερισμού στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.75-B.1.78 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



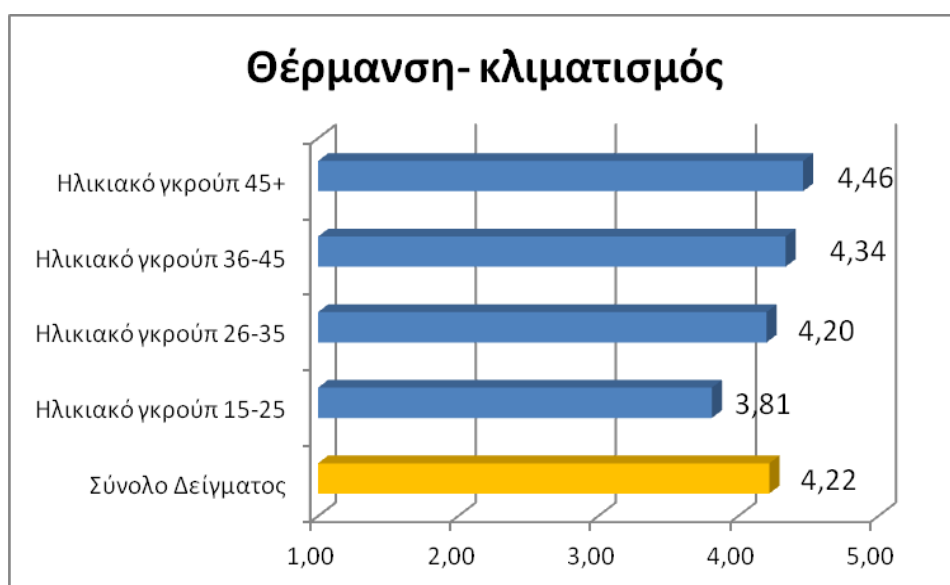
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 23% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 10% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 46% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, στις ηλικίες 36-45 ετών το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και

πάνω, το 73% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικίες από 26 ετών και πάνω, κανένα ποσοστό δεν θεωρεί τον παράγοντα αυτό καθόλου σημαντικό.

A14. Θέρμανση – Κλιματισμός

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η θέρμανση για το χειμώνα και ο κλιματισμός για το καλοκαίρι μέσα στο γυμναστήριο. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 4,22 από τα 5.

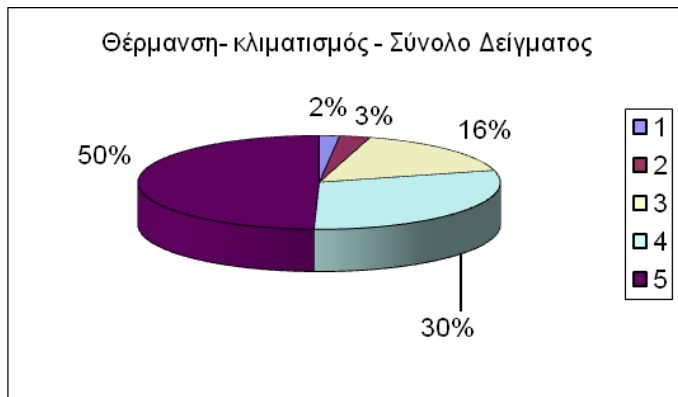
Σχεδιάγραμμα Β.1.79: Θέρμανση – Κλιματισμός – Μέσοι Όροι



Η θέρμανση για το χειμώνα και ο κλιματισμός για το καλοκαίρι μέσα στο γυμναστήριο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες 26-35, 36-45 και 46 και πάνω.

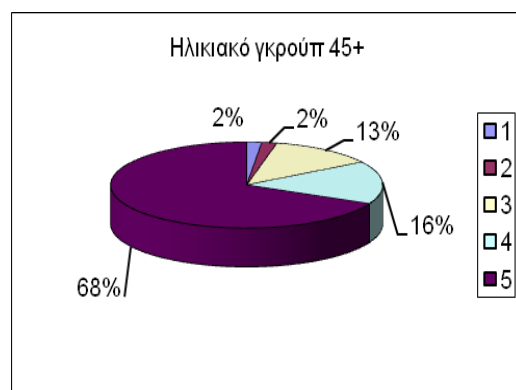
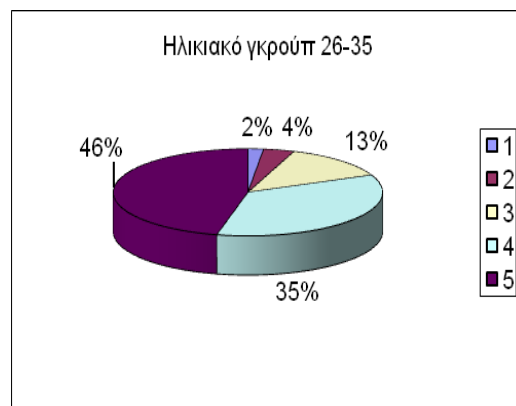
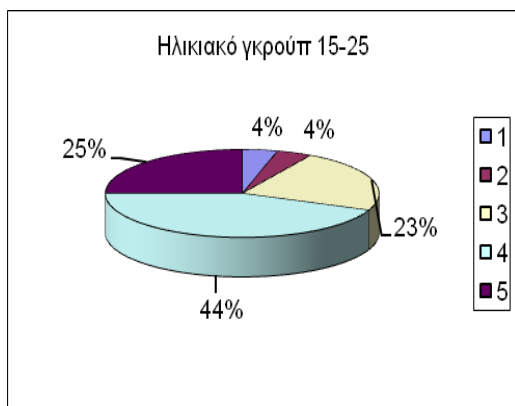
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.80.

Σχεδιάγραμμα Β.1.80: Θέρμανση – Κλιματισμός – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 50% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η θέρμανση και ο κλιματισμός στο γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 2% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.81-B.1.84 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



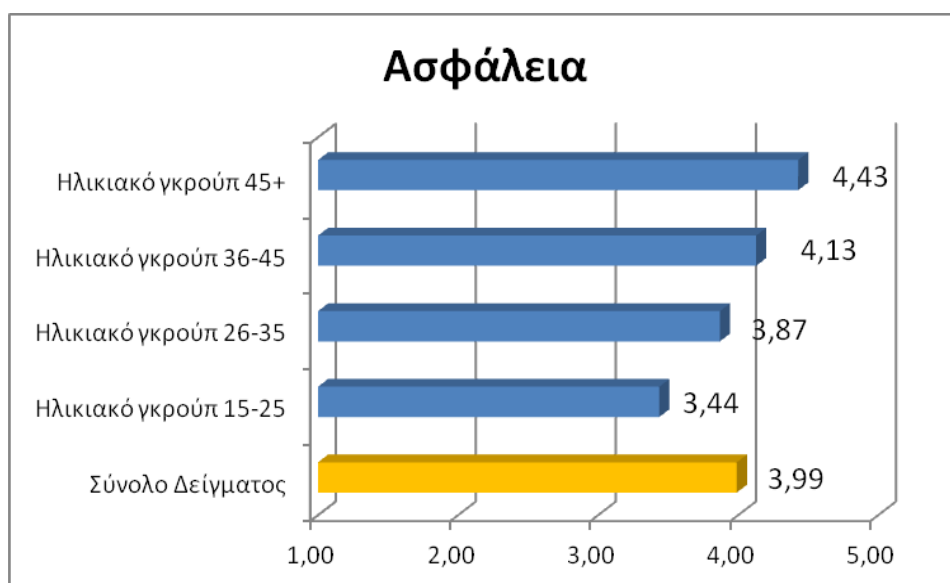
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 4% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 46% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 2% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ

σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει ποσοστό που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 68% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό.

A15. Ασφάλεια

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ασφάλεια τόσο του ίδιου του πελάτη, όσο και του χώρου στάθμευσης του αυτοκινήτου του πελάτη. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,99 από τα 5.

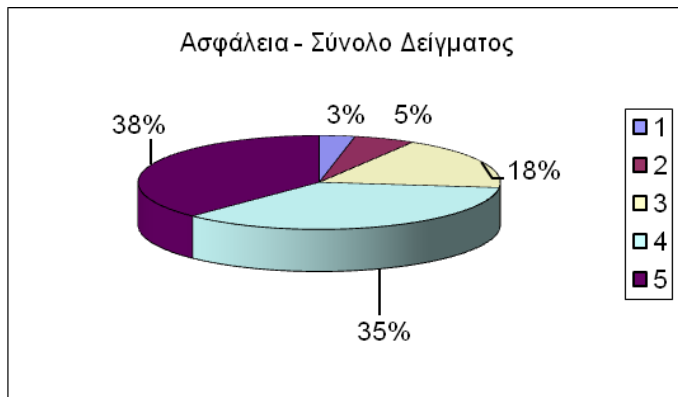
Σχεδιάγραμμα Β.1.85: Ασφάλεια – Μέσοι Όροι



Η ασφάλεια τόσο μέσα στο γυμναστήριο, όσο και στο χώρο στάθμευσης, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

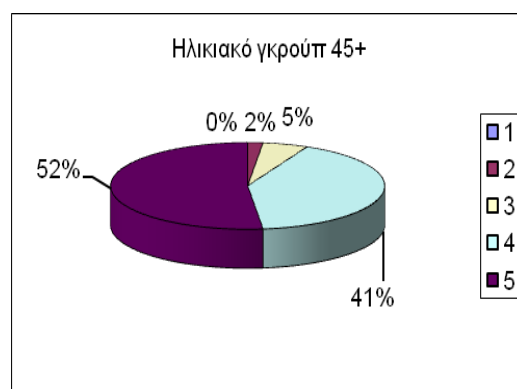
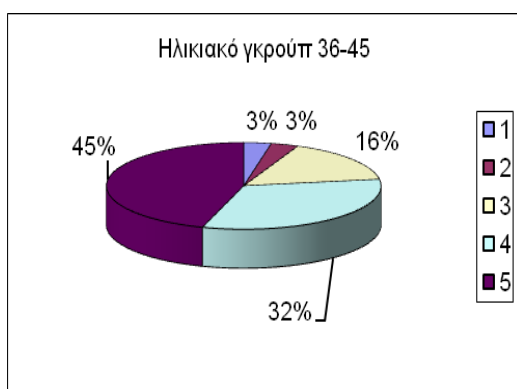
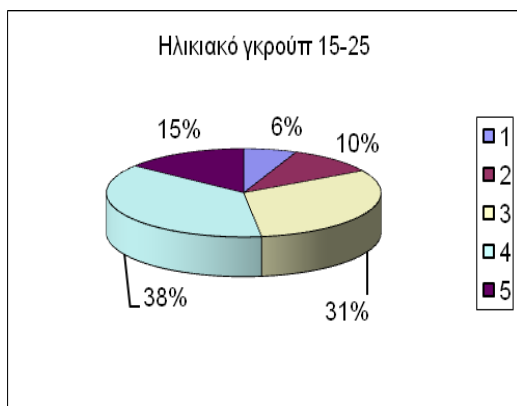
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.86.

Σχεδιάγραμμα Β.1.86: Ασφάλεια – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 38% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ασφάλεια τόσο μέσα στο γυμναστήριο, όσο και στο χώρο στάθμευσης, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.87-Β.1.90 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



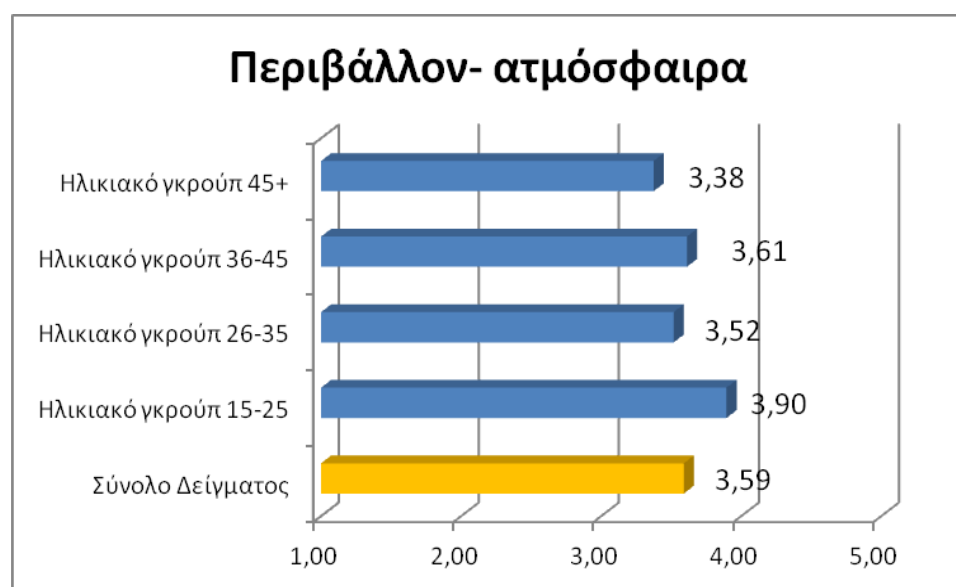
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 15% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 4% καθόλου

σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 46% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει ποσοστό που θεωρεί τον παράγοντα αυτό καθόλου σημαντικό.

A16. Περιβάλλον-Ατμόσφαιρα

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντικό είναι το περιβάλλον του γυμναστηρίου: εάν είναι φωτεινό, έχει ωραία θέα, είναι καθαρό, συγυρισμένο, παρέχει εύκολη και ασφαλή διακίνηση και σου παρέχει και επιπλέον ανέσεις. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,59 από τα 5.

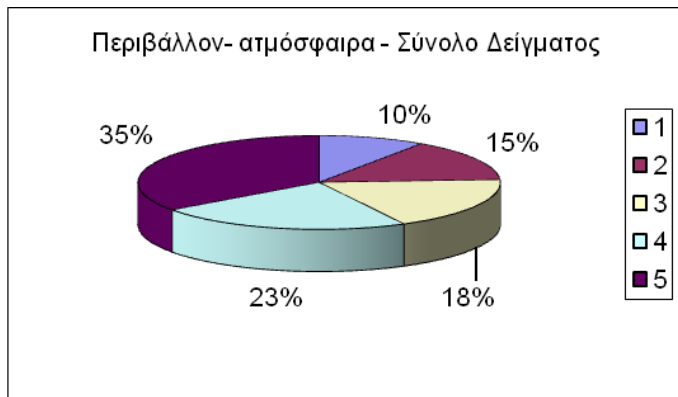
Σχεδιάγραμμα Β.1.91: Περιβάλλον-Ατμόσφαιρα – Μέσοι Όροι



Το περιβάλλον μέσα στο γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω.

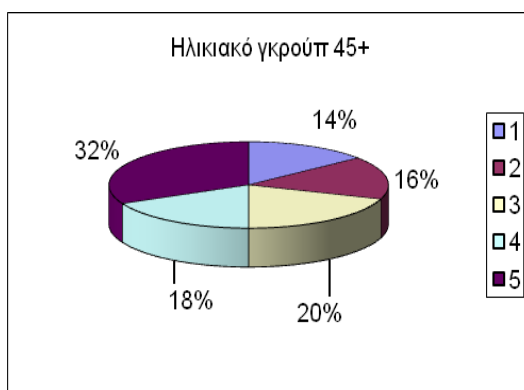
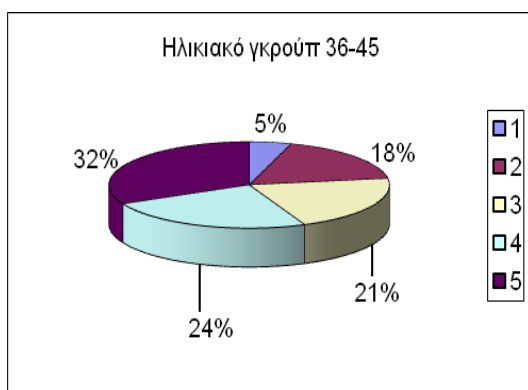
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.92.

Σχεδιάγραμμα Β.1.92: Περιβάλλον-Ατμόσφαιρα – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 35% των ερωτώμενων θεωρούν ότι το περιβάλλον του γυμναστηρίου είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 10% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.93-Β.1.96 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



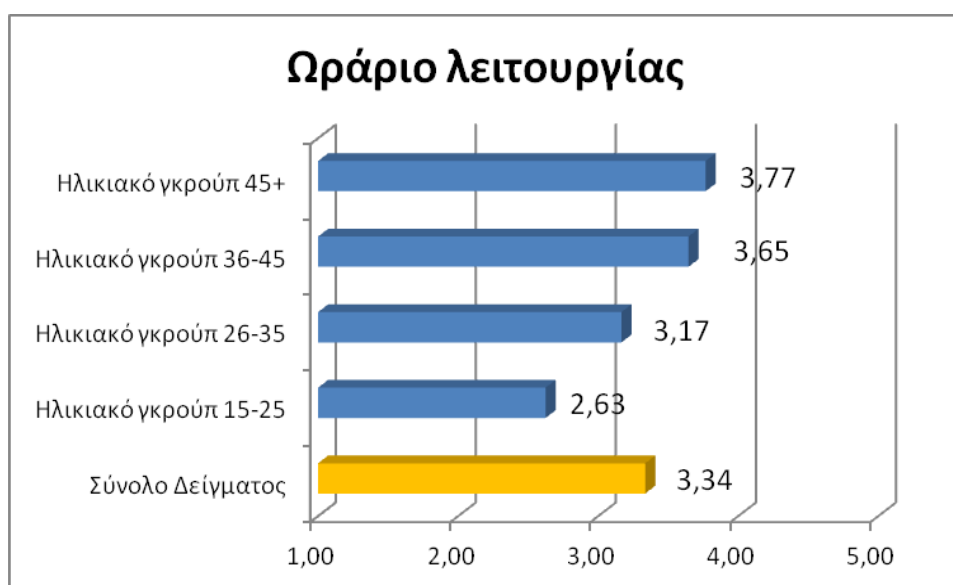
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 46% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 31% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 13% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 32% θεωρεί τον παράγοντα πολύ

σημαντικό, ενώ το 5% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 32% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 14% καθόλου σημαντικό.

A17. Ωράριο Λειτουργίας

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντικό είναι το ωράριο λειτουργίας ενός γυμναστηρίου κατά την επιλογή Γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,34 από τα 5.

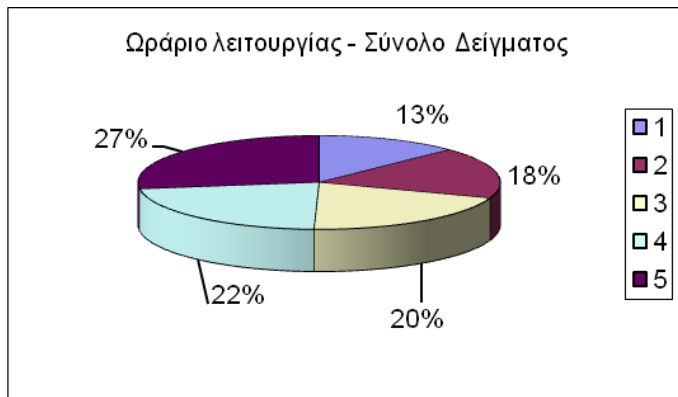
Σχεδιάγραμμα Β.1.97: Ωράριο Λειτουργίας – Μέσοι Όροι



Το ωράριο λειτουργίας ενός γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

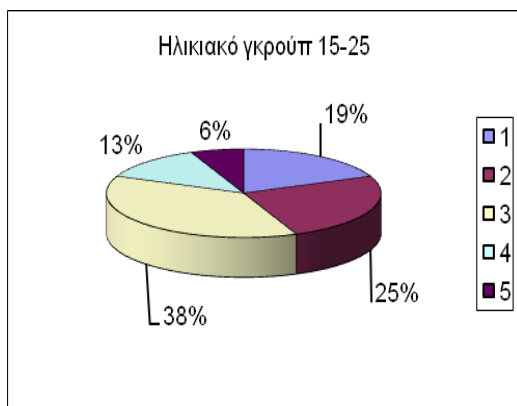
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.98.

Σχεδιάγραμμα Β.1.98: Ωράριο Λειτουργίας – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 27% των ερωτώμενων θεωρούν ότι το ωράριο λειτουργίας ενός γυμναστηρίου είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 13% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.99-B.1.102 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



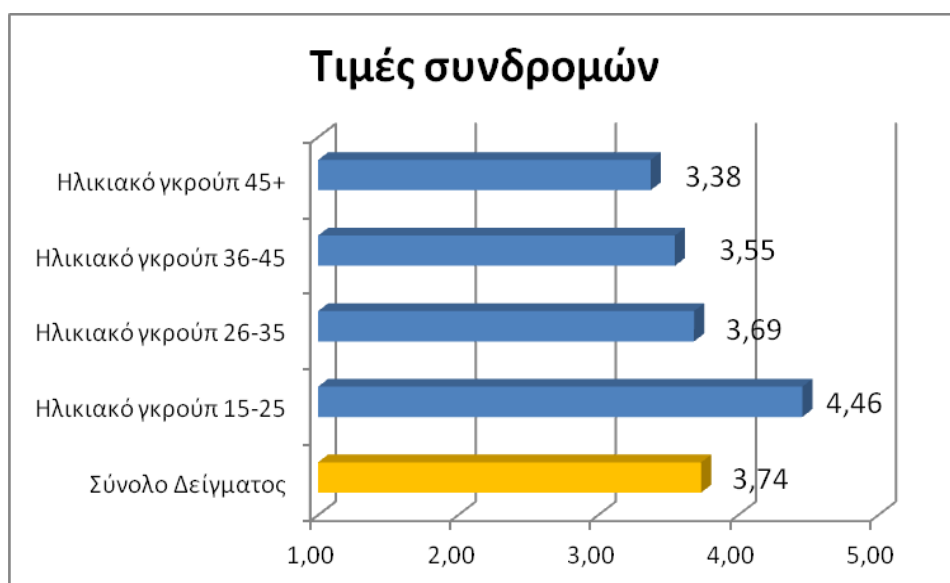
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 19% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 20% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 13% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 15% θεωρεί τον

παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 13% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 13% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 7% καθόλου σημαντικό.

A18. Τιμές Συνδρομών

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η τιμή των συνδρομών που χρεώνει ένα γυμναστήριο κατά την επιλογή Γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας αξιολογείται με μέσο όρο 3,74 από τα 5.

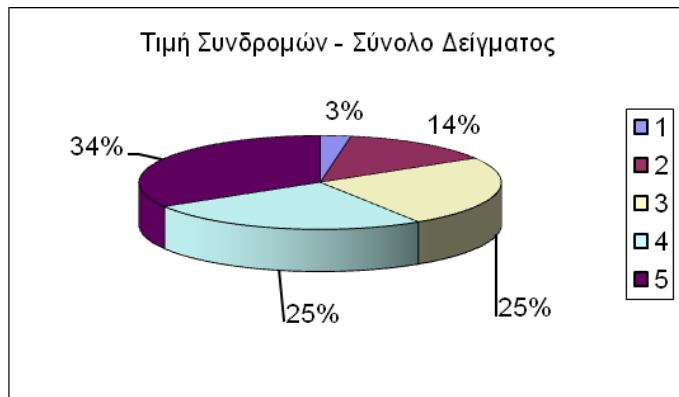
Σχεδιάγραμμα Β.1.103: Τιμές Συνδρομών – Μέσοι Όροι



Η τιμή των συνδρομών που χρεώνει ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικότερος για τις πιο νεαρές ηλικίες, που πιθανότατα δεν είναι οικονομικά ανεξάρτητοι.

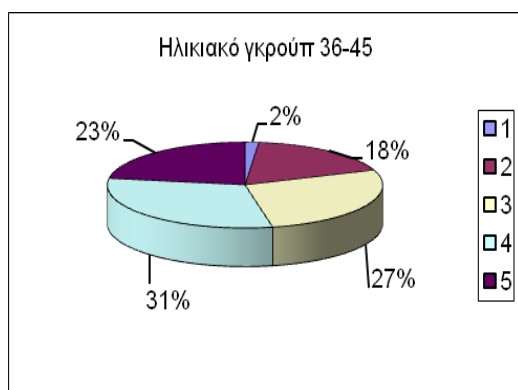
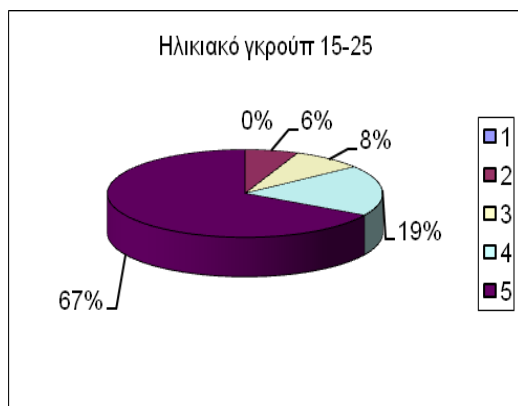
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.104.

Σχεδιάγραμμα Β.1. 104: Τιμές Συνδρομών – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 34% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η τιμή των συνδρομών που χρεώνει ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.105-B.1.108 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



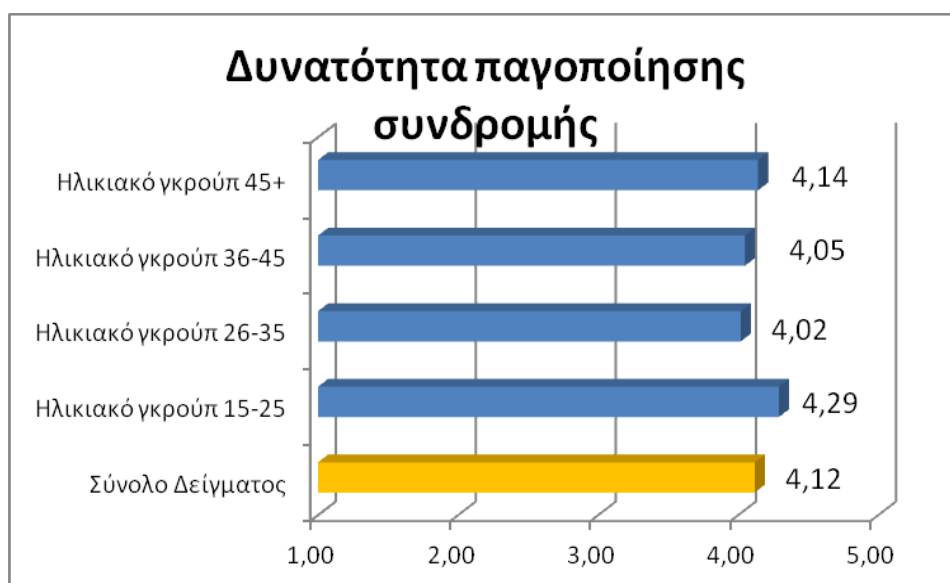
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 67% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 24% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ και για τις δύο αυτές ηλικιακές ομάδες, δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό.

Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 23% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 27% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 9% καθόλου σημαντικό.

A19. Δυνατότητα Παγοποίησης Συνδρομής

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει η δυνατότητα του πελάτη να παγοποιεί τη συνδρομή του. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 4,12 από τα 5.

Σχεδιάγραμμα Β.1.109: Δυνατότητα Παγοποίησης Συνδρομής – Μέσοι Όροι



Η δυνατότητα του πελάτη να παγοποιεί τη συνδρομή του εάν το επιθυμεί, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών. Ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικός όλες τις ηλικίες, και δεν παρουσιάζεται μεγάλη διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

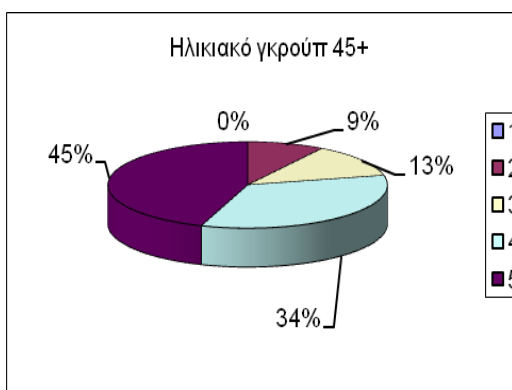
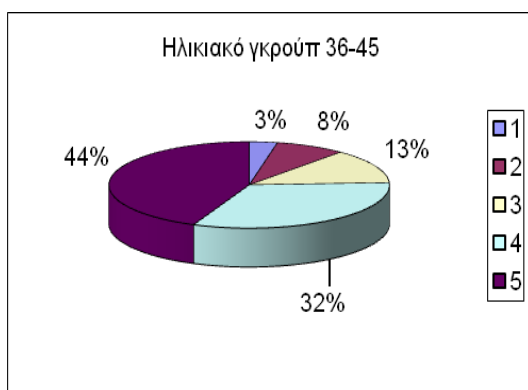
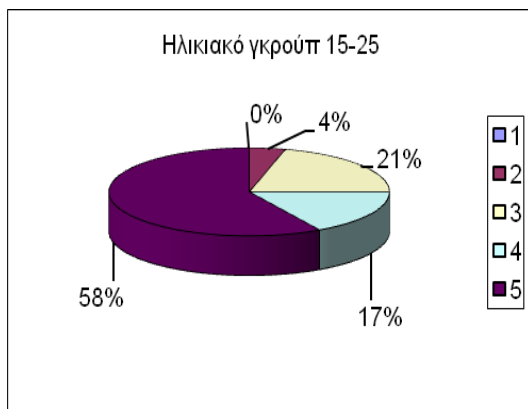
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.110.

Σχεδιάγραμμα Β.1.110: Δυνατότητα Παγοποίησης Συνδρομής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 45% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η δυνατότητα του πελάτη να παγοποιεί τη συνδρομή του εάν το επιθυμεί, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 1% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.111-B.1.114 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

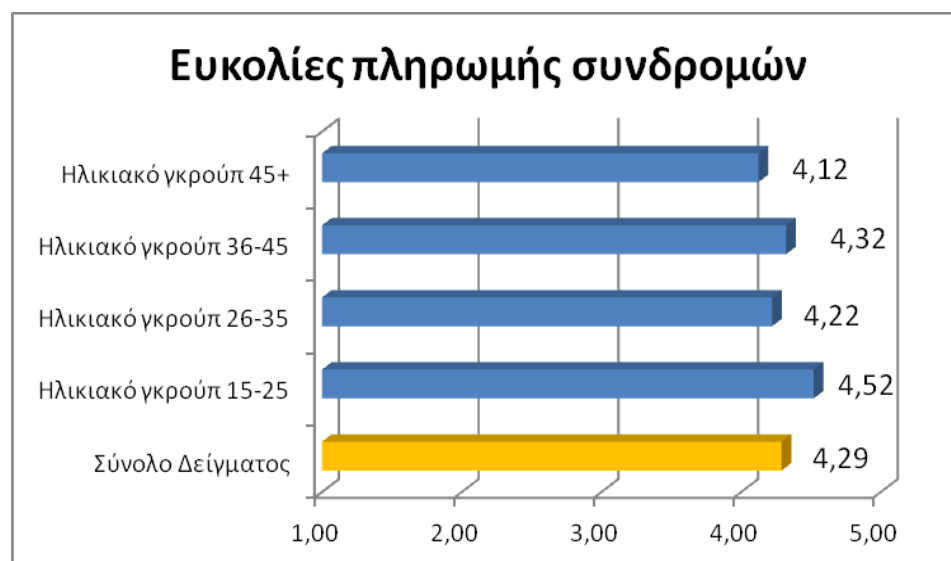


Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 37% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 44% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 45% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Για τις κατηγορίες 15-25 ετών, 26-35 ετών, και 46 ετών και πάνω, δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό.

A20. Ευκολίες Πληρωμών Συνδρομής

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει το γυμναστήριο να παρέχει στους πελάτες ευκολίες πληρωμής στη συνδρομή τους, έτσι ώστε, αν ένας πελάτης το επιθυμεί, να μην υποχρεώνεται να καταβάλει τη συνδρομή για όλη την περίοδο παραμονής στο γυμναστήριο εφ' άπαξ. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 4,29 από τα 5.

Σχεδιάγραμμα Β.1.115: Ευκολίες Πληρωμών Συνδρομής – Μέσοι Όροι



Η δυνατότητα να παρέχονται στον πελάτη ευκολίες πληρωμής της συνδρομής του εάν το επιθυμεί, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικός όλες τις ηλικίες, και δεν παρουσιάζεται μεγάλη διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

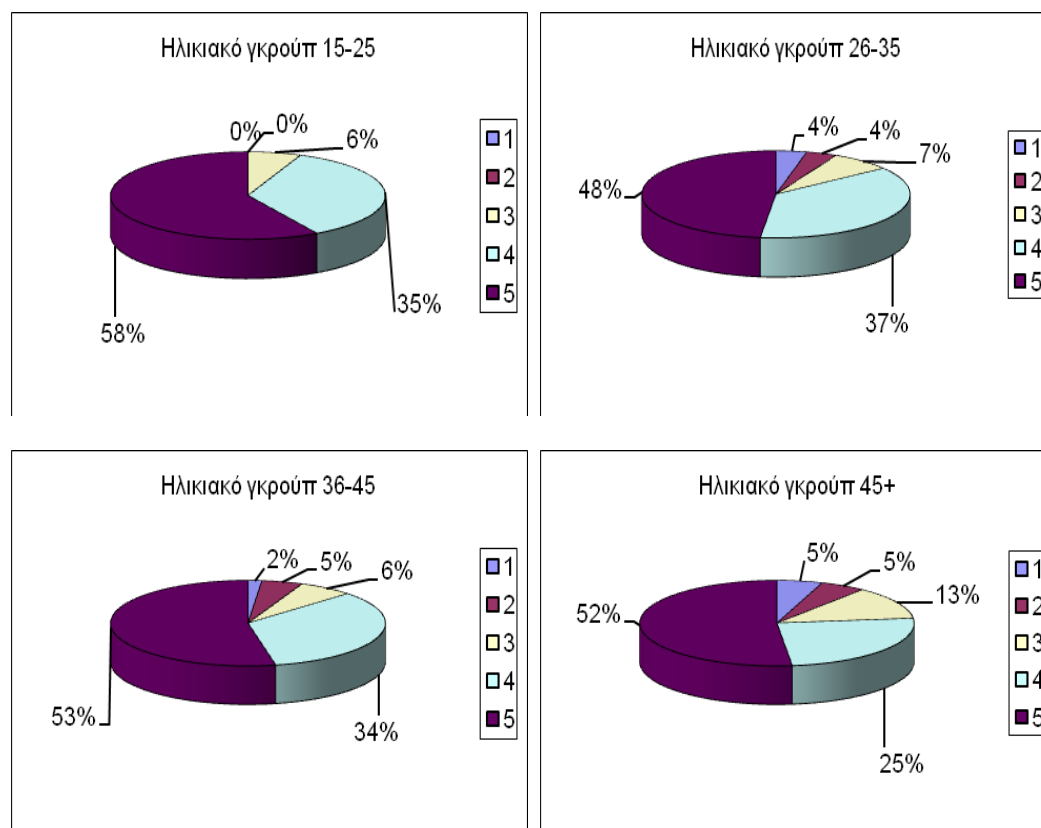
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.116

Σχεδιάγραμμα Β.1.116: Ευκολίες Πληρωμών Συνδρομής – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 53% των ερωτώμενων θεωρούν τη δυνατότητα παρέχονται στον πελάτη ευκολίες πληρωμής της συνδρομής του, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφαση τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.117-Β.1.120 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



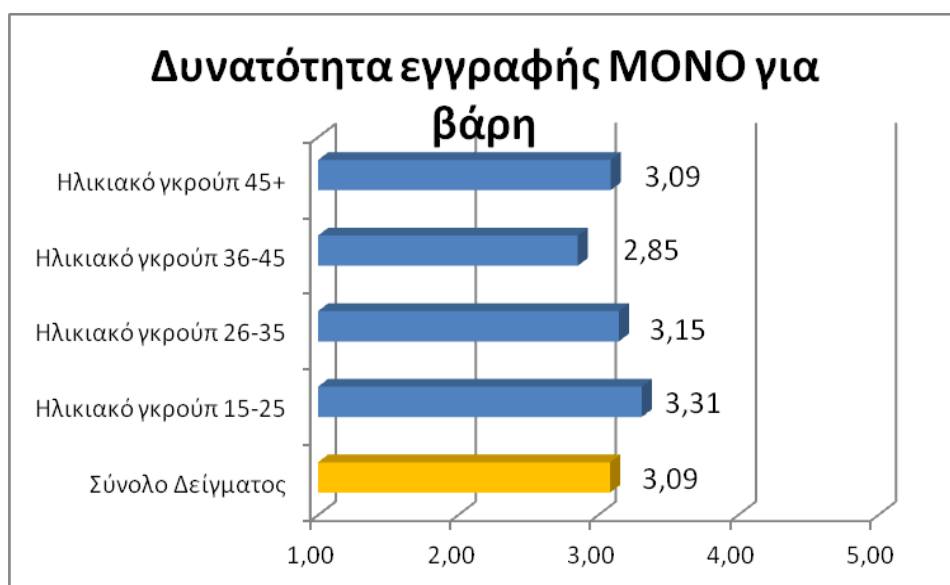
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον

συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό σε αυτή την κατηγορία. Στις ηλικίες 26-35 ετών, το 48% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 4% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 53% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 2% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 5% καθόλου σημαντικό.

A21. Δυνατότητα Εγγραφής ΜΟΝΟ για Βάρη

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει το γυμναστήριο να παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα Εγγραφής μόνο για Βάρη. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 3,09 από τα 5.

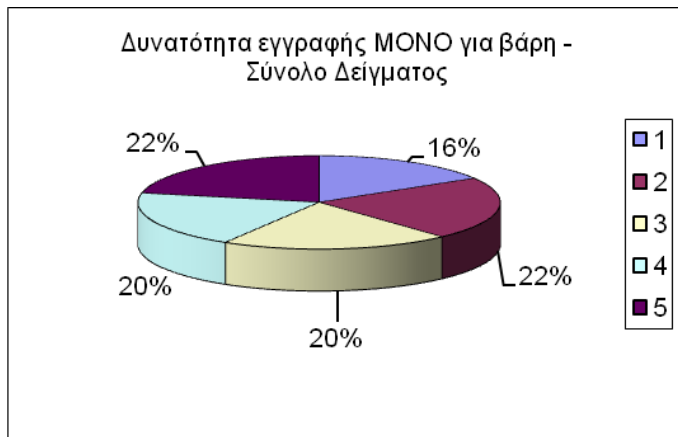
Σχεδιάγραμμα Β.1.121: Δυνατότητα Εγγραφής μόνο για Βάρη – Μέσοι Όροι



Η δυνατότητα εγγραφής μόνο για Βάρη, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών. Ο παράγοντας αυτός δεν είναι ιδιαίτερα σημαντικός σε όλες τις ηλικίες, και δεν παρουσιάζεται μεγάλη διαφοροποίηση ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

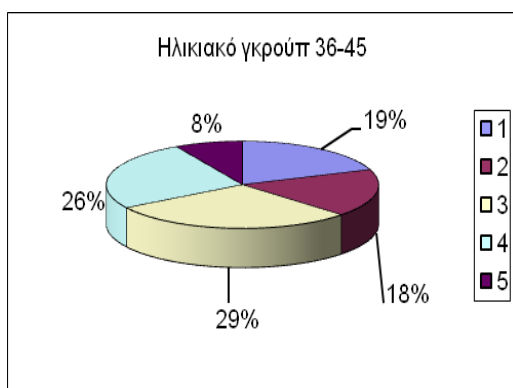
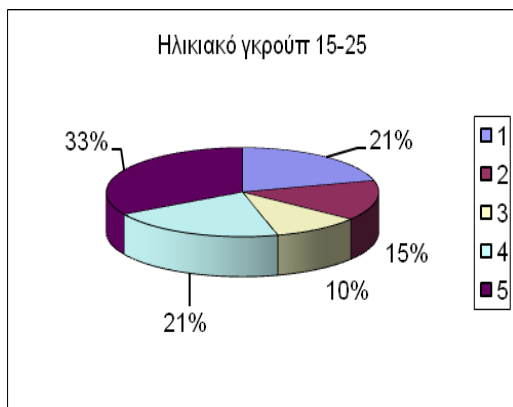
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.122.

Σχεδιάγραμμα Β.1.122: Δυνατότητα Εγγραφής μόνο για Βάρη – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 22% των ερωτώμενων θεωρούν τη δυνατότητα εγγραφής μόνο για Βάρη, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 16% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.123-Β.1.126 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



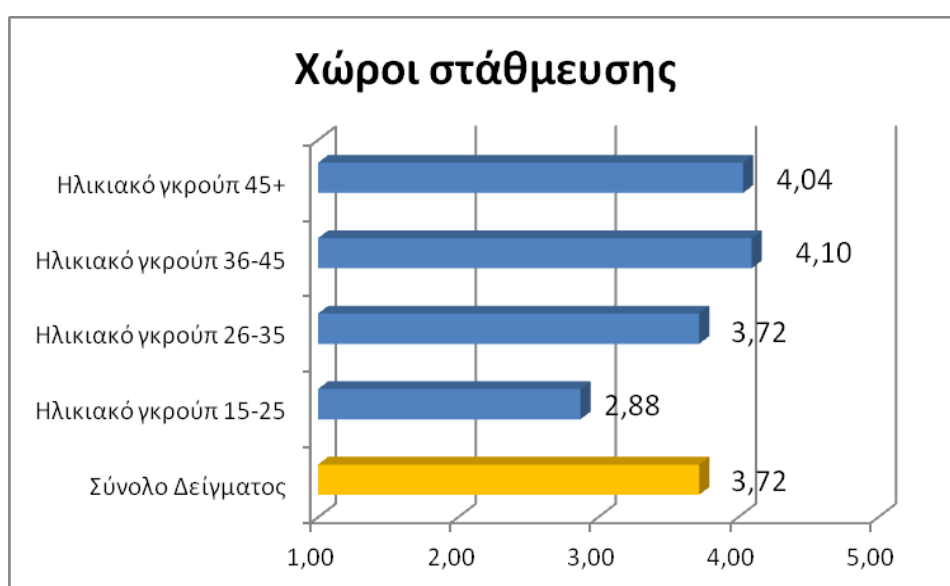
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 33% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 21% καθόλου σημαντικό. Στις ηλικίες 26-35 ετών, το 22% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 11% καθόλου

σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών μόλις το 8% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 19% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 27% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 14% καθόλου σημαντικό.

A22. Χώροι Στάθμευσης

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει το γυμναστήριο να παρέχει στους πελάτες ικανοποιητικό χώρο στάθμευσης. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 3,72 από τα 5.

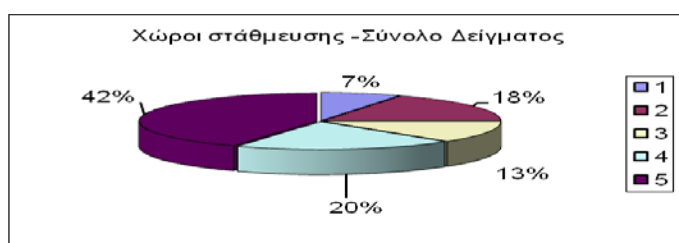
Σχεδιάγραμμα Β.1.127: Χώροι Στάθμευσης – Μέσοι Όροι



Η παροχή ικανοποιητικού χώρου στάθμευσης στους πελάτες, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

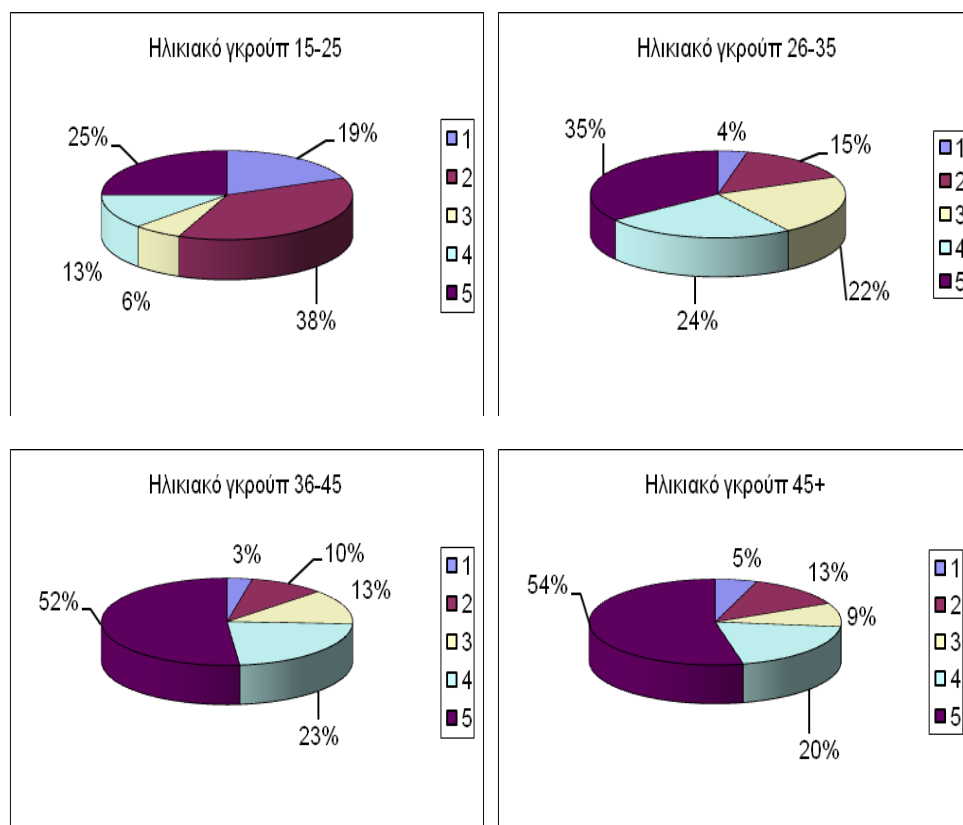
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.128.

Σχεδιάγραμμα Β.1.128: Χώροι Στάθμευσης – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 42% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η παροχή ικανοποιητικού χώρου στάθμευσης, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφαση τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 7% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.1.129-B.1.132 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

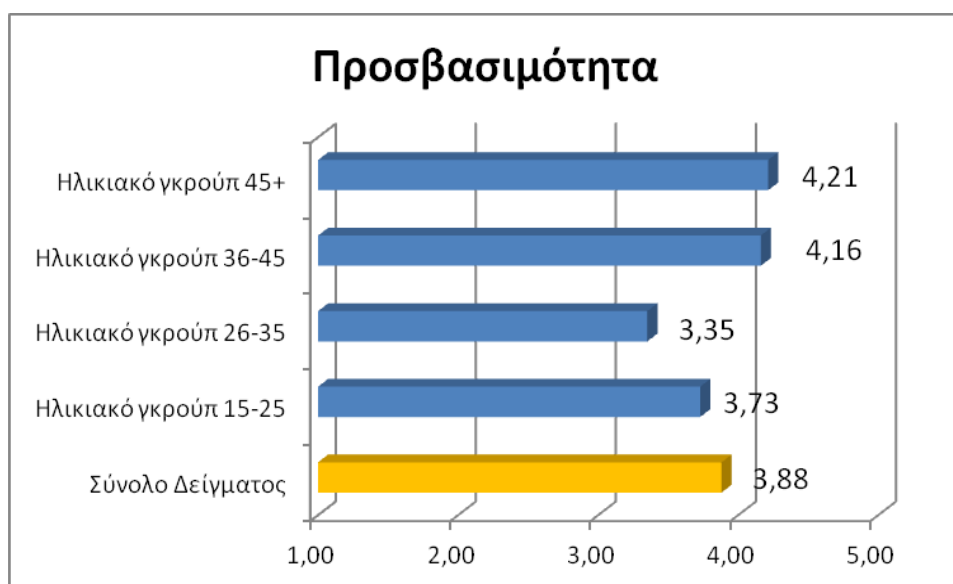


Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 19% καθόλου σημαντικό. Στις ηλικίες 26-35 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και μόλις το 4% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 54% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 5% καθόλου σημαντικό.

A23. Προσβασιμότητα στο γυμναστήριο

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει η εύκολη πρόσβαση του πελάτη σε ένα γυμναστήριο, κατά την επιλογή του Γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 3,72 από τα 5.

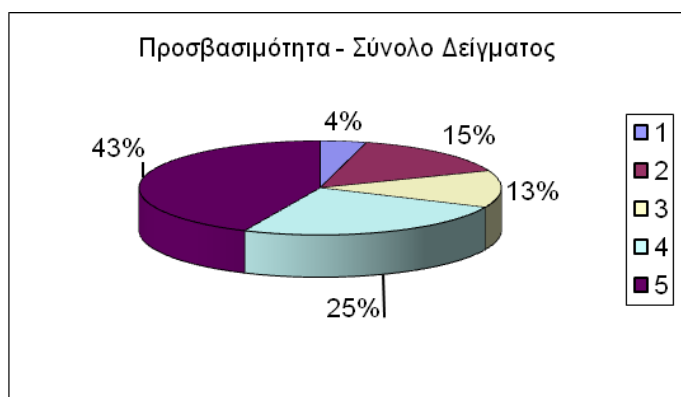
Σχεδιάγραμμα Β.1.133: Προσβασιμότητα στο γυμναστήριο – Μέσοι Όροι



Η εύκολη πρόσβαση του πελάτη σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

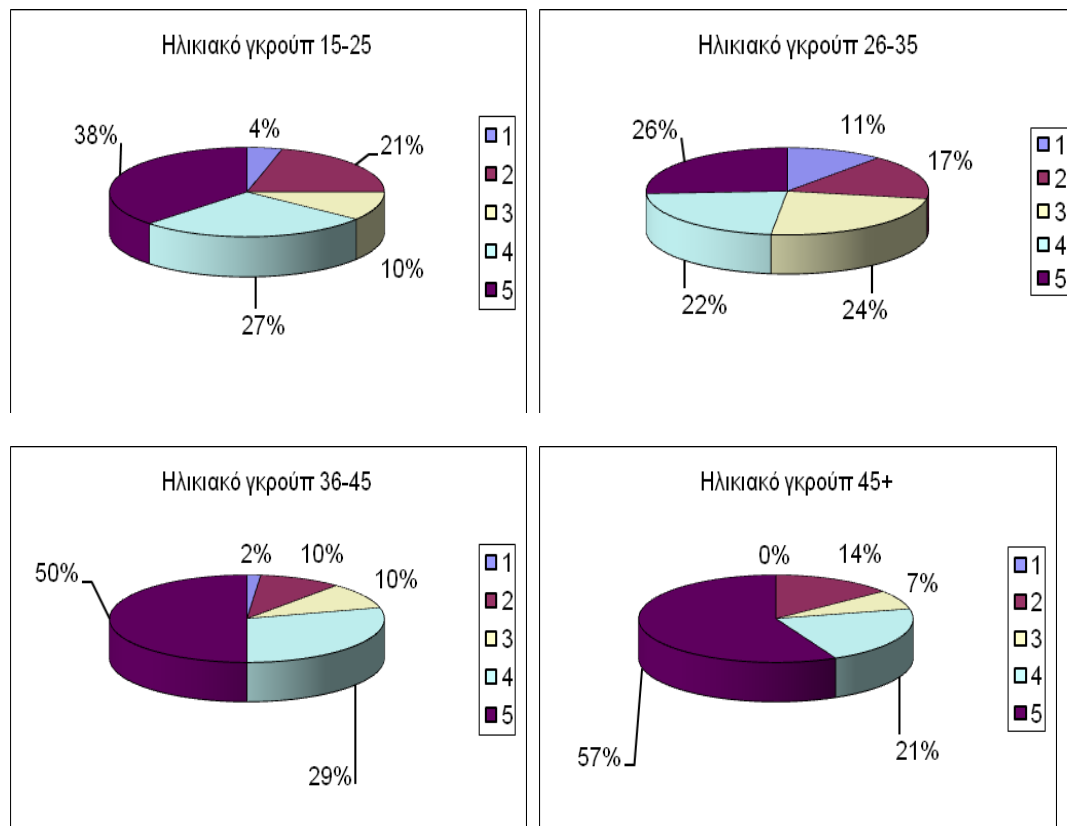
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.134

Σχεδιάγραμμα Β.1.134: Προσβασιμότητα στο γυμναστήριο – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 43% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η εύκολη πρόσβαση του πελάτη σε ένα γυμναστήριο, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 4% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.135-Β.1.138 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:

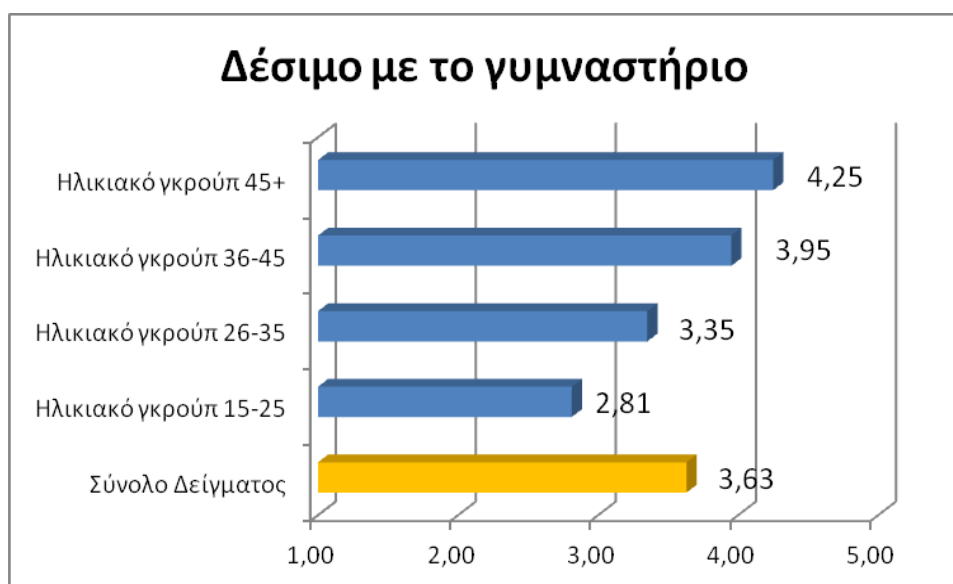


Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και μόλις το 4% καθόλου σημαντικό. Στις ηλικίες 26-35 ετών, το 26% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 11% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 50% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 2% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 57% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό σε αυτή την κατηγορία.

A24. Δέσιμο με το γυμναστήριο

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει τη σημαντικότητα που έχει για ένα πελάτη το συναισθηματικό δέσιμο του που έχει με ένα γυμναστήριο, κατά την επιλογή του Γυμναστηρίου. Ο συγκεκριμένος παράγοντας, αξιολογείται με μέσο όρο 3,63 από τα 5.

Σχεδιάγραμμα Β.1.139: Δέσιμο με το γυμναστήριο – Μέσοι Όροι



Το συναισθηματικό δέσιμο που έχει ένας πελάτης με ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

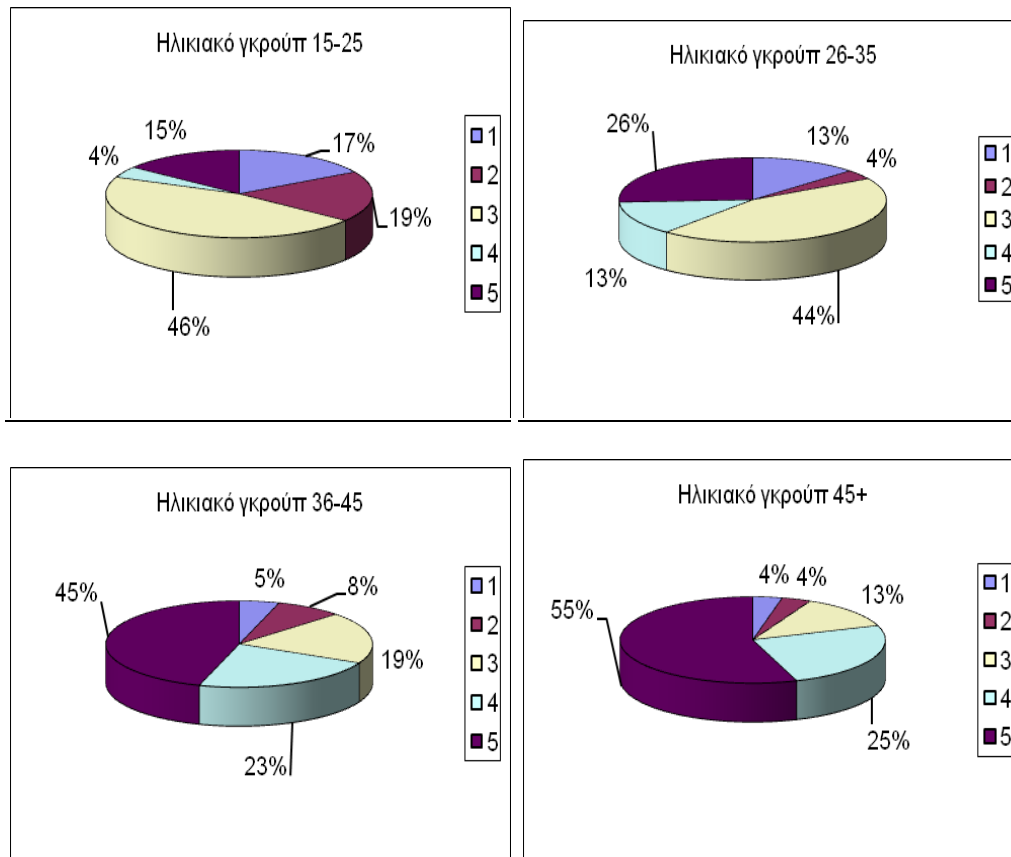
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.1.140

Σχεδιάγραμμα Β.1.140: Δέσιμο με το γυμναστήριο – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 36% των ερωτώμενων θεωρούν ότι το συναισθηματικό δέσιμο που έχει ένας πελάτης με ένα γυμναστήριο, είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 9% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.1.141-Β.1.144 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 15% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 17% καθόλου σημαντικό. Στις ηλικίες 26-35 ετών, το 26% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 13% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 45% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 5% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 4% καθόλου σημαντικό.

B.2 Ενότητα Β: Μηχανήματα

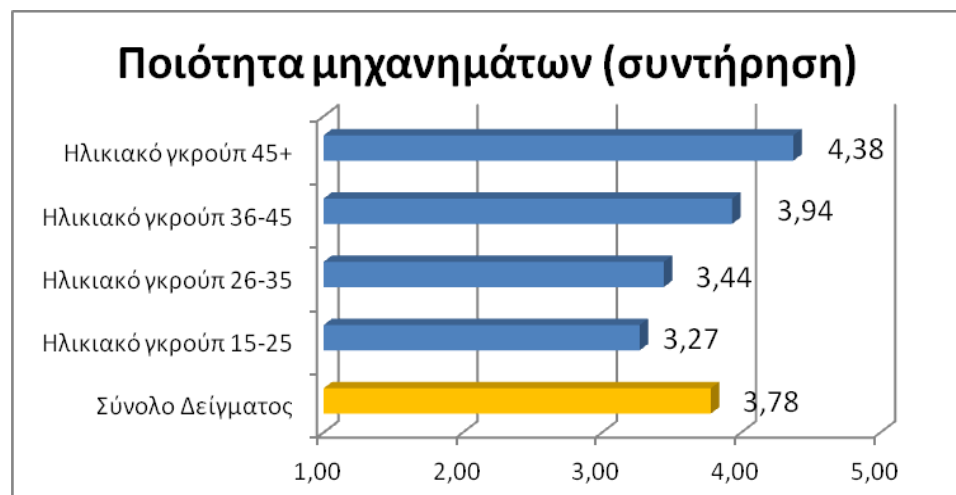
Στην ενότητα Β εξετάζεται η σημαντικότητα των παραγόντων που συνθέτουν την ικανοποίηση των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου όσον αφορά τα Μηχανήματα του γυμναστηρίου. Εξετάστηκαν 9 παράγοντες, οι οποίοι αφορούν την ποιότητα, την ποικιλία, αλλά και την ποσότητα των Μηχανημάτων εντός του Γυμναστηρίου.

B1. Ποιότητα Μηχανημάτων (Συντήρηση)

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του, σε σχέση με την ποιότητα και την εμφάνιση των μηχανημάτων. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.2.1 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

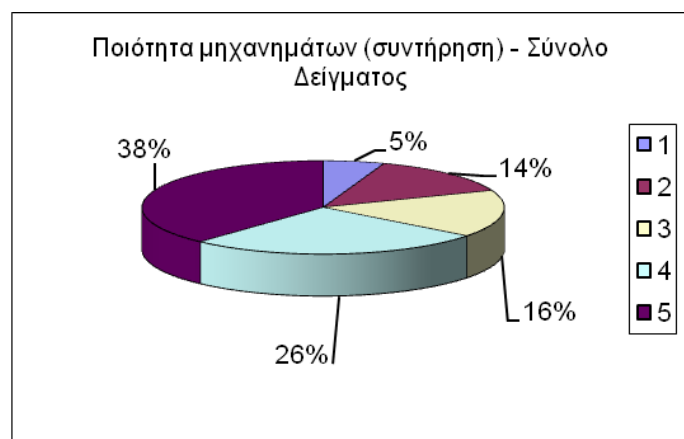
Σχεδιάγραμμα Β.2.1: Ποιότητα Μηχανημάτων (Συντήρηση)– Μέσοι Όροι



Η ποιότητα των μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου.

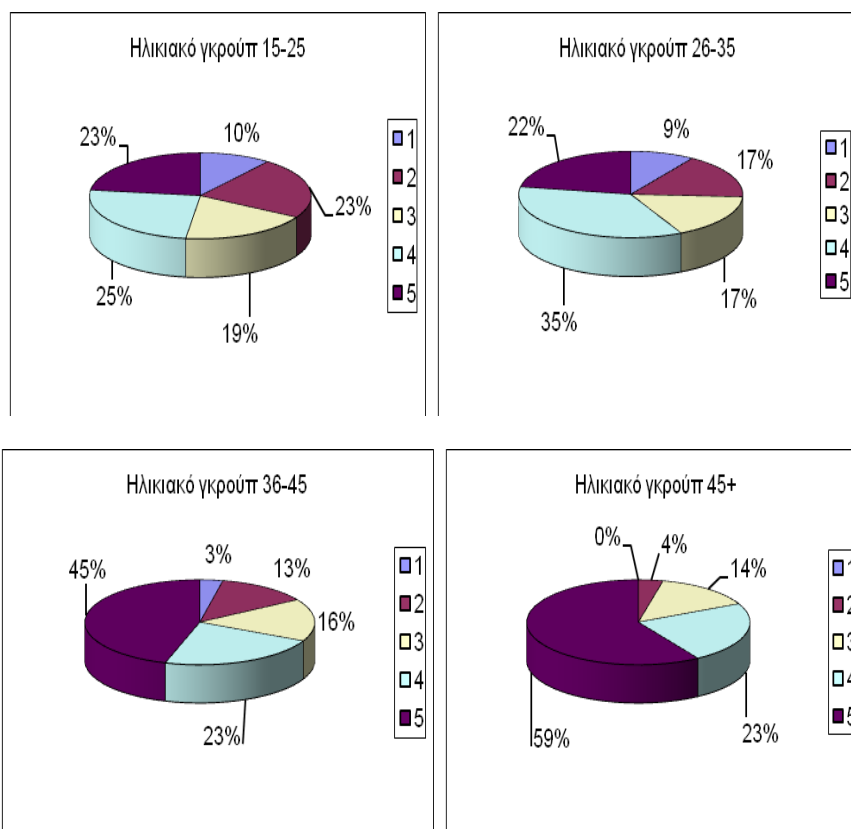
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.2.2.

Σχεδιάγραμμα Β.2.2: Ποιότητα Μηχανημάτων (Συντήρηση)– Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 38% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ποιότητα των μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ μικρό ποσοστό της τάξης του 5% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.2.3-Β.2.6 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



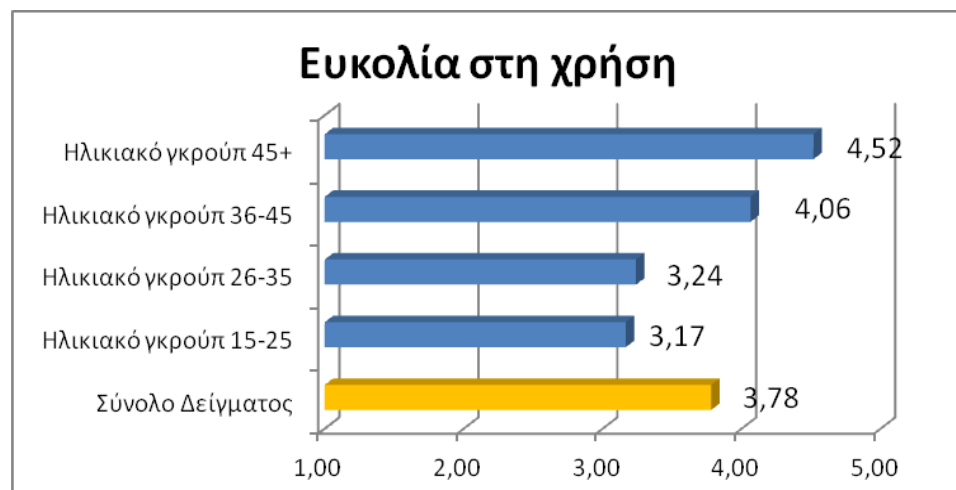
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 23% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 10% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 22% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 9% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 45% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 59% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ στην συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό.

B2. Ευκολία στη Χρήση

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του, σε σχέση με την ύπαρξη σημάνσεων καθοδήγησης και οδηγιών σχετικά με τη λειτουργία των μηχανημάτων, ώστε να είναι εύκολα στη χρήση με την ποιότητα και την εμφάνιση των μηχανημάτων. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.2.7 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.2.7: Ευκολία στη Χρήση – Μέσοι Όροι



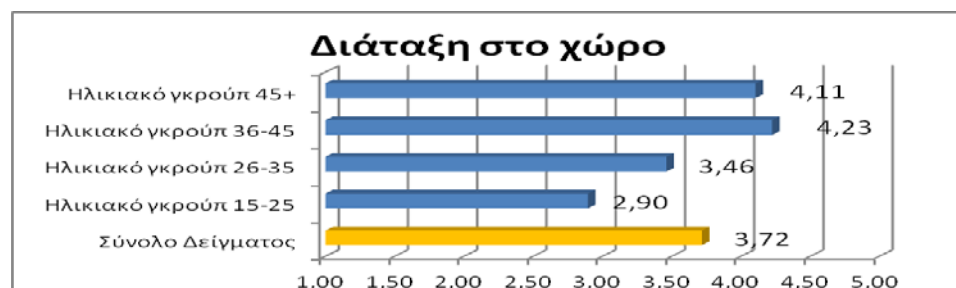
Η εύκολη χρήση των μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο ή η ύπαρξη σχετικών οδηγιών για τη χρήση τους, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου, καθώς οι πιο νεαρές ηλικίες είναι ίσως περισσότερο εξοικειωμένοι με τη χρήση τέτοιων μηχανημάτων.

B3. Διάταξη στο Χώρο

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική σωστή διάταξη των μηχανημάτων στο γυμναστήριο. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.2.8 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

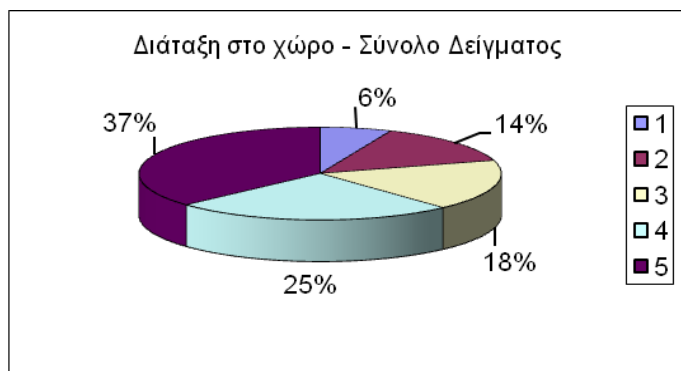
Σχεδιάγραμμα Β.2.8: Διάταξη στο Χώρο – Μέσοι Όροι



Η σωστή διάταξη των μηχανημάτων στο χώρο ενός γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

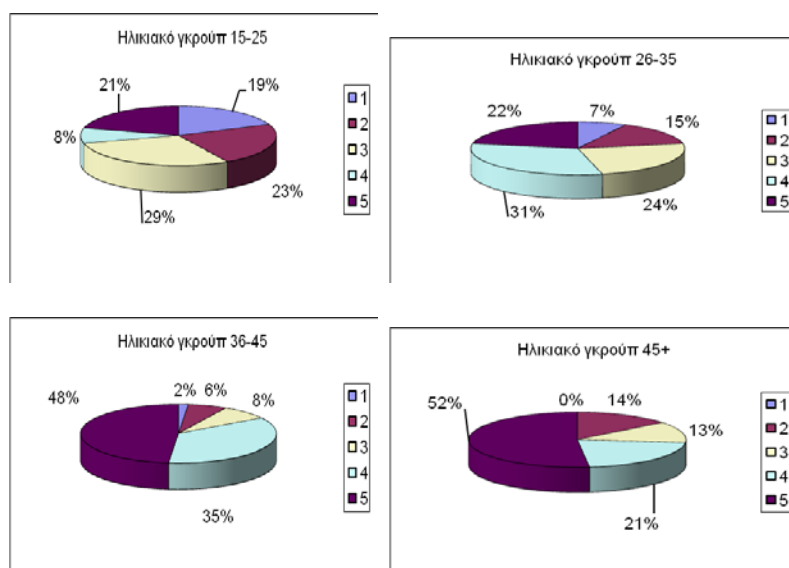
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.2.9

Σχεδιάγραμμα Β.2.9: Διάταξη στο Χώρο – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 37% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η σωστή διάταξη των μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ μικρό ποσοστό της τάξης του 6% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.2.10-Β.2.13 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 21% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 19% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες

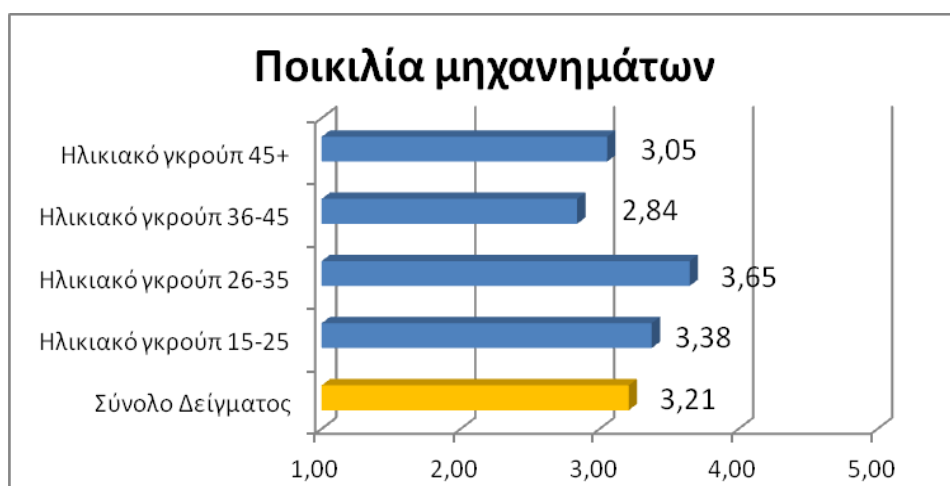
26-35 ετών, το 22% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 7% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 48% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 2% καθόλου σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ στην κατηγορία αυτή δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό.

B4. Ποικιλία Μηχανημάτων

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη ποικιλίας στα μηχανήματα εντός του γυμναστηρίου, δηλαδή η ύπαρξη μηχανημάτων που να ικανοποιούν όλες τις μυϊκές ομάδες. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.2.14 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

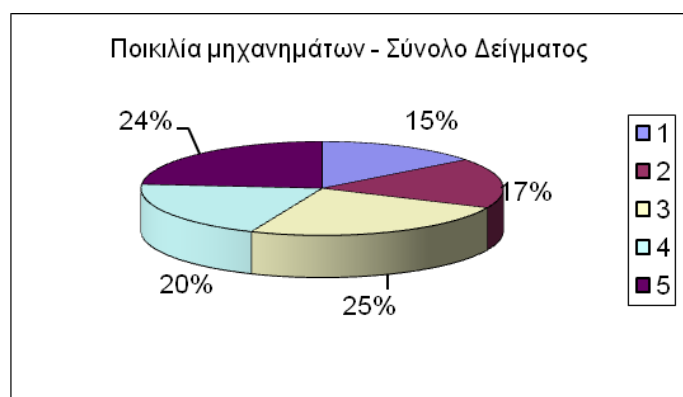
Σχεδιάγραμμα B.2.14: Ποικιλία Μηχανημάτων – Μέσοι Όροι



Η ποικιλία στα μηχανήματα εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 26-35 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών.

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα B.2.15.

Σχεδιάγραμμα Β.2.15: Ποικιλία Μηχανημάτων – Σύνολο Δείγματος



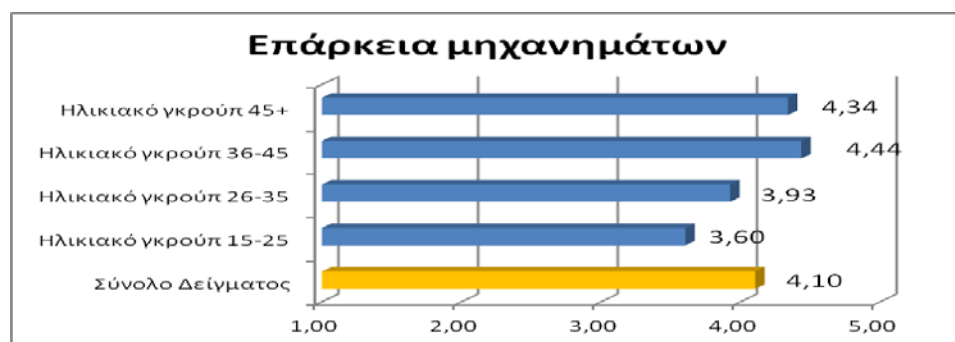
Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 24% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ύπαρξη ποικιλίας στα μηχανήματα σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 15% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

B5. Επάρκεια Μηχανημάτων

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη επαρκών μηχανημάτων εντός του γυμναστηρίου, έτσι ώστε η εκτέλεση των προγραμμάτων να γίνεται χωρίς καθυστερήσεις. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.2.25 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

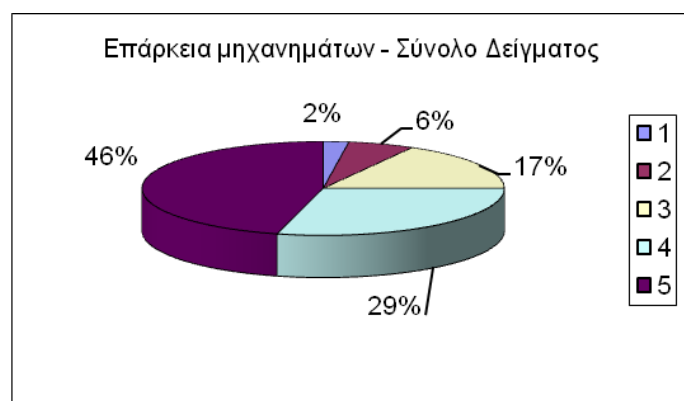
Σχεδιάγραμμα Β.2.16: Επάρκεια Μηχανημάτων – Μέσοι Όροι



Η επάρκεια στα μηχανήματα εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

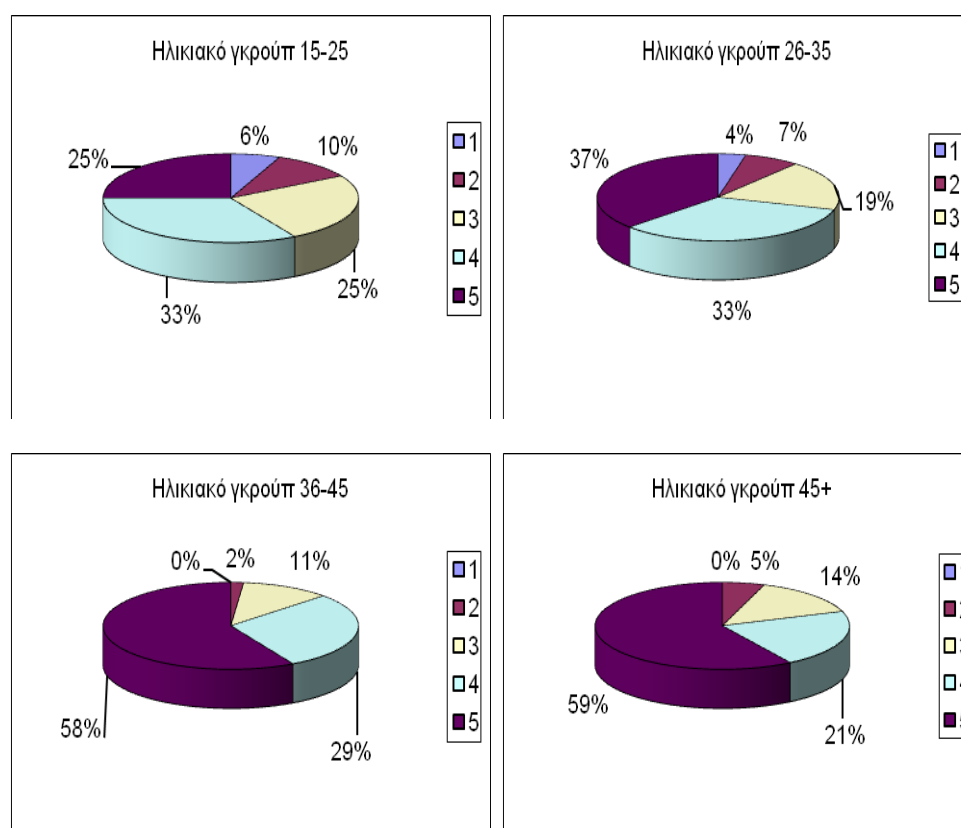
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.2.17.

Σχεδιάγραμμα Β.2.17: Επάρκεια Μηχανημάτων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 46% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ύπαρξη επαρκών μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 2% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.2.18-Β.2.21 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 6% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 37% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 4% καθόλου

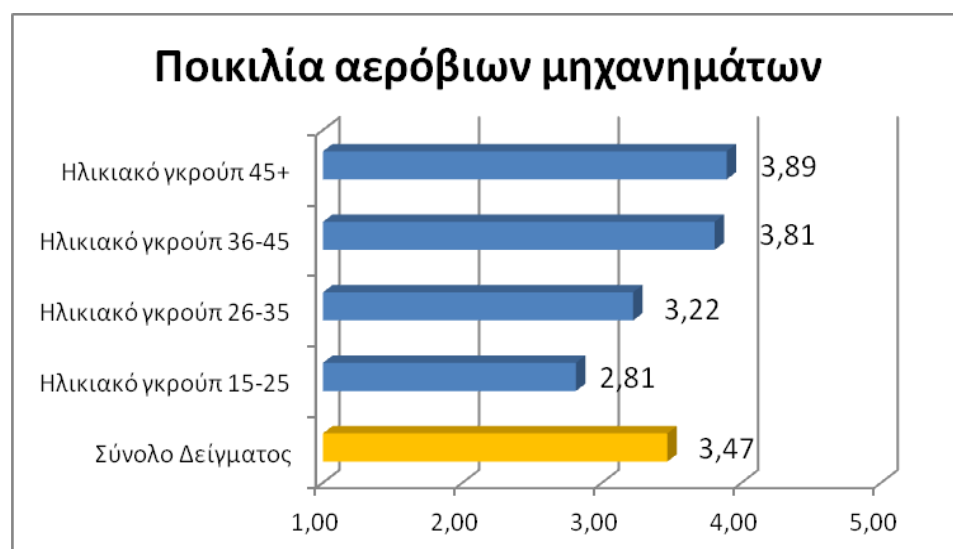
σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 59% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ στις δύο τελευταίες ηλικιακές ομάδες δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό..

B6. Ποικιλία Αερόβιων Μηχανημάτων

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη ποικιλίας αερόβιων μηχανημάτων εντός του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,47 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.2.22 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.2.22: Ποικιλία Αερόβιων Μηχανημάτων – Μέσοι Όροι



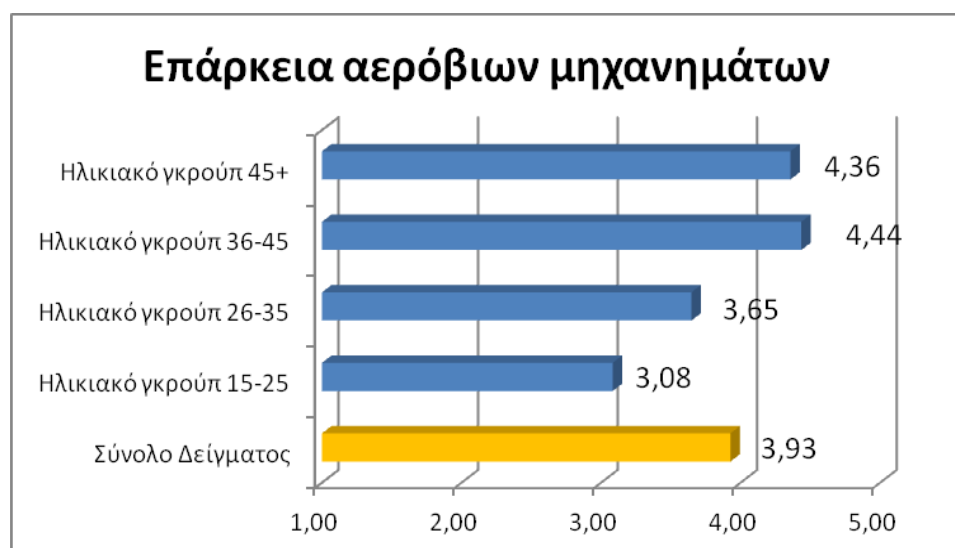
Η ύπαρξη ποικιλίας αερόβιων μηχανημάτων εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

B7. Επάρκεια Αερόβιων Μηχανημάτων

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη επαρκών αερόβιων μηχανημάτων εντός του γυμναστηρίου, έτσι ώστε η εκτέλεση των προγραμμάτων να γίνεται χωρίς καθυστερήσεις. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,78 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.2.23 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

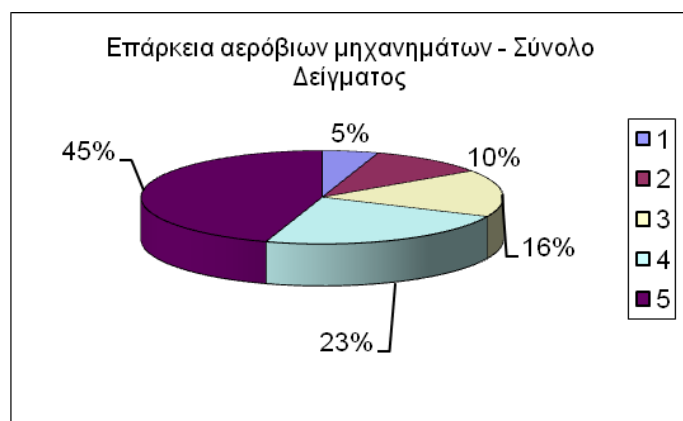
Σχεδιάγραμμα Β.2.23: Επάρκεια Αερόβιων Μηχανημάτων – Μέσοι Όροι



Η επάρκεια στα αερόβια μηχανήματα εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

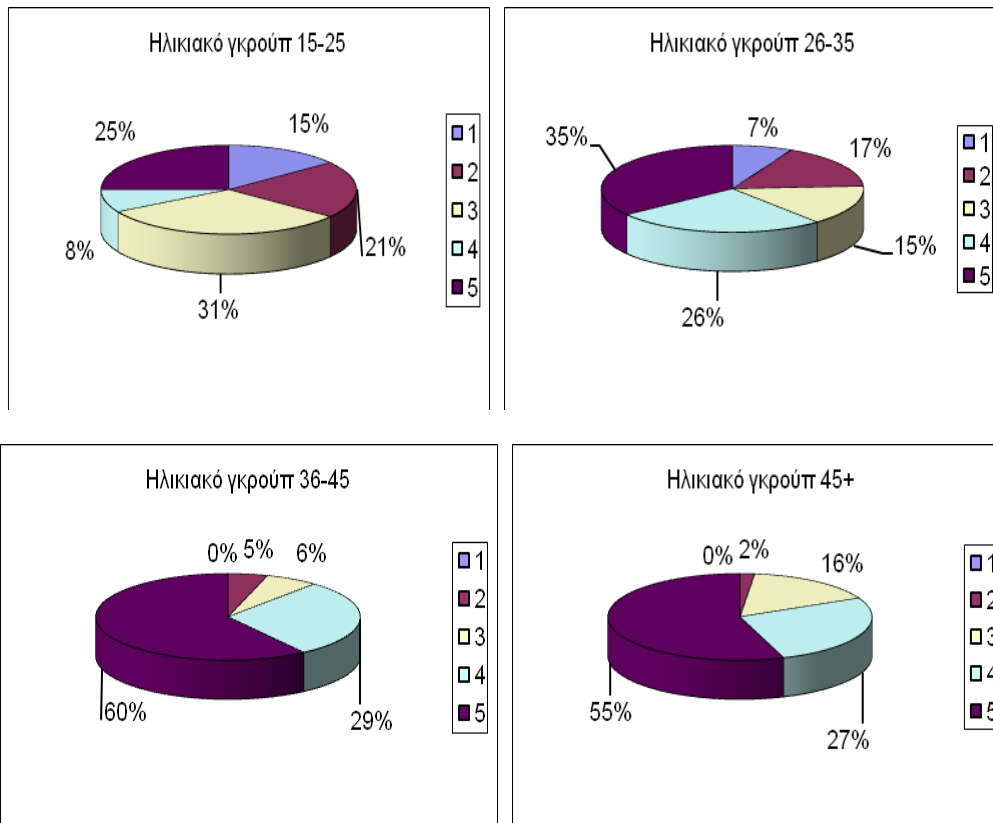
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.2.24.

Σχεδιάγραμμα Β.2.24: Επάρκεια Αερόβιων Μηχανημάτων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 45% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ύπαρξη επαρκών αερόβιων μηχανημάτων σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ποσοστό της τάξης του 5% θεωρούν ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.2.25-Β.2.28 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



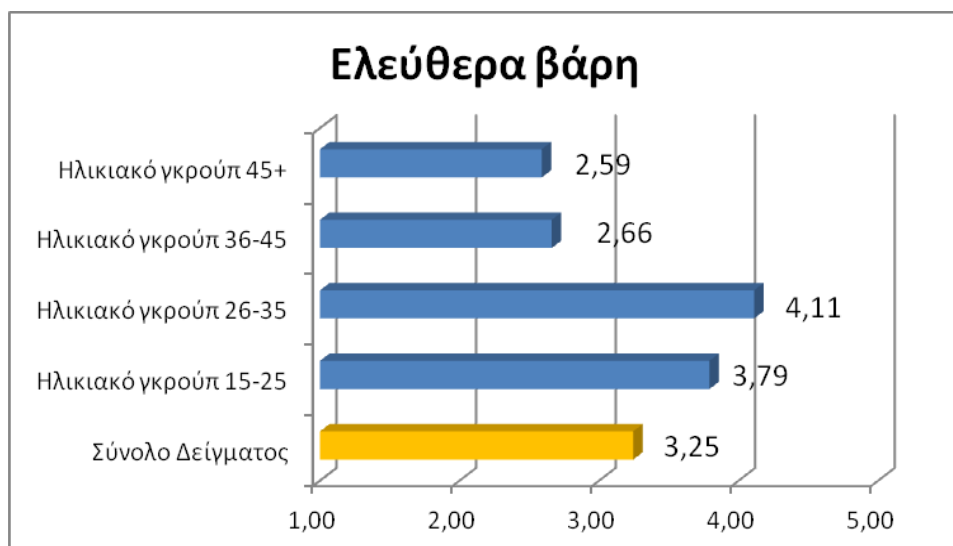
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 25% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 15% καθόλου σημαντικό, στις ηλικίες 26-35 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ το 7% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 60% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ στις δύο τελευταίες ηλικιακές ομάδες δεν υπάρχει ποσοστό που να θεωρεί τον συγκεκριμένο παράγοντα καθόλου σημαντικό.

B8. Ελεύθερα Βάρη

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη ελευθέρων βαρών εντός του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,25 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.2.29 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.2.29: Ελεύθερα Βάρη – Μέσοι Όροι



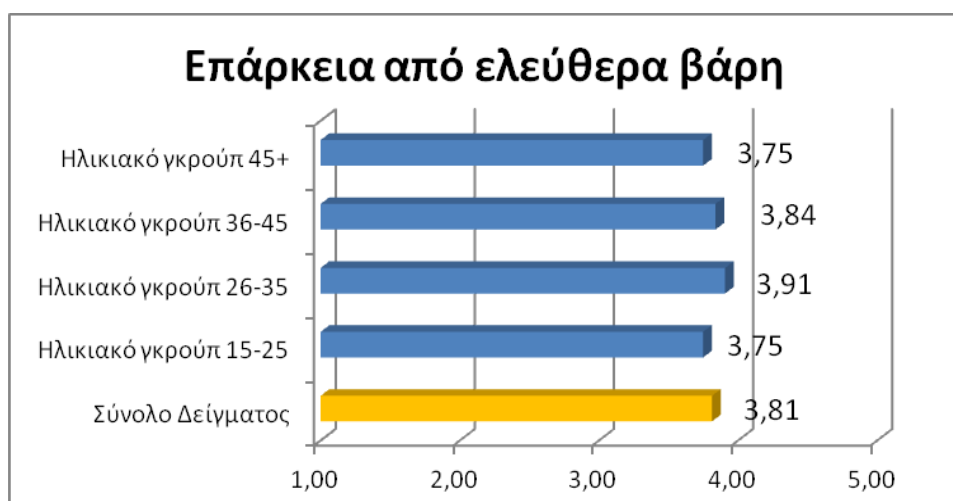
Η ύπαρξη ελευθέρων βαρών εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 26-35 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω.

B9. Επάρκεια από Ελεύθερα Βάρη

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη επαρκών ελευθέρων βαρών εντός του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,47 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.2.30 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.2.30: Επάρκεια από Ελεύθερα Βάρη – Μέσοι Όροι



Η ύπαρξη επαρκών ελευθέρων βαρών εντός του γυμναστηρίου, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 26-35 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι

για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, και τις ηλικίες 15-25. Δεν παρουσιάζεται ιδιαίτερη διαφοροποίηση μεταξύ των ηλικιακών ομάδων.

B.3 Ενότητα Γ: Προσωπικό Γυμναστηρίου

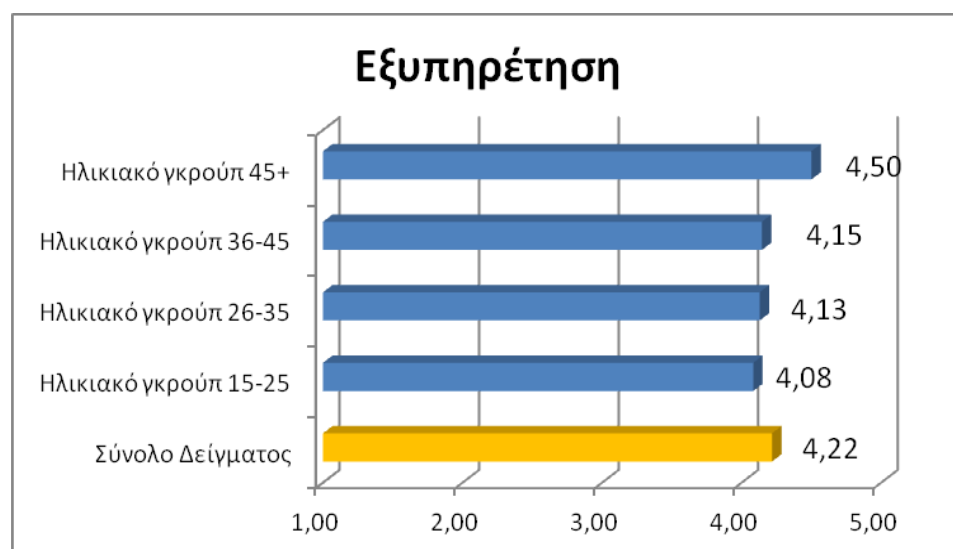
Στην ενότητα Γ εξετάζεται η σημαντικότητα των παραγόντων κατά την επιλογή ενός γυμναστηρίου αναφορικά με το προσωπικό του Γυμναστηρίου. Το προσωπικό έχει χωριστεί σε δύο ομάδες: στο επιστημονικό προσωπικό, δηλαδή τους Γυμναστές και στο υπόλοιπο προσωπικό ενός Γυμναστηρίου, που το τοποθετούμε κάτω από το γενικό τίτλο Προσωπικό Υποδοχής. Εξετάστηκαν 9 παράγοντες για κάθε μια από τις δύο κατηγορίες προσωπικού.

Γ1. Εξυπηρέτηση - Υποδοχή

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα εξυπηρέτησης που λαμβάνουν από το προσωπικό της Υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,22 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.3.1 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.3.1: Ποιότητα Εξυπηρέτησης- Υποδοχή- Μέσοι Όροι

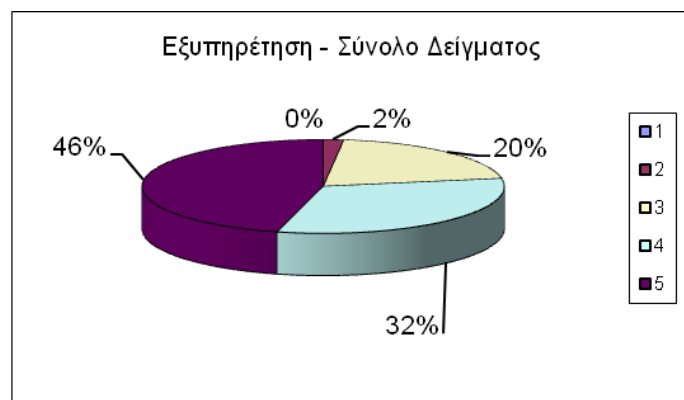


Η ποιότητα της εξυπηρέτησης από το προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών

πελατών ενός γυμναστηρίου, παρ' όλο που δεν υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα .

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.2

Σχεδιάγραμμα Β.3.2: Ποιότητα Εξυπηρέτησης- Υποδοχή – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 46% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ποιότητα της εξυπηρέτησης από το προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ δεν υπάρχει οποισδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.3-Β.3.6 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 41% θεωρεί

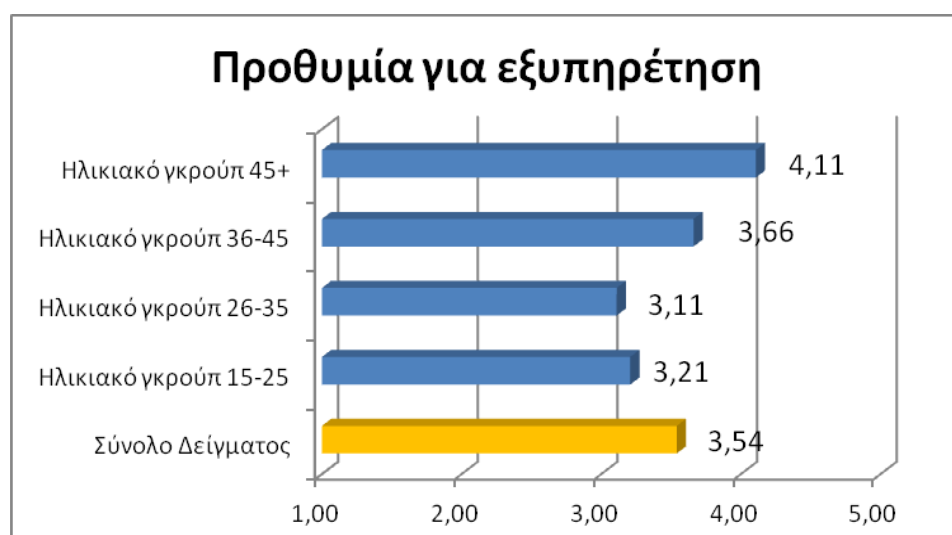
τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 47% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 57% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ2. Προθυμία για Εξυπηρέτηση

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η προθυμία για εξυπηρέτηση από το προσωπικό υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,54 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.7 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.7: Προθυμία για εξυπηρέτηση- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



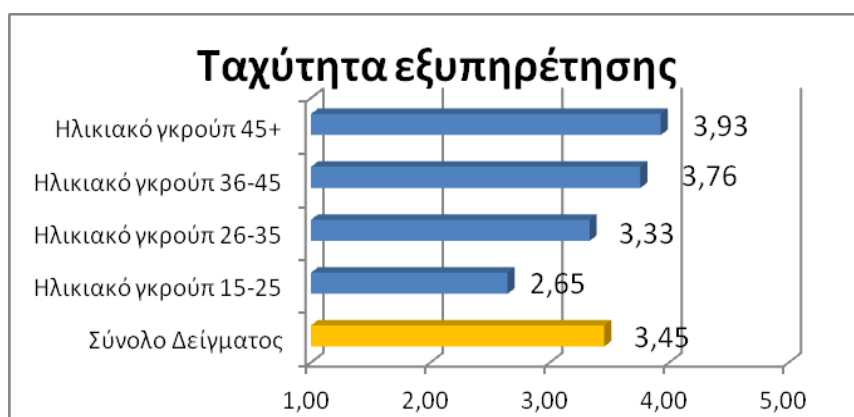
Η προθυμία του προσωπικού για εξυπηρέτηση των πελατών δεν παρουσιάζεται μέσα στους πιο σημαντικούς παράγοντες. Όπως φαίνεται από το πιο πάνω διάγραμμα πιο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46+ ενώ για τις μικρότερες ηλικιακές ομάδες ο παράγοντας αυτός έχει μικρότερη βαρύτητα στην απόφασή τους.

Γ3. Ταχύτητα Εξυπηρέτησης

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ταχύτητα εξυπηρέτησης. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,45 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.8 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.8: Ταχύτητα Εξυπηρέτησης- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



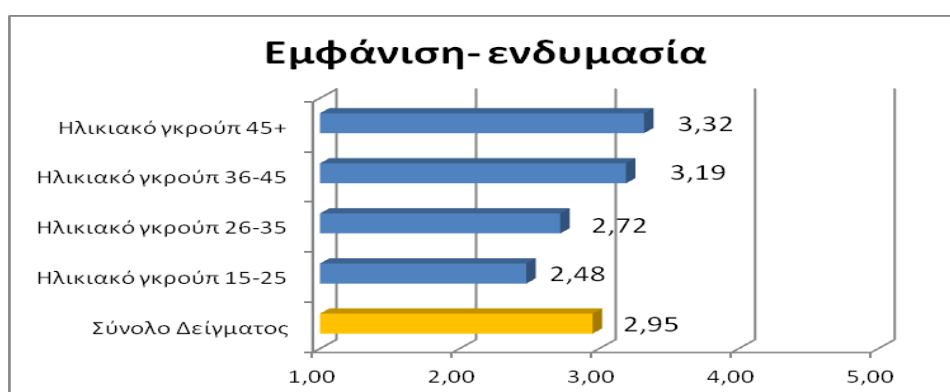
Η ταχύτητα της εξυπηρέτησης επίσης δεν θεωρείται ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στην ενότητα του προσωπικού γυμναστηρίου. Για όλες τις ηλικιακές ομάδες η βαθμολογία σημαντικότητας είναι χαμηλή κάτι που φαίνεται και από το σχεδιάγραμμα πιο πάνω με μέσο όρο σημαντικότητας στο σύνολο του δείγματος 3,45.

Γ4. Εμφάνιση – Ενδυμασία

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η εμφάνιση του προσωπικού υποδοχής στην απόφαση των πελατών για επιλογή Γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 2,95 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.9 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.9: Εμφάνιση/Ενδυμασία- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



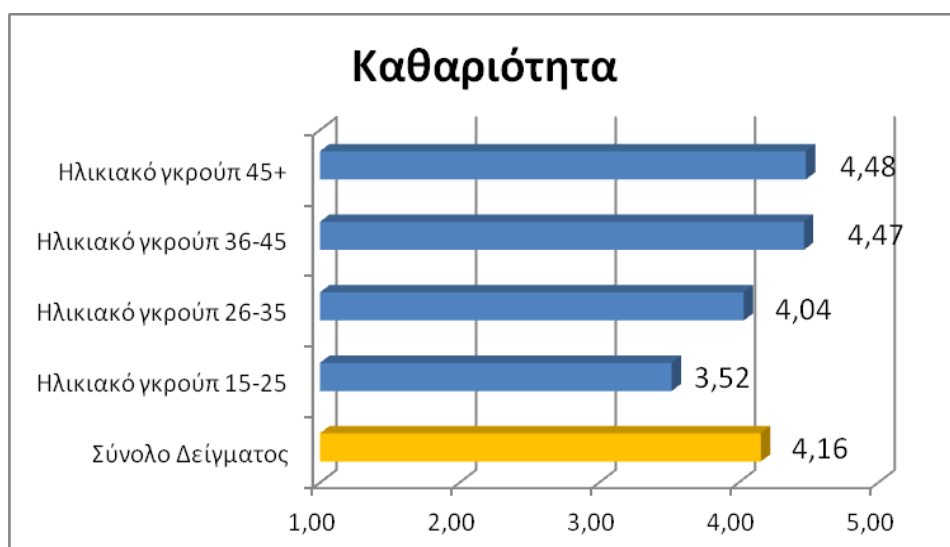
Ο παράγοντας εμφάνιση/ενδυμασία είναι ο λιγότερο σημαντικός κατά την άποψη των πελατών κατά τη διαδικασία επιλογής γυμναστηρίου. Η βαθμολογία για όλες τις ηλικιακές ομάδες είναι χαμηλή ενώ ο μέσος όρος στο σύνολο του δείγματος είναι 2.95 που θεωρείται πολύ χαμηλή βαθμολογία. Η εμφάνιση του προσωπικού υποδοχής

είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Γ5. Καθαριότητα

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην καθαριότητα του προσωπικό της Υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,16 από τα 5.

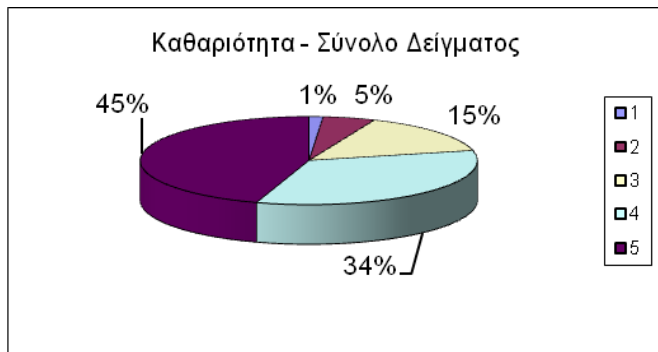
Σχεδιάγραμμα Β.3.10: Καθαριότητα- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



Η καθαριότητα στο προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω και 36-45, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου, παρ' όλο που δεν υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα .

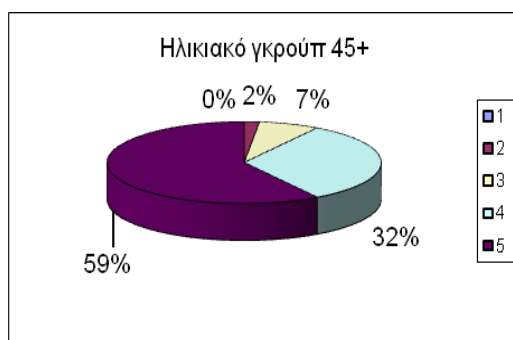
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.8

Σχεδιάγραμμα Β.3.11: Καθαριότητα- Υποδοχή – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 45% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η καθαριότητα από το προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 1% θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.12-Β.3.15 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 17% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 41% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 59% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ όπως αναφέρθηκε και πιο πάνω, ενώ πολύ μικρό

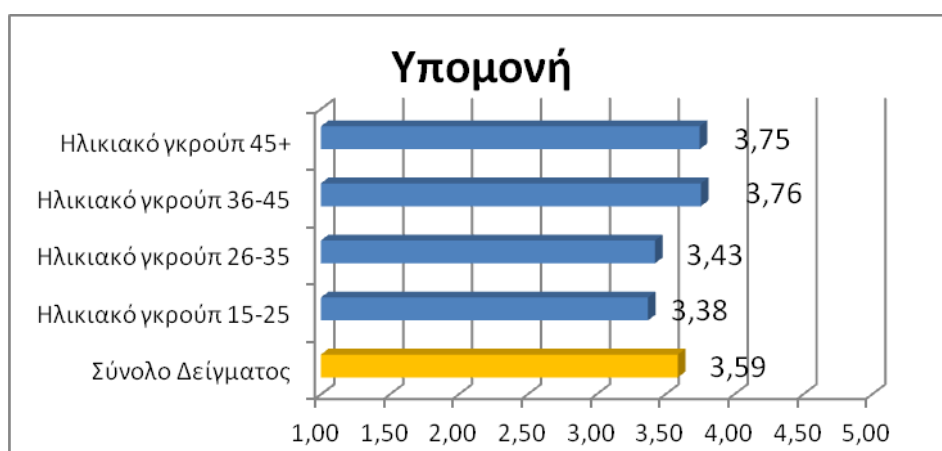
ποσοστό της τάξης του 4% και 2% για τις ηλικιακές ομάδες 15-24 ετών και 26-35 ετών αντίστοιχα που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ6. Υπομονή

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η υπομονή του προσωπικού υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,59 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.16 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.16: Υπομονή- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



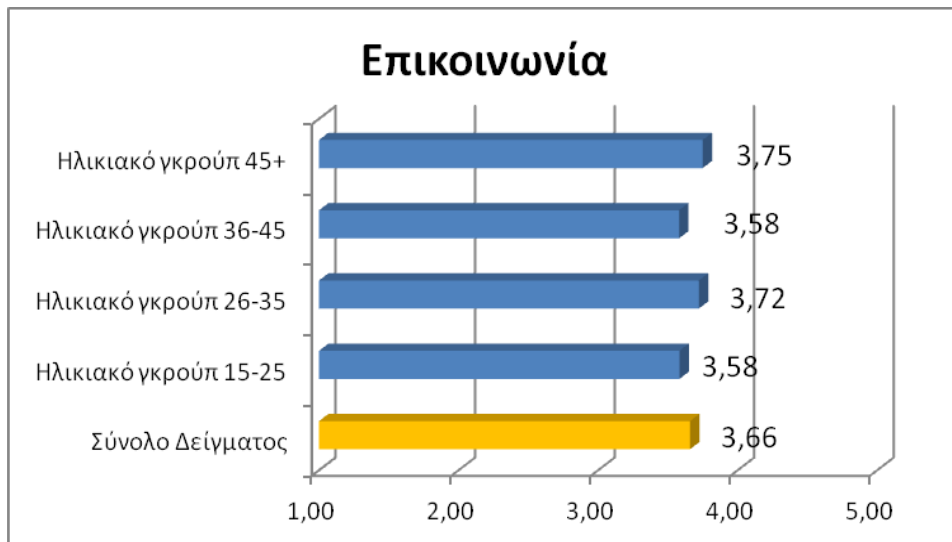
Η υπομονή δεν βαθμολογείται ως ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες όσον αφορά το προσωπικό υποδοχής. Πιο σημαντικό θεωρείται για τις ηλικιακές ομάδες 36-45 ετών και 46ετών και πάνω.

Γ7. Επικοινωνία

Ο παράγοντας αυτός εξετάζει πόσο σημαντική είναι η ύπαρξη επαρκούς επικοινωνίας μεταξύ του προσωπικού υποδοχής και των πελατών. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,66 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.17 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.17: Υπομονή- Υποδοχή- Μέσοι Όροι

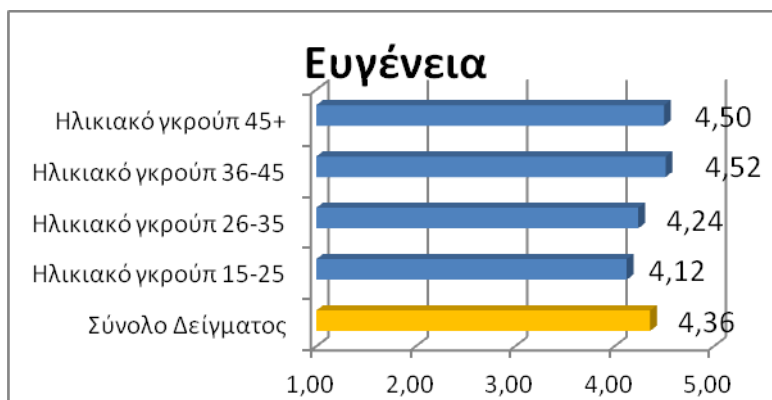


Η επικοινωνία βαθμολογείται στα ίδια επίπεδα από όλες τις ηλικιακές ομάδες.

Γ8. Ευγένεια

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ευγένεια του προσωπικού της Υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,36 από τα 5.

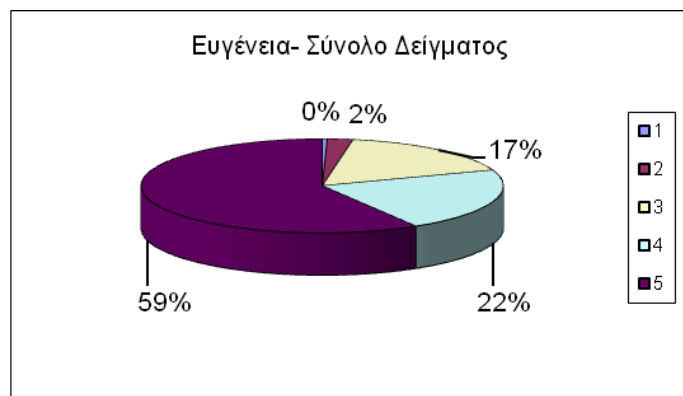
Σχεδιάγραμμα Β.3.18: Ευγένεια- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



Η ευγένεια στο προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω και 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου, παρ' όλο που δεν υπάρχουν ουσιαστικές διαφορές ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα .

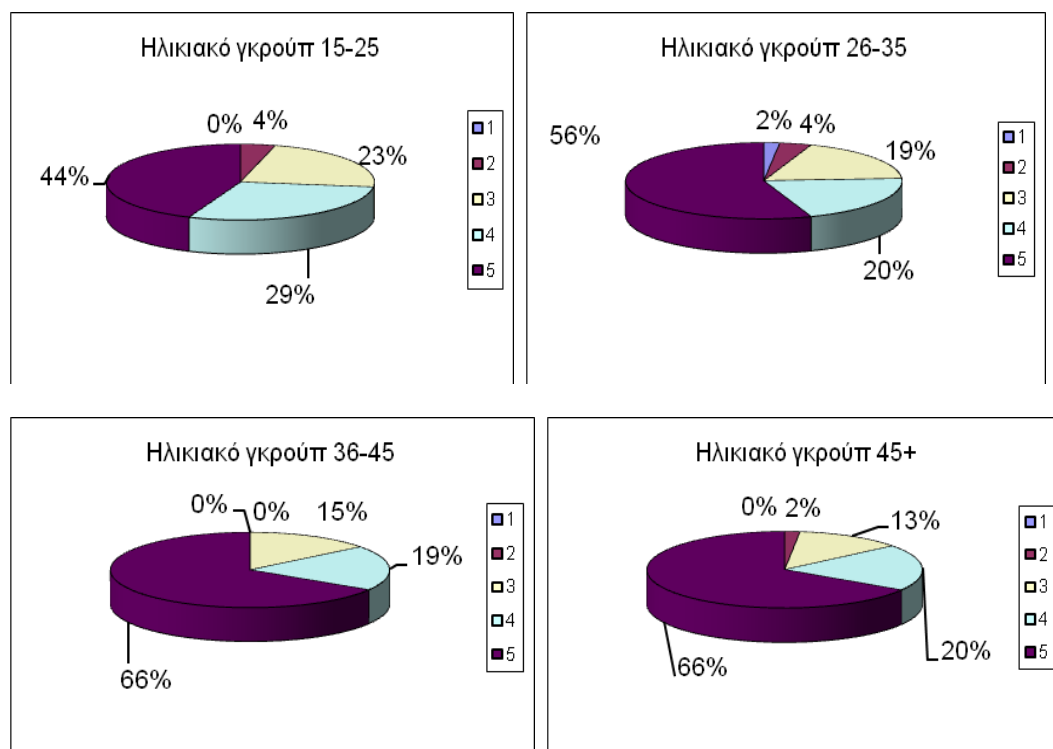
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.19

Σχεδιάγραμμα Β.3.19: Καθαριότητα- Υποδοχή – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 59% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ευγένεια από το προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ δεν υπάρχει οποιοςδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.20-Β.3.23 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



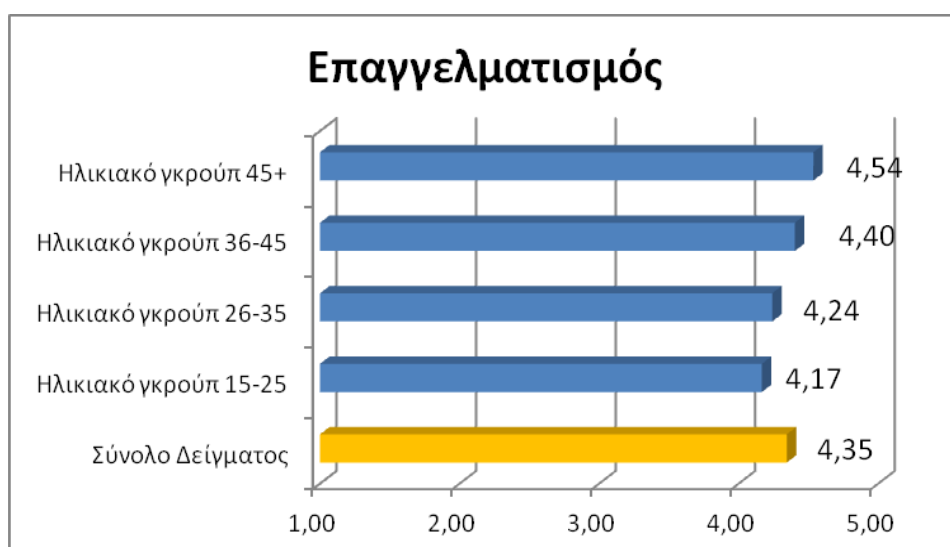
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 44% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 56% θεωρεί

τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ μόλις το 2% θεωρεί τον παράγοντα αυτό καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 και 46 ετών και πάνω, το 66% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοςδήποτε στις δύο αυτές κατηγορίες που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ9. Επαγγελματισμός

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στον επαγγελματισμό του προσωπικού της Υποδοχής. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,35 από τα 5.

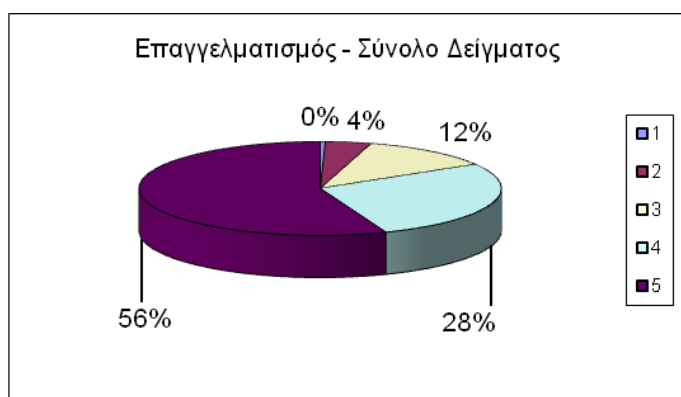
Σχεδιάγραμμα Β.3.24: Επαγγελματισμός- Υποδοχή- Μέσοι Όροι



Ο επαγγελματισμός στο προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω και 36-45, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα αυξάνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου.

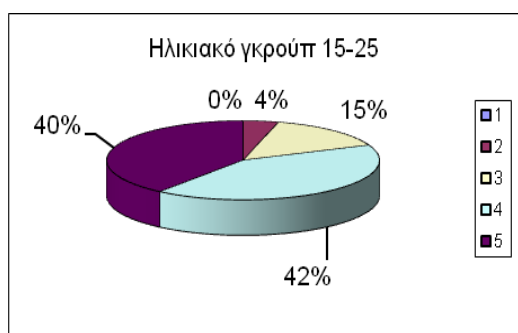
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.25.

Σχεδιάγραμμα Β.3.25: Επαγγελματισμός- Υποδοχή – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 56% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο επαγγελματισμός από το προσωπικό της Υποδοχής σε ένα γυμναστήριο είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.26-Β.3.29 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 40% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 50% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 και 46+ ετών το 66%

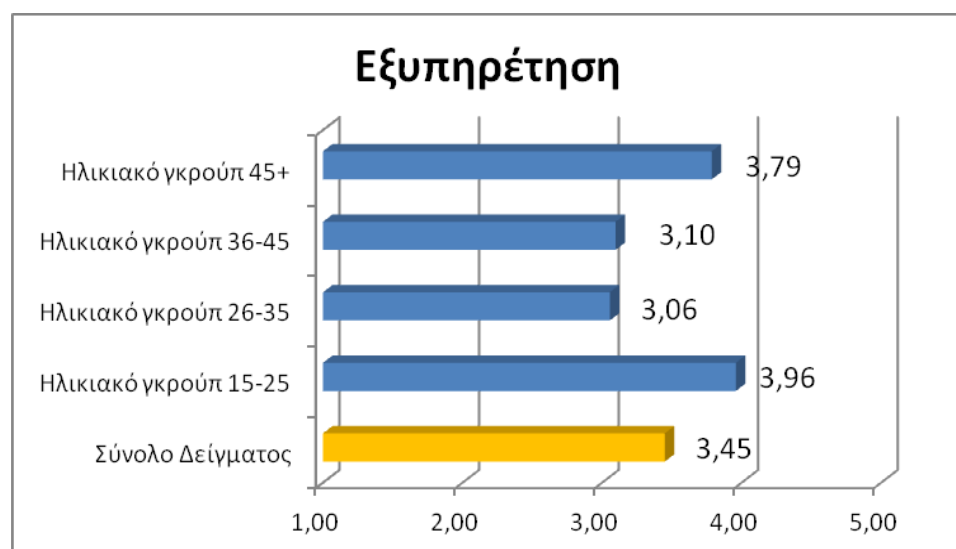
και 64% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ υπάρχει ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 2% στην κατηγορία 26-35 ετών που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ10. Ποιότητα Εξυπηρέτησης - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα εξυπηρέτησης που λαμβάνουν από τους Γυμναστές του Γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,45 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.3.35 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.3.35: Ποιότητα Εξυπηρέτησης- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



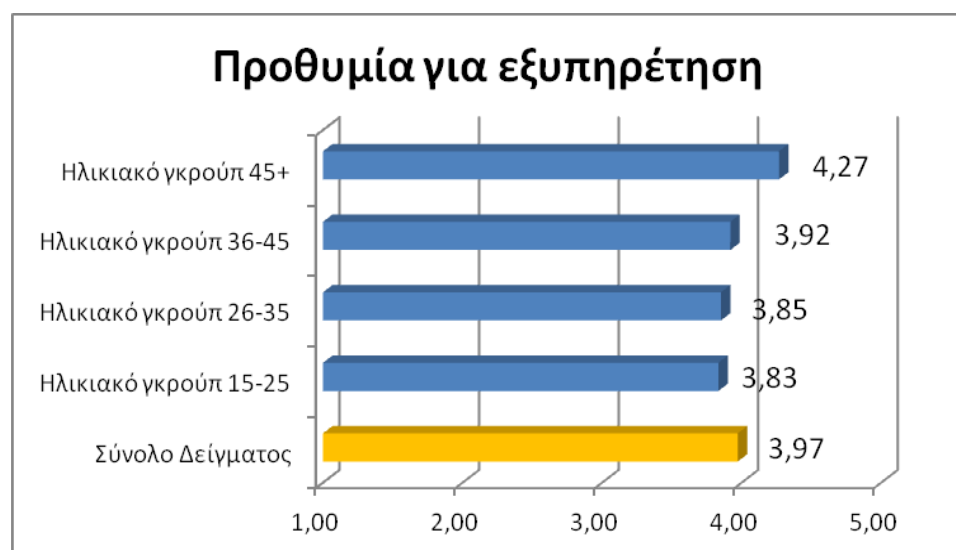
Η ποιότητα της εξυπηρέτησης από τους Γυμναστές σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών.

Γ11. Προθυμία για Εξυπηρέτηση - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα εξυπηρέτησης που λαμβάνουν από τους Γυμναστές του Γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,83 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.3.36 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

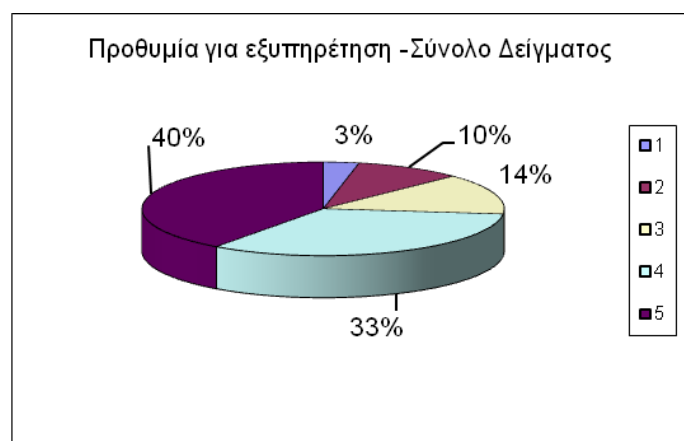
Σχεδιάγραμμα Β.3.36: Προθυμία για Εξυπηρέτηση- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



Η προθυμία για εξυπηρέτηση από τους Γυμναστές σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Παρ' όλα αυτά, δεν φαίνεται να παρουσιάζεται ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανάμεσα στις διάφορες ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

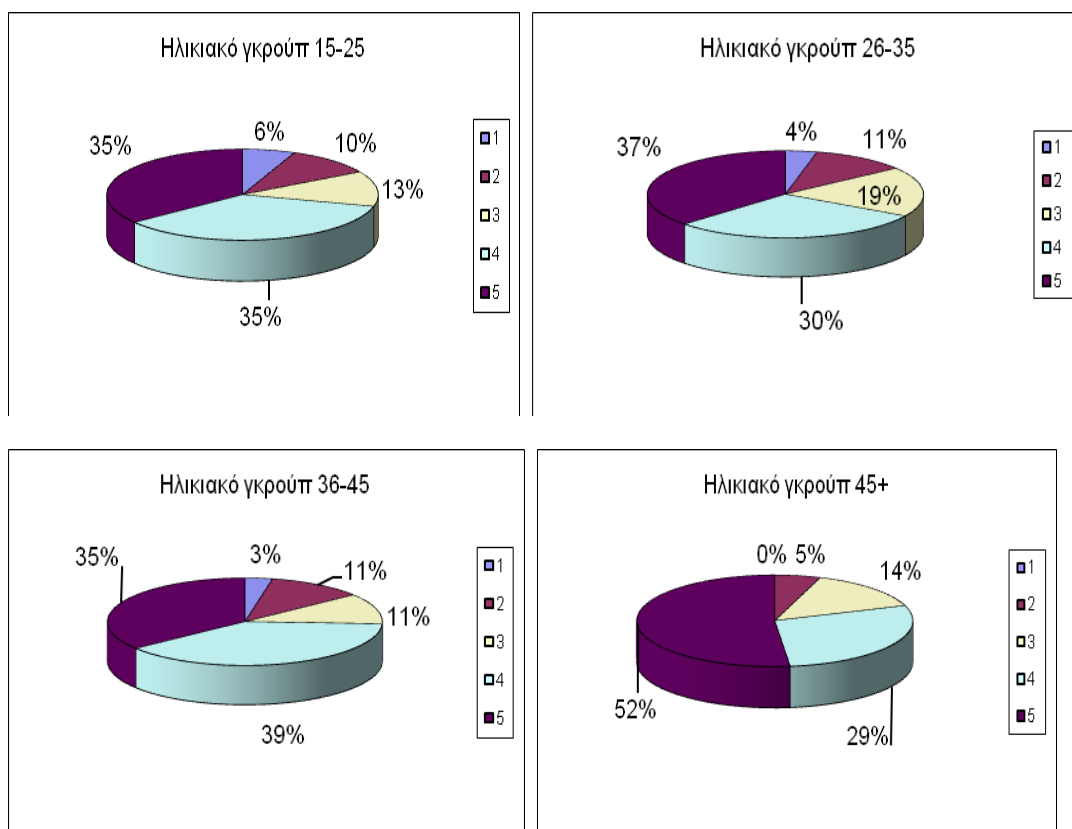
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.37

Σχεδιάγραμμα Β.3.37: Προθυμία για Εξυπηρέτηση- Γυμναστές – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 40% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η προθυμία εξυπηρέτησης από τους Γυμναστές είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.38-Β.3.41 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



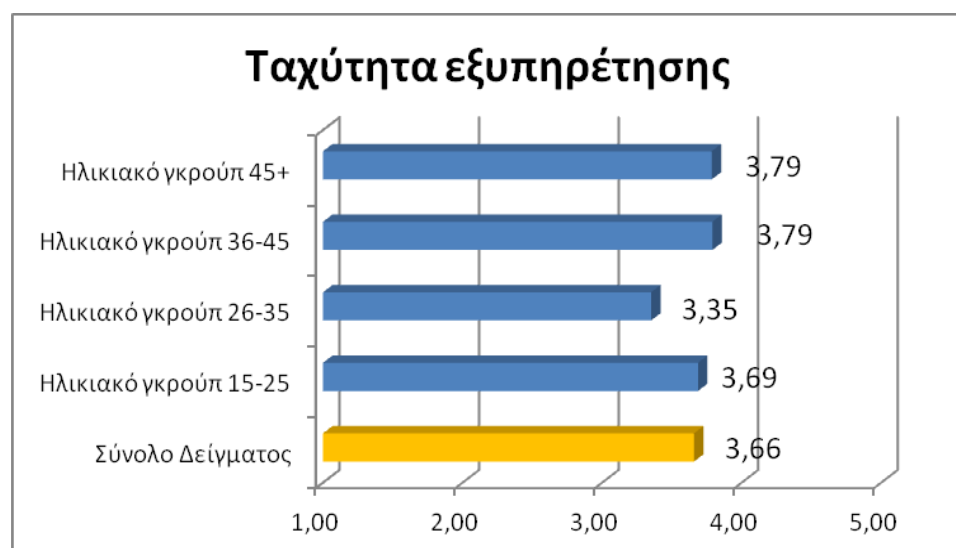
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 6% καθόλου σημαντικό, ενώ στις ηλικίες 26-35 ετών, το 37% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και μόλις το 4% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και μόλις το 3% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ12. Ταχύτητα εξυπηρέτησης - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ταχύτητα εξυπηρέτησης που λαμβάνουν από τους Γυμναστές του Γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,66 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.42 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.42: Ταχύτητα Εξυπηρέτηση- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



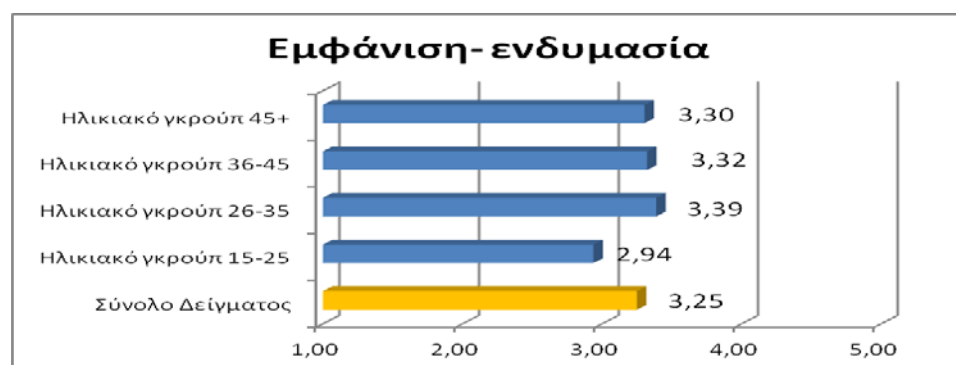
Η ταχύτητα εξυπηρέτησης από τους Γυμναστές σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών. Παρ' όλα αυτά, δεν φαίνεται να παρουσιάζεται ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανάμεσα στις διάφορες ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

Γ12. Εμφάνιση/ Ενδυμασία - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην εμφάνιση και στην ενδυμασία των Γυμναστών. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,25 από τα 5, και είναι ο λιγότερο σημαντικός παράγοντας από τη συγκεκριμένη ενότητα.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.43 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.42: Εμφάνιση/ Ενδυμασία- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



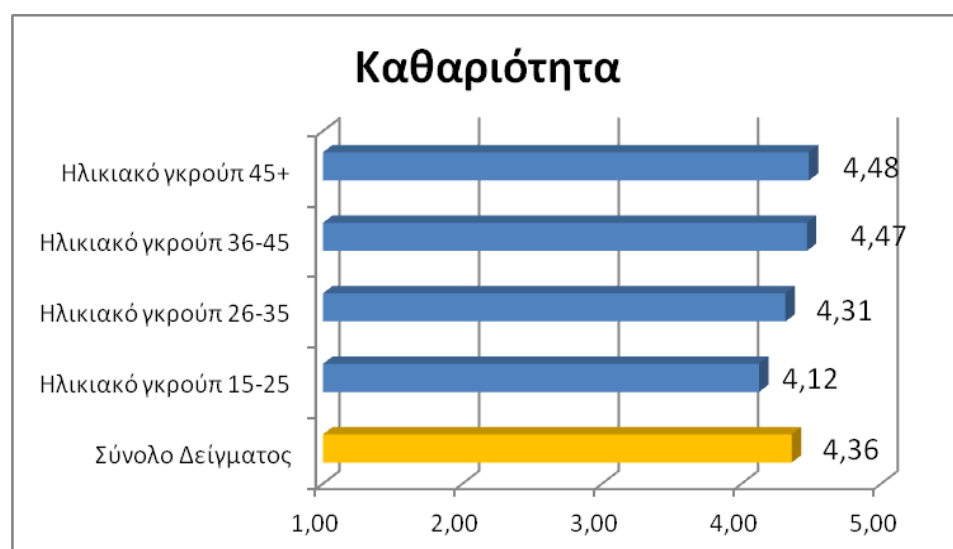
Η εμφάνιση και η ενδυμασία των Γυμναστών, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Δεν φαίνεται όμως να παρουσιάζεται ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανάμεσα στις διάφορες ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

Γ14. Καθαριότητα - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην καθαριότητα των Γυμναστών. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,36 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.43 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

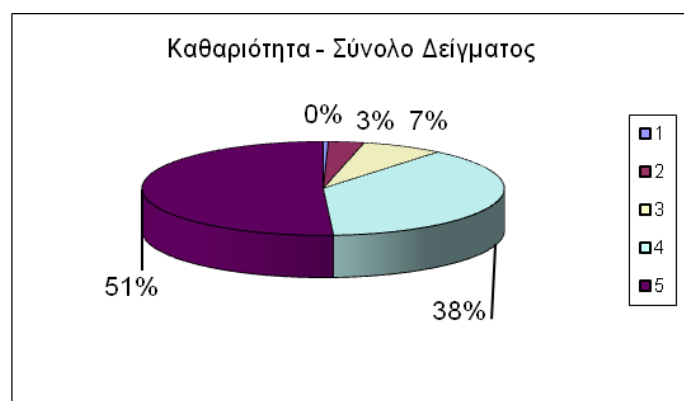
Σχεδιάγραμμα Β.3.43: Καθαριότητα- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



Η καθαριότητα των Γυμναστών, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Παρ' όλα αυτά, δεν φαίνεται να παρουσιάζεται ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανάμεσα στις διάφορες ηλικιακές ομάδες που εξετάζονται στην έρευνα.

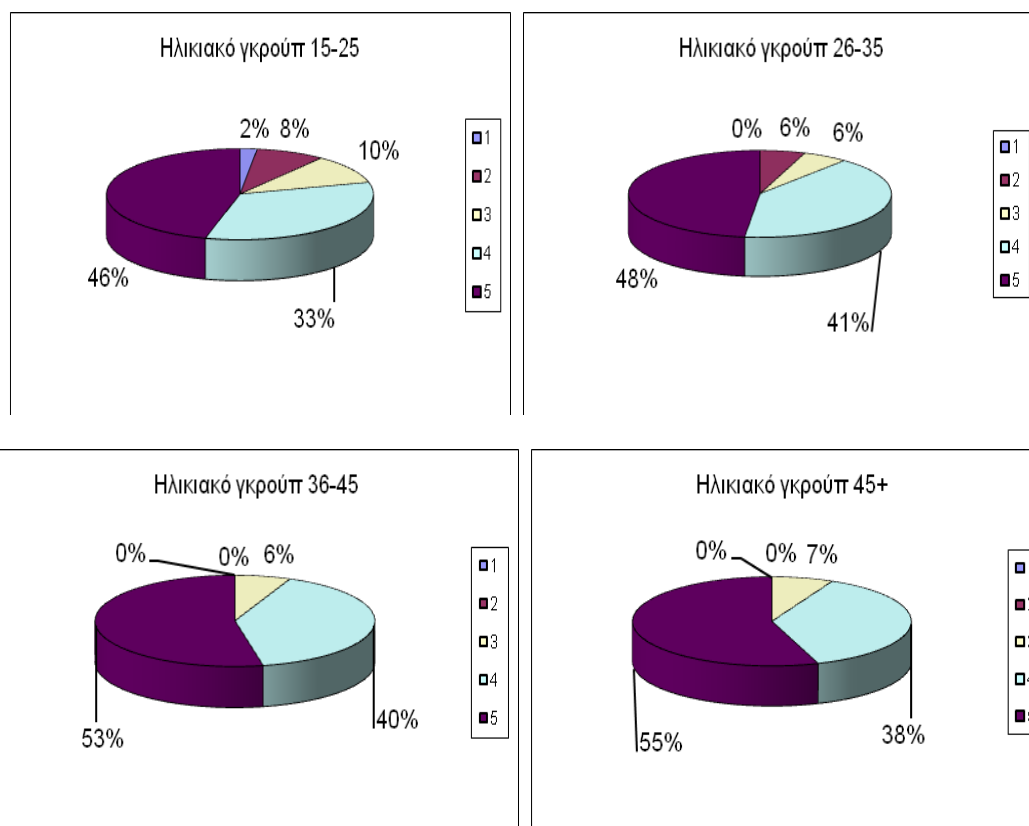
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.44.

Σχεδιάγραμμα Β.3.44: Καθαριότητα- Γυμναστές – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 51% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η καθαριότητα των Γυμναστών είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ κανένας δεν θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.45-Β.3.48 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 46% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 2% καθόλου σημαντικό, ενώ στις

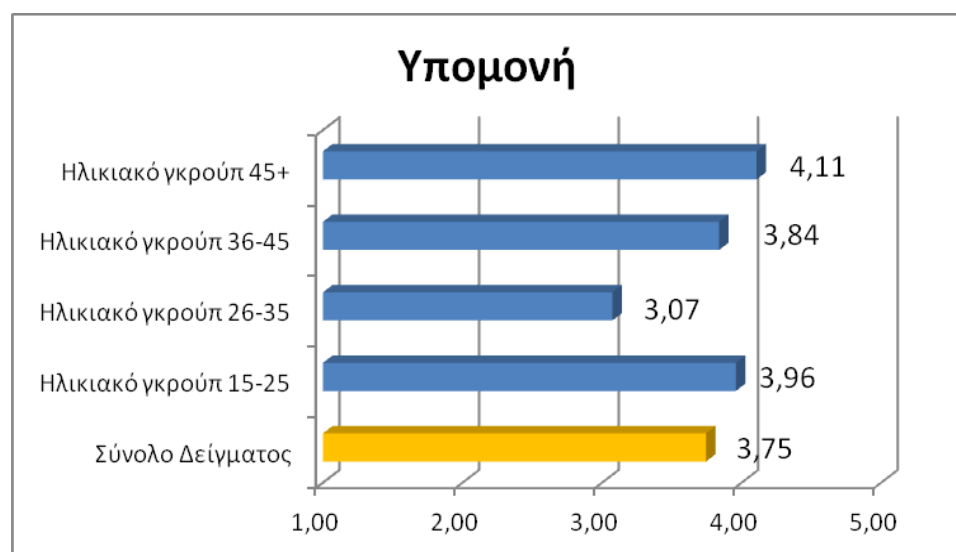
ηλικίες 26-35 ετών, το 48% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 53% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε στις ηλικιακές ομάδες πάνω των 26 ετών που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ15. Υπομονή - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην υπομονή που επιδεικνύουν οι Γυμναστές. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,75 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.49 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.49: Υπομονή- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



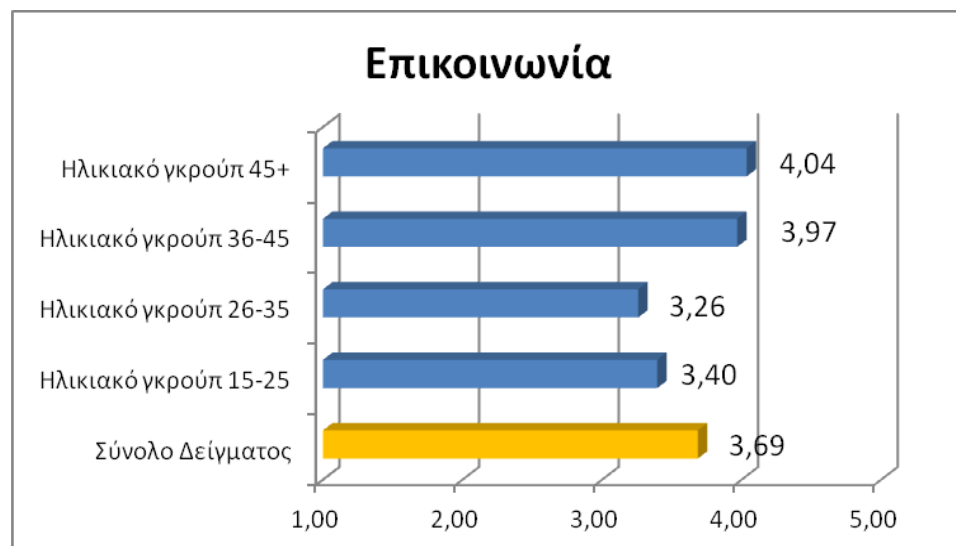
Η υπομονή των Γυμναστών με τους πελάτες, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

Γ16. Επικοινωνία - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην επικοινωνία που νιώθουν ότι έχουν με τους Γυμναστές. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,75 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.50 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.50: Επικοινωνία- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



Η επικοινωνία που έχουν οι πελάτες με τους Γυμναστές, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

Γ17. Γνωστικές Ικανότητες - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στις γνώσεις των Γυμναστών γύρω από το αντικείμενο τους. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,02 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.51 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.3.51: Γνωστικές Ικανότητες- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



Οι γνώσεις των Γυμναστών, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών.

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.52

Σχεδιάγραμμα Β.3.52: Γνωστικές Ικανότητες - Γυμναστές – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 41% των ερωτώμενων θεωρούν ότι οι γνώσεις των Γυμναστών είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3% θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.53-Β.3.56 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



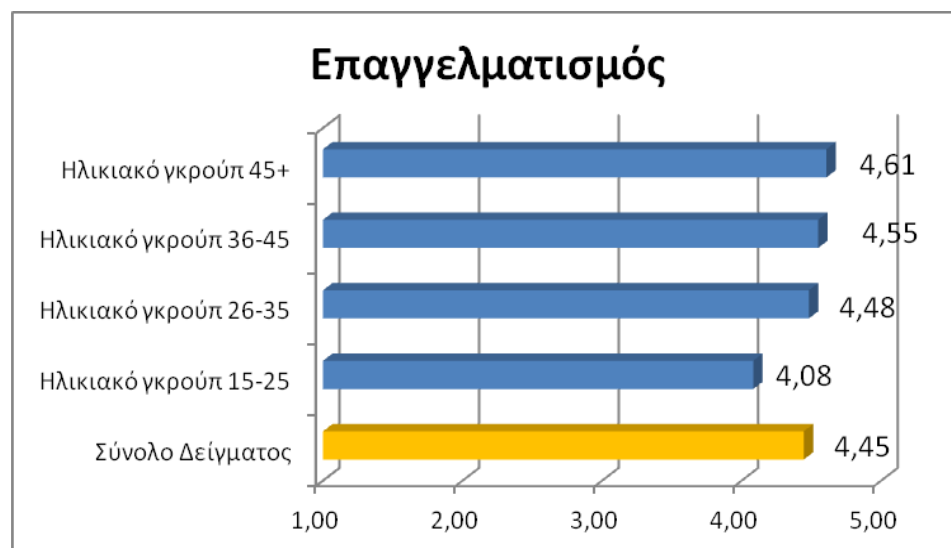
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 35% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 2% καθόλου σημαντικό, ενώ στις ηλικίες 26-35 ετών, το 22% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και το 11% καθόλου σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 48% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 57% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε στις ηλικιακές ομάδες πάνω των 36 ετών που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Γ18. Επαγγελματισμός - Γυμναστές

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, εξετάζεται η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στον επαγγελματισμό που επιδεικνύουν οι Γυμναστές. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,45 από τα 5, και είναι ο σημαντικότερος παράγοντας στην Ενότητα «Γυμναστές».

Το Σχεδιάγραμμα Β.3.57 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

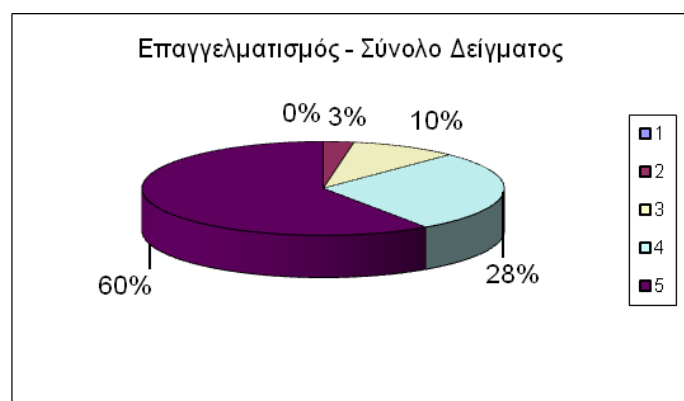
Σχεδιάγραμμα Β.3.57: Επαγγελματισμός- Γυμναστές – Μέσοι Όροι



Ο επαγγελματισμός των Γυμναστών, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

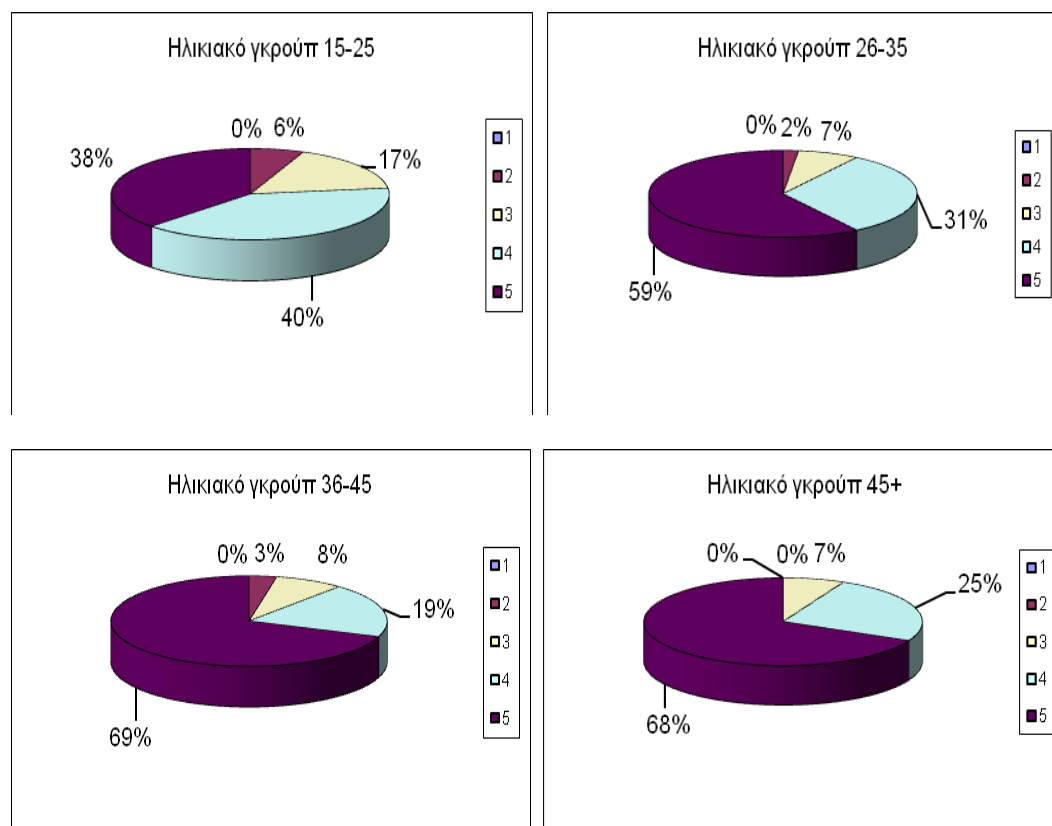
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.3.58

Σχεδιάγραμμα Β.3.58: Επαγγελματισμός - Γυμναστές – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 60% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο επαγγελματισμός των Γυμναστών είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ δεν υπάρχει οποιοςδήποτε που να θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.3.59-Β.3.62 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ στις ηλικίες 26-35 ετών, το 59% θεωρεί

τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 69% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 68% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε σε όλες τις ηλικιακές ομάδες που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

B.4 Ενότητα Δ: Ομαδικά Προγράμματα

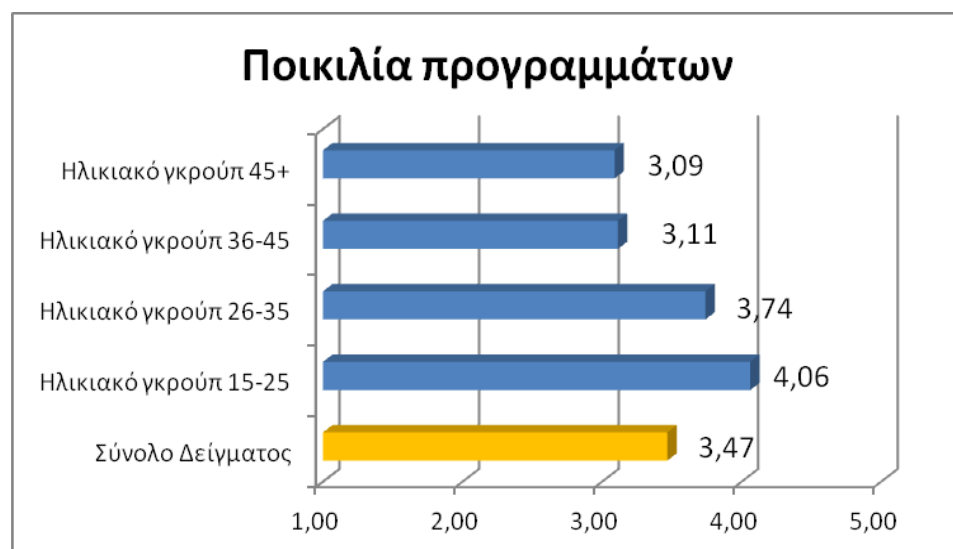
Στην ενότητα Δ εξετάζεται η σημαντικότητα των παραγόντων κατά την επιλογή ενός γυμναστηρίου αναφορικά με τα ομαδικά προγράμματα που προσφέρει το Γυμναστήριο. Στη συγκεκριμένη ενότητα εξετάστηκαν 19 παράγοντες.

Δ1. Ποικιλία Ομαδικών Προγραμμάτων

Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα της που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποικιλία των ομαδικών προγραμμάτων που προσφέρει ένα γυμναστήριο. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,22 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.4.1 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα B.4.1: Ποικιλία Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



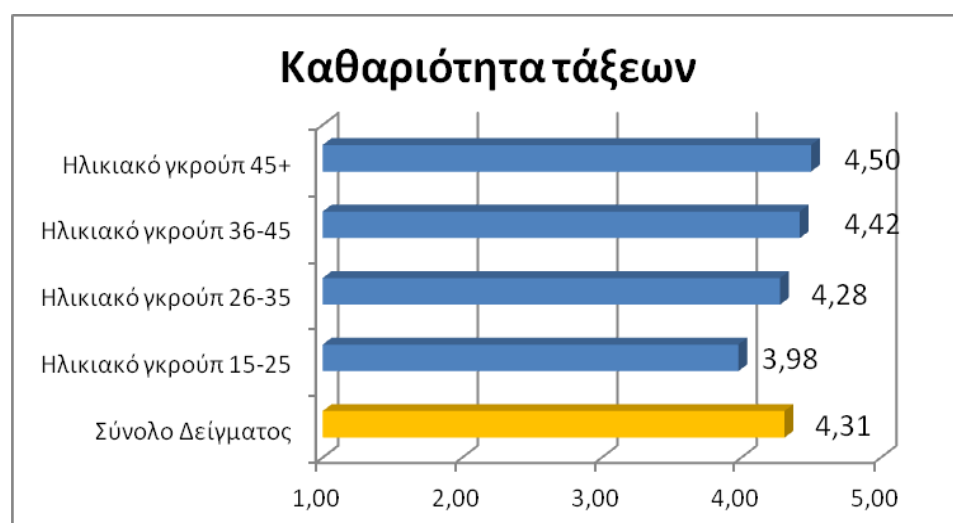
Η ποικιλία προγραμμάτων που προσφέρονται σε ένα γυμναστήριο, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Η σημαντικότητα του συγκεκριμένου παράγοντα μειώνεται, καθώς αυξάνεται η ηλικία των πιθανών πελατών ενός γυμναστηρίου.

Δ2. Καθαριότητα Τάξεων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην καθαριότητα των τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,31 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.2 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.2: Καθαριότητα Τάξεων– Μέσοι Όροι



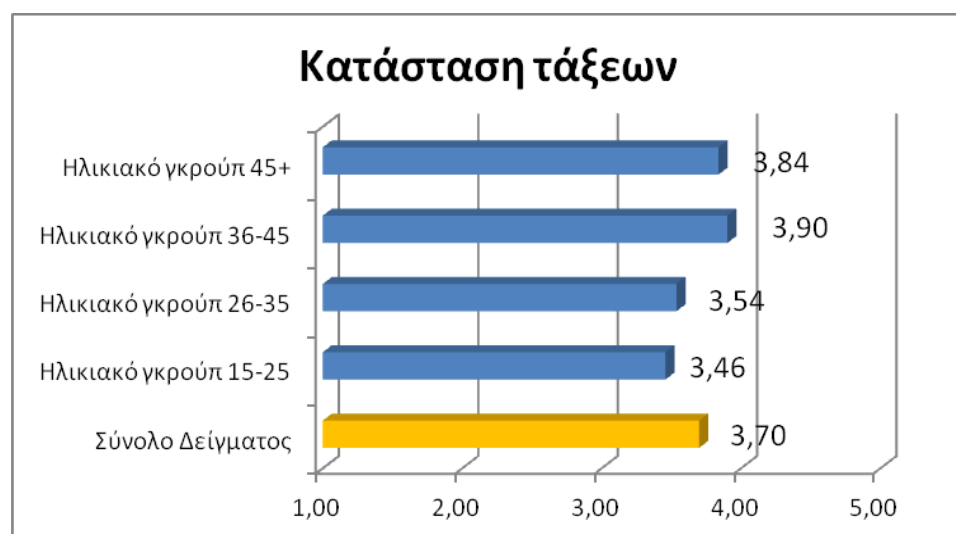
Η καθαριότητα των τάξεων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25. Δεν υπάρχουν όμως ουσιαστικές διαφοροποιήσεις στη σημαντικότητα ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα των ερωτώμενων.

Δ3. Κατάσταση Τάξεων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην άνεση των τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,7 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.3 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.2: Κατάσταση Τάξεων– Μέσοι Όροι



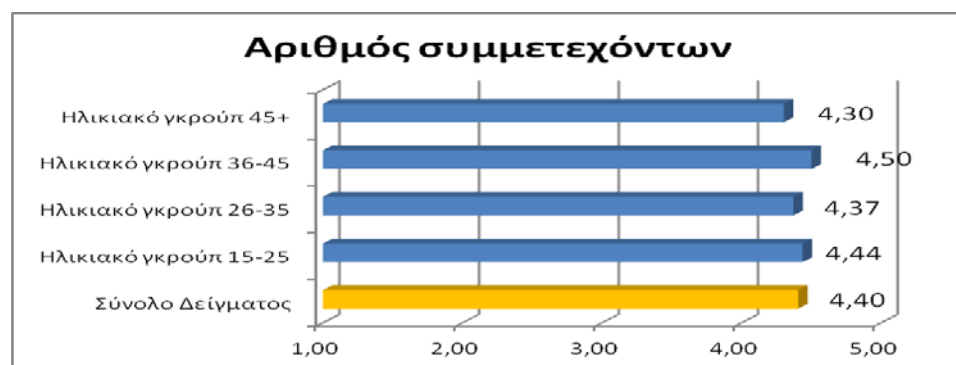
Η άνεση των τάξεων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25. Δεν υπάρχουν όμως ουσιαστικές διαφοροποιήσεις στη σημαντικότητα ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα των ερωτώμενων.

Δ4. Αριθμός Συμμετεχόντων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στον αριθμό των ατόμων που συμμετέχουν στις ομαδικές τάξεις του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,4 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.4 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.4: Αριθμός Συμμετεχόντων– Μέσοι Όροι



Ο αριθμός των ατόμων που συμμετέχουν στα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός

παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Δεν υπάρχουν όμως ουσιαστικές διαφοροποιήσεις στη σημαντικότητα ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα των ερωτώμενων.

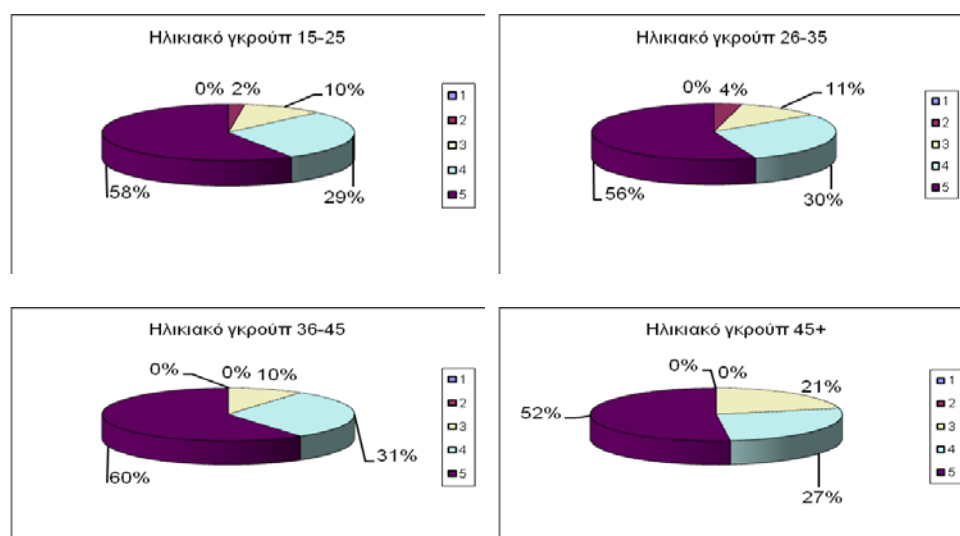
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.4.5

Σχεδιάγραμμα Β.4.5: Αριθμός Συμμετεχόντων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 56% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο αριθμός των ατόμων που συμμετέχουν στα ομαδικά προγράμματα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.4.6-Β.4.9 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



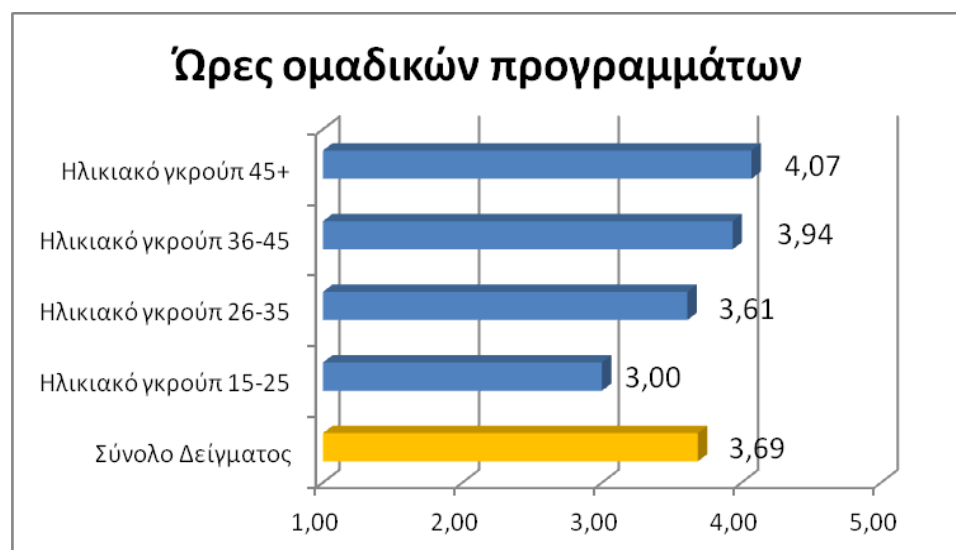
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 561% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 60% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Δ5. Ώρες διεξαγωγής ομαδικών προγραμμάτων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στις ώρες που διεξάγονται οι ομαδικές τάξεις του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,69 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.10 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.10: Ώρες Διεξαγωγής Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



Οι ώρες που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Οι πιο νεαρές ηλικίες είναι πιο ευέλικτοι ως προς το πρόγραμμα της ημέρας τους, σε σχέση με τις πιο μεγάλες ηλικίες που πιθανόν να έχουν περισσότερες υποχρεώσεις στη ζωή τους.

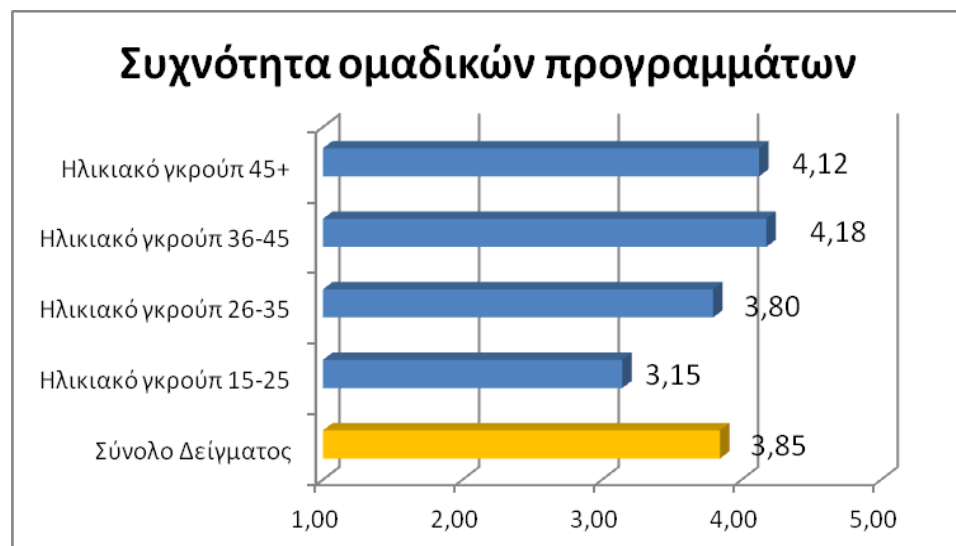
Δ6. Συχνότητα ομαδικών προγραμμάτων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στη συχνότητα των

ομαδικών τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,85 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.11 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.10: Συχνότητα Διεξαγωγής Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



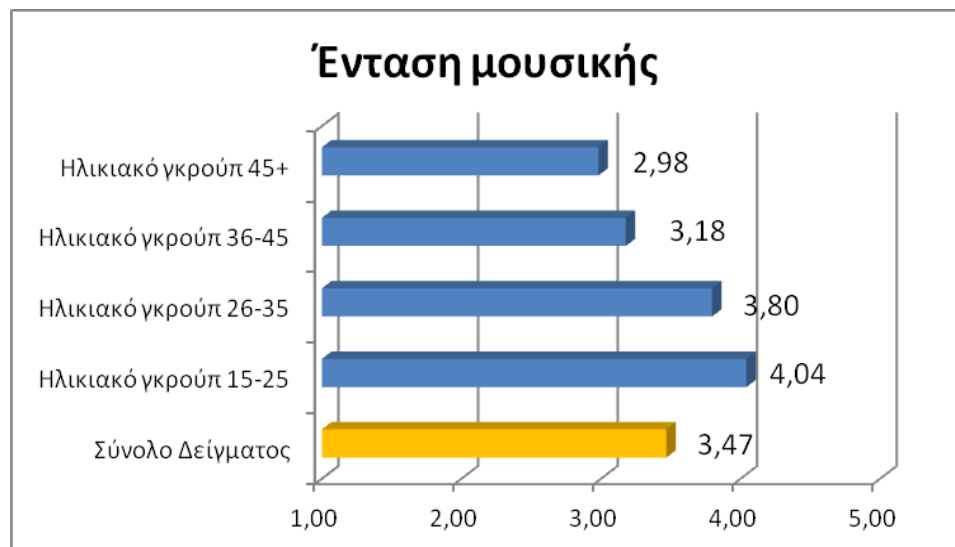
Η συχνότητα που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ7. Ένταση Μουσικής

Η αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, μας δίνει τη δυνατότητα να εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ένταση της μουσικής κατά την διεξαγωγή των ομαδικών τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,47 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.12 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.12: Ένταση Μουσικής κατά τη Διεξαγωγή Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



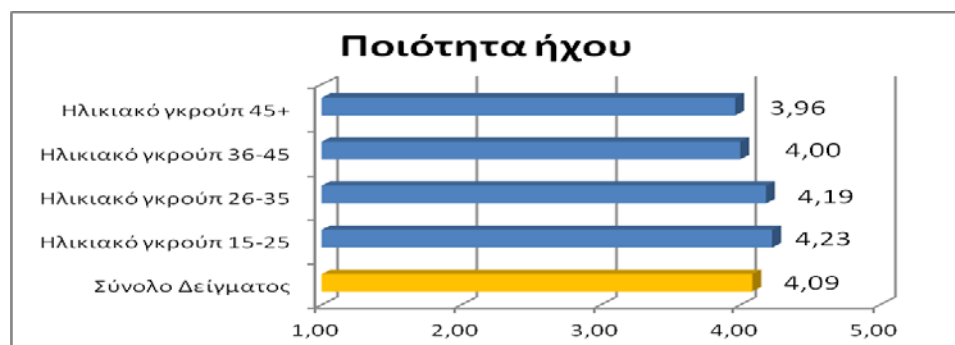
Η ένταση της μουσικής κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Οι πιο νεαρές ηλικίες απολαμβάνουν τη δυνατή μουσική.

Δ8. Ποιότητα Ήχου

Η αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, μας δίνει τη δυνατότητα να εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα του ήχου κατά την διεξαγωγή των ομαδικών τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,09 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.13 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.13: Ποιότητα Ήχου κατά τη Διεξαγωγή Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



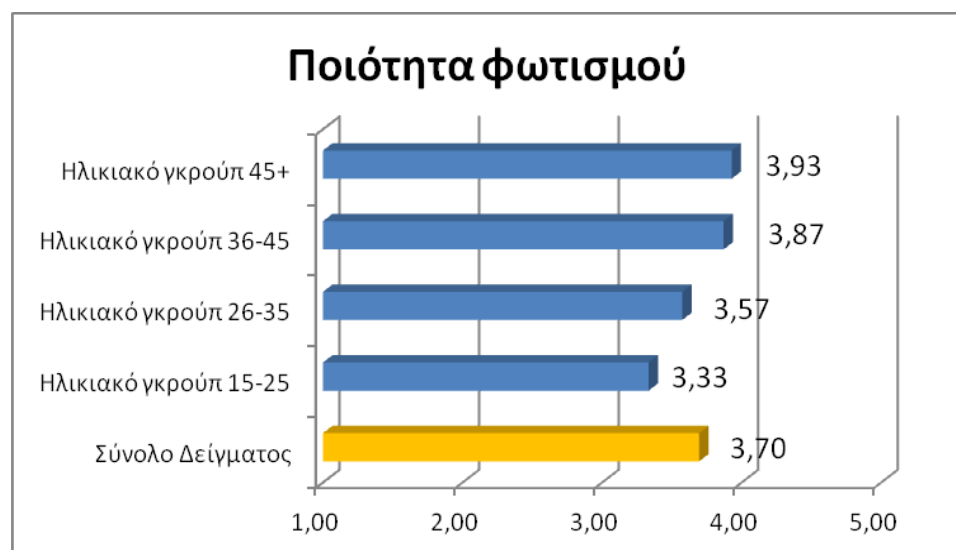
Η ποιότητα του ήχου κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω. Δεν υπάρχει ιδιαίτερη διαφοροποίηση στο βαθμό σημαντικότητας που δίνουν οι διάφορες ηλικιακές ομάδες.

Δ9. Ποιότητα Φωτισμού

Η αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, μας δίνει τη δυνατότητα να εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα του φωτισμού κατά την διεξαγωγή των ομαδικών τάξεων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,7 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.14 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.14: Ποιότητα Φωτισμού κατά τη Διεξαγωγή Ομαδικών Προγραμμάτων– Μέσοι Όροι



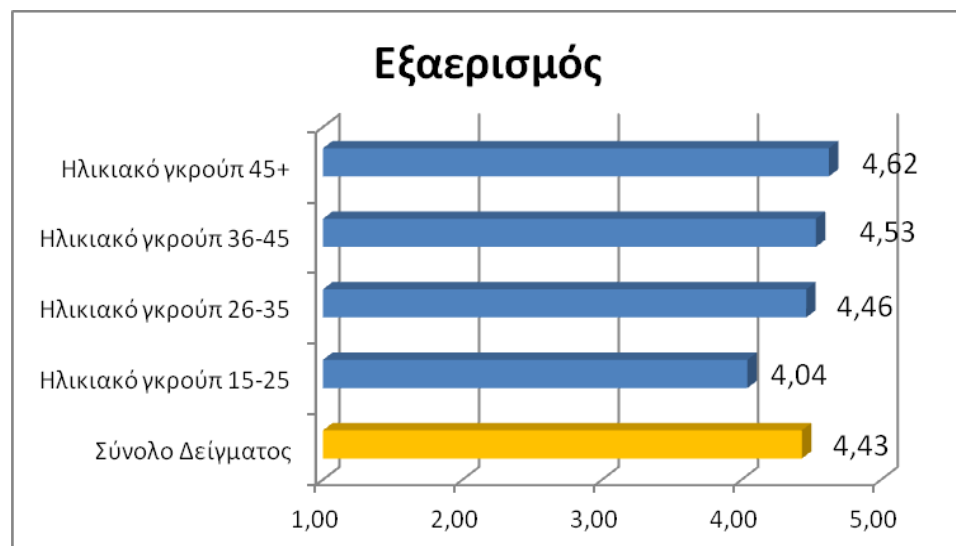
Η ποιότητα του ήχου κατά τη διάρκεια διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ10. Εξαερισμός

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ποιότητα του εξαερισμού που υπάρχει στους χώρους εκτέλεσης των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,43 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.15 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.15: Εξαερισμός- Μέσοι Όροι



Ο εξαερισμός στο χώρο που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

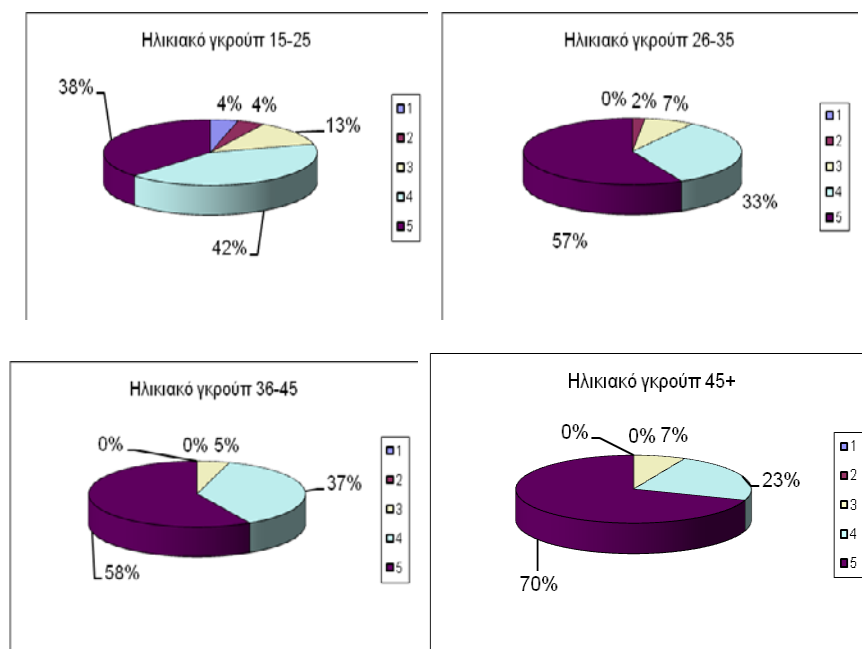
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.4.15

Σχεδιάγραμμα Β.4.15: Αριθμός Συμμετεχόντων – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 56% των ερωτώμενων θεωρούν ότι ο αριθμός των ατόμων που συμμετέχουν στα ομαδικά προγράμματα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ μόλις 1% των ερωτώμενων θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.4.16-Β.4.19 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



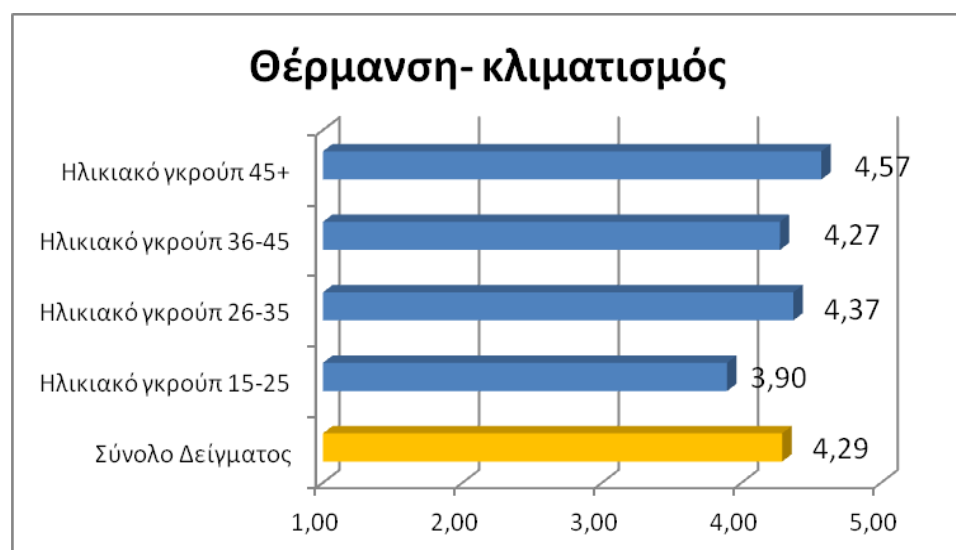
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό ενώ το 4% καθόλου σημαντικό, και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 57% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 58% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 70% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικιακές ομάδες από 26 ετών και πάνω, δεν υπάρχει οποιοςδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Δ11. Θέρμανση/ Κλιματισμός

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στη θέρμανση ή τον κλιματισμό που υπάρχει στους χώρους εκτέλεσης των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,29 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.20 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.20: Θέρμανση/ Κλιματισμός– Μέσοι Όροι



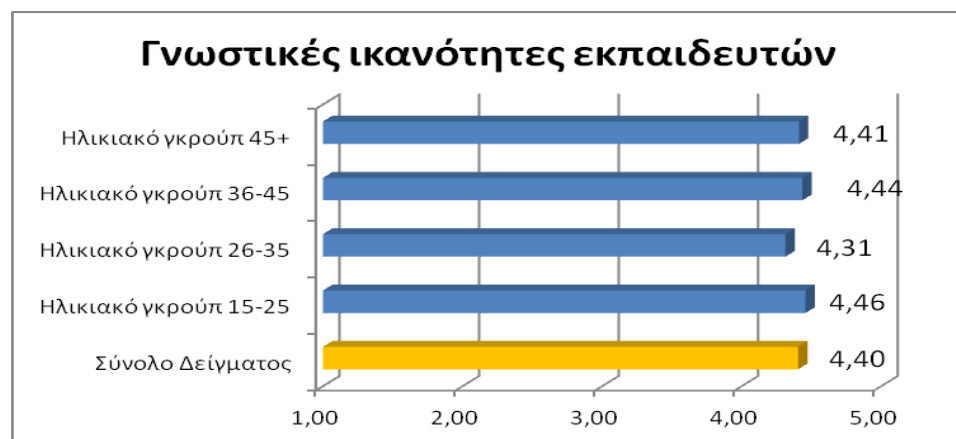
Η θέρμανση και ο κλιματισμός στο χώρο που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ12. Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στη γνώση που έχουν οι εκπαιδευτές των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,40 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.21 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.21: Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών– Μέσοι Όροι



Οι γνώσεις των εκπαιδευτών για τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 26-35 ετών, χωρίς όμως ιδιαίτερη διαφοροποίηση στη σημαντικότητα που δίνουν οι διάφορες ηλικιακές ομάδες.

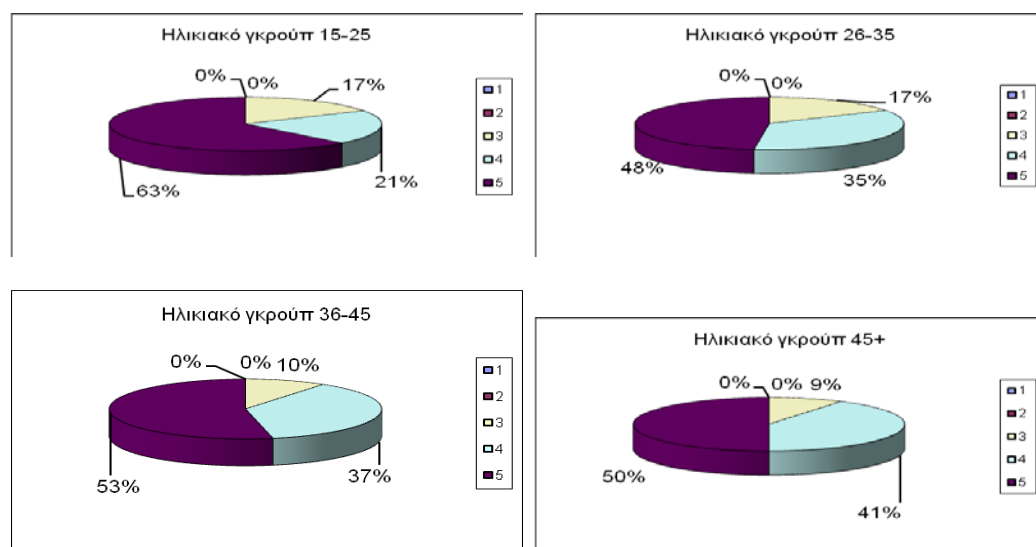
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.4.22

Σχεδιάγραμμα Β.4.22: Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 53% των ερωτώμενων θεωρούν ότι οι γνώσεις των εκπαιδευτών στα ομαδικά προγράμματα είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ κανένας δεν θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.4.23-Β.4.26 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



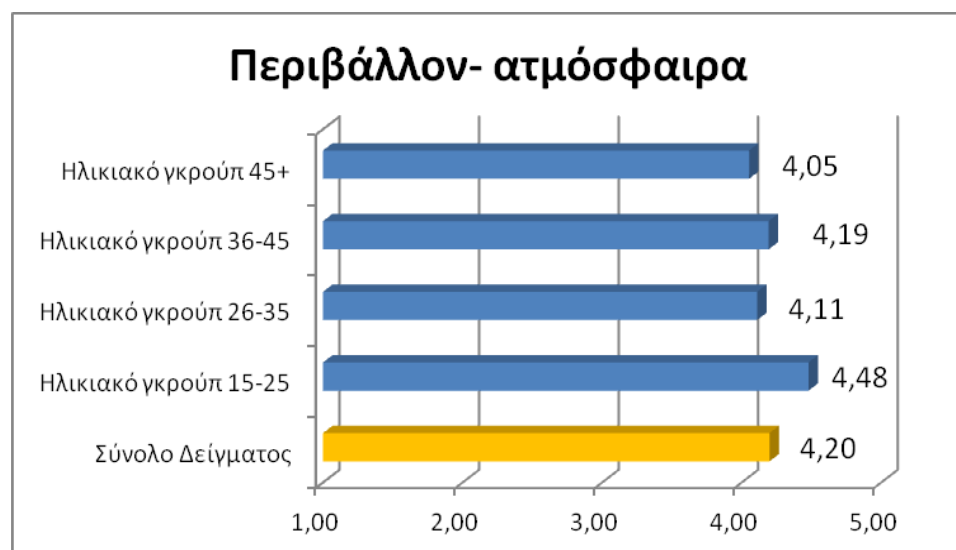
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 63% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 48% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 53% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 50% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικιακές ομάδες δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Δ13. Περιβάλλον/ Ατμόσφαιρα

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στο περιβάλλον/ατμόσφαιρα των χώρων που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,20 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.27 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.27: Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών– Μέσοι Όροι



Το περιβάλλον/ατμόσφαιρα των χώρων που διεξάγονται τα ομαδικά προγράμματα, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, χωρίς όμως ιδιαίτερη διαφοροποίηση στη σημαντικότητα που δίνουν οι διάφορες ηλικιακές ομάδες.

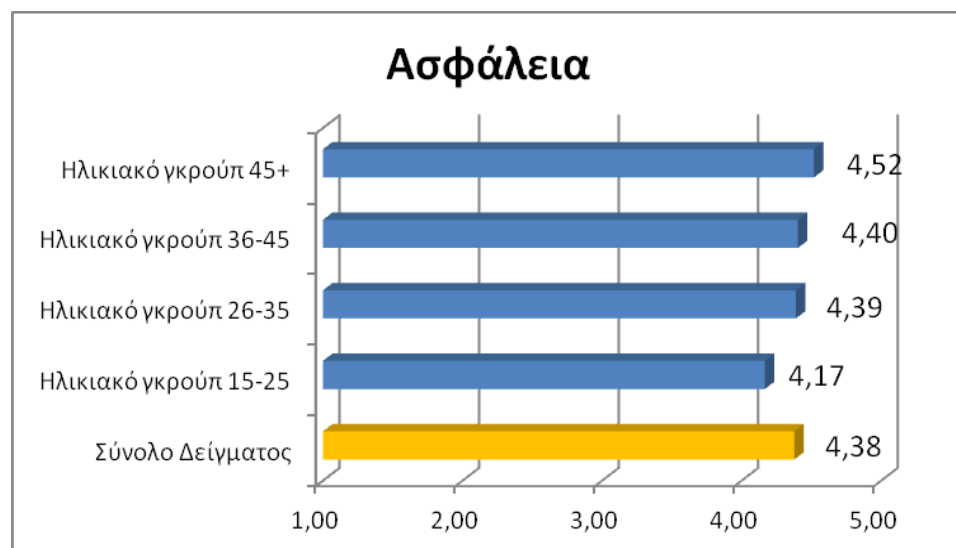
Δ14. Ασφάλεια

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ασφάλεια των χώρων

διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,38 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.28 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.28: Ασφάλεια– Μέσοι Όροι



Η ασφάλεια των χώρων διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.4.29

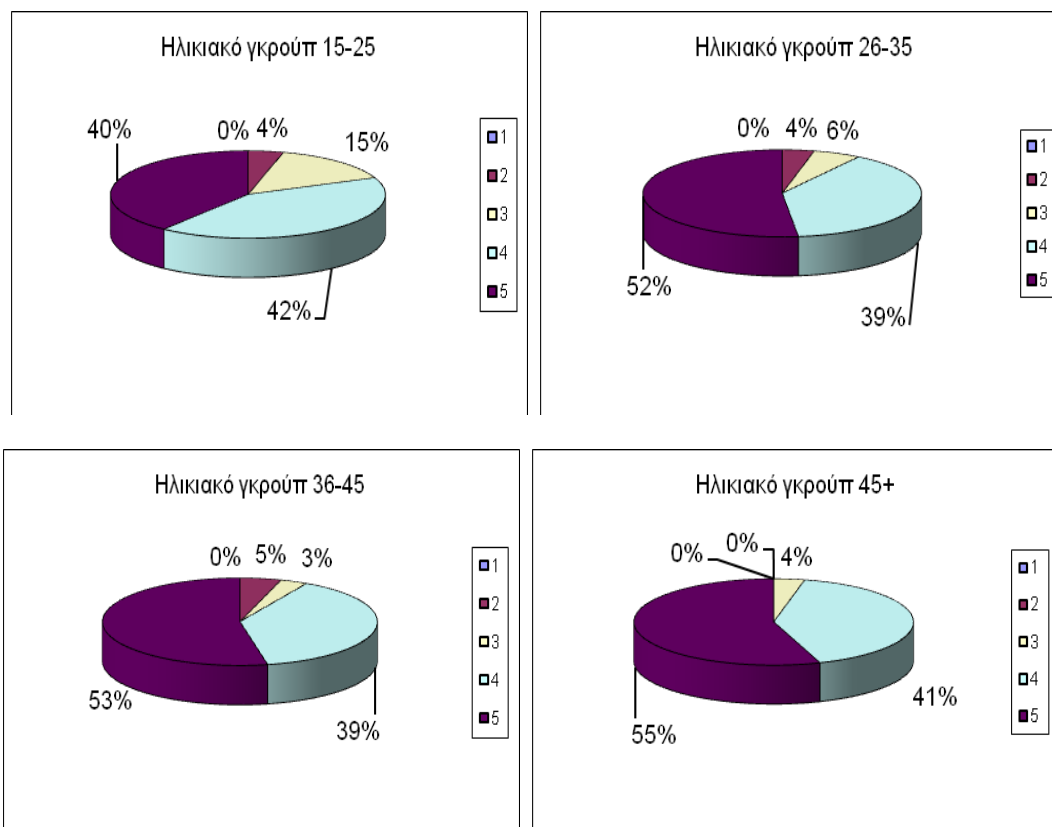
Σχεδιάγραμμα Β.4.29: Ασφάλεια – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 50% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η ασφάλεια των χώρων διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων είναι πολύ

σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ κανένας δεν θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα B.4.30-B.4.33 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



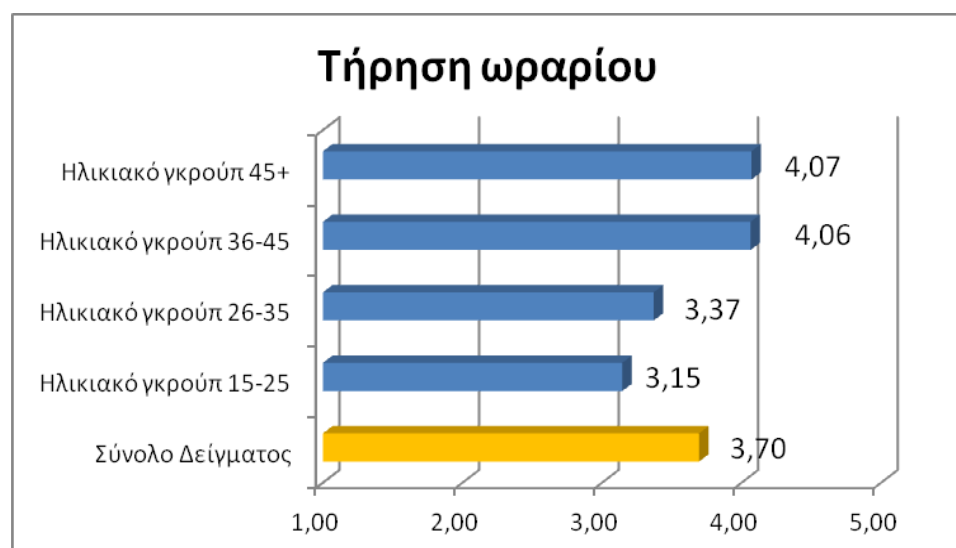
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 40% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 53% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 55% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικιακές ομάδες δεν υπάρχει οποιοσδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Δ15. Τήρηση Ωραρίου

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην τήρηση ωραρίου διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,38 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα B.4.34 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.34: Τήρηση Ωραρίου– Μέσοι Όροι



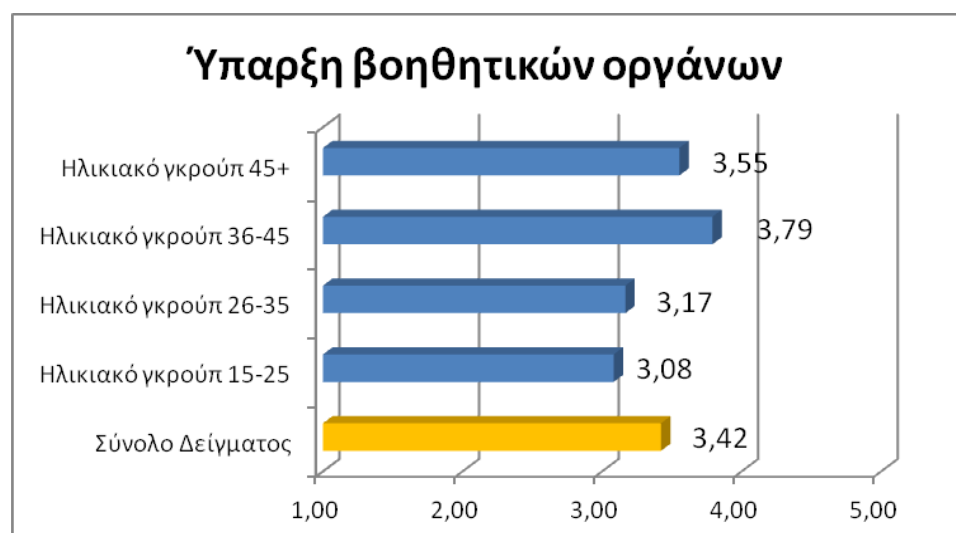
Η τήρηση του ωραρίου διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ16. Ύπαρξη Βοηθητικών Οργάνων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ύπαρξη βοηθητικών οργάνων στους χώρους διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,42 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.35 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.35: Ύπαρξη Βοηθητικών Οργάνων– Μέσοι Όροι



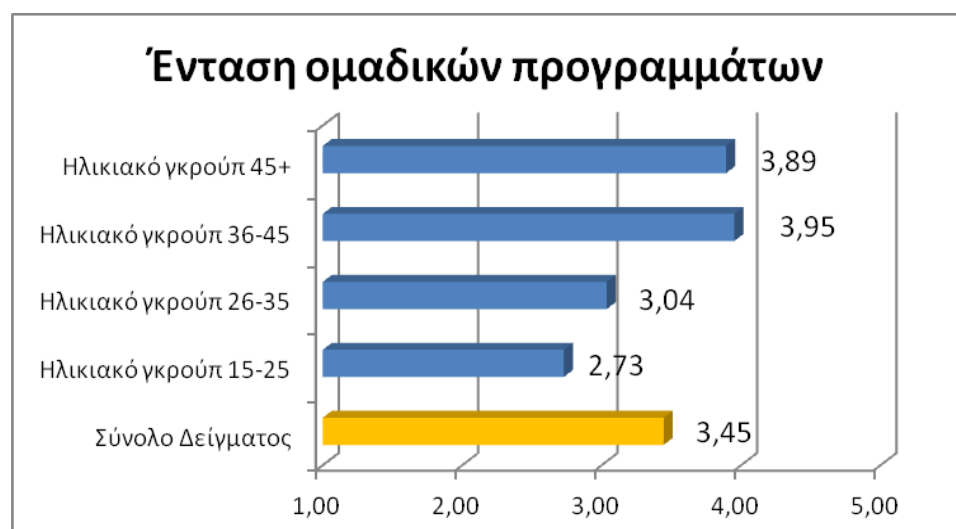
Η ύπαρξη βοηθητικών οργάνων στους χώρους διεξαγωγής των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ17. Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην ένταση των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,45 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.36 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.35 Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων – Μέσοι Όροι



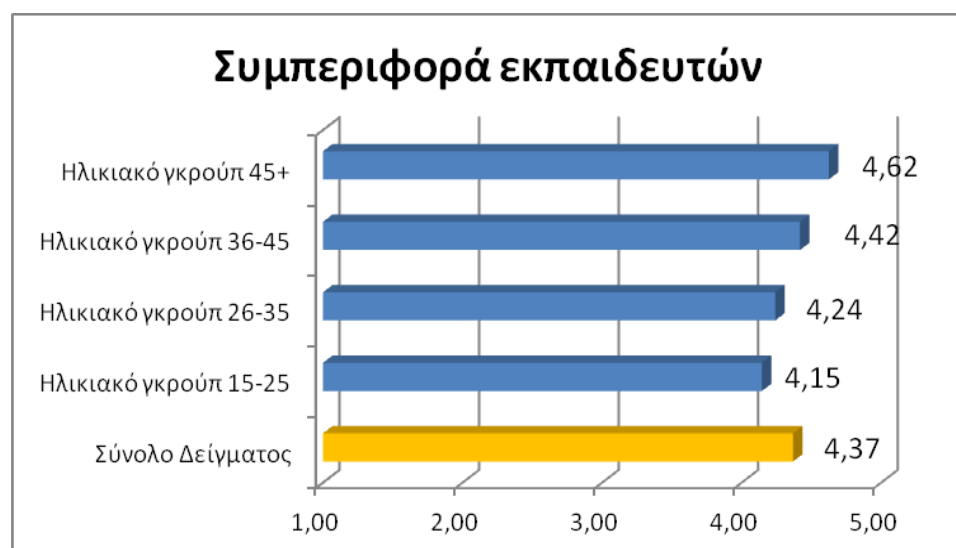
Η ένταση των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 36-45 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών.

Δ18. Συμπεριφορά Εκπαιδευτών

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην συμπεριφορά των εκπαιδευτών των ομαδικών προγραμμάτων του γυμναστηρίου. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 4,37 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.36 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.36: Συμπεριφορά Εκπαιδευτών- Μέσοι Όροι



Η συμπεριφορά των εκπαιδευτών των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 46 ετών και πάνω, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 15-25 ετών. Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού αυξάνεται καθώς αυξάνεται η ηλικία των ερωτώμενων.

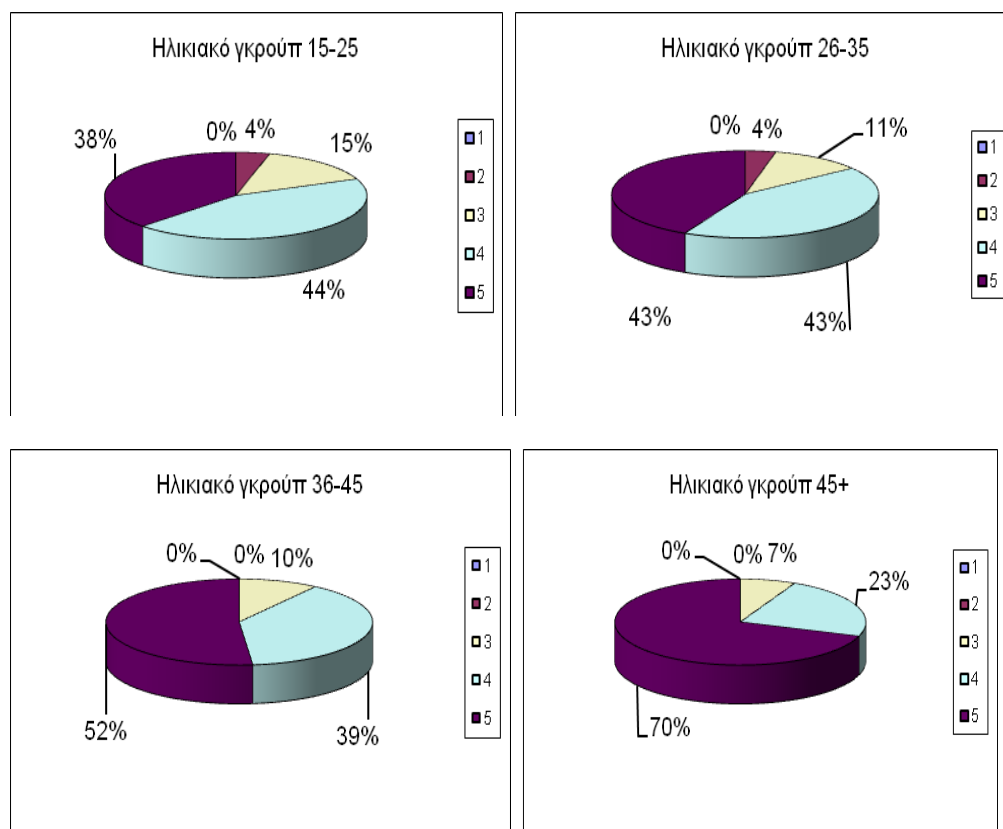
Η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού για το σύνολο του δείγματος αναλύεται στο σχεδιάγραμμα Β.4.37.

Σχεδιάγραμμα Β.4.37: Συμπεριφορά Εκπαιδευτών – Σύνολο Δείγματος



Στο σύνολο του δείγματος, φαίνεται ότι το 51% των ερωτώμενων θεωρούν ότι η συμπεριφορά των εκπαιδευτών των ομαδικών προγραμμάτων είναι πολύ σημαντικός παράγοντας στην απόφασή τους για επιλογή Γυμναστηρίου, ενώ κανένας δεν θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Στα σχεδιαγράμματα Β.4.38-Β.4.41 αναλύεται η σημαντικότητα του παράγοντα ανά ηλικιακή ομάδα:



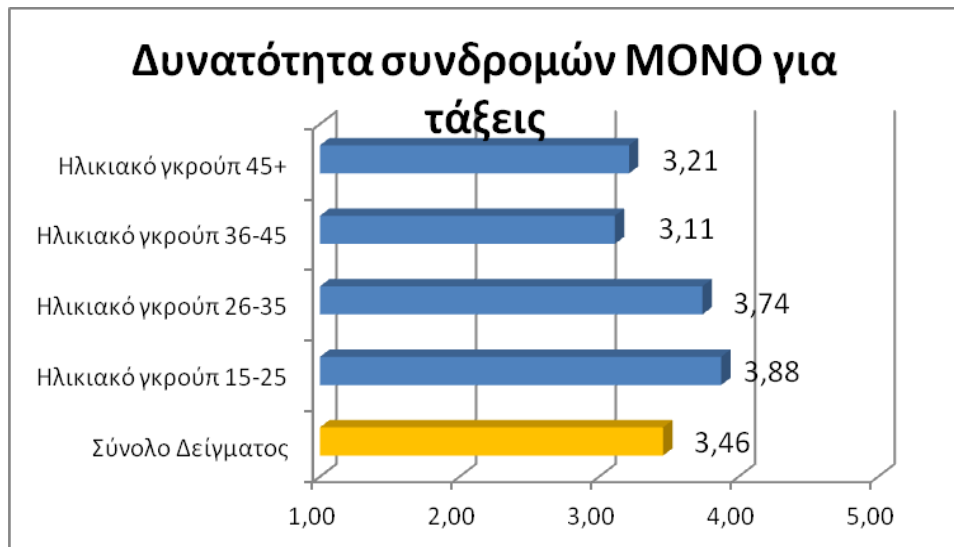
Αναλύοντας τα ποσοστά αυτά ανά ηλικιακή ομάδα, στις ηλικίες 15-25 ετών, το 38% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, και στις ηλικίες 26-35 ετών, το 43% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό. Αντίστοιχα, στις ηλικίες 36-45 ετών το 52% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό και στις ηλικίες 46 ετών και πάνω, το 70% θεωρεί τον παράγοντα πολύ σημαντικό, ενώ για όλες τις ηλικιακές ομάδες δεν υπάρχει οποιοςδήποτε που θεωρεί ότι ο παράγοντας αυτός δεν είναι καθόλου σημαντικός.

Δ19. Δυνατότητα Συνδρομών μόνο για τάξεις

Αξιολογώντας το συγκεκριμένο παράγοντα, θα εξετάσουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του στην δυνατότητα του πελάτη να επιλέξει να πληρώσει συνδρομή μόνο για συμμετοχή του σε τάξη. Ο παράγοντας αυτός αξιολογείται με μέσο όρο 3,46 από τα 5.

Το Σχεδιάγραμμα Β.4.42 παρουσιάζει την αξιολόγηση του παράγοντα αυτού, στο σύνολο του δείγματος, αλλά και ανά ηλικιακή ομάδα.

Σχεδιάγραμμα Β.4.42: Δυνατότητα Συνδρομών μόνο για τάξεις– Μέσοι Όροι



Η συμπεριφορά των εκπαιδευτών των ομαδικών προγραμμάτων, είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τις ηλικίες 15-25 ετών, ενώ λιγότερο σημαντικός παράγοντας είναι για τις ηλικίες 36-45 ετών.

Παράρτημα Γ - Παρουσίαση Ερωτηματολογίου

Με βάση την πιο πάνω ανάλυση όλων των παραμέτρων για τη δημιουργία ενός κατάλληλου ερωτηματολογίου για την έρευνά μας, προχωρήσαμε στο σχεδιασμό του ερωτηματολογίου. Χρησιμοποιήσαμε τις βασικές αρχές και τα κατάλληλα χαρακτηριστικά, ώστε να έχουμε στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό σαφήνεια στα ζητούμενα στοιχεία και να καταλήξουμε σε αξιόπιστα αποτελέσματα για την ολοκλήρωση μιας ορθής επιστημονικής μελέτης.

Το ερωτηματολόγιο είναι στημένο με κλειστού τύπου ερωτήσεις. Είναι όλες τους ποιοτικές και εντάσσονται στην κατηγορία των Ερωτήσεων Βαθμολόγησης, αφού κύριός μας στόχος είναι να αξιολογήσουμε σημαντικούς παράγοντες επιλογής και ικανοποίησης.

Στο Παράρτημα Ι, επισυνάπτουμε το Ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνά μας. Εντός αυτού βαθμολογούνται 70 σημαντικοί παράγοντες που αναφέρονται σε κάθε γυμναστήριο. Για ευκολία συμπλήρωσης από τους ερωτώμενους, το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε πέντε θεματικές ενότητες.

Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, βασικός μας στόχος είναι να δημιουργήσουμε ένα εγχειρίδιο με τους κυριότερους παράγοντες επιτυχίας ενός γυμναστηρίου. Για το λόγο αυτό ζητούμε από τον κάθε ερωτώμενο να μας αξιολογήσει πόσο σημαντικό θεωρεί τον κάθε παράγοντα. Βάση της συγκεκριμένης αξιολόγησης θα καταλήξουμε σε χρήσιμα συμπεράσματα και θα καταγράψουμε αναλυτικά πως θα πρέπει να στηθεί κάθε γυμναστήριο ανάλογα με το στοχευόμενο του κοινό. Εξασφαλίζοντας τόσο την αμεροληψία του δείγματός μας και παράλληλα διαβεβαιώνοντας τους υποψηφίους για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου για την ανωνυμία τους, ευελπιστούμε στην ειλικρίνεια τους όσο αφορά την απάντηση των ερωτήσεων.

Διαχωρίζουμε τους παράγοντες σε 4 βασικές ενότητες, ενώ η τελευταία ενότητα, αφορά πρόσθετα στοιχεία που θα μας βοηθήσουν να προβούμε σε περαιτέρω ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Ενότητα Α: Αξιολόγηση παραγόντων που αφορούν τις **εγκαταστάσεις** ενός Γυμναστηρίου

Ενότητα Β: Αξιολόγηση παραγόντων που αφορούν τα **μηχανήματα** που είναι εγκατεστημένα στο Γυμναστήριο

Ενότητα Γ: Αξιολόγηση παραγόντων που αφορούν το **προσωπικό** που εργάζεται στο Γυμναστήριο

Ενότητα Δ: Αξιολόγηση παραγόντων που αφορούν τα **ομαδικά προγράμματα** που προσφέρει το Γυμναστήριο

Ενότητα Ε: Δημογραφικά και άλλα συναφή στοιχεία

Ενότητα Α:

Στην ενότητα αυτή αναλύουμε σε βάθος όλους τους παράγοντες που αφορούν την ποιότητα αλλά και τις εναλλακτικές επιλογές για τις κτηριακές εγκαταστάσεις των Γυμναστηρίων. Ο κάθε παράγοντας είναι από μόνος του αρκετά επεξηγηματικός, ώστε να είναι γρήγορη και αποτελεσματική η αξιολόγησή τους.

Τοποθεσία

Πόσο σημαντικό είναι για τον ερωτώμενο το Γυμναστήριο να βρίσκεται σε βολική τοποθεσία για τον ίδιο; Είναι απαραίτητο να βρίσκεται κοντά του, ή ο παράγοντας αυτός δεν έχει μεγάλη σημαντικότητα για τον ίδιο; Μέσα από την αξιολόγηση του συγκεκριμένου παράγοντα, θα γνωρίζουμε αν πρέπει να πάει το γυμναστήριο κοντά στις στοχευόμενες πελατοψηφίδες. Όσο αφορά την τοποθεσία θέλουμε να συμπεράνουμε αν είναι βολική για γυμναστήριο. Δηλαδή αν είναι εύκολο να πας εκεί και αν δεν μπλέκεις στην κυκλοφοριακή συμφόρησης της πόλης.

Άνετοι Χώροι Εκγύμνασης

Πρόκειται για τους χώρους στους οποίους θα γίνεται η άσκηση. Αφορά τους χώρους τόσο των μηχανημάτων αλλά και αυτούς όπου θα εκτελούνται τα ομαδικά προγράμματα. Με τα σημερινά δεδομένα, γίνεται σοβαρή προσπάθεια εξοικονόμησης χώρου, από τους επιχειρηματίες, για περιορισμό του κόστους.

Χώρος Εκτέλεσης Ασκήσεων Εδάφους

Συγκεκριμενοποιούμε κάποιους χώρους, ώστε να μελετήσουμε τη σημαντικότητα ανά περιοχή του γυμναστηρίου. Στο συγκεκριμένο σημείο αναλύουμε τη σημαντικότητα του χώρου στον οποίο εκτελούνται ασκήσεις εδάφους, εντός του γυμναστηρίου.

Ευρύχωρα Αποδυτήρια

Γίνεται προσπάθεια να δούμε ποιες ηλικιακές ομάδες δίνουν περισσότερη βαρύτητα στη χωρητικότητα των αποδυτηρίων. Με βάση τον παράγοντα αυτό θα μπορέσουμε

να αναγνωρίσουμε το μέγεθος των αποδυτηρίων μας, ανάλογα με την στοχευόμενη ηλικιακή ομάδα.

Μεγάλα Ντουλάπια Αποδυτηρίων

Όπως είναι εύκολο, οι ανάγκες για τα ντουλάπια διαφοροποιούνται. Άλλοι πηγαίνουν γυμναστήριο με το κινητό τους και τα κλειδιά τους, οπότε δεν χρειάζονται χώρο μεγαλύτερο από ένα κουτάκι. Από την άλλη, υπάρχουν και άτομα που φεύγουν από τη δουλειά τους και έρχονται με μια τσάντα που περιέχει όλη τη γυμναστική τους ενδυμασία. Ποιο είναι το κατάλληλο μέγεθος των ντουλαπιών; Ποιές ηλικιακές ομάδες τα χρειάζονται;

Καθαριότητα

Επιθυμούμε να διαπιστώσουμε την έμφαση που δίνουν οι υποψήφιοι πελάτες σε θέματα καθαριότητας. Δηλαδή, πόσο ενοχλητικό είναι για αυτούς να παρατηρούνται συμπτώματα δυσοσμίας και ακαθαρσίας στους χώρους του γυμναστηρίου.

Κατάσταση Εγκαταστάσεων

Επιβάλλεται πάντα να είναι συντηρημένες ορθά οι εγκαταστάσεις μας. Πόσο σημαντικό είναι όμως για τους πελάτες μας; Διαφοροποιείται άραγε η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού ανάλογα με την ηλικία;

Ένταση Μουσικής

Σε όλα τα γυμναστήρια υπάρχει πλέον μουσική υπόκρουση. Προσπαθούμε να ανακαλύψουμε πόσο έντονα αρέσκονται οι πιθανοί πελάτες μας να ακούγεται η μουσική στους χώρους του γυμναστηρίου. Με τον τρόπο αυτό θα διαμορφώσουμε την κατάλληλη ένταση της μουσικής υπόκρουσης στα γυμναστήρια.

Έντονος Ρυθμός Μουσικής

Αφού διαπιστώσαμε πόσο έντονα επιθυμούν τη μουσική οι πελάτες μας, προσπαθούμε να ανακαλύψουμε και τα μουσικά ακούσματα που επιθυμούν, καθώς και την ένταση του ρυθμού που θα υπάρχει.

Χαλαρός Ρυθμός Μουσικής

Θέτουμε μια ακριβώς αντίθετη ερώτηση, τόσο για σκοπούς ελέγχου και βεβαιότητας για την απάντηση της προηγούμενης, αλλά και για σκοπούς διαμόρφωσης καλύτερης άποψης για το ρυθμό της μουσικής.

Ποιότητα Ήχου

Κινούμενοι πάνω σε παρόμοια θέματα, ζητούμε από τον ερωτώμενο να μας αξιολογήσει και τη σημαντικότητα της ποιότητας του ήχου που ακούγεται στο γυμναστήριο.

Ποιότητα Φωτισμού

Προσπαθούμε να δούμε την έμφαση που δίνει ο ερωτώμενος στο περιβάλλον που δημιουργείται στο γυμναστήριο. Ένας από τους παράγοντες δημιουργίας περιβάλλοντος είναι και ο φωτισμός που θα υπάρχει σε αυτό. Μήπως ο χώρος του Γυμναστηρίου θα πρέπει εύκολα να ρυθμίζεται σε φυσιολογικά επίπεδα και να μην είναι ούτε πολύ έντονος αλλά ούτε πολύ σκοτεινός;

Εξαερισμός

Στα πλαίσια της διερεύνησης του περιβάλλοντος χώρου, προσπαθούμε να εξερευνήσουμε το μέγεθος της σημαντικότητας του εξαερισμού στους χώρους του γυμναστηρίου. Δεδομένου μάλιστα ότι υπάρχει ιδρώτας, αλλά και άλλοι παράγοντες που προκαλούν δυσοσμία ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες.

Θέρμανση – Κλιματισμός

Σημαντικός παράγοντας στις κτιριακές εγκαταστάσεις, είναι να υπάρχει επαρκής κλιματισμός για το καλοκαίρι και επαρκής θέρμανση για το χειμώνα.

Ασφάλεια

Μεγάλη σημασία έχει για ένα μέλος να γνωρίζει ότι ο χώρος που γυμνάζεται είναι ελεγχόμενος και ασφαλής, δεν κινδυνεύει η σωματική του ακεραιότητα ενώ δεν πρέπει να ανησυχεί για τυχόν φθορές ή κλοπή του αυτοκινήτου του στο χώρο στάθμευσης.

Περιβάλλον-Ατμόσφαιρα

Ευχάριστο θεωρείται το περιβάλλον το οποίο σε έλκει να το επισκεφθείς ξανά. Είναι φωτεινό, έχει ωραία θέα, είναι καθαρό, συγυρισμένο, παρέχει εύκολη και ασφαλή διακίνηση και σου παρέχει και επιπλέον ανέσεις. Εδώ προσπαθούμε να αναλύσουμε τη βαρύτητα που δίνει ο ερωτώμενος στο θέμα αυτό. Βεβαίως ο κάθε αθλούμενος αντιλαμβάνεται τον παράπονο παράγοντα διαφορετικά.

Ωράριο Λειτουργία

Οι ώρες που λειτουργεί ένα γυμναστήριο, πρέπει να μάθουμε αν είναι αρκετές και προκαλούν ευελιξία στους πιθανούς πελάτες. Υπάρχουν άτομα που αρέσκονται να γυμνάζονται στις 6 το πρωί και άλλα στις 10 το βράδυ. Μπορούν;

Τιμές Συνδρομών

Πάντα η τιμή αποτελεί για όλες τις Υπηρεσίες και τα προϊόντα σημαντικό παράγοντα επιλογής. Δεν είναι όμως το παν. Πρέπει να ανακαλύψουμε το μέγεθος της σημαντικότητας που δίνουν οι πιθανοί πελάτες του γυμναστηρίου στο συγκεκριμένο παράγοντα.

Δυνατότητα Παγοποίησης Συνδρομής

Διακοπές τους καλοκαιρινούς μήνες, τραυματισμοί, υποχρεώσεις κ.α. κρατούν τους αθλούμενους για κάποιο διάστημα μακριά από το γυμναστήριο. Θα ήθελαν να μπορούν να αναπληρώσουν το χαμένο χρόνο;

Ευκολίες Πληρωμών Συνδρομής

Σε μια κρίσιμη κατάσταση της οικονομίας, θα πρέπει να μελετήσουμε πόσο σημαντικό είναι για τους πελάτες να μην υποχρεώνονται να καταβάλλουν τη συνδρομή για όλη την περίοδο παραμονής στο γυμναστήριο εφ' άπαξ.

Δυνατότητα Εγγραφής ΜΟΝΟ για Βάρη

Έχει διαπιστωθεί ότι κάποιοι γυμναζόμενοι προτιμούν μεμονωμένα προγράμματα. Πόσο σημαντικό είναι για μια επιχείρηση να δίνει την ευελιξία στους πελάτες της, με κάποιες αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδά της;

Χώροι Στάθμευσης

Όταν προσέρχεται κάποιος στο γυμναστήριο με το αυτοκίνητο υπάρχει χώρος στάθμευσης και αν αυτό ισχύει αν ο χώρος είναι ικανοποιητικός για μεγάλο αριθμό οχημάτων.

Προσβασιμότητα στο γυμναστήριο

Πόσο εύκολο είναι να εισέλθει κάποιος στο χώρο κάποιου Γυμναστηρίου και να μην συναντήσει εμπόδια; Αυτή η ερώτηση γίνεται για να δούμε τη βαρύτητα που δίνει ο κάθε ερωτώμενος σε αυτή την περίπτωση.

Δέσιμο με το γυμναστήριο

Πόσο σημαντική είναι για τους πελάτες η προσωπική επαφή με τους εργαζομένους αλλά και το δέσιμό τους με το γυμναστήριο; Πόσο ρόλο παίζει αυτό το δέσιμο στην επιλογή τους;

Ενότητα Β:

Η επόμενη ενότητα ασχολείται με ένα πιο συγκεκριμένο σημείο του Γυμναστηρίου. Πρόκειται για το θέμα των Μηχανημάτων. Μέσα από τις ερωτήσεις μας θα ανακαλύψουμε τη σημαντικότητα που προκύπτει για τον κάθε παράγοντα που αφορά τα Μηχανήματα σε ένα Γυμναστήριο. Πιο αναλυτικά, ζητάμε από τον κάθε ερωτώμενο να μας αξιολογήσει τους πιο κάτω παράγοντες.

Ποιότητα Μηχανημάτων (Συντήρηση)

Στο συγκεκριμένο ερώτημα εξετάζουμε τη βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες ενός γυμναστηρίου για την επιλογή του, σε σχέση με την ποιότητα και την εμφάνιση των μηχανημάτων. Η εμφάνιση μηχανημάτων έχει να κάνει με το πόσο σύγχρονα είναι, αν είναι σωστά διατηρημένα και βρίσκονται στους σωστούς χώρους. Η λειτουργικότητα των μηχανημάτων που αποτελεί ίσως ένα από τους κυριότερους παράγοντες μέσα σε ένα γυμναστήριο αφού αφορά το αν δουλεύουν όλα τα μηχανήματα και ακόμη σε περιπτώσεις φθοράς πόσο γρήγορα και εύκολα επιθυμούν οι πελάτες να διορθώνονται ή να αναπληρώνονται.

Ευκολία στη Χρήση

Στο σημείο αυτό ενδιαφερόμαστε να μάθουμε αν στα μηχανήματα και γενικά σε όλο το χώρο του γυμναστηρίου θα πρέπει να υπάρχουν σημάνσεις κινδύνου, καθοδήγησης και οδηγιών σχετικά με τη λειτουργία των μηχανημάτων, ώστε να είναι εύκολα στη χρήση. Πρέπει να ανακαλύψουμε πόσο σοβαρό είναι αυτό το θέμα.

Διάταξη στο Χώρο

Σε κάθε περίπτωση τα μηχανήματα εντός γυμναστηρίου, τοποθετούνται με κάποια σειρά, ανάλογα με τις μυϊκές ομάδες. Στο σημείο αυτό, ανακαλύπτουμε τη σημαντικότητα που δίνουν οι πελάτες στη σωστή διάταξη των μηχανημάτων.

Ποικιλία Μηχανημάτων

Μιλώντας για ποικιλία μηχανημάτων εννοούμε αν υπάρχουν μηχανήματα που ικανοποιούν όλες τις μυϊκές ομάδες. Θέλουμε να δούμε πόσο σημαντικό είναι να υπάρχουν όλες οι επιλογές σε Μηχανήματα.

Επάρκεια Μηχανημάτων

Αναφερόμενοι στη διαθεσιμότητα μηχανημάτων, αναφερόμαστε στον αριθμό μηχανημάτων του κάθε είδους. Ο παράγοντας αυτός είναι σημαντικός για τη γρήγορη εκτέλεση των προγράμματος εκγύμνασης. Είναι όμως σημαντικός και για τους πιθανούς πελάτες;

Ποικιλία Αερόβιων Μηχανημάτων

Τα αερόβια μηχανήματα τα τελευταία χρόνια μπαίνουν όλο και περισσότερο στα Γυμναστήρια. Στο σημείο αυτό αναμένεται να δώσουν μεγάλο βαθμό οι γυμναζόμενοι που τα γνωρίζουν και αρέσκονται στη χρήση τους.

Επάρκεια Αερόβιων Μηχανημάτων

Όπως και πιο πάνω, έτσι και εδώ προσπαθούμε να δούμε και τη βαρύτητα στο θέμα της επάρκειας των Αερόβιων Μηχανημάτων που δίνουν οι ερωτώμενοι.

Ελεύθερα Βάρη

Τελευταίο τμήμα στα Μηχανήματα ενός Γυμναστηρίου αποτελούν τα Ελεύθερα Βάρη. Αναλύουμε εδώ την αξιολόγηση που δίνουν οι ερωτώμενοι στον τελευταίο αυτό τομέα.

Επάρκεια από Ελεύθερα Βάρη

Και ολοκληρώνουμε την ανάλυσή μας με την αξιολόγηση της επάρκειας στα βάρη. Στις ώρες αιχμής υπάρχει διαθεσιμότητα για όλους;

Ενότητα Γ:

Στο σημείο αυτό θα εντάξουμε την αξιολόγηση του έμψυχου δυναμικού κάθε Γυμναστηρίου. Εδώ θα συζητήσουμε τους παράγοντες που αναφέρονται στους εργαζομένους μιας επιχείρησης. Για σκοπούς ευκολίας, θα διαχωρίσουμε το προσωπικό σε 2 σημαντικές ομάδες. Στο επιστημονικό προσωπικό, δηλαδή τους Γυμναστές και στο υπόλοιπο προσωπικό ενός Γυμναστηρίου, που το τοποθετούμε κάτω από το γενικό τίτλο Προσωπικό Υποδοχής.

Προσωπικό Υποδοχής και Γυμναστές

Και στις δύο κατηγορίες προσωπικού, οι παράγοντες που αναλύονται εδώ είναι οι πιο κάτω:

Εξυπηρέτηση

Είναι πάντα σημαντικός ο παράγοντας αυτός. Πόσο ψηλά τον αξιολογούν οι πελάτες και ποιες ομάδες από αυτούς;

Προθυμία για Εξυπηρέτηση

Η εξυπηρέτηση που παρέχεται πρέπει να είναι έμφυτη στο προσωπικό και να παρέχεται πρόσχαρα. Τι βαθμό δίνουν οι ερωτώμενοι στο θέμα αυτό;

Ταχύτητα Εξυπηρέτησης

Μιλώντας για ταχύτητα εννοούμε κατά πόσο η εξυπηρέτηση που παρέχεται σε κάποιο Γυμναστήριο είναι έγκαιρη σε όλες τις ώρες και μέρες λειτουργίας του. Ποια είναι η βαρύτητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες;

Εμφάνιση – Ενδυμασία

Είναι δεδομένο ότι οι υπάλληλοι πρέπει να είναι εμφανίσιμοι και σωστά ενδεδυμένοι. Μέσα από αυτή την ανάλυση πιθανώς να καταλήξουμε σε συμπέρασμα για ομοιομορφία στην ενδυμασία των υπαλλήλων.

Καθαριότητα

Θεωρείται σχεδόν σίγουρο ότι οι ερωτώμενοι θα δίνουν μεγάλη βαρύτητα, στο γεγονός ότι πρέπει όλοι οι υπάλληλοι υποδοχής να είναι πάντα καθαροί. Πάρα ταύτα πρέπει να εντάξουμε κι αυτή την ερώτηση στον τομέα αυτό.

Υπομονή

Αναφερόμενοι στην υπομονή εννοούμε, αν υπάρχει διάθεση να μας εξυπηρετήσουν, ασχέτως άλλων παραγόντων. Κι ακόμη αν συμβεί αυτό, πρέπει να παραμένει αυτός που μας εξυπηρετεί ευδιάθετος και ήρεμος.

Επικοινωνία

Το προσωπικό θα έρχεται μοιραία σε επαφή με τα μέλη του γυμναστηρίου, ανεξαρτήτως δουλειάς. Είναι επιθυμητό από τους πελάτες να μην υπάρχει απλά μια τυπική σχέση; Θα πρέπει να ενδιαφέρονται να μάθουν τα νέα τους, τα προβλήματα

που τους απασχολούν, να κάνουν αστεία και δέχονται πειράγματα και γενικά υπάρχει εύφορο και ευχάριστο κλίμα για συζήτηση;

Ευγένεια

Η ευγένεια είναι χαρακτηριστικό καλής συμπεριφοράς. Αναφέρεται στους τρόπους που διέπουν την αντιμετώπιση των μελών του γυμναστηρίου από το προσωπικό. Αν δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο μιλάει και συμπεριφέρεται το προσωπικό είναι κόσμιος και αναλόγως με την ηλικία και την προσωπικότητα του καθενός.

Επαγγελματισμός

Τελευταίος, αλλά εξίσου σημαντικός, ο παράγοντας του επαγγελματισμού αναλύεται στον τομέα αυτό. Ζητούμε από τους πιθανούς πελάτες να μας αξιολογήσουν πόσο σημαντικός είναι για τους ίδιους.

Γνωστικές ικανότητες

Οι γυμναστές είναι εκπαιδευμένοι. Πόσο σημαντικό είναι για κάποιον που δεν γνωρίζει τι να κάνει, να νιώθει ότι υπάρχει κάποιος που θα τον καθοδηγήσει σωστά;

Ενότητα Δ:

Η τελευταία ενότητα, η οποία περιλαμβάνει ανάλυση παραγόντων σημαντικότητας, είναι αυτή των Ομαδικών Προγραμμάτων. Είναι η νέα τάση σε όλα τα Γυμναστήρια τα Ομαδικά Προγράμματα και οι πιθανοί πελάτες δίνουν πλέον ιδιαίτερη έμφαση σε αυτά. Για το λόγο αυτό κρίνουμε και αυτό το τμήμα των Γυμναστηρίων σημαντικό και προσπαθούμε να ερμηνεύσουμε τους παράγοντες που οδηγούν στην επιλογή του Γυμναστηρίου, για τη συγκεκριμένη ενότητα. Θα εξετάσουμε τους πιο κάτω παράγοντες.

Ποικιλία Προγραμμάτων

Πρέπει να υπάρχουν πολλά και εναλλακτικά προγράμματα στο Γυμναστήριο μας; Το κατά πόσο είναι αυτό σημαντικό για τους πελάτες μας, προσπαθούμε να ανακαλύψουμε εδώ. Ενδιαφερόμαστε να μάθουμε κατά πόσο τα προγράμματα που θα παρέχονται πρέπει ποικίλουν, δηλαδή αν θα πρέπει να υπάρχουν πολλών ειδών προγράμματα για όλα τα γούστα και προτιμήσεις.

Καθαριότητα Χώρων

Συγκεκριμενοποιούμε κάποιους χώρους, ώστε να μελετήσουμε τη σημαντικότητα της καθαριότητας ανά περιοχή του γυμναστηρίου. Στο συγκεκριμένο σημείο αναλύουμε τη καθαριότητα του χώρου στον οποίο εκτελούνται τα ομαδικά προγράμματα, εντός του γυμναστηρίου. Επιθυμούμε να διαπιστώσουμε την έμφαση που δίνει το προσωπικό σε θέματα καθαριότητας. Δηλαδή, πόσο ενοχλητικό είναι για τους γυμναζόμενους να παρατηρούνται συμπτώματα δυσοσμίας και ακαθαρσίας στους χώρους του γυμναστηρίου.

Κατάσταση Τάξεων

Πρόκειται για τους χώρους στους οποίους θα γίνεται η άσκηση. Θέλουμε να δούμε πόσο σημαντικό είναι να είναι άνετοι οι χώροι όπου θα εκτελούνται τα ομαδικά προγράμματα. Με τα σημερινά δεδομένα, γίνεται σοβαρή προσπάθεια εξοικονόμησης χώρου, από τους επιχειρηματίες, για περιορισμό του κόστους. Επιπρόσθετα, ρωτούμε αν επιβάλλεται πάντα να είναι συντηρημένες ορθά οι εγκαταστάσεις μας και πόσο σημαντικό είναι αυτό για τους πελάτες μας. Διαφοροποιείται άραγε η σημαντικότητα του παράγοντα αυτού ανάλογα με την ηλικία;

Αριθμός Συμμετεχόντων

Πρέπει να δούμε αν μπορούμε να «φορτώσουμε» τα Προγράμματα μας με αρκετούς συμμετέχοντες σε κάθε τάξη. Οι απαντήσεις στο ερώτημα αυτό θα μας επιτρέψουν να δούμε πως μπορούμε να κινηθούμε.

Ώρες Ομαδικών Προγραμμάτων

Πρέπει επίσης, να δούμε τη σημαντικότητα που δίνουν οι πιθανοί πελάτες στο χρόνο εκτέλεσης των προγραμμάτων. Προσπαθούμε να εξάγουμε κατά πόσο οι ώρες των προγραμμάτων θα πρέπει να είναι με τέτοιο τρόπο κατανεμημένες ώστε να ικανοποιούνται όλα τα γούστα και απαιτήσεις. Διότι λόγω διαφορετικών συνθηκών ζωής και ωρών εργασίας δεν έχουμε όλοι τα ίδια ωράρια.

Συχνότητα Ομαδικών Προγραμμάτων

Σε συνέχεια του πιο πάνω, ανακαλύπτουμε και πόσο σημαντικό είναι να υπάρχουν καθημερινά, ίσως και περισσότερες φορές την ημέρα, τα Προγράμματα. Έτσι θα δούμε αν πρέπει να δημιουργούμε εναλλακτικές επιλογές στους γυμναζόμενους.

Ποιότητα Μουσικής

Σε όλα τα Ομαδικά Προγράμματα υπάρχει μουσική υπόκρουση. Προσπαθούμε να ανακαλύψουμε πόσο έντονα αρέσκονται οι πιθανοί πελάτες μας να ακούγεται η μουσική στους χώρους του γυμναστηρίου. Με τον τρόπο αυτό θα διαμορφώσουμε την κατάλληλη ένταση της μουσικής υπόκρουσης στις τάξεις για τα ομαδικά προγράμματα. Θέλουμε να μάθουμε αν τα προγράμματα πρέπει να συνοδεύονται από μουσική που να είναι ικανοποιητική όσο αφορά τον ήχο και να ταιριάζει με το συγκεκριμένο πρόγραμμα και να είναι τονωτική.

Ποιότητα Ήχου

Κινούμενοι πάνω σε παρόμοια θέματα, ζητούμε από τον ερωτώμενο να μας αξιολογήσει και τη σημαντικότητα της ποιότητας του ήχου που ακούγεται στην τάξη του προγράμματος.

Ποιότητα Φωτισμού

Προσπαθούμε να δούμε την έμφαση που δίνει ο ερωτώμενος στο περιβάλλον που δημιουργείται στην τάξη. Ένας από τους παράγοντες δημιουργίας περιβάλλοντος είναι και ο φωτισμός που θα υπάρχει σε αυτό. Μήπως ο χώρος του προγράμματος θα πρέπει εύκολα να ρυθμίζεται σε φυσιολογικά επίπεδα και να μην είναι ούτε πολύ έντονος αλλά ούτε πολύ σκοτεινά;

Εξαερισμός

Στα πλαίσια της διερεύνησης του περιβάλλοντος χώρου, προσπαθούμε να εξερευνήσουμε το μέγεθος της σημαντικότητας του εξαερισμού στους χώρους του γυμναστηρίου και ειδικά στις τάξεις των προγραμμάτων. Δεδομένου μάλιστα ότι υπάρχει ιδρώτας, αλλά και άλλοι παράγοντες που προκαλούν δυσοσμία.

Θέρμανση – Κλιματισμός

Σημαντικός παράγοντας στις τάξεις των προγραμμάτων, είναι να υπάρχει κλιματισμός για το καλοκαίρι και θέρμανση για το χειμώνα.

Γνωστικές Ικανότητες Εκπαιδευτών

Σίγουρα, οι εκπαιδευτές πρέπει να είναι σωστά καταρτισμένοι και να έχουν το γνωστικό υπόβαθρο. Θέλουμε να δούμε πόσο σημαντικό είναι για τους γυμναζόμενους να είναι άρτια γνώστες των αντικειμένων τους οι εκπαιδευτές. Κατά

πόσο το προσωπικό, ο καθένας αναλόγως με την ειδικότητα του γνωρίζει το αντικείμενο, ξέρει τι προσφέρει, δίνει έμφαση στα σημεία που πρέπει να δοθούν σημασία, μπορεί να εφαρμόσει αυτά που διδάσκει και το σημαντικότερο αν μπορεί να τα μεταδώσει.

Περιβάλλον – Ατμόσφαιρα

Ευχάριστο θεωρείται το περιβάλλον το οποίο σε έλκει να το επισκεφθείς ξανά. Είναι φωτεινό, έχει ωραία θέα, είναι καθαρό, συγυρισμένο, παρέχει εύκολη και ασφαλή διακίνηση και σου παρέχει και επιπλέον ανέσεις. Εδώ προσπαθούμε να αναλύσουμε τη βαρύτητα που δίνει ο ερωτώμενος στο θέμα αυτό.

Ασφάλεια

Μεγάλη σημασία έχει για ένα μέλος να γνωρίζει ότι ο χώρος που εκτελεί το πρόγραμμά είναι ελεγχόμενος, ενώ δεν πρέπει να ανησυχεί για τυχόν φθορές ή κλοπή των αντικειμένων του.

Τήρηση Ωραρίου

Πόσο σημαντικό είναι για τον πελάτη το Ωράριο των Προγραμμάτων; Θα πρέπει να έχουμε προγράμματα για όλες τις μέρες της εβδομάδας; Οι ώρες που λειτουργεί ένα γυμναστήριο, πρέπει να μάθουμε αν είναι αρκετές και προκαλούν ευελιξία στους πιθανούς πελάτες. Επιπρόσθετα, ανακαλύπτουμε και πόσο σημαντικό είναι να τηρείται ευλαβικά το ωράριο των προγραμμάτων.

Ύπαρξη Βοηθητικών Οργάνων

Θέλουμε να δούμε αν θα πρέπει να βάλουμε στους χώρους των Ομαδικών Προγραμμάτων και κάποια βοηθητικά όργανα για αυτά. Επίσης, θέλουμε να γνωρίζουμε τη σημαντικότητα που δίνουν οι ερωτώμενοι σε αυτό το θέμα.

Ένταση Ομαδικών Προγραμμάτων

Πόσο έντονα προτιμούν να γυμνάζονται οι άνθρωποι που πιθανώς να επιλέξουν τα Ομαδικά Προγράμματα; Προσπαθούμε να αντιληφθούμε αν πρέπει να αυξηθεί η ένταση στον τρόπο εφαρμογής των προγραμμάτων.

Συμπεριφορά Εκπαιδευτών

Σίγουρα οι εκπαιδευτές πρέπει να συμπεριφέρονται ορθά. Πόσο μεγάλη βαρύτητα δίνουν οι γυμναζόμενοι στη συμπεριφορά τους;

Δυνατότητα Συνδρομών ΜΟΝΟ για Τάξεις

Έχει διαπιστωθεί ότι κάποιοι γυμναζόμενοι προτιμούν τα ομαδικά προγράμματα μεμονωμένα. Πόσο σημαντικό είναι για μια επιχείρηση να δίνει την ευελιξία στους πελάτες της, με κάποιες αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδά της;

Ενότητα Ε:

Στην τελευταία ενότητα του Ερωτηματολογίου θα ζητηθούν δημογραφικά και άλλα συναφή στοιχεία που θα βοηθήσουν να ξεχωρίσουμε αν στα πιο πάνω ερωτήματα παίζουν ρόλο κάποιοι πρόσθετοι παράγοντες και σε ποιο βαθμό.

- ✚ Φύλο: Ζητούμε από τους ερωτώμενους να αναφέρουν το φύλο τους (Άντρας/Γυναίκα).
- ✚ Ηλικία: Διαχωρίζουμε τους ερωτώμενους σε 4 ηλικιακές ομάδες, επί των οποίων θα στηριχτεί και η πρόσθετη ανάλυσή μας. Τα ηλικιακά όρια που καθορίσαμε, μέσα από μελέτη είναι: 15-25, 26-35, 36-45 και 46 και πάνω.
- ✚ Τελευταίο στοιχείο που ζητήσαμε από τα άτομα που θα συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο είναι το Επίπεδο Μόρφωσής τους.

Βασισμένοι σε όλη την πιο πάνω ανάλυση, προχωρήσαμε στη σύνταξη του ερωτηματολογίου μας. Δεδομένου ότι θα επιλέξουμε μόνο ελληνόφωνο δείγμα, το ερωτηματολόγιο γράφτηκε μόνο στα ελληνικά. Οι ερωτήσεις διατυπώθηκαν με κατανοητό και σαφή τρόπο. Παράλληλα, επισημάναμε τόσο πάνω στο ερωτηματολόγιό μας, όσο και στην προφορική επικοινωνία που είχαμε με τους ερωτώμενους, τη διάθεσή μας για την επίλυση αποριών και ασαφειών, όπως και την επιθυμία μας να ακούσουμε τα σχόλια και τις εισηγήσεις τους όσον αφορά το ερωτηματολόγιο.