

ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ, ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ Δ.Ο.Ν.Α. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

της
Υφαντίδου Γεωργίας

Μεταπτυχιακή διατριβή που υποβάλλεται
στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων για την απόκτηση
του μεταπτυχιακού τίτλου του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού Προγράμματος
«Άσκηση και Ποιότητα Ζωής» των Τμημάτων Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και
Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του Παν/μίου Θεσσαλίας
στην κατεύθυνση «Φυσική Δραστηριότητα και Αναψυχή».

Κομοτηνή
2004

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

1^{ος} Επιβλέπων: Καθηγητής Κώστα Γιώργος

2^{ος} Επιβλέπων: Καθηγήτρια Μιχαλοπούλου Μαρία

3^{ος} Επιβλέπων: Καθηγητής Ταξιλδάρης Κυριάκος



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

Αριθ. Εισ.: 4314/1

Ημερ. Εισ.: 09-03-2005

Δωρεά: _____

Ταξιδιωτικός Κωδικός: Δ

613.71

ΥΦΑ



© 2004

Γεωργίας Υφαντίδου

ALL RIGHTS RESERVED

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΓΕΩΡΓΙΑ ΥΦΑΝΤΙΔΟΥ: Καταγραφή, διερεύνηση και αξιολόγηση των υπηρεσιών του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής.

(Υπό την επίβλεψη του Επίκουρου Καθηγητή κ. Κώστα Γιώργου)

Τα τελευταία χρόνια ο τομέας των υπηρεσιών παρουσιάζει ραγδαία αύξηση. Σε όλο τον κόσμο η σημασία των υπηρεσιών δημιουργεί την ανάγκη για επιστημονική έρευνα. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν να καταγράψει, να διερευνήσει και να αξιολογήσει τις υπηρεσίες του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής. Για την αξιολόγηση των υπηρεσιών χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο στηρίχθηκε στο ερωτηματολόγιο των Μιχαλοπούλου Μ., Αργυρόπουλου Ε. και Κώστα Γ. με τίτλο “Συμμετοχή σε αναψυχικές δραστηριότητες στην Ελλάδα”. Στην έρευνα συμμετείχαν 303 ασκούμενοι και μη (εκ των οποίων 135 άνδρες και 153 γυναίκες), του δημοτικού οργανισμού άθλησης της Κομοτηνής. Περιείχε ερωτήσεις που αφορούσαν τη συμμετοχή στα προγράμματα, τους λόγους άσκησης, το είδος των προγραμμάτων και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των ασκουμένων και μη.

Η παραγοντική ανάλυση στο ερωτηματολόγιο των υπηρεσιών αποκάλυψε ότι περιλαμβάνει πέντε παράγοντες. Σύμφωνα με τους μέσους όρους των απαντήσεων τους στο ερωτηματολόγιο οι πελάτες του οργανισμού εμφανίστηκαν να έχουν υψηλές αντιλήψεις για τους παράγοντες συμμετοχής. Η ανάλυση διακύμανσης ως προς δύο παράγοντες για τη συνολική τους αντίληψη παρουσίασε διαφορά λόγω της ηλικίας και της εβδομαδιαίας συχνότητας άσκησης, ενώ δεν επηρεάστηκε από την παλαιότητα των ασκουμένων, το μορφωτικό επίπεδο, τη μηνιαία διάρκεια συμμετοχής, το εισόδημα και το φύλο.

Συμπερασματικά, αξίζει να σημειωθεί πως το εύρος των ασκουμένων χρειάζεται ανάπτυξη, γιατί κυρίως αποτελείται από γυναίκες, άτομα άνω των 55 ετών, μετρίου επιπέδου μόρφωσης και παρουσιάζουν σχετικά χαμηλό ποσοστό άσκησης την εβδομάδα, παρόλο που το σύνολο των μηνών σε ετήσια βάση είναι ικανοποιητικό. Οπότε για να αυξηθεί το εύρος των ασκουμένων χρειάζεται να βελτιωθούν και οι 19 παράγοντες που μελετήθηκαν στην έρευνα μέσω συστηματικής και επιστημονικής προσέγγισης, ώστε να βελτιωθούν και οι συνολικές υπηρεσίες που προσφέρει ο Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής.

Λέξεις κλειδιά: καταγραφή, διερεύνηση, αξιολόγηση, υπηρεσίες, δημοτικός οργανισμός νεολαίας και άθλησης.

ABSTRACT

Georgia Yfantidou: Recording, Investigation and Evaluation of services of municipal organism of youth and exercising of Komotini.

(Under the supervision of Assistant Professor Kosta George)

The last few years the sector of services presents a remarkable rise. All over the world the importance of services creates the necessity for scientific research. The purpose of this study was to record, investigate and evaluate the services of municipal organism of youth and exercising of Komotini. In order to examine the services, it was used a questionnaire based on the questionnaire of Michalopoulou M., Argiropoulo E. and Kosta G. "Participation in recreational activities in Greece". It was administered to 303 exercising people and not (135 men and 153 women) of municipal organism of youth and exercising of Komotini. It concluded questions about the participation to programs, the reasons of exercise, the kind of the programs and the psychological characteristics of the exercising and no exercising people.

Factor analysis of questionnaire variables detected that it concludes five factors. The customers of municipal organism showed to be almost satisfied. Two-way ANOVA for their overall perception showed differences based on age and weekly frequency of exercise, while it was not influenced by the total years of exercise, education, monthly continuous participation, income and sex.

Conclusive, it is worthwhile noticing that the range of customers needs development, because it is mainly constituted of women, people over 55 years old, with average education level, and low score of exercising in one week, even though the total months of exercise in year base is efficient. So, to enlarge the range of exercising people it needs to develop by systematic and scientific approach the 19 factors, which were investigated at the survey, so that the total services offered by the municipal organism of youth and exercising of Komotini will be improved.

Key words: recording, investigation, evaluation, services, municipal organism of youth and exercising.

ΑΦΙΕΡΩΝΩ
ΤΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΜΟΥ
ΣΤΟΥΣ ΓΟΝΕΙΣ ΜΟΥ ΛΑΖΑΡΟ-ΑΝΝΑ,
ΣΤΟΝ ΑΡΡΑΒΩΝΙΑΣΤΙΚΟ ΜΟΥ ΚΩΣΤΑ
& ΣΤΑ ΑΔΕΡΦΙΑ ΜΟΥ ΔΗΜΗΤΡΗ ΚΑΙ ΣΟΦΙΑ
ΠΟΥ ΣΤΗΡΙΞΑΝ ΚΑΘΕ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ
ΚΑΙ ΜΟΥ ΕΔΩΣΑΝ ΔΥΝΑΜΗ.

Ευχαριστίες

Θέλω να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της μεταπτυχιακής μου διατριβής κ. Κώστα Γιώργο και τους καθηγητές – μέλη κα. Μιχαλοπούλου Μαρία και κ. Ταξιλδάρη Κυριάκο για την αμέριστη βοήθειά τους και το συμβουλευτικό ρόλο τους στο έργο μου. Τον κ. Βασιλειάδη, υπεύθυνο του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής για τη συνεργασία του και όλους τους γυμναστές και γυμνάστριες του οργανισμού που συνέβαλαν στη συγκομιδή των ερωτηματολογίων.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ.....	10
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ.....	11
Κεφάλαιο	
I.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	12
Ιστορική αναδρομή.....	14
Κριτήρια επιλογής θέματος.....	16
Σκοπός έρευνας.....	16
Σημασία της έρευνας.....	17
Υποθέσεις.....	18
Περιορισμοί.....	19
Οριοθετήσεις.....	20
II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	21
Δημοτικοί οργανισμοί άθλησης.....	22
Προσδοκίες δημοτών.....	23
Μετρήσεις.....	24
Οργάνωση – Διοίκηση οργανισμών.....	26
Αξιολόγηση των υπηρεσιών.....	27
Τρόποι επίλυσης των οικονομικών προβλημάτων του Δ.Ο.Ν.Α.....	28
Προφίλ συμμετεχόντων.....	31
Ποιότητα υπηρεσιών.....	31
Στόχοι δημοτικών οργανισμών άθλησης.....	32

III. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	33
Δείγμα.....	34
Περιγραφή οργάνων.....	35
Α) Συνέντευξη.....	35
Β) Ερωτηματολόγιο.....	36
Διαδικασία Μέτρησης.....	37
Στατιστική ανάλυση.....	38
IV. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	39
Ανάλυση συχνοτήτων (frequencies).....	40
Φύλο.....	40
Ηλικιακή ομαδοποίηση.....	40
Οικογενειακή κατάσταση.....	41
Επίπεδο μόρφωσης.....	42
Απασχόληση.....	42
Εισόδημα.....	43
Παλαιότητα ασκουμένων.....	44
Συχνότητες με μεγαλύτερα ποσοστά.....	45
Δομική εγκυρότητα και αξιοπιστία	47
Μέσοι όροι ερωτηματολογίου	49
Παράγοντες διαφοροποίησης της συνολικής αντίληψης των ασκουμένων για την ποιότητα υπηρεσιών.....	51
Αίτια επιλογής προγράμματος άσκησης.....	52
Προτροπή άσκησης.....	53
V. ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	54
VI. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	64
Προτάσεις.....	65
Μελλοντικές έρευνες.....	66
VII. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	67
VIII. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	80

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας I: Υπομήματα ερωτηματολογίου για την αξιολόγηση των υπηρεσιών.....	37
Πίνακας II: Ανάλυση περιοχών, συμμετεχόντων και ποσοστών.....	40
Πίνακας III: Κατηγορίες ηλικιών, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.....	41
Πίνακας IV: Κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.....	41
Πίνακας V: Κατηγορίες μορφωτικού επιπέδου, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά....	42
Πίνακας VI: Κατηγορίες απασχόλησης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.....	43
Πίνακας VII: Κατηγορίες εισοδήματος, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.....	43
Πίνακας VIII: Κατηγορίες ασκουμένων πελατών και μη, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.....	44
Πίνακας IX: Απαντήσεις ερωτηματολογίου με τη συγκέντρωση μεγαλύτερων ποσοστών.	45
Πίνακας X: Αποτελέσματα από την παραγοντική ανάλυση των δεδομένων στο ερωτηματολόγιο της κλίμακας των υπηρεσιών, το οποίο περιείχε τους πέντε παράγοντες.....	48
Πίνακας XI: Μέσοι όροι ερωτηματολογίου 7-βάθμιας κλίμακας τμήματος ερωτηματολογίου για τους λόγους-παράγοντες άσκησης, τυπική απόκλιση.....	49

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1: Παράγοντες συμμετοχής 20 ^{ης} ερώτησης.....	51
Σχήμα 2: Αίτια επιλογής – ηλικίες.....	53
Σχήμα 3: Σπουδαιότερος λόγος προτροπής για άσκηση για το σύνολο του δείγματος.....	61

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

Δ.Ο.Ν.Α. [δημοτικός οργανισμός νεολαίας και άθλησης]

Ο.Τ.Α. [οργανισμός τοπικής αυτοδιοίκησης]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ, ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ Δ.Ο.Ν.Α. ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ

Τα τελευταία χρόνια έχει πραγματοποιηθεί παγκοσμίως μια εκτεταμένη εκστρατεία για την προώθηση και ανάπτυξη του αθλητισμού ως μέσου ψυχαγωγίας και αναψυχής. Η επιχειρηματολογία για την ανάπτυξη του αθλητισμού αναψυχής στηρίχθηκε στα επιστημονικώς τεκμηριωμένα φυσιολογικά, ψυχολογικά και κοινωνικά οφέλη που αποκομίζουν οι συμμετέχοντες και συνοδεύονται από αυξημένη απόδοση εργασίας και μειωμένα έξοδα ιατρικής περίθαλψης. Το θέμα της αθλητικής συμμετοχής έχει απασχολήσει ερευνητές από διάφορους τομείς επιστημών σε όλο τον κόσμο. Βασικός στόχος ήταν πάντα η εκτίμηση του βαθμού πρόβλεψης της αθλητικής συμμετοχής, κάτι το οποίο είναι σημαντικό για όσους σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με το σχεδιασμό και την οργάνωση αθλητικών προγραμμάτων, και όσους σκοπεύουν να επενδύσουν στην ανερχόμενη αθλητική βιομηχανία (Αλεξανδρής, 2000).

Ένα χαρακτηριστικό της ανάπτυξης της τεχνολογίας και συνακόλουθα της ανόδου του βιοτικού επιπέδου που παρατηρείται τις τελευταίες δεκαετίες είναι η δημιουργία επιπρόσθετων αναγκών του ανθρώπου στον τομέα της αναψυχής και των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Ταυτόχρονα όμως μεγαλώνει και η απαίτηση του για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η τάση αυτή ενισχύεται μάλιστα για τους τομείς που αφορούν άμεσα την υγεία και όταν αναζητείται ένα αντίβαρο στην κουραστική, καθιστική και με ελάχιστη άσκηση καθημερινή ζωή στις πόλεις. Σύμφωνα με τους Reichheld και Sasser Jr. (1990) " η πραγματική επανάσταση της ποιότητας έρχεται μόλις τώρα στις υπηρεσίες".

Σύμφωνα με την Κυριαζή και συν. (1992), σε μια χώρα όπως η Ελλάδα η οποία βρίσκεται σε Ολυμπιακή τροχιά η έννοια του αθλητισμού, αλλά και οι δραστηριότητες που περιλαμβάνονται απολαμβάνουν την προσοχή και το ενδιαφέρον του συνόλου του πληθυσμού. Από την έρευνα αυτή προέκυψαν συμπεράσματα που απέδειξαν την αύξηση της συμμετοχής των αθλουμένων τα τελευταία χρόνια, την ανάγκη των αθλουμένων για αναψυχή, φυσική κατάσταση και γενικά, νέα προγράμματα. Καίριο σημείο στη δράση αυτή αποτελεί ο αθλητισμός υψηλού επιπέδου, ενώ αλληλοσυνδεόμενα κομμάτια είναι η

οργανωμένη άθληση (ερασιτεχνικοί αθλητικοί σύλλογοι), ο αθλητισμός υποδομής και οι δραστηριότητες άθλησης & αναψυχής για το σύνολο του πληθυσμού. Οι υποχρεώσεις ενός φορέα που προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες άθλησης μιας ολόκληρης πόλης είναι πολλές και αλληλοεξαρτώμενες:

- Αθλητισμός υψηλού επιπέδου
- Τμήματα αθλητισμού υποδομής
- Προγράμματα άθλησης και αναψυχής για όλες τις ηλικίες, με ποικίλο περιεχόμενο

Για την υλοποίηση των παραπάνω υποχρεώσεων – ενεργειών απαιτείται η ενεργοποίηση ενός πολύμορφου οργανισμού. Η δημιουργία και λειτουργία των κατάλληλων εγκαταστάσεων, η οργάνωση και υλοποίηση των αντίστοιχων προγραμμάτων και τέλος η αποτελεσματική συνεργασία με τους φορείς που συμμετέχουν στην προσπάθεια αυτή, όπως οι τοπικοί αθλητικοί σύλλογοι και η πολιτεία αποτελούν τα μέσα για την επιτυχημένη υλοποίηση των παραπάνω δράσεων.

Οι διαφοροποιήσεις που εντοπίζονται στον τρόπο ζωής ανθρώπων που κατοικούν σε μεγάλα αστικά κέντρα δεν άφησαν ανεπηρέαστο το κομμάτι του αθλητισμού. Μέχρι σήμερα ο αθλητισμός αποτελούσε δραστηριότητα για ένα μόνο μέρος του πληθυσμού, τους νέους, ενώ το περιεχόμενο και η δομή οργάνωσης των δραστηριοτήτων είχε κύριο στόχο την επίτευξη υψηλών αθλητικών επιδόσεων. Οι νέες συνθήκες ζωής έχουν δώσει στην άθληση ένα πολύ διαφορετικό ρόλο, σύμφωνα με τις ανάγκες που η άθληση και η αναψυχή παίζουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση της φυσικής και της πνευματικής υγείας για τους πολίτες ενός αστικού κέντρου. Η νέα αυτή συνθήκη ισχύει για το σύνολο του πληθυσμού ανεξάρτητα από ηλικία και φύλο.

Η μέχρι σήμερα αντίδραση από τους φορείς της πολιτείας ή της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι η δημιουργία προγραμμάτων μαζικής άθλησης. Οι βασικοί όμως αποδέκτες των προγραμμάτων αυτών μέχρι σήμερα είναι τα παιδιά, και περιεχόμενο των προγραμμάτων είναι η εκμάθηση αθλητικών δεξιοτήτων. Αντίστοιχα μεγάλη ομάδα αποδοχής είναι και οι γυναίκες νεαρής και μέσης ηλικίας με στόχο τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και της προσωπικής εικόνας τους (Μιχαλοπούλου και συν., 1998).

Ιστορική αναδρομή

Ο ελληνικός πολιτισμός της αρχαιότητας φαίνεται ότι έχει επηρεάσει πολύ τη σύγχρονη σκέψη γύρω από τον ελεύθερο χρόνο και αυτό οφείλεται στον Πλάτωνα και τον

Αριστοτέλη. Στην εμφάνιση του επαγγελματικού σπορ και των δημόσιων τελετών γύρω στο 500 π.Χ. βρίσκεται η γέννηση του έθνους του ελεύθερου χρόνου, όπου η εποικοδομητική χρήση του ελεύθερου χρόνου ήταν ο σκοπός της ζωής.

Ο Πλάτωνας έδινε μεγάλη σημασία στη σωστή χρήση του ελεύθερου χρόνου και ήθελε τον ικανό πολίτη να παίζει μουσική, θέατρο, να γυμνάζεται για να γίνει σωστός πολίτης και να μορφώνεται στον ελεύθερο χρόνο, ενώ αντίθετα έδινε πολύ λίγη σημασία στη χειρονακτική εργασία. Ο Αριστοτέλης χαρακτηρίζει τον ελεύθερο χρόνο σαν χρόνο ελεύθερο από την αναγκαιότητα της εργασίας. Ο ελεύθερος χρόνος κατ' αυτόν οδηγεί σε μια αισθητική, πνευματική ή διανοητική διαφώτιση μέσα από την προσπάθεια κατανόησής του (Χαραχούσου-Καμπίτση Υ., 1991).

Όπως αναφέρει η Χαραχούσου-Καμπίτση Υ. (1991), στην αναγέννηση γενικεύτηκαν οι δραστηριότητες του ελεύθερου χρόνου και παρουσιάστηκαν περισσότερες ευκαιρίες στα πλήθη. Ο ανθρωπισμός της αναγέννησης ζητούσε τη δημιουργικότητα και την ανάπτυξη του ανθρώπου δια μέσου της εκπαίδευσης και της μεγαλύτερης ελευθερίας στον ελεύθερο χρόνο. Δυστυχώς σύντομα και μια άλλη επανάσταση θα περιόριζε σημαντικά την ανάπτυξη του ελεύθερου χρόνου για τα περισσότερα άτομα και αυτή είναι η βιομηχανική επανάσταση.

Η βιομηχανική επανάσταση του 18^{ου} και 19^{ου} αιώνα έφερε βαθιές αλλαγές στην όλη δομή της κοινωνίας. Ο πληθυσμός των πόλεων αυξήθηκε δραματικά με τη μετακίνηση των μαζών από την επαρχία και καινούρια εργοστάσια άρχισαν να εμφανίζονται. Η ζωή στις πολυπληθείς πόλεις άρχισε να γίνεται ανυπόφορη για τους εργαζόμενους λόγω της μειονεκτικής στέγασης, της φτώχειας, της αύξησης των ωρών εργασίας κλπ. Όλοι αυτοί οι παράγοντες αντιστρατεύονταν τον ελεύθερο χρόνο. Δεν υπήρχε χώρος για παιχνίδι και διασκέδαση και ελάχιστος ελεύθερος χρόνος.

Σε αντίδραση αυτών των συνθηκών άρχισε να οργανώνεται το κίνημα για την αναψυχή και την καλή φυσική κατάσταση του σώματος. Οι σκληρές συνθήκες της εκβιομηχάνισης, η κοινωνική αδικία και η κλονισμένη υγεία των εργατών έκαναν τις διάφορες κυβερνήσεις να πάρουν μέτρα. Έτσι, αποχτήθηκε το δικαίωμα του ελεύθερου χρόνου και η ζωή βελτιώθηκε.

Οι ελληνικοί Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ) άρχισαν να προσφέρουν προγράμματα άσκησης για όλους – κινητικής αναψυχής στους πολίτες τους, ως κοινωνική υπηρεσία, την τελευταία 25ετία. Πριν το 1980, οι ανάλογες δραστηριότητες περιορίζονταν σε δημοτικές παιδικές χαρές και χώρους για παιδικό παιχνίδι. Βασικές ενδείξεις προτεραιότητας πλέον των υπηρεσιών αυτών, αποτελεί η ανάθεση συναφών αρμοδιοτήτων

σε αντιδημάρχους, η ίδρυση δημοτικών αθλητικών οργανισμών, οι ανεγέρσεις δημοτικών αθλητικών εγκαταστάσεων, οι προσλήψεις γυμναστών και η προσφορά σχετικών δημοτικών υπηρεσιών (Αυθίνος, 1993).

Κριτήρια επιλογής θέματος

Το αρχικό ενδιαφέρον κίνησαν διάφορα άρθρα που γράφτηκαν για τα προγράμματα αθλητισμού αναψυχής ή «άσκησης για όλους». Ερευνητές, όπως ο Taylor P., Αλεξανδρής K., ο Lentell R., η Παπαδημητρίου Δ., οι Kim & Kim, ο Αυθίνος Γ. και πολλοί άλλοι, έδωσαν ορισμούς και μελέτησαν τα προγράμματα άθλησης και αναψυχής σε διάφορους χώρους.

Στην Ελλάδα τα προγράμματα άθλησης και αναψυχής δεν έχουν μελετηθεί επαρκώς, όσον αφορά την αξιολόγηση των υπηρεσιών που προσφέρουν, την ποιότητα των υπηρεσιών αυτών και την ικανοποίηση που προσδίδουν στους ασκούμενους τους. Όπως τόνισαν ο Αλεξανδρής K. και η Παλιαλιά E., (1999), υπάρχει ανάγκη για επιστημονικές έρευνες που θα βοηθήσουν στις δημογραφικές συγκρίσεις ανάμεσα σε δημόσιους και ιδιωτικούς οργανισμούς άθλησης, αφού υπάρχουν ελάχιστα στοιχεία και το γεγονός αυτό με οδήγησε στην επιλογή αυτού του θέματος.

Σκοπός της έρευνας

Ο κύριος σκοπός της έρευνας ήταν η αξιολόγηση της δράσης του δημοτικού οργανισμού άθλησης με στόχο την ολοκλήρωση και μεγιστοποίηση της απόδοσης του. Στόχος της αξιολόγησης που αφορά το σύνολο των δραστηριοτήτων του δημοτικού οργανισμού άθλησης είναι η καταγραφή των υπηρεσιών που προσφέρει ο Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής (παράρτημα Ε). Παράλληλα, σκοπό αποτέλεσε η διερεύνηση της σπουδαιότητας των παραγόντων που χαρακτηρίζουν τις υπηρεσίες και τέλος, η αξιολόγηση των υπηρεσιών. Ένας επιπλέον σκοπός ήταν η αρχική εξέταση της δομικής εγκυρότητας και αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου της αξιολόγησης των υπηρεσιών. Η έρευνα έγινε για να διαπιστωθεί η αντίληψη των ασκούμενων και μη, η οποία διαφέρει από άτομο σε άτομο, για την αξιολόγηση των χώρων, του προσωπικού, των προγραμμάτων, της αξιοπιστίας, του αποτελέσματος και της συνολικής τους εικόνας από το Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής. Ο σκοπός της διερεύνησης της αντίληψης των δημοτών που δεν ασκούνται ήταν να αποκαλυφτεί η αιτία της μη συμμετοχής τους, ώστε ο οργανισμός να

δώσει έμφαση στη δημιουργία ελκυστικών προγραμμάτων για αυτούς ή απλά να διαμορφώσει τα ήδη υπάρχοντα και να διορθώσει τις όποιες αδυναμίες αντιλαμβάνονται οι δημότες που απείχαν από τα προγράμματα.

Σημασία της έρευνας

Με την παρούσα έρευνα έγινε προσπάθεια να μελετηθεί ένας αναδυόμενος χώρος (δημοτικοί οργανισμοί) από την πλευρά των υπηρεσιών άθλησης που προσφέρουν. Οι δημοτικοί οργανισμοί βρίσκονται σε ένα μεταβατικό στάδιο για να εξελιχθούν και να γίνουν πρότυπα οργανισμών – θεσμών, ικανά να καλύπτουν κάθε απαίτηση και ανάγκη των μελών τους, που αφορά την άθληση και την αναψυχή. Η έρευνα αυτή θα προσπαθήσει να συμβάλει στην εξέλιξη αυτή μελετώντας τις αντιλήψεις των ασκουμένων και μη δημοτών της Κομοτηνής σε σχέση με τις υπηρεσίες και τα προγράμματα που παρέχονται.

Η απουσία ανάλογων ερευνών στον Ελλαδικό χώρο κάνει σκόπιμη μια έρευνα, διότι τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την συγκεκριμένη μελέτη, θα βοηθήσουν: 1) Στην παροχή στοιχείων σχετικά με τους συγκεκριμένους τομείς, δεδομένου ότι οι πληροφορίες γύρω από το θέμα είναι πολύ περιορισμένες έως ανύπαρκτες στον ελληνικό χώρο, 2) Στον σχεδιασμό και στην υλοποίηση προγραμμάτων που θα ωθούν τους πολίτες κάθε ηλικίας στην συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής & 3) Στο να αναπτύξει ένα ερωτηματολόγιο αξιολόγησης των υπηρεσιών άθλησης στους ελληνικούς δημοτικούς οργανισμούς άθλησης.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής θα μπορέσουν να συμβάλλουν στη συγκέντρωση πληροφοριών γύρω από τα δημοτικά προγράμματα άθλησης και αναψυχής και στο σχεδιασμό από τους υπευθύνους καταλληλότερων προγραμμάτων που να καλύπτουν τις ανάγκες όλων των δημοτών. Θα γίνει προσπάθεια να βρεθούν τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία του οργανισμού, τα οποία θα βοηθήσουν στην εξέλιξή του. Θα βρεθεί ο καταλληλότερος τρόπος για να προωθηθούν τα προγράμματα άθλησης και θα δημιουργηθούν τα προφίλ των συμμετεχόντων.

Επιπρόσθετα, θα μελετηθεί κατά πόσο είναι διατεθειμένοι οι δημότες για χρέωση των υπηρεσιών άθλησης και αναψυχής, ώστε να βρεθεί ο καταλληλότερος τρόπος επίλυσης του οικονομικού προβλήματος του οργανισμού και να συνεχιστεί η υλοποίηση όλων των προγραμμάτων. Θα μελετηθούν οι παράγοντες που οδηγούν στη συμμετοχή στα προγράμματα και με αυτόν τον τρόπο θα δώσουν οι υπεύθυνοι την ανάλογη βαρύτητα σε αυτούς τους παράγοντες κατά την οργάνωση, το σχεδιασμό και την υλοποίηση των

προγραμμάτων. Τέλος, θα βρεθούν και οι χρονικές ζώνες προτίμησης για συμμετοχή στα προγράμματα, ώστε να δημιουργηθούν προγράμματα που να μπορούν να συμμετέχουν οι δημότες.

Ερευνητικές υποθέσεις

Οι δύο ερευνητικές υποθέσεις που εξετάστηκαν ήταν οι εξής:

- A) Η συμμετοχή στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής σχετίζεται θετικά με όλους τους παράγοντες.
- B) Η άσκηση στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής σχετίζεται θετικά περισσότερο με τον παράγοντα της υγείας, παρά με τον παράγοντα εξωτερική εμφάνιση, μείωση σωματικού βάρους, body building, αναψυχή και κοινωνικότητα.

Επίσης, εξετάστηκαν και οι παρακάτω στατιστικές υποθέσεις:

Μηδενικές υποθέσεις:

1. Δεν υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες.
2. Δεν υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες των δημοτών και του μορφωτικού επιπέδου.
3. Δεν υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις κατηγορίες της εβδομαδιαίας συχνότητας άσκησης και της μηνιαίας διάρκειας άσκησης.
4. Δεν υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις κατηγορίες παλαιότητας των μελών και στις εισοδηματικές κατηγορίες.
5. Δεν υπάρχουν διαφορές στα αίτια επιλογής ενός προγράμματος άσκησης ανάμεσα στις ηλικιακές κατηγορίες.

6. Δεν υπάρχει διαφορά στο συνολικό λόγο προτροπής άσκησης ανάμεσα στο φύλο και την ηλικία.

Εναλλακτικές υποθέσεις:

1. Υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες.
2. Υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες των δημοτών και του μορφωτικού επιπέδου.
3. Υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις κατηγορίες της εβδομαδιαίας συχνότητας άσκησης και της μηνιαίας διάρκειας άσκησης.
4. Υπάρχει διαφορά στη συνολική αντίληψη των δημοτών για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης ανάμεσα στις κατηγορίες παλαιότητας των μελών και στις εισοδηματικές κατηγορίες.
5. Υπάρχουν διαφορές στα αίτια επιλογής ενός προγράμματος άσκησης ανάμεσα στις ηλικιακές κατηγορίες.
6. Υπάρχει διαφορά στο συνολικό λόγο προτροπής άσκησης ανάμεσα στο φύλο και την ηλικία.

Περιορισμοί

Η έλλειψη ικανότητας ανάγνωσης του ερωτηματολογίου ή κατανόησης του από κάποια άτομα τρίτης ηλικίας ήταν ένας περιορισμός στην έρευνα, που αντιμετωπίστηκε με την παρουσία του ερευνητή κατά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Επίσης, η επιλογή του κατάλληλου ερωτηματολογίου, λόγω έλλειψης παρόμοιων δημοσιευμένων ερευνών. Επιπρόσθετοι προβληματισμοί ήταν η επιλογή της χρονικής στιγμής που θα δοθεί το ερωτηματολόγιο, το δίλημμα της ενημέρωσης ή μη του προσωπικού των εγκαταστάσεων και οι τρόποι αντιμετώπισης πιθανών προβλημάτων από τη συνεργασία ερευνητών – διοίκησης / προσωπικού.

Οριοθέτηση της έρευνας

Η παρούσα έρευνα περιορίστηκε στη μελέτη της καταγραφής, διερεύνησης και αξιολόγησης των υπηρεσιών του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής, χωρίς να μελετήσει την αντίληψη για την ποιότητα αυτών των υπηρεσιών. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν κάτοικοι του νομού Ροδόπης και των δύο φύλων, διαφόρων ηλικιών, επαγγελμάτων, εκπαίδευσης και οικογενειακής κατάστασης, ασκούμενοι ή μη. Οι ασκούμενοι κατηγοριοποιήθηκαν ανάλογα με τη συχνότητα γύμνασης την εβδομάδα, το διάστημα που είναι ασκούμενοι και την απόσταση που διανύουν για να φτάσουν στο χώρο της άσκησης, όπου και τους δόθηκε το ερωτηματολόγιο. Οι μη ασκούμενοι κατηγοριοποιήθηκαν ανάλογα με τη θέληση για συχνότητα γύμνασης την εβδομάδα και την απόσταση που θα ήταν διατεθειμένοι να διανύσουν για να φτάσουν στο χώρο της άσκησης, τα ερωτηματολόγια σε αυτό το δείγμα, μοιράστηκαν στη νομαρχία Ροδόπης κατά την προσέλευσή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Δημοτικοί οργανισμοί άθλησης

Η μέχρι σήμερα αντίδραση από τους φορείς της πολιτείας ή της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι η δημιουργία προγραμμάτων μαζικής άθλησης, μέσω των Δ.Ο.Ν.Α. Οι βασικοί όμως αποδέκτες των προγραμμάτων αυτών μέχρι σήμερα είναι τα παιδιά, και περιεχόμενο των προγραμμάτων είναι η εκμάθηση αθλητικών δεξιοτήτων. Αντίστοιχα μεγάλη ομάδα αποδοχής είναι και οι γυναίκες νεαρής και μέσης ηλικίας με στόχο τη βελτίωση της φυσικής κατάστασης και της προσωπικής εικόνας τους.

Σκοπός των δημοτικών οργανισμών νεολαίας και άθλησης είναι να προσφέρει στους δημότες τη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου, αυτό προσπαθεί να τους δώσει και παράλληλα, η καλλιέργεια αθλητικού χαρακτήρα, αθλητικής συνείδησης, η αξιοποίηση του ελεύθερου τους χρόνου και η ψυχαγωγία τους. Δυστυχώς, όμως, όπως αναφέρει η Παπαδημητρίου(1998), η γενικότερη κουλτούρα του κράτους και το σύστημα που ακολουθείται, εμπεριέχει τη γραφειοκρατία σε μεγάλο βαθμό, πράγμα που καθιστά τους κρατικούς οργανισμούς 'αργούς'. Ως αποτέλεσμα, η αφομοίωση των νέων τεχνικών διαχείρισης από το δημόσιο αθλητικό τομέα είναι ζήτημα χρονοβόρο και μη εφικτό με τις υπάρχουσες συνθήκες. Όπως και η πολιτική χρηματοδότησης δεν βρίσκεται σε ικανοποιητική κατάσταση και οι εισφορές από το κράτος, μόλις που επαρκούν για τα λειτουργικά έξοδα αυτών, πόσο μάλλον για επεκτάσεις και περαιτέρω επενδύσεις.

Το δυνατό σημείο του οργανισμού είναι η υψηλή συμμετοχή λόγω χαμηλού κόστους συμμετοχής, η εμπιστοσύνη των δημοτών στο δήμο και η δυνατότητα χρήσης τοποθεσιών αναψυχής στο εξωτερικό περιβάλλον. Η τοπική αυτοδιοίκηση έχει την βασική ευθύνη για την δημιουργία επαρκών ευκαιριών υπαίθριας αναψυχής. Σχεδόν κάθε κοινότητα, κάθε πόλη, έχει τους κατάλληλους πόρους: μικρά πάρκα, μέρη όπου η φύση δεν έχει καταστραφεί, μέρη όπου υπάρχει πράσινο, χώρος όπου οι πολίτες μπορούν να περπατήσουν, να διασκεδάσουν, πιθανόν κάποια λίμνη ή κάποιο ποτάμι όπου σε ιδανικές συνθήκες οι άνθρωποι θα μπορούσαν να κολυμπήσουν ή να ψαρέψουν. Δυστυχώς, όμως πολλά από αυτά έχουν παραχωρήσει την θέση τους, σε πολυκατοικίες, δρόμους, βιομηχανίες, αεροδρόμια ή εμπορικά κέντρα. Αυτή η απώλεια των φυσικών πόρων οδηγεί

στην μείωση των ευκαιριών φυσικής άσκησης, διαφυγής από την καθημερινότητα και τον αστικό τρόπο ζωής. Ο συνετός προγραμματισμός και ο σωστός σχεδιασμός σε τοπικό επίπεδο μπορούν να «καλύψουν» το χαμένο έδαφος (από τις καταπατήσεις που προκάλεσε η εκβιομηχάνιση) και να οδηγήσουν σε ένα καλύτερο και περισσότερο υγιεινό τρόπο διαβίωσης με περισσότερες ευκαιρίες αναψυχής.

Προσδοκίες δημοτών

Για να καθοριστεί ο δεσμός ανάμεσα στις μεταβλητές, οι ερευνητές πρέπει να καταλάβουν και να ερευνήσουν πολλές άλλες έμμεσες σχέσεις. Αν τα προγράμματα αθλητισμού αναψυχής δεν είναι σωστά δομημένα, δημιουργούν χαμηλές προσδοκίες για την ποιότητα αυτών και η πρόθεση συμπεριφοράς των ασκουμένων δε θα είναι η επιθυμητή, και η σχέση των ασκουμένων με τον οργανισμό θα αποδυναμωθεί. Αντιθέτως, οι επιθυμητές συμπεριφορές οδηγούν σε αύξηση των συμμετοχών, θετική προώθηση του οργανισμού «από στόμα σε στόμα», αύξηση εσόδων και αύξηση συχνότητας παραμονής των ασκουμένων στα προγράμματα. (Θεοδωράκης, 1992)

Σύμφωνα με την Bone (1995), οι μάνατζερ των προγραμμάτων αθλητισμού αναψυχής πρέπει να χρησιμοποιήσουν στρατηγικές για να δημιουργήσουν θετικές προσδοκίες στους ασκούμενους για τα προγράμματα που παρέχει ο δήμος. Πρώτα, οι μάνατζερ χρειάζεται να εσπιαστούν στις συζητήσεις, που έχουν οι ασκούμενοι την ώρα που «καταναλώνουν» την υπηρεσία, που τους παρέχει ο δημοτικός οργανισμός. Με τον τρόπο αυτό θα μάθουν τι νιώθουν οι καταναλωτές ότι αξίζει στο πρόγραμμα και τι εκτιμούν θετικά. Οι εργαζόμενοι στα προγράμματα αυτά, κυρίως οι γυμναστές, είναι αυτοί που μπορούν να κάνουν τέτοιες συζητήσεις και να εντοπίσουν τυχόν προβλήματα ή να μεταφέρουν στον οργανισμό προτάσεις ή θετικά σχόλια. Τα προφορικά σχόλια των ασκουμένων μπορούν να είναι η καλύτερη διαφήμιση όταν είναι ευχαριστημένοι, αλλά και η χειρότερη δυσφήμιση εάν είναι δυσαρεστημένοι από τις παροχές του δημοτικού οργανισμού. Γενικά, φαίνεται λογικό για τους μάνατζερ να ρωτούν για την ποιότητα υπηρεσιών παρά για την ικανοποίηση με την εμπειρία της υπηρεσίας, γιατί εστιάζει τους πελάτες στην εισφορά της υπηρεσίας του παροχέα (Lentell, 2000).

Ο Triado και οι συνεργάτες του (1996), προτείνουν οι μάνατζερ να ακολουθούν την εξής σειρά στις προσπάθειες τους για βελτίωση του δημοτικού αθλητικού κέντρου, πρώτον τους ανθρώπους, δεύτερον τις εγκαταστάσεις, τρίτον την επικοινωνία και τέταρτον την

πολιτική κοστολόγησης. Η βελτίωση όλων αυτών προκαλεί συνολικά ικανοποίηση των ασκουμένων πελατών. Είναι πολύ σημαντική η διατηρησιμότητα των πελατών και αυτή επέρχεται μόνο με υψηλή ικανοποίηση αυτών, ειδάλλως φεύγουν σε άλλους οργανισμούς δημόσιους ή ιδιωτικούς.

Επιπρόσθετα, σημαντικό ρόλο για τη διαμόρφωση της συμπεριφοράς των καταναλωτών απέναντι στις υπηρεσίες παίζουν οι προσδοκίες και οι αντιλήψεις τους γι' αυτές. Δηλαδή, οι καταναλωτές των υπηρεσιών έχουν ήδη στο μυαλό τους κάποιες επιθυμίες, καθώς και τον τρόπο της εκπλήρωσής τους, ακόμη έχουν σχηματίσει κάποιες απόψεις και ιδέες γι' αυτό που πρόκειται να δεχθούν και με βάση το αποτέλεσμα -δηλαδή όταν δέχονται την υπηρεσία- κρίνουν, αν αυτό που περίμεναν, ήταν αυτό που τους δόθηκε.

Συχνά όμως κάποια μειονεκτήματα στη λειτουργία των υπηρεσιών προκαλούν δυσάρεστες εντυπώσεις στους καταναλωτές που τους ωθούν σε αρνητική αξιολόγηση. Π.χ. κάποιες καθυστερήσεις που συμβαίνουν από μερικά λεπτά έως και μήνες ή αναβολές στα προγράμματα τους μπορούν να οδηγήσουν ακόμη και στην εξόργιση τους. Για μερικούς πελάτες αυτό είναι μία αρνητική εμπειρία (Scotland, 1991).

Μετρήσεις

Ο Zeithaml και συν. (1994), προτείνουν οι μετρήσεις των πελατών για την ποιότητα υπηρεσιών, να βασίζονται στις προσδοκίες που έχουν για τις υπηρεσίες. Συχνά, ανάμεσα στις προσδοκίες και τις αντιλήψεις των πελατών, δημιουργείται ένα χάσμα, γνωστό ως *χάσμα πελατών*, το οποίο οι παραγωγοί αδυνατούν να καλύψουν. Οι προτάσεις τους για τη διόρθωση της αδυναμίας αυτής είναι οι μάνατζερ να έχουν υπόψη τους τα ακόλουθα:

1. Να γνωρίζουν τι επιθυμούν οι πελάτες.
2. Να συλλέγουν τις απαραίτητες πληροφορίες με βάση τις επιθυμίες τους και την απαραίτητη ποιότητα.
3. Να παρέχουν σωστά την ποιότητα, και
4. Να πείθουν τους πελάτες για το υψηλό επίπεδο ποιότητας που τους προσφέρουν.

Για να αυξήσει ο αθλητικός οργανισμός τα μέλη του, πρέπει να επιλέξει την κατάλληλη επικοινωνιακή πολιτική που θα έχει. Αυτή θα απευθύνεται σε δύο κατευθύνσεις: α) προς το εσωτερικό του αθλητικού κέντρου (μεταξύ στελεχών και μελών του) και β) προς το εξωτερικό περιβάλλον (δημότες κατοίκους και λοιπούς φορείς κοινωνικής δράσης). Στόχος της επικοινωνίας είναι η συλλογή πληροφοριών αλλά και διάδοση των ιδεών /

επιλογών, αλλά και των μεθόδων που έχει υιοθετήσει το αθλητικό κέντρο για την αντίστοιχη περίοδο ή ενέργεια.

Αντίστοιχα οι πληροφορίες που συλλέγονται από τέτοιες ενέργειες πρέπει να καταγράφονται με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις φάσεις ορισμού στόχων, σχεδιασμού δραστηριοτήτων, οργάνωσης δραστηριοτήτων, προώθησης προγραμμάτων και τέλος κατά τη φάση αξιολόγησης των δραστηριοτήτων αυτών. Η επικοινωνιακή πολιτική πρέπει να έχει ως αποδέκτες τους φορείς που βρίσκονται σε άμεση σχέση και συνεργασία με το αθλητικό κέντρο και τις ενέργειες του, όπως τους αθλητικούς συλλόγους της περιοχής, τις διευθύνσεις των σχολείων, αλλά και τους αντιπροσώπους του εμπορικού και επιχειρηματικού κόσμου της περιοχής.

Οι Philip & Hazlett (2001), πρότειναν το μοντέλο P – C – P, το οποίο είναι ένα πλαίσιο εργασίας για τη μέτρηση οποιουδήποτε οργανισμού / υπηρεσίας και βασίζεται σε τρία εφεδρικά επίπεδα:

1. Ζωτικής σπουδαιότητας (εξαγωγή).

Τα ζωτικής σπουδαιότητας χαρακτηριστικά μπορούν να είναι η αιτία που οι καταναλωτές αποφάσισαν να προσεγγίσουν αρχικά εκείνον το συγκεκριμένο οργανισμό. Τα χαρακτηριστικά αυτά εστιάζονται ιδιαίτερα στο αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στο προσωπικό που παρέχει την υπηρεσία και στον καταναλωτή.

2. Βασικό τμήμα.

Αυτά μπορούν να επικεντρωθούν γύρω από τα ζωτικής σπουδαιότητας χαρακτηριστικά και να έχουν ένα ρόλο – κλειδί να εκτελέσουν στην επιτυχημένη παράδοση μιας υπηρεσίας. Μπορούν να χαρακτηριστούν ως ένα αμάγαλμα όλων των ανθρώπων και των οργανωτικών διαδικασιών διαμέσου των οποίων ένας καταναλωτής πρέπει να αλληλεπιδράσει ή να διαπραγματευτεί για να επιτύχει τα ζωτικής σπουδαιότητας χαρακτηριστικά.

3. Περιφερειακό τμήμα.

Τέλος, το χαμηλότερο επίπεδο χρησιμοποιείται για να δηλώσει τα περιφερειακά χαρακτηριστικά, τα οποία είναι καθορισμένα ως τυχαία πρόσθετα ή συμπληρώματα, τα οποία ο οργανισμός / υπηρεσία έχει στη διάθεσή του, και τα οποία από την άποψη των καταναλωτών χρησιμοποιούνται για να ολοκληρώσουν την όλη αντιμετώπιση της υπηρεσίας.

Οργάνωση – Διοίκηση οργανισμών

Η Παπαδημητρίου (2000), σε έρευνα της στον Ελλαδικό χώρο διαπίστωσε ότι το μέγεθος των ανθρώπινων και διοικητικών πόρων δε συνδέεται με το επίπεδο αποτελεσματικότητας του αθλητικού οργανισμού. Οι μεγαλύτεροι σε μέγεθος οργανισμοί αντιμετωπίζουν επιπρόσθετες δυσκολίες να ικανοποιήσουν τα μέλη τους σε θέματα ηγεσίας και αποφάσεων. Οπότε οι τοπικοί οργανισμοί άθλησης μπορούν να φέρουν καλύτερα αποτελέσματα όταν λειτουργούν ανεξάρτητα. Οι κρατικοί-δημόσιοι οργανισμοί δυστυχώς όμως κινούνται κάτω από ένα πλαίσιο οργάνωσης, όπου η πρωτοβουλία εμποδίζεται από θεσπισμένους κανόνες και νόρμες, γεγονός που αρκετές φορές αποτελεί τροχοπέδη για την αποτελεσματική τους εργασία και την περαιτέρω βελτίωσή τους.

Σε πρόσφατη έρευνα ο Wisniewski (2001), συμπέρανε ότι οι μάνατζερ των δημοτικών οργανισμών είναι κάτω από συνεχή πίεση του να αποδείξουν ότι οι υπηρεσίες είναι εστιασμένες στον ασκούμενο-καταναλωτή. Προσπαθούν να κλείσουν το κενό των προσδοκιών των ασκούμενων και των αντικειμενικών αντιλήψεων τους από τη χρήση των προγραμμάτων. Ο δημοτικός οργανισμός είναι υπεύθυνος απέναντι στους πολίτες να παρέχει ικανοποιητικές και αποτελεσματικές υπηρεσίες, ειδάλλως θα έχει πολιτικό κόστος.

Η παράδοση υψηλά ποιοτικών υπηρεσιών είναι μια στρατηγική που συναντάται σε οργανισμούς που προσπαθούν να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί. Γι' αυτόν τον λόγο, πολλοί οργανισμοί που προσφέρουν υπηρεσίες, και σε αυτούς εμπεριέχονται και οι οργανισμοί της τοπικής αυτοδιοίκησης, θέσπισαν ποιοτικούς ελέγχους και ανεπτυγμένα προγράμματα στην τελευταία δεκαετία. Παρόλα αυτά αρκετοί ακόμα δεν αποδίδουν τα προσδοκώμενα στάνταρτ. Όμως οι οργανισμοί που θέλουν να εκπληρώσουν τους σκοπούς τους ως παροχείς υπηρεσιών μοχθούν να βελτιώσουν τις προσπάθειες τους για να καλύψουν τις προσδοκίες των πελατών τους (Kim & Kim, 1995).

Αξιολόγηση των υπηρεσιών

Η επικοινωνία αποτελεί το μέσο για την πραγματοποίηση της επόμενης σημαντικής ενέργειας στήριξης, της αξιολόγησης. Πρόσθετες είναι οι ενέργειες της έρευνας αγοράς, των ερωτηματολογίων καταγραφής ψυχογραφικών και δημογραφικών στοιχείων, ατομικές συνεντεύξεις, επαφές με τα μέλη και μη του αθλητικού κέντρου, όπως και με τους συναρμοδίους δημοσίους και ιδιωτικούς φορείς που υλοποιούν συναφείς δράσεις. Η συλλογή των στοιχείων ακολουθείται από την αξιοποίησή τους όχι μόνο κατά την αρχική φάση, αλλά και κατά τον έλεγχο των δραστηριοτήτων και του τελικού απολογισμού, όπου είναι και η φάση απολογισμού και εξαγωγής συμπερασμάτων.

Η αξιολόγηση παίζει ένα νευραλγικό ρόλο στην αποτελεσματικότητα οποιασδήποτε δραστηριότητας ή εκδήλωσης. Η αξιολόγηση του είδους των υπηρεσιών που καλείται να παρέχει ο αθλητικός οργανισμός εμπεριέχει ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό το οποίο αποτελεί το βασικό αντικείμενο αξιολόγησης μαζί με τη γενικότερη αποτελεσματικότητα του φορέα. Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής που αποτελεί τον κύριο στόχο, παράλληλα με την απόκτηση καλής φυσικής κατάστασης, θα πρέπει να καταγράφεται αμέσως μετά την πραγματοποίηση της δραστηριότητας, γιατί αν δεν καταγραφεί θα έχει διαφοροποιήσεις.

Η ιδιαιτερότητα αυτή δημιουργεί μια νέα πρόσθετη υποχρέωση του γυμναστή, ο οποίος υλοποιεί το πρόγραμμα, καθώς είναι ο μόνος ο οποίος βρίσκεται με τον ασκούμενο αμέσως μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί αυτή τη φορά από τα στελέχη οργάνωσης, στην επιλογή της μεθόδου αξιολόγησης που θα χρησιμοποιηθεί, καθώς οι προσδοκίες με τις αντιλήψεις των συμμετεχόντων μπορούν να περιορίσουν σημαντικά την αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα όλης της διαδικασίας.

Η αξιολόγηση για το σύνολο της δράσης, αλλά και για επιμέρους δραστηριότητες είναι επίσης απαραίτητη καθώς διαμορφώνεται μια πιο ξεκάθαρη εικόνα για την αποτελεσματικότητα του φορέα. Παράλληλα γίνεται δυνατή η σύγκριση των δραστηριοτήτων του με αυτές αντίστοιχων φορέων. Προσοχή πρέπει να δοθεί στις πηγές από τις οποίες συλλέγονται οι πληροφορίες καθώς επίσης η μορφή την οποία έχουν οι πληροφορίες όταν καταγράφονται. Ο σχεδιασμός εύχρηστων εντύπων ειδικά σχεδιασμένων για τις δραστηριότητες του φορέα, η χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών όπως επίσης και η τυποποίηση της διαδικασίας θα αποτελέσει κατά πολύ την αποτελεσματικότητα της αξιολόγησης και αποτελεί ευθύνη των στελεχών οργάνωσης.

Τέλος, η επιστημονική υποστήριξη πρέπει να βρίσκεται σε στενή σύνδεση με τα στελέχη οργάνωσης και διοίκησης, αλλά και υλοποίησης καθώς ο ρόλος της είναι να μεγιστοποιήσει την απόδοση του φορέα. Οι ενέργειες που πρέπει να φέρνει σε πέρας περιλαμβάνουν: Α) τον σχεδιασμό, οργάνωση και πραγματοποίηση μετρήσεων για τον εντοπισμό των αθλητικών ταλέντων μεταξύ των παιδιών που συμμετέχουν στα προγράμματα εκμάθησης δεξιοτήτων. Η δημιουργία της κάρτας αθλητή για το κάθε μέλος του αθλητικού κέντρου, ανεξάρτητα από ηλικία και επίπεδο αγωνιστικής απόδοσης ή απασχόλησης, μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ σημαντικό εργαλείο στα χέρια των στελεχών διοίκησης και οργάνωσης του κέντρου, στην περίπτωση που είναι εύχρηστο και εμπεριέχει τα στοιχεία της αξιοπιστίας, της ευελιξίας και της αμεσότητας. Β) Τον σχεδιασμό και οργάνωση μετρήσεων απόδοσης και των λοιπών παραμέτρων που εφαρμόζονται στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής, όπως διαμορφώνονται για τους ειδικούς πληθυσμούς, αλλά και πληθυσμιακές ομάδες όπως είναι οι ενήλικες, η Τρίτη ηλικία. Γ) Το σχεδιασμό και οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων προώθησης νέων καινοτόμων δράσεων οι οποίες απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις για την υλοποίηση τους. Δ) Το σχεδιασμό των μελλοντικών δράσεων και προγραμμάτων του αθλητικού κέντρου σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις στο χώρο του αθλητισμού και της αναψυχής (Κυριαζή και συνεργάτες, 1998).

Τρόποι επίλυσης των οικονομικών προβλημάτων των Δ.Ο.Ν.Α.

Στην Ελλάδα οι δημοτικοί οργανισμοί άθλησης περνούν οικονομική κρίση, η οποία οδηγεί πολλούς από αυτούς στη διακοπή της λειτουργίας τους. Οι εγκαταστάσεις δεν είναι σε καλή κατάσταση και στερούν την ποιότητα στους ασκούμενους και το μόνο πλεονέκτημα τους είναι το χαμηλό κόστος ατομικής συμμετοχής. Οι γυμναστές δουλεύουν κάτω από άσχημο καθεστώς εργασίας, αφού δεν υπάρχει δυνατότητα για μόνιμες θέσεις εργασίας και οι μισοί καθυστερούν υπερβολικά. Όταν όμως σε έναν οργανισμό το προσωπικό δεν είναι ευχαριστημένο, τότε δεν προσφέρει το μέγιστο και οι υπηρεσίες χάνουν ποιοτικά. Οι δημοτικοί οργανισμοί άθλησης είναι σωστή κίνηση και πρωτοβουλία, αλλά χρειάζεται ενίσχυση και στήριξη από τον κρατικό μηχανισμό για να γίνει ανταγωνιστική και πρωτοπόρα.

Ένας τρόπος για αύξηση των εσόδων του αθλητικού οργανισμού, ώστε να συνεχίσει να υλοποιεί τα προγράμματα του και να αντιμετωπίσει τις όποιες δυσκολίες είναι η

εξασφάλιση χορηγίας. Επειδή απευθύνεται σε δημότες θα μπορούσε να συνεργαστεί με τις τοπικές επιχειρήσεις. Από τη συνεργασία αυτή θα προκύψουν αμοιβαία οφέλη τόσο για την ανταποδοτικότητα της προωθητικής επένδυσης των επιχειρήσεων / χορηγών, όσο και για την άρτια πορεία του οργανισμού. Ο αθλητισμός χαρακτηρίζεται ως ο πλέον δημοφιλής μεταξύ όλων των χώρων, με πολλές αρετές και γοητεία, που του προσδιορίζουν μια ιδιαίτερη προσωπικότητα. Φιλοδοξεί να προσφέρει το καλύτερο με τη συμμετοχή πολλών και καλών αθλητών. Καλύπτεται από τον αθλητικό τύπο, που εγγυάται την προώθηση του με εμβέλεια (Sandler & Shani, 1993). Είναι σίγουρο ότι μια επιχείρηση, με τα ίδια χρήματα που θα επένδυε σε άλλους παραδοσιακούς τρόπους προώθησης (π.χ. λίγα λεπτά τηλεοπτικής διαφήμισης), μπορεί τώρα να συνδέσει το όνομα της με τον αθλητικό οργανισμό, που υπόσχεται πολλές συγκινήσεις σε όλους και μεγάλη προβολή στους χορηγούς του (Brown, 1983).

Το μάρκετινγκ είναι μια κοινωνική και οργανωτική διαδικασία, από την οποία άτομα και ομάδες διατηρούν αυτό που θέλουν και χρειάζονται μέσω της δημιουργίας, προσφέροντας και ανταλλάσσοντας προϊόντα αξίας με τους άλλους (Kotler, 1988). Θεμελιακά το μάρκετινγκ συσχετίζεται με σχέσεις συναλλαγής στις οποίες εμπλέκεται ο παροχέας και ο πελάτης. Πάνω σε αυτό στηρίζεται η φράση «το σωστό προϊόν, στη σωστή θέση, στη σωστή τιμή και στο σωστό χρόνο» (Adcock et al, 1993). Αυτή είναι μια 'πελατοκεντρική' προσέγγιση του μάρκετινγκ και θεώρηση των υπηρεσιών, η οποία συναντάται στα περισσότερα εμπορικά αναψυχικά κέντρα και σε μερικά δημόσια. Η επιτυχία αυτής της προσέγγισης περιορίστηκε λόγω της έλλειψης της προσοχής σε αυτά τα σημεία που είναι αναγκαία για να προάγουν ολική ικανοποίηση στους πελάτες και μακροχρόνιες σχέσεις με αυτούς. Υπάρχει λοιπόν ανάγκη για μια νέα θεώρηση του μάρκετινγκ και των σχέσεων αυτού (Brown, 1992).

Το πρόγραμμα χορηγίας του αθλητικού οργανισμού πρέπει να στηρίζεται στην «αρχή της αμοιβαιότητας». Μέσα από τη συνεργασία του με τις εταιρίες θα υπάρξουν αμοιβαία οφέλη και για τις δύο συνεργαζόμενες πλευρές (Younger, Crompton & Decker, 1988).

Ο αθλητικός οργανισμός χρειάζεται τη χρηματοδότηση της επιχείρησης για:

- Ενδυνάμωση του οργανισμού.
- Άρτια οργάνωση των προγραμμάτων και πρωταθλημάτων.
- Αγορά ενδυμασίας.
- Αγορά αθλητικού υλικού.
- Έξοδα πληρωμών προσωπικού.

- Έξοδα μίσθωσης εγκαταστάσεων.
- Καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού.
- Προβολή στα Μ.Μ.Ε.
- Βελτίωση των αθλητικών εγκαταστάσεων.

Η επιχείρηση μέσω της υποστήριξης του οργανισμού αποκομίζει τα εξής οφέλη:

- Ενισχύει και βελτιώνει την εικόνα της.
- Δημιουργεί μια από τις καλύτερες προϋποθέσεις για αναγνωρισιμότητα του ονόματος και συνδέει το προφίλ της με ένα δυναμικό κοινό.
- Αποκτάει μεγαλύτερη δημοσιότητα και περισσότερες δημόσιες σχέσεις, στο συγκεκριμένο αθλητικό χώρο και στην αγορά γενικότερα.
- Αυξάνει τις πωλήσεις των προϊόντων της.
- Αποχτάει πανελλήνια προβολή.
- Εκτελεί κοινωνικό όφελος στην τοπική κοινωνία, βοηθώντας έναν αντιπροσωπευτικό, αθλητικό σύλλογο, της περιοχής της.
- Μπορεί να αξιοποιήσει τη χορηγία για μια επιτυχημένη κινητοποίηση των συνεταιίρων, των στελεχών και των εργαζομένων της.
- Εμφανίζεται ως «καλός πολίτης» στη τοπική κοινωνία, αφού χορηγεί τις δραστηριότητές της.

Ο προγραμματισμός για την δημόσια αναψυχή θα πρέπει να είναι τόσο συστηματικός όσο και ο προγραμματισμός για τα σχολεία, γιατί εκτός από τη σπουδαιότητα της εκπαίδευσης, στα χρόνια που διανύουμε υπάρχει έντονη ανάγκη του κόσμου για αναψυχή και φυγή από τα προβλήματα της καθημερινότητας, το άγχος και το στρες. Αυτός ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί εάν αναγνωρισθεί ολικά ο ρόλος και η σημασία της αστικής υπαίθριας αναψυχής. Για να είναι αποτελεσματικός ο σχεδιασμός των προγραμμάτων αναψυχής θα πρέπει να υπάρχει η ενεργός υποστήριξη της κοινότητας. Το κοινό θα πρέπει να πειστεί για την ανάγκη υποστήριξης των ήδη υπαρχόντων δημοσίων-κοινοτικών περιοχών και των αθλητικών εγκαταστάσεων αλλά και την ανάγκη δημιουργία νέων. Η προώθηση των δραστηριοτήτων πρέπει να ακολουθήσει τα νέα πρότυπα προώθησης και εξέλιξης. Ο αθλητισμός δεν θα πρέπει να είναι προνόμιο κανενός. Προς αυτή την κατεύθυνση κινούνται οι κρατικοί φορείς, αποσκοπώντας τόσο στην άνοδο του βιοτικού επιπέδου των πολιτών, μέσω των θετικών επιδράσεων της άσκησης, όσο όμως και στην πραγματοποίηση κοινωνικής πολιτικής.

Προφίλ συμμετεχόντων

Η δημιουργία του προφίλ του πολίτη που αθλείται, αλλά και αυτού που απέχει από αντίστοιχες δραστηριότητες μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ χρήσιμο εργαλείο κατά την περίοδο σχεδιασμού των δραστηριοτήτων. Ταυτόχρονα η υλοποίηση νέων δράσεων και ειδικότερα όταν αυτές απευθύνονται σε κοινωνικές ομάδες, οι οποίες παρουσιάζουν εξειδικευμένα χαρακτηριστικά σύνδεσης, αλλά και διαφοροποίησης από το υπόλοιπο κοινωνικό σύνολο θα πρέπει να συνοδεύεται από τις πληροφορίες για τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά του δείγματος.

Οι ελληνικοί αθλητικοί οργανισμοί χρειάζεται να δώσουν περισσότερη και συνεχόμενη προσοχή για να ερευνήσουν το ρόλο των ποικίλων πελατών στους οργανισμούς. Πιο συγκεκριμένα, χρειάζεται να αναγνωρίσουν τους πιο σημαντικούς πελάτες και να προσδιορίσουν τα προϊόντα τους. Πρέπει να αναλύσουν πως το κάθε ένα από αυτά τα γκρουπ επηρεάζει τις δραστηριότητες των αθλητικών οργανισμών και ποιες μετρήσεις θα τους βοηθήσουν για να γίνουν πιο αποτελεσματικοί. Αφού η ικανοποίηση των γκρουπ που έχουν στρατηγικό ενδιαφέρον παίζει σημαντικό ρόλο στη σωστή λειτουργία των μη-κερδοσκοπικών οργανισμών, οι ελληνικοί αθλητικοί οργανισμοί και πιο συγκεκριμένα οι δημοτικοί αθλητικοί οργανισμοί χρειάζεται να χρησιμοποιήσουν τις σωστές πληροφορίες για να αναπτύξουν στρατηγικές και προγράμματα, τα οποία θα οδηγήσουν σε κατάλληλες προσδοκίες (Papadimitriou & Taylor, 2000).

Ποιότητα υπηρεσιών

Ένα χαρακτηριστικό της ανάπτυξης της τεχνολογίας και συνακόλουθα της ανόδου του βιοτικού επιπέδου που παρατηρείται τις τελευταίες δεκαετίες είναι η δημιουργία επιπρόσθετων αναγκών του ανθρώπου στον τομέα της αναψυχής και των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων. Η αναγκαιότητα αυτή γίνεται επιτακτική, όταν το κοινό απευθύνεται σε οργανωμένα κέντρα δημόσια ή ιδιωτικά, όπως τα γυμναστήρια.

Πράγματι η ποιότητα υπηρεσιών είναι ένα από τα πιο σημαντικά θέματα που απασχολούν τους ερευνητές σήμερα. Οι μάρκετερ αρχίζουν να κατανοούν τη σημασία της και την οικονομική επιτυχία των οργανισμών, οι οποίοι, όταν έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν υψηλή ποιότητα, πετυχαίνουν μοναδικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των υπολοίπων. Σύμφωνα με τον Parasuraman και τους συνεργάτες (1985), υποστηρίζουν

ότι " η ποιότητα υπηρεσιών είναι σημαντική, όταν οι υπηρεσίες είναι αυτό που πρόκειται να διατηρηθεί, γιατί δίχως ποιότητα, θα μειωθούν τα μέλη, οπότε και οι υπηρεσίες θα διακοπούν".

Τέλος, ερευνάται έντονα η σχέση που έχουν οι υπηρεσίες με τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Είναι αλήθεια ότι οι καταναλωτές διαμορφώνουν τη συμπεριφορά τους ανάλογα με την ποιότητα των παρεχομένων σε αυτούς υπηρεσιών. Μία χαμηλής ποιότητας υπηρεσία θα αποτρέψει τους καταναλωτές να την ξαναδοκιμάσουν, αντίθετα μία υψηλής ποιότητας υπηρεσία θα τους προτρέψει να τη γευτούν ξανά!

Στόχοι δημοτικών οργανισμών άθλησης

Στην Ελλάδα, περισσότερο από τις δύο τελευταίες δεκαετίες, η βιομηχανία άσκησης, παρουσιάζει αλλαγές στην προσφορά υπηρεσιών, όπως είναι η μεγέθυνση των αθλητικών χώρων γύμνασης, ο πλουσιότερος εξοπλισμός, η εξειδίκευση του προσωπικού κ.α. Παλαιότερα, οι μειωμένες απαιτήσεις για υπηρεσίες άσκησης παρέχονταν από ιδιωτικά γυμναστήρια, που συνήθως διευθύνονταν από γυμναστές με περιορισμένες γνώσεις και ικανότητες του μάνατζμεντ. Τελευταία όμως, μοντέρνα γυμναστήρια πήραν τη θέση τους, προκαλώντας αλλαγές στις αντιλήψεις των Ελλήνων καταναλωτών, δίνοντας άλλο νόημα στα σπορ και στην άσκηση, στις δραστηριότητες και στις υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να αυξηθεί το επίπεδο των υπηρεσιών που οφείλει να προσφέρει και ο δημοτικός οργανισμός για να είναι ανταγωνιστικός. Σημαντική μερίδα συμμετεχόντων στον αθλητισμό, αποτελούν μέλη των δημοτικών οργανισμών άθλησης. Ο δημόσιος τομέας ευρύνεται ραγδαία τα τελευταία χρόνια και η νέα μορφή του δημοτικού αθλητικού οργανισμού σημειώνει μεγάλη συμμετοχή.

Οι έρευνες πάνω στα ιδιωτικά κέντρα αναψυχής είναι ακόμα περιορισμένες (Τσορμπατζούδης, 1999). Σύμφωνα με τους ερευνητές Κώστα & Τζέτζη (1995), οι πελάτες των ιδιωτικών κέντρων άθλησης, είναι νεότεροι από τους πελάτες των δημοσίων, ενώ περιορισμένα ακόμη στοιχεία που υπάρχουν δείχνουν ότι η παροχή των υπηρεσιών είναι καλύτερη απ' ό,τι στα δημόσια (Alexandris, 1998). Για τους δημόσιους οργανισμούς δεν υπάρχουν αρκετά στοιχεία, παρά μόνο οι συγκρίσεις με τον ιδιωτικό χώρο. Θεωρείται, λοιπόν, αναγκαία μια σφαιρική μελέτη καταγραφής, διερεύνησης και αξιολόγησης των υπηρεσιών του Δ.Ο.Ν.Α., ώστε να αποκτηθούν νέα στοιχεία για το δημόσιο χώρο, που θα βοηθήσουν στην ανάπτυξη του και στον καλύτερο σχεδιασμό της δράσης του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Δείγμα

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 303 άτομα, 135 άντρες και 153 γυναίκες, (παρουσιάστηκαν χαμένες τιμές σε άλλα 15 ερωτηματολόγια), όλων των ηλικιών, μέλη του Δ.Ο.Ν.Α. ή μη, της περιοχής του νομού Ροδόπης (παράρτημα Γ). Με τη μέθοδο της στρωσιγενούς δειγματοληψίας με βάση το φύλο, την ηλικία, την εκπαίδευση, το επάγγελμα, την οικογενειακή κατάσταση, το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, την περιοχή στην οποία ανήκουν, τα συνολικά έτη συμμετοχής, τους μήνες συμμετοχής, την εβδομαδιαία συχνότητα, τις ημέρες άσκησης, την απόσταση από το χώρο άσκησης, το μέσο και το χρόνο ως εκεί και τέλος την ωριαία ζώνη προτίμησης για άσκηση, συγκεντρώθηκαν 350 ερωτηματολόγια, τα οποία υποβλήθηκαν σε στατιστική ανάλυση.

Ο αρχικός αριθμός των συμμετεχόντων ήταν 500 άτομα, αλλά λόγω διαφόρων περιορισμών στην έρευνα επιστράφηκαν τα 303 ερωτηματολόγια (οι περιορισμοί αναφέρονται στο πρώτο κεφάλαιο). Η επαφή με τα μέλη του Δ.Ο.ΝΑ. έγινε ύστερα από άδεια του οργανισμού και η προσέγγιση των μελών έγινε κατά την προσέλευσή τους στα προγράμματα. Τα μέλη και μη συμμετείχαν εθελοντικά στην έρευνα.

Περιγραφή οργάνων

Συνέντευξη

Ο στόχος της συνέντευξης ήταν η συλλογή πληροφοριών για το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου. Η συνέντευξη πραγματοποιήθηκε με τον υπεύθυνο μάνατζερ του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής, ο οποίος απάντησε σε 20 ερωτήσεις ανοιχτού τύπου, σχετικά με τα προγράμματα, τα μέλη του, τα οικονομικά, το προσωπικό που απασχολεί, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει, τον τρόπο προώθησης των προγραμμάτων, την αξιολόγηση αυτών και τα μελλοντικά σχέδια του οργανισμού (παράρτημα Δ).

Οι ερωτήσεις ήταν οι εξής:

1. Ποια είναι τα προγράμματα - δραστηριότητες άθλησης που προσφέρει ο Δήμος σας;
2. Ποιος είναι ο βασικός πληθυσμός (ομάδα στόχου) στον οποίο απευθύνεστε και σε τι ποσοστό του γενικού πληθυσμού του δήμου σας αντιστοιχεί;
3. Πόσα άτομα και τι ειδικότητες απασχολούνται στα προγράμματα φυσικής δραστηριότητας;
4. Η χρηματοδότηση των προγραμμάτων από πού γίνεται και πόσο επηρεάζει αυτό την ποιότητα παροχής υπηρεσιών;
5. Με ποια μορφή γίνεται η διαφήμιση - προώθηση – γνωστοποίηση των προγραμμάτων άσκησης που παρέχει ο δήμος;
6. Γνωρίζετε τι παρέχουν οι υπόλοιποι δήμοι του νομού στον τομέα της φυσικής δραστηριότητας; Υπάρχει κάτι στο οποίο να διαφέρετε στον τομέα αυτό;
7. Τι νομίζετε ότι κερδίζουν οι συμμετέχοντες και τι ο δήμος, μέσα από την υλοποίηση τέτοιων προγραμμάτων;
8. Ποια είναι τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζετε, για την υλοποίηση των προγραμμάτων; Πως τα ιεραρχείτε;
9. Πως φαντάζεσθε την ιδανική μορφή λειτουργίας του προγράμματος (εννοώ πως θα ήταν τα πράγματα στην ιδανική τους μορφή, χωρίς κανένα πρόβλημα)
10. Οι εκπαιδευτές και οι υπόλοιποι εργαζόμενοι που ασχολούνται με το πρόγραμμα είναι οι ίδιοι κάθε χρόνο ή αλλάζουν; Το θεωρείτε αυτό καλό ή κακό;

11. Ποιος ο τρόπος πρόσληψης των ατόμων αυτών; Υπάρχει κάποιο πρόβλημα με το εάν είναι μόνιμο ή εποχιακό προσωπικό; Το καθεστώς απασχόλησης επηρεάζει το πρόγραμμα;
12. Πως θα περιγράφατε την συνεργασία σας με τους γυμναστές του προγράμματος; Υπάρχουν προβλήματα;
13. Έχετε αλλάξει κάτι στα προγράμματα που παρέχετε σε σχέση με το παρελθόν;
14. Ποιος ο τρόπος που επικοινωνείτε με τους συμμετέχοντες (ως προς τα ενδιαφέροντά τους, τις παρατηρήσεις τους, τις προτάσεις τους)
15. Για ποιο λόγο να προτιμήσουν εσάς και όχι έναν ιδιωτικό φορέα π.χ. ιδιωτικό γυμναστήριο (είναι καθαρά και μόνο οικονομικοί οι λόγοι;)
16. Γνωρίζει ο δήμαρχος το πρόγραμμα ως προς τις δραστηριότητες, τα προβλήματα, συμμετέχει στην αναζήτηση λύσεων, συνεργάζεται και με ποιο τρόπο μαζί σας;
17. Ασχολείστε με το πρόγραμμα εκούσια ή ακούσια και για ποιο λόγο;
18. Υπάρχουν κάποια λάθη που νομίζετε ότι έχει κάνει στο παρελθόν ή κάνει στο παρόν ο δήμος ως προς την οργάνωση και λειτουργία των προγραμμάτων; Εάν ναι, ποια;
19. Με ποιόν τρόπο αξιολογείτε το πρόγραμμα (ως προς τα αποτελέσματα, τα προβλήματα, τους στόχους της εκάστοτε χρονιάς)
20. Υπάρχουν κάποια σχέδια για το μέλλον;

Ερωτηματολόγιο

Οι ασκούμενοι και μη κάτοικοι του νομού Ροδόπης συμπλήρωσαν ένα ερωτηματολόγιο, που αξιολογεί τις προσφερόμενες υπηρεσίες του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής. Για τη διερεύνηση των απόψεών τους χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο των Μιχαλοπούλου Μ., Αργυρόπουλος Ε. και Κώστα Γ., (1998). Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 29 κλειστές ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών. Στον Πίνακα I αναλύονται τα υποτιμήματα του ερωτηματολογίου (παράρτημα Α).

Τα ερωτηματολόγια αφορούσαν:

1. τα γενικά χαρακτηριστικά της συμμετοχής στα προγράμματα μαζικής άθλησης και αναψυχής,
2. τα ειδικά χαρακτηριστικά της συμμετοχής σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής, όπως λόγοι που θεωρούνται σημαντικοί και καθορίζουν τη συμμετοχή,

3. το περιεχόμενο των προγραμμάτων και δραστηριοτήτων του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής,
4. την οργάνωση των προγραμμάτων και δραστηριοτήτων του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής,
5. τις επιμέρους πληροφορίες όπως η συμμετοχή των παιδιών,
6. τα βιογραφικά χαρακτηριστικά.

Πίνακας I: Υποτμήματα ερωτηματολογίου για την αξιολόγηση των υπηρεσιών.

I.	Συμμετοχής:	17 ερωτήσεις (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18)
II.	Λόγοι-παράγοντες άσκησης:	2 ερωτήσεις (19, 20)
III.	Προγραμμάτων:	3 ερωτήσεις (21, 22, 23)
IV.	Ψυχογραφικά χαρακτηριστικά:	7 ερωτήσεις (8, 24, 25, 26, 27, 28, 29)

Όλες οι ερωτήσεις εκτός της περιοχής ήταν κλειστού τύπου και ανάλογα με τα υποτμήματα δίνονταν και η απάντηση. Συγκεκριμένα, στις ερωτήσεις συμμετοχής, οι ερωτώμενοι βάζανε ένα 'χ' στην απάντηση που τους ταίριαζε. Στις ερωτήσεις για τους λόγους άσκησης ένα 'χ' σ' έναν αριθμό από μια κλίμακα από το 1 (καθόλου σημαντικό) ως το 7 (πολύ σημαντικό). Στις ερωτήσεις των προγραμμάτων σημείωναν με 'χ' την απάντηση τους και όπως επίσης και στις επόμενες προσωπικές ερωτήσεις. Η ερώτηση για την περιοχή ήταν ανοιχτού τύπου.

Διαδικασία Μέτρησης

Αρχικά συλλέχθηκαν στοιχεία μέσω συνέντευξης με τον υπεύθυνο του οργανισμού, σχετικά με τις υπηρεσίες, τα οικονομικά δεδομένων, του προσωπικού, της προώθησης των προγραμμάτων και των προβλημάτων του δημοτικού οργανισμού. Αμέσως μετά δόθηκαν τα ερωτηματολόγια στους χώρους και τις ώρες τις οποίες καταγράφηκαν από τη συνέντευξη (παράρτημα ΣΤ). Στη συνέχεια δόθηκαν ερωτηματολόγια σε δημότες που δε συμμετείχαν στα προγράμματα του δήμου.

Οι ασκούμενοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο αμέσως μετά τη λήξη του προγράμματός τους και σε κάποιες άλλες περιπτώσεις στην οικία τους και το επέστρεψαν

στο γυμναστή του κάθε προγράμματος, ο οποίος τα παρέδιδε αμέσως μετά. Για τους μη ασκούμενους η συμπλήρωση έγινε κατά την προσέλευσή τους στη νομαρχία Ροδόπης. Σε άτομα τρίτης ηλικίας οι ερωτήσεις γίνονταν προφορικά, κατόπιν απαίτησης των ιδίων.

Αρχικά γινόταν ενημέρωση στα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα σχετικά με το σκοπό της και τη διαδικασία που θα ακολουθηθεί κατά την εκπόνησή της. Μετά βεβαιώνονταν για την εξασφάλιση της ανωνυμίας τους και πληροφορούνταν ότι ήταν ελεύθεροι να διακόψουν τη συμμετοχή τους στην έρευνα όποτε το επιθυμήσουν. Τέλος, τους δίνονταν το ερωτηματολόγιο, το οποίο συμπλήρωναν εκείνη τη στιγμή ή τις επόμενες ημέρες και το επέστρεφαν. Στις περιπτώσεις που οι ερωτήσεις γίνονταν προφορικά, τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν από τον ερευνητή σύμφωνα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων. Κατά τη διάρκεια της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, δίνονταν διευκρινήσεις σε όποια απορία προέκυπτε.

Στατιστική ανάλυση

Για τη στατιστική ανάλυση χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS 10.0. Ανεξάρτητες μεταβλητές ήταν οι ασκούμενοι και μη, κάτοικοι του νομού Ροδόπης και εξαρτημένη οι υπηρεσίες. Για τα αποτελέσματα δημιουργήθηκαν δύο νέες μεταβλητές με compute η πρώτη από τα υποερωτήματα της ερώτησης 19 και η δεύτερη από τα υποερωτήματα της ερώτησης 20. Αυτές είναι: α) Συνολικός λόγος και β) Συνολικοί παράγοντες (ΕΠΙΛΟΓΗ). Πραγματοποιήθηκαν ανάλυση συχνοτήτων, περιγραφικών στοιχείων, ανάλυση t-test για ανεξάρτητα δείγματα, αναλύσεις διακύμανσης για ανεξάρτητα δείγματα ως προς έναν παράγοντα και ως προς περισσότερους από έναν παράγοντες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ανάλυση συχνοτήτων (*frequencies*)

Στον παρακάτω Πίνακα II παρουσιάζονται αναλυτικά οι περιοχές, τα ποσοστά και ο αριθμός των συμμετεχόντων (παράρτημα Β):

Πίνακας II: Ανάλυση περιοχών, συμμετεχόντων και ποσοστών.

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Κέντρο	37	12,2%
Βορράς (Ηρώων)	51	16,8%
Νότια (ΚΤΕΛ)	30	9,9%
Δυτικά (ΙΚΑ)	20	6,6%
Ανατολικά(κολυμβητήριο)	17	5,6%
Περιφέρεια Νομού	85	28,1%
Χαμένες τιμές	63	20,8%

Φύλο

Οι κατηγορίες των φύλων ήταν δύο: 135 άνδρες (44,6%) και 153 γυναίκες (50,5%). Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 5%.

Ηλικιακή ομαδοποίηση

Οι κατηγορίες των ηλικιών ήταν έξι. Στον Πίνακα III φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες των ηλικιών, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Η τρίτη

και η έκτη κατηγορία σημείωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 3,3%.

Πίνακας III: Κατηγορίες ηλικιών, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΗΛΙΚΙΩΝ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
παιδιά	38	12,5%
15-25 ετών	16	5,3%
26-35 ετών	82	27,1%
36-45 ετών	53	17,5%
46-55 ετών	39	12,9%
> 55 ετών	65	21,5%
Χαμένες τιμές	10	3,3%

Οικογενειακή κατάσταση

Οι κατηγορίες ήταν έξι: ανύπαντρος/η, παντρεμένος/η με 1 παιδί, με 2 παιδιά, με 3 παιδιά και με 4 παιδιά. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 10,9%, οι οποίες οφείλονταν στην έλλειψη απάντησης της ερώτησης από τα παιδιά. Στον Πίνακα IV φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες της οικογενειακής κατάστασης, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Η τέταρτη κατηγορία σημείωσε το μεγαλύτερο ποσοστό.

Πίνακας IV: Κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ανύπαντροι	69	22,8%
Παντρεμένοι χωρίς	37	12,2%
Παντρεμένοι με 1	47	15,5%
Παντρεμένοι με 2	98	32,3%
Παντρεμένοι με 3	18	5,9%
Παντρεμένοι με 4	1	0,3%
Χαμένες τιμές	33	10,9%

Επίπεδο μόρφωσης

Οι κατηγορίες ήταν έξι: απόφοιτοι δημοτικού, απόφοιτοι γυμνασίου, απόφοιτοι λυκείου, απόφοιτοι Τ.Ε.Ι., απόφοιτοι Α.Ε.Ι. και κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου. Η τρίτη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα V φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες του μορφωτικού επιπέδου, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 1,7%.

Πίνακας V: Κατηγορίες μορφωτικού επιπέδου, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜ. ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Απόφοιτοι Δημοτικού	74	24,4%
Απόφοιτοι Γυμνασίου	45	14,9%
Απόφοιτοι Λυκείου	105	34,7%
Απόφοιτοι Τ.Ε.Ι.	27	8,9%
Απόφοιτοι Α.Ε.Ι.	36	11,9%
Κάτοχοι Μεταπτυχιακού	11	3,6%
Χαμένες τιμές	5	1,7%

Απασχόληση

Οι κατηγορίες ήταν εννέα: δημόσιοι υπάλληλοι, ιδιωτικοί υπάλληλοι, σπουδαστές-μαθητές, αγρότες, οικιακά, συνταξιούχοι, άνεργοι, επαγγελματίες και άλλα. Η δεύτερη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα VI φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες της απασχόλησης, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 2%.

Πίνακας VI: Κατηγορίες απασχόλησης, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜ. ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Δημόσιοι υπάλληλοι	53	17,5%
Ιδιωτικοί υπάλληλοι	60	19,8%
Σπουδαστές - μαθητές	49	16,2%
Αγρότες	14	4,6%
Οικιακά	38	12,5%
Συνταξιούχοι	51	16,8%
Άνεργοι	3	1%
Επαγγελματίες	25	8,3%
Άλλα	4	1,3%
Χαμένες τιμές	6	2%

Εισόδημα

Οι κατηγορίες ήταν έξι: λιγότερο από 400 ευρώ, 400-750 ευρώ, 750-1200 ευρώ, 1200-2000 ευρώ, περισσότερα από 2000 ευρώ και χωρίς εισόδημα. Η τρίτη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Στον Πίνακα VII φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες του εισοδήματος, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 13,2%.

Πίνακας VII: Κατηγορίες εισοδήματος, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜ. ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Έως 400 ευρώ	11	3,6%
400-750 ευρώ	50	16,5%
750-1200	79	26,1%
1200-2000	70	23,1%
> 2000	29	9,6%
Μηδέν	24	7,9%
Χαμένες τιμές	40	13,2%

Παλαιότητα ασκουμένων και μη

Οι κατηγορίες ήταν έντεκα: πολίτες που δεν ασκούνται, ασκούμενοι ως 1 χρόνο, 2 χρόνια, 3 χρόνια, 4 χρόνια, 5 χρόνια, 6 χρόνια, 7 χρόνια, 8 χρόνια 9 χρόνια και 10 χρόνια. Η πρώτη κατηγορία συγκέντρωσε το μεγαλύτερο ποσοστό. Υπήρξαν χαμένες τιμές της τάξης του 0,7%. Στον Πίνακα VIII φαίνονται αναλυτικά οι κατηγορίες της παλαιότητας των ασκουμένων και μη, ο αριθμός των συμμετεχόντων και τα ποσοστά αυτών.

Πίνακας VIII: Κατηγορίες ασκουμένων πελατών και μη, αριθμός συμμετεχόντων και ποσοστά.

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜ/ΝΤΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μη ασκούμενοι	87	28,7%
1 χρόνο ασκούμενοι	54	17,8%
2 χρόνια ασκούμενοι	65	21,5%
3 χρόνια ασκούμενοι	42	13,9%
4 χρόνια ασκούμενοι	28	9,2%
5 χρόνια ασκούμενοι	7	2,3%
6 χρόνια ασκούμενοι	3	1%
7 χρόνια ασκούμενοι	10	3,3%
8 χρόνια ασκούμενοι	3	1%
9 χρόνια ασκούμενοι	1	0,3%
10 χρόνια ασκούμενοι	1	0,3%
Χαμένες τιμές	2	0,7%

Συχνότητες με μεγαλύτερα ποσοστά

Επίσης, μελετήθηκαν οι συχνότητες των ερωτήσεων 1-7, 9-18 και 21-23 του ερωτηματολογίου των υπηρεσιών και παρουσιάζονται οι απαντήσεις που σημείωσαν τα μεγαλύτερα ποσοστά (Πίνακας ΙΧ).

Πίνακας ΙΧ: Απαντήσεις ερωτηματολογίου με τη συγκέντρωση μεγαλύτερων ποσοστών.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
1) Συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής εδώ και:	2 χρόνια	21,5%
2) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής τους παρακάτω μήνες:	7 έως 9 μήνες	52,5%
3) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής εβδομαδιαία:	3 φορές	61,7%
4) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής τις ημέρες:	Δευτέρα- Τετάρτη- Παρασκευή	56,4%
5) Η απόσταση από το χώρο που ξεκινώ (σπίτι/δουλειά μου) στο χώρο άθλησης είναι περίπου:	1 χιλιόμετρο	39,6%
6) Στο χώρο άθλησης πηγαίνω με:	Ιδιωτικό μέσο	53,5%
7) Για να πάω στο χώρο άθλησης χρειάζομαι περίπου σε λεπτά της ώρας:	5 λεπτά	35,6%

9) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής ή να χρησιμοποιώ τον αθλητικό χώρο της περιοχής μου συνήθως τις ώρες:	6-9 το βράδυ	43,6%
10) Θα θέλατε να πηγαίνετε περισσότερες φορές;	Όχι	69%
11) Συνήθως συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής:	Μόνος / η	41,6%
12) Τι κάνετε πριν έρθετε στο χώρο άθλησης;	Δουλεύω	47,2%
13) Τι κάνετε αφού φύγετε από το χώρο άθλησης;	Ξεκουράζομαι	52,1%
14) Πώς πληροφορηθήκατε την ύπαρξη των προγραμμάτων άθλησης και αναψυχής;	Μου το συνέστησε φίλος.	45,5%
15) Για ποιους λόγους επιλέξατε / θα επιλέγατε εσείς ή το παιδί σας να συμμετέχει στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής του ΔΟΝΑ Κομοτηνής:	Ποιότητα προγραμμάτων	41,9%
16) Θα ήσασταν διατεθειμένοι να πληρώσετε μηνιαία συνδρομή για την καλύτερη προσφορά υπηρεσιών στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής του ΔΟΝΑΚ;	Ναι, έως 10 ευρώ	55,4%
17) Θα σας ενοχλούσε να συμμετέχουν δημότες άλλων δήμων;	Όχι	65,3%

18) Ποιος πιστεύετε είναι ο πιο σπουδαίος λόγος που σας προτρέπει να ασκηθείτε;	Υγεία	65,3%
21) Σε ποιο πρόγραμμα συμμετέχετε εσείς ή το παιδί σας και ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες χρησιμοποιείτε;	Άσκηση γυναικών	22,4%
22) Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες θα θέλατε να χρησιμοποιείτε;	Όργανα με βάρη	34%
23) Ποια κατά τη γνώμη σας είναι η πιο σημαντική κατεύθυνση δράσης του ΔΟΝΑ Κομοτηνής;	Προγράμματα άθλησης για όλους	83,8%

Δομική εγκυρότητα και αξιοπιστία

Η εξέταση της δομικής εγκυρότητας των ερωτηματολογίων έγινε μέσω της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης και με τη βοήθεια του στατιστικού πακέτου SPSS 8.0. Η διερευνητική παραγοντική ανάλυση έγινε με τη μέθοδο της ανάλυσης σε κύριες συνιστώσες (principal components analysis) και στη συνέχεια ακολούθησε η ορθογώνια (varimax) περιστροφή των αξόνων. Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με το κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1.00. Η μικρότερη φόρτιση που χρησιμοποιήθηκε για να διαμοιραστούν οι ερωτήσεις στους παράγοντες ήταν 0.40. Η παραγοντική ανάλυση αποκάλυψε πέντε παράγοντες που παρουσιάζονται στον Πίνακα X. Τα αποτελέσματα φαίνεται ότι επιβεβαιώνουν τη δομική εγκυρότητα του ερωτηματολογίου της Μιχαλοπούλου Μ. και συν. (1998).

Πίνακας X: Αποτελέσματα από την παραγοντική ανάλυση των δεδομένων στο ερωτηματολόγιο της κλίμακας των υπηρεσιών, το οποίο περιείχε τους πέντε παράγοντες.

ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ	ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ				
	1	2	3	4	5
35) Στο δημοτικό γυμναστήριο πραγματοποιούν ότι υπόσχονται.	.68				
36) Το προσωπικό ανταποκρίνεται στα παράπονα των μελών.	.77				
37) Το προσωπικό ενδιαφέρεται για την πρόοδο των μελών.	.81				
25) Εμφάνιση και λειτουργικότητα χώρου.		.61			
26) Καθαριότητα χώρων – αποδυτηρίων.		.71			
27) Ευγένεια προσωπικού.		.79			
31) Γνώσεις προσωπικού.		.68			
43) Διαχειρίζονται καταστάσεις άμεσης ανάγκης & πληροφορούν.		.54			
38) Το προσωπικό διατηρεί καλό αρχείο πελατών.			.48		
39) Τα προσφερόμενα προγράμματα ανανεώνονται τακτικά.			.58		
40) Υπάρχει ποιότητα στον εξοπλισμό.			.83		
41) Υπάρχει ποιότητα στον οργανισμό.			.77		
42) Οι δραστηριότητες αρχίζουν και τελειώνουν στην ώρα τους.			.52		
28) Ποικιλία προγραμμάτων και οργάνων.				.59	
29) Βολικό ωράριο προγραμμάτων.				.74	
30) Έλλειψη συνωστισμού στα όργανα / προγράμματα.				.77	
34) Ενημέρωση από το προσωπικό για προβλήματα / αλλαγές.				.60	

32) Τοποθεσία δημοτικού γυμναστηρίου.					.42
33) Κοινωνικότητα, γνωριμίες.					.77

Σημείωση: φορτίσεις μικρότερες του 0.40 δεν αναφέρονται.

Η αξιοπιστία όλου του ερωτηματολογίου ελέγχθηκε υπολογίζοντας το Cronbach α για όλα τα ερωτήματα. Το συνολικό α της κλίμακας ήταν $\alpha=.86$.

Μέσοι όροι ερωτηματολογίου.

Μελετήθηκαν οι μέσοι όροι καθενός υποερωτήματος των ερωτήσεων 19 και 20 του ερωτηματολογίου των υπηρεσιών. Η 19 ερώτηση αντιστοιχεί στα υποερωτήματα 19-24. Η 20 ερώτηση αντιστοιχεί στα υποερωτήματα 25-43. Στον πίνακα XI παρουσιάζονται οι μέσοι όροι κατά φθίνουσα σειρά ξεκινώντας από το μεγαλύτερο. Από τον πίνακα αυτό διαπιστώνεται ποια είναι τα δυνατά και ποια τα αδύνατα σημεία του δημοτικού οργανισμού νεολαίας και άθλησης της Κομοτηνής και συνεπώς που πρέπει να δοθεί η απαραίτητη βαρύτητα.

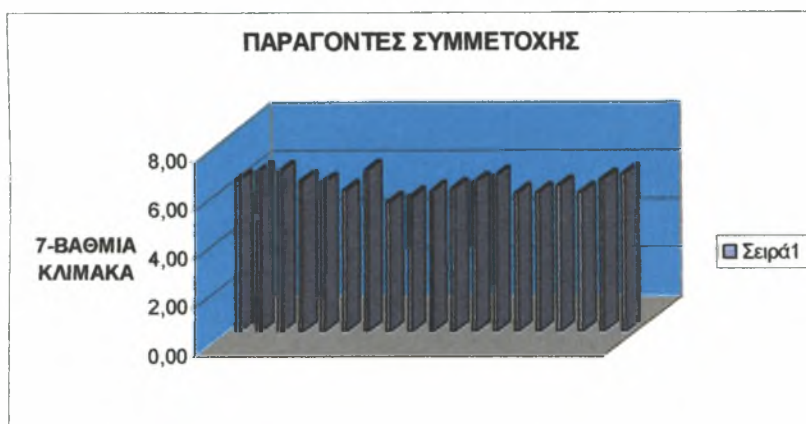
Πίνακας XI: Μέσοι όροι ερωτηματολογίου 7-βάθμιας κλίμακας τμήματος ερωτηματολογίου για τις σημαντικότερες παραμέτρους παρακίνησης των δημοτών για άσκηση, τυπική απόκλιση.

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ	Μ.Ο.	Τ.ΑΠ
31) Γνώσεις προσωπικού.	6,65	0,89
27) Ευγένεια προσωπικού.	6,59	0,88
26) Καθαριότητα χώρων – αποδυτηρίων.	6,58	0,86
19) Διατήρηση, βελτίωση υγείας.	6,51	0,96
43) Ύπαρξη ασφάλειας, αντιμετώπιση έκτακτων περιστατικών & πληροφόρηση.	6,46	0,95

37) Το προσωπικό ενδιαφέρεται για την πρόοδο των μελών.	6,39	1,06
42) Οι δραστηριότητες αρχίζουν και τελειώνουν στην ώρα τους.	6,22	1,09
25) Εμφάνιση και λειτουργικότητα χώρου.	6,22	1,22
28) Ποικιλία προγραμμάτων και οργάνων.	6,16	0,93
29) Βολικό ωράριο προγραμμάτων.	6,10	1,09
36) Το προσωπικό ανταποκρίνεται στα παράπονα των μελών.	6,09	1,07
40) Υπάρχει ποιότητα στον εξοπλισμό.	5,97	1,20
35) Στο δημοτικό γυμναστήριο πραγματοποιούν ότι υπόσχονται.	5,86	1,17
30) Έλλειψη συνωστισμού στα όργανα / προγράμματα.	5,78	1,15
34) Ενημέρωση από το προσωπικό για προβλήματα / αλλαγές.	5,76	1,20
39) Τα προσφερόμενα προγράμματα ανανεώνονται τακτικά.	5,68	1,28
41) Υπάρχει ποιότητα στον οργανισμό.	5,67	1,19
38) Το προσωπικό διατηρεί καλό αρχείο πελατών.	5,66	1,38
23) Αναψυχή και Ψυχαγωγία.	5,52	1,28
33) Κοινωνικότητα, γνωριμίες.	5,50	1,50
20) Βελτίωση εξωτερικής εμφάνισης (γράμμωση μυών).	5,34	1,63

32) Τοποθεσία δημοτικού γυμναστηρίου.	5,30	1,41
24) Κοινωνικότητα, γνωριμίες (ως λόγος προτροπής).	5,21	1,53
21) Μείωση σωματικού βάρους.	5,09	2,02
22) Body Building (Άσκηση για να λάβεις μέρος σε αγώνες).	2,05	1,59

Στο παρακάτω σχήμα 1 απεικονίζονται οι Μ.Ο. των 18 παραγόντων της 20^{ης} ερώτησης, όπου φαίνεται διαπιστώνεται πως οι μέσοι όροι κυμαίνονται ανάμεσα στο έξι και στο επτά της επταβάθμιας κλίμακας.



Σχήμα 1: Παράγοντες συμμετοχής 20^{ης} ερώτησης.

Παράγοντες διαφοροποίησης της συνολικής αντίληψης των ασκουμένων για τις υπηρεσίες.

Παράγοντες συμμετοχής

Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών στη συνολική αντίληψη των ασκουμένων για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης μεταξύ των δύο φύλων εφαρμόστηκε το t-test για ανεξάρτητα δείγματα. Από την ανάλυση βρέθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστική διαφορά μεταξύ ανδρών (M=113,20) και γυναικών (M=115,50) με $F=1.06$, $p=.31 > 0.05$.

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς δύο παράγοντες διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση στη συνολική αντίληψη των ασκουμένων για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης μεταξύ των παραγόντων «ηλικία» και «μόρφωση» με $F_{(24,232)}=0.891$, $p=0.614>0.05$. Επίσης, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση του παράγοντα «ηλικία» με $F_{(8,232)}=1.066$, $p=0.388>0.05$ και δεν υπάρχει σημαντική επίδραση του παράγοντα «μόρφωση» με $F_{(5,232)}=2.188$, $p=0.056>0.05$.

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς δύο παράγοντες διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση στη συνολική αντίληψη των ασκουμένων για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης μεταξύ των παραγόντων «εβδομαδιαίας συχνότητας άσκησης» και «μηνιαίας διάρκειας άσκησης» με $F_{(10,255)}=1.044$, $p=0.406>0.05$. Επίσης, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική επίδραση του παράγοντα «μηνιαία διάρκεια άσκησης» με $F_{(3,255)}=1.109$, $p=0.346>0.05$. Σημειώνεται όμως, σημαντική κύρια επίδραση του παράγοντα «εβδομαδιαίας συχνότητας άσκησης» με $F_{(5,255)}=3.099$, $p=0.010<0.05$. Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Sidak και διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των βαθμίδων 7 φορές ($M=104,25$) με τις 3 φορές ($M=111,65$) και 7 φορές ($M=104,25$) με τις 5 φορές ($M=117,69$).

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς δύο παράγοντες διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση στη συνολική αντίληψη των ασκουμένων για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής στα προγράμματα άσκησης μεταξύ των παραγόντων «παλαιότητας των μελών» και «εισόδημα» με $F_{(28,199)}=0.622$, $p=0.932>0.05$. Επίσης, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση του παράγοντα «παλαιότητα των μελών» με $F_{(9,199)}=0.749$, $p=0.663>0.05$ και δεν υπάρχει σημαντική επίδραση του παράγοντα «εισόδημα» με $F_{(5,199)}=0.876$, $p=0.498>0.05$.

Αίτια επιλογής προγράμματος άσκησης

Από την ανάλυση διακύμανσης ως προς ένα παράγοντα διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική επίδραση στα αίτια επιλογής προγράμματος άσκησης του παράγοντα «ηλικία» με $F_{(8,281)}=2.541$, $p=0.011<0.05$. Για τον εντοπισμό των στατιστικά σημαντικών διαφορών εφαρμόστηκε το τεστ πολλαπλών συγκρίσεων Tukey HSD και διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά των βαθμίδων παιδιά ($M=3,58$) και άτομα άνω των 55 ετών ($M=2,18$).

Στο σχήμα 2 απεικονίζεται η γραφική παράσταση ανάμεσα στα αίτια επιλογής και στις ηλικιακές ομάδες.



Σχήμα 2: Αίτια επιλογής – ηλικίες.

Προτροπή άσκησης

Τέλος, από την ανάλυση διακύμανσης ως προς δύο παράγοντες διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση στο συνολικό λόγο προτροπής άσκησης μεταξύ των παραγόντων «φύλο» και «ηλικία» με $F_{(8,258)}=0.311$, $p=0.962>0.05$. Επίσης, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική κύρια επίδραση του παράγοντα «φύλο» με $F_{(1,258)}=0.004$, $p=0.949>0.05$ και δεν υπάρχει σημαντική επίδραση του παράγοντα «ηλικία» με $F_{(8,258)}=1.897$, $p=0.061>0.05$.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ
ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συζήτηση

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν η συλλογή πληροφοριών, με τη χρήση ερωτηματολογίου, για την καταγραφή των στάσεων και των απόψεων σε θέματα που ενδιαφέρουν την οργάνωση, το περιεχόμενο και τις υπηρεσίες άθλησης και αναψυχής του δημοτικού οργανισμού της Κομοτηνής. Ένας από τους στόχους της παρούσας μελέτης ήταν και η αρχική εξέταση της δομικής εγκυρότητας και αξιοπιστίας του ερωτηματολογίου των υπηρεσιών. Η παραγοντική ανάλυση αποκάλυψε πέντε παράγοντες. Η αξιοπιστία όλου του ερωτηματολογίου ελέγχθηκε υπολογίζοντας το Cronbach άλφα για όλα τα ερωτήματα και επίσης για κάθε ένα παράγοντα χωριστά και αποδείχτηκε υψηλή σε όλα. Λόγω των παραπάνω συμπεραίνεται πως το μοντέλο των Μιχαλοπούλου Μ., Αργυροπούλου Ε. και Κώστα Γ. (1998), για τις αναψυχικές δραστηριότητες, ισχύει εξίσου για τους δημοτικούς οργανισμούς άθλησης.

Παράγοντες συμμετοχής

Στην παρούσα έρευνα, προέκυψε από τις αναλύσεις ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά λόγω του φύλου στη συνολική αντίληψη για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής, επαληθεύοντας την 1^η μηδενική στατιστική υπόθεση. Σύμφωνα με τους μέσους όρους των απαντήσεων των γυναικών και των αντρών, θεωρούν και τα δύο φύλα όλους τους παράγοντες ιδιαίτερα σημαντικούς και επιζητούν υψηλές υπηρεσίες.

Επίσης από την εξέταση της αλληλεπίδρασης και των κυρίων επιδράσεων των παραγόντων «ηλικία» και «μόρφωση» για τους σημαντικότερους παράγοντες συμμετοχής δε διαπιστώθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, οπότε επαληθεύτηκε και η 2^η μηδενική στατιστική υπόθεση. Αξίζει να αναφερθεί ότι το μορφωτικό επίπεδο οριακά δεν παρουσίασε στατιστικά σημαντική διαφορά, ωστόσο σημειώνεται διαφορά κυρίως ανάμεσα στους απόφοιτους λυκείου και Α.Ε.Ι. Μάλλον οφείλεται στην «αυστηρότητα» των απαντήσεων των αποφοίτων Α.Ε.Ι. γνωρίζοντας τη σημαντικότητα των παραγόντων, σε αντίθεση με τους αποφοίτους λυκείου που οι απαντήσεις τους ήταν αρκετά υψηλές σε σημαντικότητα.

Επιπρόσθετα, επαληθεύτηκε η 3^η μηδενική στατιστική υπόθεση, αφού δεν παρουσιάστηκε στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση των παραγόντων «εβδομαδιαία συχνότητα άσκησης» και «μηνιαία συχνότητα άσκησης». Σημειώθηκε όμως κύρια επίδραση του παράγοντα «εβδομαδιαία συχνότητα άσκησης». Αυτοί που συμμετέχουν σε προγράμματα του Δ.Ο.Ν.Α. και τις επτά ημέρες δε δίνουν τόση βαρύτητα στα περιφερειακά στοιχεία της άσκησης, αλλά στην ίδια την άσκηση, ενώ αυτοί που ασκούνται τρεις και πέντε φορές ενδιαφέρονται να απολαμβάνουν και υψηλές υπηρεσίες, αφού ασκούνται και για αναψυχή.

Τέλος, επαληθεύτηκε και η 4^η μηδενική στατιστική υπόθεση, διότι δε σημειώθηκε στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση των παραγόντων «παλαιότητα των ασκουμένων» και «εισόδημα» με τη μεταβλητή συνολικοί παράγοντες συμμετοχής, αλλά ούτε και κύριες επιδράσεις. Όπως φαίνεται όλοι κρίνουν τις παρούσες συνθήκες, χωρίς να υπολογίζουν προγενέστερες εμπειρίες στα προγράμματα του Δ.Ο.Ν.Α. και το εισόδημα δεν παρουσίασε διαφορές, όπως και αναμενότανε, αφού τα προγράμματα είναι σχεδόν δωρεάν για όλους.

Αίτια επιλογής προγράμματος άσκησης

Στην παρούσα έρευνα, προέκυψε από τις αναλύσεις ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά λόγω της ηλικίας στα αίτια επιλογής για συμμετοχή στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής, επαληθεύοντας την 5^η εναλλακτική στατιστική υπόθεση. Οι κατηγορία των ασκουμένων άνω των 55 ετών αποδείχτηκε ότι επιλέγουν ένα πρόγραμμα λόγω της ποιότητας του, ενώ τα παιδιά με βάση τις βολικές ώρες των προγραμμάτων. Οι λόγοι για τους οποίους οι ασκούμενοι άνω των 55 ετών εμφανίζονται να κρίνουν ένα πρόγραμμα και μετά να το επιλέγουν, ίσως να οφείλεται στην έλλειψη μέχρι τώρα κατάλληλων σχεδιασμένων προγραμμάτων γι' αυτές τις ηλικίες και στην ανάγκη τους να πεισθούν για τα οφέλη στην υγεία τους από την άσκηση. Φαίνεται πως στους δημοτικούς οργανισμούς αισθάνονται ικανοποιημένοι από την ποιότητα των προγραμμάτων και βρίσκουν ένα μέρος που συνδυάζει και τη δική τους ψυχαγωγία. Τα παιδιά φαίνεται να επιλέγουν λόγω των βολικών ωραρίων, ίσως όμως το αποτέλεσμα αυτό να οφείλεται στην έλλειψη χρόνου των γονέων τους που τα μεταφέρουν και στην ανάγκη των γονέων για εύρεση βολικών ωρών. Αξίζει να αναφερθεί ότι η κατηγορία των 15-25 ετών επιλέγει τα προγράμματα λόγω της ποιότητας κι αυτό μπορεί να οφείλεται στη δυνατότητα αυτής της κατηγορίας να επιλέξει διάφορες δραστηριότητες για τον ελεύθερο της χρόνο. Ενώ, οι κατηγορίες 26-35, 36-45

και 46-55 επιλέγουν ένα πρόγραμμα λόγω της ποικιλίας, αφού κάθε κατηγορία έχει διαφορετικές ανάγκες και ελάχιστο ελεύθερο χρόνο.

Προτροπή άσκησης

Επίσης, από τις αναλύσεις επαληθεύτηκε και η 6^η μηδενική στατιστική υπόθεση, αφού φάνηκε ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική αλληλεπίδραση λόγω της ηλικίας και του φύλου στο συνολικό λόγο προτροπής για άσκηση και δεν υπάρχουν και κύριες επιδράσεις. Όλοι οι ασκούμενοι γυναίκες και άντρες κάθε ηλικίας θεωρούν ως πιο σπουδαίο λόγο την συντήρηση της υγείας. Στη συζήτηση που ακολουθεί για την ανάλυση των συχνοτήτων θα αναλυθεί εκτενώς ο παράγοντας της συντήρησης της υγείας και η σημασία του σε όλους σχεδόν τους συμμετέχοντες.

Προφίλ συμμετεχόντων

Από την ανάλυση συχνοτήτων του ερωτηματολογίου προέκυψε διαφορά στο ποσοστό συμμετοχής στα προγράμματα του Δ.Ο.Ν.Α. ανάμεσα στις γυναίκες και τους άντρες, από την ανάλυση Crosstabs δε φάνηκε διαφορά στο λόγο συμμετοχής ανάμεσα στο φύλο, οπότε το αποτέλεσμα θα οφείλεται στην πληθυσμιακή σύσταση. Επίσης, παρατηρείται πως παρότι πολλοί πελάτες είναι άνω των 55 ετών (21,5%), υπάρχει μια κίνηση της νεολαίας προς τους δημοτικούς οργανισμούς, αφού η κατηγορία 26-35 συγκεντρώνει το 27,1% της συμμετοχής, στην οποία πρέπει να δοθεί η απαραίτητη προσοχή για να αυξηθεί το εύρος των ασκουμένων.

Οι διαφορές λόγω οικογενειακής κατάστασης μπορεί να οφείλονται στο γεγονός ότι οι ανύπαντροι έχουν περισσότερες επιλογές για αναψυχή, ενώ οι παντρεμένοι έχουν το πρόβλημα της φύλαξης των παιδιών τους κατά την ώρα της άσκησης και τον περιορισμένο ελεύθερο χρόνο τους. Οι παντρεμένοι με δύο παιδιά φαίνεται να συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό, στις περισσότερες περιπτώσεις όμως τα παιδιά τους ασκούνται και αυτά στο δημοτικό οργανισμό. Αυτό το πρόβλημα θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί με τη διαμόρφωση οικογενειακών προγραμμάτων ή την επέκταση των υαρχόντων σε προγράμματα με φύλαξη και ψυχαγωγία των παιδιών παράλληλα.

Το εισόδημα και το επάγγελμα δεν παρουσίασαν επιδράσεις στη συμμετοχή, αφού η συμμετοχή από όλες τις οικονομικές βαθμίδες και τα επαγγέλματα είναι εξίσου σημαντική.



Ίσως η χαμηλή ετήσια συνδρομή (10 ευρώ) να μην αποκαλύπτει διαφορές, ενώ μια υψηλότερη να αποκάλυπτε. Κι αυτό γιατί όλοι είναι ευχαριστημένοι με το ύψος της συνδρομής και προτίθενται να δώσουν το πολύ έως 15 ευρώ. Οι διαφορές στα ποσοστά λόγω του επιπέδου μόρφωσης δεν ήταν τόσο σημαντικές, οπότε οι υπεύθυνοι θα πρέπει να μεριμνήσουν για καλύτερες υπηρεσίες σε όλους.

Διατηρησιμότητα

- Χρονικές ζώνες

Για να αυξηθεί ο αριθμός των ασκουμένων πρέπει να διατηρηθούν οι υπάρχοντες ασκούμενοι και μετά να ενδιαφερθούν οι υπεύθυνοι για νέους ασκούμενους. Τα ποσοστά της συχνότητας επίσκεψης δείχνουν ότι οι περισσότεροι ασκούμενοι πηγαίνουν πάνω από επτά μήνες το χρόνο, αυτό σημαίνει πως οι υπηρεσίες που προσφέρονται είναι ικανές να τους κρατήσουν, αν και δεν πρέπει να σταματήσει η βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επίσης, οι ασκούμενοι πηγαίνουν ως επί το πλείστον τρεις φορές την εβδομάδα στα προγράμματα, συνήθως Δευτέρα – Τετάρτη - Παρασκευή, και ιδίως μετά το απόγευμα και αυτό δείχνει ότι πρέπει να σχεδιαστούν περισσότερα απογευματινά προγράμματα. Τα τελευταία χρόνια ανανεώθηκαν αρκετά οι ασκούμενοι και αυτό δείχνει πως η εμφανής βελτίωση του δημοτικού οργανισμού έφερε θετικά αποτελέσματα, αφού ως επί το πλείστον η επιλογή των προγραμμάτων γίνεται με βάση την ποιότητα που έχουν (41,9%), αν και πολλοί τα επιλέγουν λόγω της χαμηλής ετήσιας συνδρομής (26,7%). Οι περισσότεροι ασκούμενοι πριν έρθουν στα προγράμματα δουλεύουν (47,2%), ή ξεκουράζονται αν είναι συνταξιούχοι (30,4%), ενώ μετά όλοι ξεκουράζονται (52,1%) ή τρώνε (16,5%), άρα τα απογευματινά ωράρια είναι όντως πιο κατάλληλα και προτιμώμενα.

- Προώθηση

Πολλοί προτιμούν να ασκηθούν μόνοι ή με παρέα και αυτό είναι θετικό, γιατί η προσωπική διαφήμιση είναι και η καλύτερη. Ιδίως όταν οι ασκούμενοι προτρέπουν και άλλους να ασκηθούν, όπως δείχνουν τα αποτελέσματα μας (45,5%), τότε ο οργανισμός είναι επιτυχημένος. Ακόμη, φάνηκε ότι οι ίδιοι οι εργαζόμενοι είναι και αυτοί καλοί διαφημιστές των προγραμμάτων (23,1%) και αυτό σημαίνει ότι πιστεύουν στο σκοπό του οργανισμού και ότι υπάρχει ενότητα. Ο Αυθίνος (1998), επισημαίνει τη σημαντικότητα

του προσωπικού του φορέα για την προώθηση και διαφήμιση των προγραμμάτων και τονίζει ότι πρέπει να είναι εύκολα αναγνωρίσιμο από τους πολίτες. Προτείνει ότι θα μπορούσαν να φορούν μια ενιαία στολή όταν βρίσκονται σε ώρα εργασίας. Αυτό είναι απαραίτητο για να γίνονται γνωστές οι υπηρεσίες που προσφέρει ο φορέας, τόσο στους αθλούμενους, μέσα στο χώρο που παρευρίσκονται οι υπάλληλοι του, όσο και στους διερχόμενους πολίτες, όταν πρόκειται για ανοικτές αθλητικές εγκαταστάσεις. Οι αθλητικές εγκαταστάσεις του οργανισμού πρέπει να φέρουν σε ευκρινές σημείο το λογότυπο του δημοτικού οργανισμού. Αυτό είναι απαραίτητο, διότι δηλώνει την προέλευση και την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται εκεί. Ακόμη, πρέπει να υπάρχουν πινακίδες με χρήσιμες πληροφορίες σχετικά με τις ώρες λειτουργίας και την ηλικιακή ομάδα στην οποία απευθύνεται η κάθε αθλητική εγκατάσταση, παραιτήσεις για τη διατήρηση του χώρου καθαρού και άλλα πολλά.

- Χρέωση Υπηρεσιών

Επιπλέον, οι ασκούμενοι δήλωσαν ότι δε θα τους ενοχλούσε η συμμετοχή δημοτών άλλων δήμων, αν και αυτοί βέβαια αντιμετωπίζονταν με την ίδια πολιτική κοστολόγησης όπως και οι ίδιοι. Το σημαντικότερο είναι η διάθεση, την οποία έδειξαν για να πληρώσουν έως και δέκα ευρώ μηνιαία συνδρομή, γεγονός που λύνει το σημαντικότερο πρόβλημα του οργανισμού, το οικονομικό. Θα μπορούσε ο οργανισμός να κοστολογήσει επιλεκτικά τα ειδικά προγράμματα, τα οποία έχουν μεγαλύτερο κόστος λειτουργίας, ώστε να μην τα διακόπτει λόγω οικονομικών δυσχερειών και να συνεχίζει να καλύπτει τις ανάγκες όλων των δημοτών για άθληση και αναψυχή. Οι δημοτικοί οργανισμοί πρέπει να δημιουργούν προϋποθέσεις για την ικανοποίηση αθλητικών ενδιαφερόντων, ακόμη και σε σχετικά μικρές ομάδες πολιτών. Στην περίπτωση αυτή, παρέχουν πληροφορίες, καθοδήγηση, ηθική και υλική βοήθεια σε ομάδες ατόμων που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με δραστηριότητες και αθλήματα μικρής σχετικά δημοτικότητας, έως ότου αποκτήσουν την απαραίτητη υποδομή για να λειτουργήσουν ανεξάρτητα. Η Vanier (1977), αναφέρει ως πρακτική από ανάλογους οργανισμούς να δημιουργούν νέο πρόγραμμα για ομάδες από δέκα ατόμων.

Αφού και οι ίδιοι οι πολίτες δεν έχουν πρόβλημα οικονομικής συμμετοχής, τότε τα προγράμματα άθλησης για όλους έχουν μέλλον και με την παράλληλη στήριξη πολιτείας και δημοτικών αρχών μπορούν να πρωταγωνιστήσουν στην αθλητική σκηνή και να γίνουν ανταγωνιστικά. Βέβαια, ο ανταγωνισμός είναι θεμιτός, γιατί οδηγεί στην εξέλιξη, αλλά

πρέπει να γίνει με προσοχή από εξειδικευμένα στελέχη για να μη δημιουργηθεί ηθικό πρόβλημα με τον ανταγωνισμό των ιδιωτών, οι οποίοι δεν έχουν το ίδιο οικονομικό βάθος με το δημόσιο χώρο. Ακόμη, όπως αναφέρει ο Αυθίνος (1998), οι συνολικές ανάγκες του δημοτικού οργανισμού σε εγκαταστάσεις γύμνασης, άθλησης και κινητικής αναψυχής, πρέπει να διερευνηθούν με σχετική μελέτη, η οποία θα συμπεριλάβει: δημογραφικά, περιβαλλοντικά και πολεοδομικά στοιχεία, καθώς επίσης τα αποτελέσματα δημοσκοπήσης για την αναψυχή (ανάγκες – ενδιαφέροντα) των πολιτών του δημοτικού οργανισμού. Μια τέτοια προσπάθεια πρέπει να ολοκληρωθεί με τη σύνταξη ενός τετραετούς πλάνου ανάπτυξης της ανάλογης υποδομής του δήμου.

- Περιοχές / Εγκαταστάσεις

Από την ανάλυση συχνοτήτων για τις περιοχές διαμονής παρουσιάστηκε ισομερής συμμετοχή από όλες τις περιοχές με ένα προβάδισμα του Βορρά και των κατοίκων των περιφερειακών χωριών. Όμως, οι περισσότεροι θέλουν να διανύουν έως ένα χιλιόμετρο ως το γυμναστήριο και να πηγαίνουν με τα πόδια ή το αυτοκίνητο σε σύντομο χρονικό διάστημα. Όλα αυτά δείχνουν πως ο δημοτικός οργανισμός πρέπει να δημιουργήσει ή να εκμισθώσει γυμναστήρια ή να του παραχωρηθούν σχολικά γυμναστήρια σε διάφορα μέρη της πόλης και στα πιο κεντρικά χωριά, ώστε όλοι να έχουν στη «γειτονία» τους το δικό τους γυμναστήριο. Αυτήν την άποψη την επικροτεί και ο Αυθίνος (1998), ο οποίος σημειώνει ότι στην περίπτωση που ένας δημοτικός οργανισμός καλύπτει μεγάλη γεωγραφική περιφέρεια, ο προγραμματισμός των δραστηριοτήτων του πρέπει να είναι τέτοιος που να την καλύπτει ολόκληρη. Η γειτονιά πρέπει να αποτελεί τον πυρήνα για δραστηριότητες που απευθύνονται σε παιδιά και ηλικιωμένους, λόγω της περιορισμένης ευχέρειας που έχουν να μετακινούνται. Για όλους τους άλλους αθλούμενους, μπορούν να δημιουργηθούν κέντρα σε διαφορετικά γεωγραφικά διαμερίσματα ή σε κεντρικά σημεία της πόλης.

- Σχεδιασμός Προγραμμάτων

Επιπλέον, οι περισσότεροι πολίτες θέλουν να συμμετέχουν σε προγράμματα άσκησης εργαζομένων, γυναικών, καρδιοπαθών και ιδίως προγράμματα που υλοποιούνται στο κολυμβητήριο, σε συνδυασμό με τη χρήση κυρίως βαρών, διαδρόμων και ποδηλάτων. Το αποτέλεσμα αυτό μπορεί να βοηθήσει τους σχεδιαστές των προγραμμάτων άσκησης του οργανισμού, ώστε να δημιουργήσουν προγράμματα σύμφωνα με τη θέληση του κόσμου. Η

Bone (1995), πρότεινε αρκετές στρατηγικές, τις οποίες μπορούν οι μάνατζερ να διαμορφώσουν κατά περίπτωση με σκοπό να δημιουργήσουν περισσότερες θετικές αντιλήψεις για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Επίσης, όπως αναφέρουν οι Sessoms, Meyer και Brightbill (1975), η παραπάνω αξιολόγηση μπορεί να βοηθήσει, στην ταξινόμηση των προγραμμάτων αναψυχής με βάση το αποτέλεσμα (π.χ. βελτίωση της υγείας, αναψυχή) ή το είδος των δραστηριοτήτων που προσφέρει. Για να γίνει όμως αυτό, χρειάζεται πρώτα να πραγματοποιηθεί μια αξιολόγηση των υπαρχόντων μέσων του δημοτικού οργανισμού (προγράμματα - εγκαταστάσεις, κτλ, συμπεριλαμβανομένης της αναζήτησης των ενδιαφερόντων και προτιμήσεων του κοινού). Επίσης, χρειάζεται να επιλεγούν οι χώροι και οι δραστηριότητες άσκησης για όλους και κινητικής αναψυχής που θα αποτελέσουν το πρόγραμμα.

Σημαντικότεροι λόγοι άσκησης

Αξιοσημείωτο είναι ότι επαληθεύτηκε η δεύτερη ερευνητική υπόθεση, δηλαδή ότι ο σημαντικότερος λόγος άσκησης για το μέγιστο τμήμα των ασκουμένων είναι η υγεία (Σχήμα 3). Αναλυτικά οι παράγοντες υγεία, εξωτερική εμφάνιση, μείωση σωματικού βάρους, αναψυχή και κοινωνικότητα-γνωριμίες φαίνεται να θεωρούνται εξίσου σημαντικοί για τους ασκούμενους, με μόνη εξαίρεση το body building που δε φαίνεται να τους ενδιαφέρει, οπότε η πρώτη ερευνητική υπόθεση δεν επαληθεύτηκε. Άρα η συντήρηση της υγείας για μια ομαλότερη ζωή είναι αυτή που μετράει για αυτούς και όχι το αγωνιστικό μέρος του αθλητισμού, οπότε και τα προγράμματα θα πρέπει να είναι ανθρωποκεντρικά.



Σχήμα 3: Σπουδαιότερος λόγος προτροπής για άσκηση για το σύνολο του δείγματος.

Από τους μέσους όρους φαίνεται ότι οι ασκούμενοι είναι ευχαριστημένοι από το ωράριο και την προσωπική τους συμμετοχή στα προγράμματα, αλλά αν και δεν αναζητούν ανανέωση, πρέπει να υπάρξει συνεχής εξέλιξη και γενικά κάτι διαφορετικό που θα αυξήσει το ενδιαφέρον τους και στα επόμενα χρόνια. Τέλος, διαπιστώνεται πως οι μέσοι όροι κυμαίνονται ανάμεσα στο έξι και στο επτά της επταβάθμιας κλίμακας και αυτό φανερώνει την ισχυρή άποψη του κόσμου, συμμετεχόντων και μη στα προγράμματα, για τη σημαντικότητα των παραγόντων των υπηρεσιών του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής.

Τα αποτελέσματα τονίζουν τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών, που ήδη αναγνωρίζουν οι ασκούμενοι, αφού οι περισσότεροι πιστεύουν πως η πιο σημαντική κατεύθυνση δράσης του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής είναι τα προγράμματα άθλησης για όλους. Το γεγονός αυτό πρέπει να προβληματίσει κυρίως τους υπεύθυνους του οργανισμού και όλους όσους ασχολούνται με τους δημοτικούς οργανισμούς και το χώρο των υπηρεσιών. Οι πέντε διαστάσεις που εξέτασε η παρούσα έρευνα παρουσίασαν σχετικά υψηλούς μέσους όρους στην κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε. Κατά μέσο όρο οι πελάτες ήταν ευχαριστημένοι αφού στην κλίμακα από 1 έως 7, με το επτά να δηλώνει τη θετική άποψη, οι απαντήσεις κυμαίνονταν στο έξι και επτά σε όλους τους παράγοντες. Όμως, όπως συμπεραίνει ο Turpin (1995), στη σημερινή εποχή το περιβάλλον είναι υψηλά ανταγωνιστικό και οι πελάτες / ασκούμενοι γίνονται διαρκώς πιο απαιτητικοί και επιλεκτικοί και οι “λεπτομέρειες” θα δημιουργήσουν τη διαφορά στην απόκτηση και διατήρηση των πελατών / ασκουμένων. Οπότε, η σχετική ικανοποίηση των ασκουμένων του δημοτικού οργανισμού που έγινε η έρευνα δεν είναι αρκετή και δεν πρέπει να εφησυχάσει. Απεναντίας, οι προσπάθειες για βελτίωση και εξέλιξη θα δώσουν τις βάσεις για τη διατήρηση των ασκουμένων και την αύξησή τους στο μέλλον.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, οι ερευνητικές υποθέσεις επαληθεύτηκαν και εξετάστηκαν όλες οι στατιστικές υποθέσεις. Επίσης, ολοκληρώθηκαν οι αρχικοί σκοποί της έρευνας για καταγραφή και διερεύνηση των υπηρεσιών του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής και στο επόμενο κεφάλαιο θα αξιολογηθούν. Η Παπαδημητρίου Δ. (1997), επισημαίνει ότι ο σχεδιασμός και η διεξαγωγή της αξιολόγησης του οργανωτικού έργου μπορεί να δημιουργήσουν ένταση και διαφωνίες μεταξύ διαφορετικών ομάδων μέσα στον ίδιο τον οργανισμό. Το τι θα αξιολογηθεί, με ποια μέθοδο, για ποιο σκοπό και από ποιο πρόσωπο είναι όλα ερωτήματα που μπορούν εύκολα να προκαλέσουν διάσταση απόψεων, ιδιαίτερα σε οργανισμούς που οι στόχοι και οι στρατηγικές αποφάσεις επηρεάζονται σημαντικά από πολιτικούς παράγοντες. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πορίσματα αξιολόγησης που φέρνουν

στο φως λανθασμένες αποφάσεις ή σπατάλη πόρων είναι πιθανόν να αποκρυφτούν ή να γίνουν αντικείμενο διαστρέβλωσης.

Κατά συνέπεια, είναι πολύ σημαντικό τα άτομα που αναλαμβάνουν τη διαδικασία ελέγχου και αξιολόγησης του έργου ενός οργανισμού να είναι γνώστες του κοινωνικού και πολιτικού του γίνεσθαι και να είναι προετοιμασμένα κατάλληλα να αντιμετωπίσουν τέτοιες επεμβάσεις (Jutcovich & Jutcovich 1987, Bamberger 1991). Είναι επίσης απαραίτητο οι διοικούντες και οι εργαζόμενοι να έχουν πειστεί για το ρόλο και τα οφέλη της αξιολόγησης, έτσι ώστε να συμμετέχουν ουσιαστικά στη διαδικασία.

Γενικά, οι σημαντικές παράμετροι στο σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στην επιτυχία της αξιολόγησης του οργανωτικού έργου είναι η σφαιρικότητα της μεθόδου συλλογής δεδομένων και η αντικειμενικότητα της ανάλυσής τους. Όπως υπογραμμίζουν οι Scholock & Thornton (1988), ο έλεγχος και η αξιολόγηση είναι μια συνεχόμενη και δυναμική διαδικασία που απαιτεί καθαρή και λογική σκέψη. Οι ίδιοι θεωρητικοί υποστηρίζουν ότι αυτές καθαυτές οι προτεινόμενες μέθοδοι αξιολόγησης δεν μπορούν να στηρίξουν ή να δικαιολογήσουν τις μεγάλες αποφάσεις του οργανισμού, αλλά μόνο να εμπλουτίσουν την αυξημένη πληροφόρηση που απαιτούν τα συστήματα αποφάσεων του οργανισμού. Συνεπώς, κάθε διαδικασία ελέγχου και αξιολόγησης της απόδοσης πρέπει να βασίζεται σε λογικές και όσο το δυνατόν πιο επιστημονικά τεκμηριωμένες μεθόδους συλλογής και επεξεργασίας δεδομένων.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της διερεύνησης των υπηρεσιών άθλησης και αναψυχής του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής, παρέχει τη δυνατότητα στα στελέχη του δημοτικού οργανισμού, τα οποία είναι υπεύθυνα για την οργάνωση και το σχεδιασμό των προγραμμάτων, να παρέμβουν και να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητα του προγραμματισμού τους. Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την αξιολόγηση και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κατανόηση των παραμέτρων που επηρεάζουν την πορεία του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής παρουσιάζονται παρακάτω.

- Η συντήρηση της υγείας ο σημαντικότερος λόγος για άσκηση.
- Ικανοποίηση από τη συχνότητα συμμετοχής στα προγράμματα.
- Η επιθυμία του κοινού είναι ξεκάθαρη για προγράμματα με χρήση βαρών.
- Διάθεση των δημοτών για χρέωση των προγραμμάτων του Δ.Ο.Ν.Α.
- Η συμμετοχή κατά τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί.
- Οι αθλούμενοι δε διανύουν μεγάλες αποστάσεις για να φτάσουν στο χώρο άθλησης.
- Οι μη συμμετέχοντες στα προγράμματα επιζητούν εγκαταστάσεις σε κοντινές αποστάσεις.
- Η ποιότητα των προγραμμάτων ο κυριότερος παράγοντας για τη συμμετοχή στα προγράμματα του Δ.Ο.Ν.Α.
- Όλοι οι παράγοντες οργάνωσης, προγραμματισμού και συμμετοχής θεωρούνται εξίσου σημαντικοί.
- Οι βραδινές ώρες προτιμούνται από τους δημότες για συμμετοχή στα προγράμματα.
- Πολύ σημαντική η διαφήμιση των προγραμμάτων από τους συμμετέχοντες σε αυτά.
- Μεγάλη συμμετοχή στα προγράμματα άσκησης γυναικών.
- Έντονη ζήτηση για οικογενειακά προγράμματα.
- Ανάγκη για διατήρηση των ειδικών προγραμμάτων.
- Οι δημότες πιστεύουν πως η σημαντικότερη κατεύθυνση δράσης του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής είναι τα προγράμματα άθλησης για όλους.

Προτάσεις

Είναι ξεκάθαρο ότι η αναψυχή, όπως η εκπαίδευση και η περίθαλψη, είναι τόσο ζωτικής σημασίας για τη διαβίωση και την υγεία των ανθρώπων, ώστε οι κυβερνήσεις πρέπει να αναλαμβάνουν να εξασφαλίζουν ανάλογες ευκαιρίες σε όλους τους πολίτες. Οι δημοτικοί οργανισμοί άθλησης έχουν σημαντικό ρόλο στην προσφορά αναψυχής σε όλους τους δημότες, με το να τους παρέχουν ευκαιρίες να μοιράζονται τα κοινά ενδιαφέροντα αναψυχής τους, δημοκρατικά, μέσα από εμπειρίες ελεύθερου χρόνου. Επιπλέον, θα μπορούσαν να αποκομισθούν σημαντικά οφέλη από το σχεδιασμό και την υλοποίηση ανάλογων προγραμμάτων, που θα εξασφάλιζαν τη συμμετοχή όλων των οργανισμών προσφοράς δραστηριοτήτων αναψυχής στην ίδια γεωγραφική περιοχή, δημοσίων και ιδιωτικών, ώστε να διασφαλιζόταν τόσο η προσφορά των περισσότερων δυνατών ευκαιριών όσο και η ικανοποίηση.

Σε παρόμοιες έρευνες στο μέλλον θα μπορούσε να εξεταστεί και η μεταβλητή προγενέστερη αθλητική εμπειρία ή συμμετοχή, ώστε να διερευνηθεί σε βάθος το προφίλ του συμμετέχοντα σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής. Μια ακόμη πρόταση είναι και ο διαχωρισμός των παραγόντων σε παράγοντες εγκαταστάσεων, συμμετοχής, προσωπικού, γυμναστών, προγραμμάτων και αξιοπιστίας και η διερεύνηση της επίδρασης των χαρακτηριστικών του προφίλ του συμμετέχοντα σε αυτούς τους παράγοντες.

Επίσης, θα ήταν χρήσιμο να δίνονταν ερωτηματολόγια στις εγγραφές των συμμετεχόντων και να γινόταν οι αρχικές μετρήσεις με αυτά, να ξαναδίνονταν κατά τη διάρκεια των προγραμμάτων στη μέση της περιόδου στους ίδιους συμμετέχοντες και να ξαναμοιράζονταν στο τέλος της περιόδου στους ίδιους. Έτσι, θα γίνονταν μια πιο ολοκληρωμένη έρευνα, στην οποία θα καταγράφονταν οι υποκειμενικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων πριν τη συμμετοχή και οι αντικειμενικές απόψεις των ιδίων αφού συμμετείχαν. Με τη σύγκριση αυτών των αποτελεσμάτων θα αξιολογούνταν καλύτερα ο δημοτικός οργανισμός άθλησης.

Τέλος, θα μπορούσε να εξεταστεί αν οι ειδικές χρεώσεις των προγραμμάτων, μετά τη διάθεση που έδειξαν οι δημότες για χρέωση, θα έλυne το οικονομικό πρόβλημα του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής. Αυτό θα επιτυγχάνονταν με μια οικονομοτεχνική έρευνα παράλληλα με την έρευνα αξιολόγησης των υπηρεσιών του δημοτικού οργανισμού άθλησης.

Μελλοντικές έρευνες

Η έρευνα αποκάλυψε έναν αριθμό από περιοχές ενδιαφέροντος για το μέλλον, έτσι λοιπόν θα μπορούσε να γίνει διερεύνηση των υπηρεσιών σε δημοτικούς οργανισμούς του εξωτερικού σε σύγκριση με τον ελλαδικό χώρο. Επίσης, θα μπορούσε να διερευνηθεί η σχέση ανάμεσα στην απόδοση και στην επιρροή αυτού που παρέχει την υπηρεσία. Η ελάχιστη μέτρηση της επιρροής του παροχέα ίσως δίνει διαφορετικά αποτελέσματα για το μέγεθος της επιρροής του στην απόδοση. Παρόμοια, χρειάζεται να εξετασθεί πώς η εμπειρία υπηρεσίας επηρεάζει την ικανοποίηση και πώς αυτό μπορεί να ποικίλει ανάμεσα σε διάφορες υπηρεσίες. Ακόμα, συγκρίσεις πρέπει να γίνουν με μεγαλύτερο δείγμα συγκεντρώνοντας στοιχεία από πανελλαδική έρευνα.

Μέχρι σήμερα οι έρευνες επικέντρωναν το ενδιαφέρον τους στους πελάτες, μπορούν όμως να εξετασθούν οι υπηρεσίες με δείγμα το προσωπικό που εργάζεται σε αυτούς τους χώρους. Έτσι, είναι δυνατή η σύγκριση των αντιλήψεων πελατών-προσωπικού και η δημιουργία μιας ολοκληρωμένης εικόνας για τις υπηρεσίες. Τέλος, θα ήταν ωφέλιμη μια συγκριτική μελέτη υπευθύνων οργανισμών εσωτερικού και εξωτερικού, όσον αφορά τα προσόντα των διοικούντων του αθλητισμού.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο διατριβής.



ΔΗΜΟΚΡΑΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΔΙΔΑΚΤΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΞΕΤΑΣΕΩΝ ΔΙΔΑΚΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**ΒΑΛΤΕ ΣΕ ΚΥΚΛΟ ΤΙΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΠΑΡΑΚΑΤΩ**

Απαντώ για τον εαυτό μου, σημειώνοντας με (X).

Απαντώ για το παιδί μου, σημειώνοντας με (O).

- 1) Συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής του ΔΟΝΑ Κομοτηνής εδώ και:
- 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
ΕΤΗ
- 2) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής συνήθως τους παρακάτω μήνες:
- Ι Φ Μ Α Μ Ι Ι Α Σ Ο Ν Δ
- 3) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής εβδομαδιαία:
- 1 2 3 4 5 6 7 φορές
- 4) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής τις ημέρες:
- Δ Τ Τ Π Π Σ Κ
- 5) Η απόσταση από το χώρο που ξεκινώ (σπίτι/δουλειά μου) στο χώρο άθλησης είναι περίπου:
- 1 2 3 4 5 περισσότερο από 5 χιλιόμετρα
- 6) Στο χώρο άθλησης πηγαίνω με:
- α) τα πόδια β) ιδιωτικό μέσο γ) αστική συγκοινωνία
- 7) Για να πάω στο χώρο άθλησης χρειάζομαι περίπου σε λεπτά της ώρας:
- 5 10 15 20 25 30 περισσότερο από 30 λεπτά
- 8) Η περιοχή μου είναι:
- Περιοχή.....
- 9) Συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής ή να χρησιμοποιώ τον αθλητικό χώρο της περιοχής μου συνήθως τις ώρες:
- 6 - 12 πρωί 12 - 3 μεσημέρι 3 - 6 απόγευμα
6 - 9 βράδυ Μετά τις 9 το βράδυ
- 10) Θα θέλατε να πηγαίνετε περισσότερες φορές:
- ΝΑΙ ΟΧΙ
- 10α) Αν ΝΑΙ σημειώστε με X ή O ποιοι οι λόγοι που σας εμποδίζουν:
- α) Έλλειψη ελεύθερου χρόνου
β) Έλλειψη πληροφόρησης για την παροχή των προγραμμάτων
γ) Έλλειψη πάρκινγκ
δ) Έλλειψη παιδικού σταθμού
ε) Έλλειψη βολικών ωρών λειτουργίας
στ) Ακαταλληλότητα των προγραμμάτων
ζ) Μεγάλη απόσταση από το σπίτι - δουλειά
η) Έλλειψη ιδιωτικού μέσου μετακίνησης
θ) Συμμετοχή σε άλλες δραστηριότητες
ι) Έλλειψη χρόνου από το γονέα / συνοδό για τη μεταφορά του παιδιού στο χώρο άθλησης
- 11) Συνήθως συμμετέχω / θα ήθελα να συμμετέχω σε προγράμματα άθλησης και αναψυχής:
- α) Μόνος β) Με φίλο / η μου
γ) Με τον/την σύζυγό μου δ) Με τα παιδιά μου
ε) Με τους γονείς μου
- 12) Τι κάνετε πριν έρθετε στο χώρο άθλησης:
- α) Δουλεύω β) Ξεκουράζομαι γ) Τρώω
δ) Κάνω βόλτα ε) Συναντιέμαι με φίλους
στ) Πηγαίνω στο σχολείο - διαβάζω
ζ) Κάνω άλλου είδους γυμναστική
- 13) Τι κάνετε αφού φύγετε από το χώρο άθλησης:
- α) Δουλεύω β) Ξεκουράζομαι γ) Τρώω
δ) Κάνω βόλτα ε) Συναντιέμαι με φίλους
στ) Πηγαίνω στο σχολείο - διαβάζω
ζ) Κάνω άλλου είδους γυμναστική
- 14) Πώς πληροφορηθήκατε την ύπαρξη των προγραμμάτων άθλησης και αναψυχής:
- α) Μου το συνέστησε φίλος β) Γνωρίζω αυτούς που το οργανώνουν γ) Γνωρίζω αυτούς που εργάζονται
δ) Μέσω διαφήμισης:
α. Ενημερωτικό έντυπο του Δήμου β. Εφημερίδα
γ. Περιοδικό δ. Ραδιόφωνο ε. Τηλεόραση
ε) Δεν πληροφορήθηκα
- 15) Για ποιους λόγους επιλέξατε / θα επιλέγατε εσείς ή το παιδί σας να συμμετέχει στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής του ΔΟΝΑ Κομοτηνής:
- α) Δωρεάν προγράμματα β) Ποιότητα προγραμμάτων
γ) Ποικιλία προγραμμάτων δ) Βολικές ώρες
ε) Εύκολη πρόσβαση στ) Συμμετοχή φίλων
ζ) Ύπαρξη ειδικών εγκαταστάσεων π.χ. κολυμβητήριο
η) Άλλο.....
- 16) Θα ήσασταν διατεθειμένοι να πληρώσετε μηνιαία συνδρομή για την καλύτερη προσφορά υπηρεσιών στα προγράμματα άθλησης και αναψυχής του ΔΟΝΑΚ:
- α) ΟΧΙ β) ΝΑΙ έως 10 ευρώ γ) ΝΑΙ έως 15 ευρώ
δ) ΝΑΙ περισσότερο από 15 ευρώ
- 17) Θα σας ενοχλούσε να συμμετέχουν δημότες άλλων δήμων;
- α) ΟΧΙ
β) ΟΧΙ εκτός αν πλήρωναν για τη συμμετοχή τους
γ) ΝΑΙ ακόμα και αν πλήρωναν για τη συμμετοχή τους

18) Ποιος πιστεύετε είναι ο πιο σπουδαίος λόγος που σας προτιρέπει να ασκηθείτε;
 Κατατάξτε στο αριστερο μέρος της σελίδας σαν 1 τον πιο σπουδαίο λόγο και σαν 6 τον λιγότερο σπουδαίο λόγο.
 Διατήρηση, βελτίωση υγείας - φυσική κατάσταση
 Βελτίωση εξωτερικής εμφάνισης (γράμμιση μυών)
 Μείωση σωματικού βάρους
 Body Building (Άσκηση για να λάβεις μέρος σε αγώνες)
 Αναψυχή και Ψυχαγωγία
 Κοινωνικότητα, γνωριμίες

19) Ποιος πιστεύετε είναι ο πιο σπουδαίος λόγος που σας προτιρέπει να ασκηθείτε;
 Βαθμολογίστε τον καθένα από αυτά από το 1 έως το 7 ανάλογα με το πόσο σημαντικό το θεωρείτε.

Διατήρηση, βελτίωση υγείας

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Βελτίωση εξωτερικής εμφάνισης (γράμμιση μυών)

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Μείωση σωματικού βάρους

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Body Building (Άσκηση για να λάβεις μέρος σε αγώνες)

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Αναψυχή και Ψυχαγωγία

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Κοινωνικότητα, γνωριμίες

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

20) Ποιους από τους παρακάτω παράγοντες θεωρείτε σπουδαιότερους για να επιλέξετε να συμμετέχετε σε ένα πρόγραμμα άθλησης / δημοτικό γυμναστήριο;
 Βαθμολογίστε τον καθένα από αυτά από το 1 έως το 7 ανάλογα με το πόσο σημαντικό το θεωρείτε.

Εμφάνιση και λειτουργικότητα χώρων

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Καθαριότητα χώρων - αποδυτηρίων

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Ευγένεια προσωπικού

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Ποικιλία προγραμμάτων και οργάνων

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Βολικό ωράριο προγραμμάτων

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Έλλειψη συνωστισμού στα όργανα / προγράμματα

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Γνώσεις προσωπικού

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Τοποθεσία δημοτικού γυμναστηρίου

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Κοινωνικότητα, γνωριμίες

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Ενημέρωση από το προσωπικό για προβλήματα/αλλαγές

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Στο δημοτικό γυμναστήριο πραγματοποιούνται ότι υπόσχονται

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Το προσωπικό ανταποκρίνεται στα παράπονα των μελών

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Το προσωπικό ενδιαφέρεται για την πρόοδο των μελών

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Το προσωπικό διατηρεί καλό αρχείο πελατών

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Τα προσφερόμενα προγράμματα ανανεώνονται τακτικά

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Υπάρχει ποιότητα στον εξοπλισμό

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Υπάρχει ποιότητα στον οργανισμό

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

Οι δραστηριότητες αρχίζουν και τελειώνουν στην ώρα τους

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

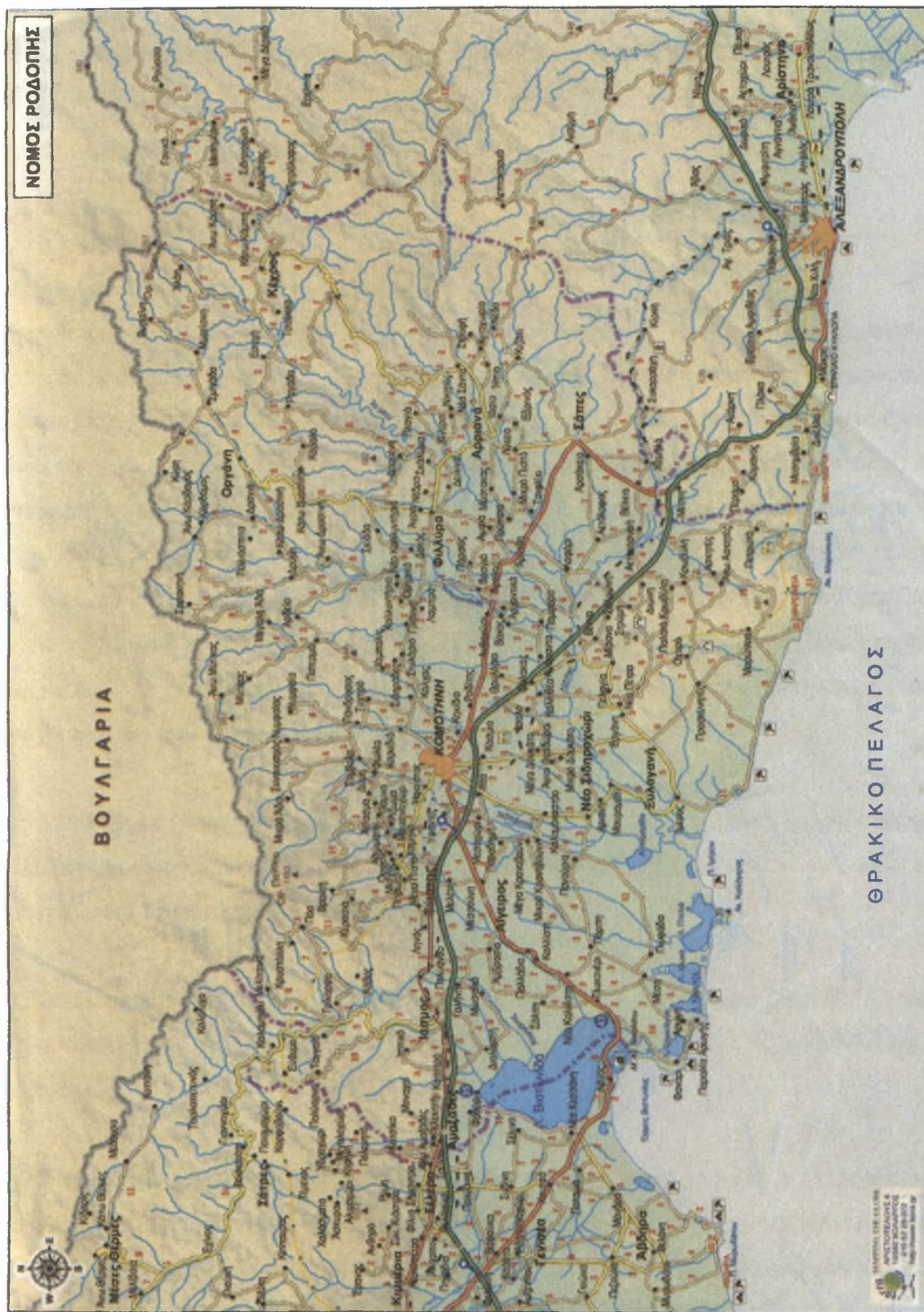
Διαχειρίζονται καταστάσεις άμεσης ανάγκης & πληροφορούν

1 2 3 4 5 6 7
 Καθόλου σημαντικό Πολύ σημαντικό

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Χάρτης πόλεως Κομοτηνής.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Χάρτης νομού Ροδόπης.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Απαντήσεις από τη συνέντευξη.

1) Ο Δημοτικός Οργανισμός Νεολαίας και Άθλησης του δήμου Κομοτηνής, τα προγράμματα τα δικά του που ουσιαστικά προσφέρει ο ΔΟΝΑ είναι ξεκινώντας από την προσχολική ηλικία:

- πρόγραμμα προσχολικής ηλικίας
- παιδικής
- εφηβικής
- νεανικής

πηγαίνουμε στα προγράμματα που αφορούν τις γυναίκες «Άσκηση και γυναίκα», προγράμματα που αφορούν εργαζόμενους και όχι μόνο, προγράμματα που αφορούν ειδικές κατηγορίες πληθυσμού, πληθυσμιακές ομάδες που έχουν κάποια προβλήματα όπως αυτά είναι οι καρδιοπαθείς, οι οστεοπορωμένοι, οι διαβητικοί, οι ζαχαροδιαβητικοί, οι άνθρωποι με πόνους στη μέση, παχύσαρκοι. Στα ειδικά προγράμματα όπου αριθμούνται οι τσιγγάνοι, οι παλιννοστούντες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Αυτά είναι τα ειδικά προγράμματα. Στα καινοτόμα περιλαμβάνονται αυτά που είπα πριν με τους καρδιοπαθείς, με τους οστεοπορωμένους και τους διαβητικούς. Δηλαδή τρεις κατηγορίες περιλαμβάνουν: τα γενικά, τα ειδικά και τα καινοτόμα. Αυτές είναι γενικά οι κατηγορίες των προγραμμάτων που εφαρμόζουμε.

2) Μεγαλύτερη σημασία στα πρότυπα καινοτόμα, γιατί έτσι κατά κάποιο τρόπο βελτιώνουμε την ποιότητα ζωής αυτών των ανθρώπων. Αλλά γενικά για όλα τα προγράμματα έχουμε την ίδια αντιμετώπιση.

3) Ποικίλες ειδικότητες, τα άτομα είναι 40 ουσιαστικά αυτήν την περίοδο 2003-2004, είναι 40 οι καθηγητές μας 41 και ανάλογα με τα προγράμματα είναι και οι αντίστοιχες ειδικότητες.

4) Αυτά τα προγράμματα άθλησης για όλους λογικά η χρηματοδότηση τους γίνεται από τη Γ.Γ.Α., σε κάθε κατηγορία προγραμμάτων και κάποια ποσοστά, με κάποιο ποσοστό χρηματοδότησης. Βέβαια η Γ.Γ.Α. έχει να επιχορηγήσει τα προγράμματα μας εδώ και μία τριετία. Τα προγράμματα ξεκινήσανε από το 1995-1996 που τα μεταβίβασε η Γ.Γ.Α. στους δήμους, πρώτα τα εφάρμοξε η νομαρχία μέσω των νομαρχιακών υπευθύνων, από το 1996

τα μεταβίβασε στους Ο.Τ.Α. στους δήμους, στους αθλητικούς οργανισμούς των Ο.Τ.Α. με παράλληλη χρηματοδότηση τους. Κάθε πρόγραμμα που είπαμε από τα γενικά, τα ειδικά και τα καινοτόμα έχουν ανάλογα ποσοστά, ας πούμε για τις γυναίκες το ποσοστό χρηματοδότησης είναι 75-80%, το υπόλοιπο 20% καταβάλλεται από το δήμο τον οργανισμό για τον αθλητικό οργανισμό. Εδώ και μια τριετία είχαμε πει ότι σταμάτησε η χρηματοδότηση, όχι ότι δε θα μας χρηματοδοτήσει, απλά δε μας στέλνουν τα χρήματα, λογικά λόγω Ολυμπιάδας, το 'χουμε φάει.

5) Αυτό είναι γνωστό πιστεύω σε όλους, η πρώτη κίνηση που κάνουμε είναι ξεκινάμε με την προκήρυξη των γυμναστών και με το που γίνεται η προκήρυξη αμέσως μαθαίνεται ότι θα ξεκινήσει κάποιο πρόγραμμα. Αφού προκηρύσσουμε να προσλάβουμε γυμναστές καταλαβαίνει ο κόσμος ότι θα ξεκινήσουν τα προγράμματα άθλησης για όλους. Παρόλα αυτά κάποια δελτία τύπου που φεύγουν σε ραδιόφωνα, εφημερίδες και τηλεοράσεις, κάποιες αφίσες που βγάζουμε στις γειτονιές της πόλης, έτσι μαθαίνει ο κόσμος ότι ξεκινάνε τα προγράμματα.

6) Σχεδόν τα ίδια πράγματα, αλλά σε πολύ μικρότερη έκταση, φανταστείτε ότι εμείς απασχολούμε 40 γυμναστές φέτος, ενώ ο δήμος ας πούμε των Σαπών δεν ξέρω αν θα τις υλοποιεί λόγω της οικονομικής δυσπραγίας της Γ.Γ.Α., αρνούνται να τα υλοποιήσουν γιατί δεν μπορούν και κάποια προγράμματα σταμάτησαν.

7) Αυτά αναφέρονται στους στόχους και τους σκοπούς του οργανισμού. Εμείς θέλουμε να προσφέρουμε στους δημότες τη βελτίωση του βιολογικού τους επιπέδου, αυτό προσπαθούμε να τους δώσουμε. Η καλλιέργεια αθλητικού χαρακτήρα, αθλητικής συνείδησης, να αξιοποιήσουν τον ελεύθερο τους χρόνο και την ψυχαγωγία τους. Αυτά θέλουμε να τους προσφέρουμε και αυτά νομίζω ότι παίρνουν και οι ίδιοι από εμάς, γιατί συγκρίνοντας και τη συμμετοχή τους στα προγράμματα, κάθε χρόνο είναι αυξητική η συμμετοχή τους στα δικά μας προγράμματα. Είναι ικανοποιημένοι.

8) Τα βασικότερα προβλήματα... Ουσιαστικά δεν έχουμε προβλήματα, απλά λίγο οι χώροι δεν είναι αυτοί που θα 'πρεπε να είναι. Και το οικονομικό είναι ο βασικότερος παράγοντας, αλλά παρόλα αυτά ο δήμος ο δικός μας από την ευαισθητοποίηση του δημάρχου δε μας αφήνει απλήρωτους, καθυστερεί βέβαια λίγο, αλλά παρόλα αυτά σχετικά με άλλους δήμους όχι της πόλης και της χώρας ακόμα, είμαστε σε πολύ καλύτερη μοίρα.

Το πρόβλημα είναι στις γειτονιές, έχουμε φτάσει να έχουμε σε κάθε γειτονιά και γυμναστή, τα σχολεία όμως, οι αθλητικοί χώροι των σχολείων δεν είναι και οι ιδανικοί, αν πούμε να τους μαζέψουμε στα γυμναστήρια θα γίνει το αδιαχώρητο. Έτσι λοιπόν στους αθλητικούς χώρους των σχολείων υπάρχουνε προβλήματα, δεν είναι σωστά εξοπλισμένοι, είναι μικροί και άλλα μικροπροβλήματα. Παρόλα αυτά όμως πηγαίνει ο κόσμος.

9) Κάθε γειτονιά και γυμναστήριο.

10) Κακό όχι, αλλάζουν δεν είναι ίδιοι, γίνεται προκήρυξη όπως είπαμε πιο μπροστά, στην προκήρυξη μέσα δεν μπορείς να αποκλίσεις τους νεότερους ανθρώπους άμα έχουν κάποια προσόντα επιπλέον, μεταπτυχιακοί φοιτητές ας πούμε, μεταπτυχιακούς τίτλους σπουδών και διδακτορικά, έχουμε μία γυμνάστρια με διδακτορικό, έχουμε 7-8 που είναι μεταπτυχιακοί και αυτοί οι άνθρωποι ασχολούνται στα ειδικά προγράμματα, στα πρότυπα και καινοτόμα που είπαμε, γιατί είναι εξειδικευμένες κατηγορίες γυμναστών που ασχολούνται με τους καρδιοπαθείς ας πούμε, δεν μπορεί ένας απλός γυμναστής να αναλάβει έναν καρδιοπαθή και να τον εκγυμνάσει, αποκατάσταση ας πούμε.

11) Ναι υπάρχει. Το πρόβλημα είναι οικονομικό, αν είναι μόνιμοι οι γυμναστές, αυτοί οι 40 του αθλητικού οργανισμού θα τον τινάξουν στον αέρα οικονομικά. Οι μισθοί τους θα είναι υπερβολικά μεγάλοι όσον αφορά την τωρινή σχέση που είναι ωρομίσθιοι ουσιαστικά, οπότε δε συμφέρει να είναι μόνιμοι στον οργανισμό. Όχι, απλά επηρεάζει τους γυμναστές, οι οποίοι ουσιαστικά είναι άνεργοι γυμναστές, προσπαθούνε αυτοί, προσπαθούμε και εμείς μέσα από αυτά τα προγράμματα να τους δώσουμε κάποιο οικονομικό όφελος να μη φύγουνε από το αντικείμενο τους, γιατί γνωρίζω αρκετούς γυμναστές οι οποίοι ασχολούνται πέρα από αυτό.

12) Προβλήματα πάντα υπάρχουνε. Οι σχέσεις είναι καλές δεν μπορώ να πω, δεν μπορώ να πω ότι είναι και άριστες ας πούμε αλλά πάντως είναι καλές, το καλύτερο δυνατό. Προσπαθούμε πάντα να είναι το καλύτερο δυνατό και πιστεύω τα καταφέρνουμε, λίγες φωνές παραπάνω...

13) Αν έχουμε αλλάξει κάτι; Όχι, το πλαίσιο είναι συγκεκριμένο, υπάρχει ένα οργανωτικό πλαίσιο της Γ.Γ.Α. και πάνω σε αυτό βαδίζουμε. Το αν αλλάξαμε κάτι είναι η ποιότητα

ίσως των υπηρεσιών που προσφέρουμε και αυτό αποδεικνύεται από τη συμμετοχή του κόσμου, δηλαδή κάθε χρόνο προσφέρουμε ποιοτικότερες υπηρεσίες.

14) Εμείς είμαστε οι πρώτοι που ξεκινάμε την ενόχληση των ασκουμένων μέσω των γυμναστών, εάν υπάρχουνε κάποια παράπονα από τους αθλούμενους να μας τα μεταφέρουμε και εμείς ανάλογα με τις δυνατότητες μας να καλυτερέψουμε τις συνθήκες.

15) Ναι, νομίζω ναι. Ε όχι μόνο οικονομικοί, όχι για να προτιμήσουν εμάς, το γυμναστήριο προσφέρει πιο καλύτερες υπηρεσίες, το ιδιωτικό γυμναστήριο, είναι οργανωμένο, έχει όργανα, έχει τα πάντα. Εμείς δεν τα 'χουμε αυτά, αλλά οι αθλούμενοι αυτοί δεν έχουν τη δυνατότητα να δίνουν κάθε μήνα 30 και 40 ευρώ σε κάποιο γυμναστήριο για να αθληθούν και φαίνεται ότι το θέλει ο κόσμος να αθλείται αλλά δεν έχει την οικονομική δυνατότητα, πιστεύω ότι το οικονομικό είναι που κάνει τους αθλούμενους να έρχονται σε εμάς. Αν είχαμε και εμείς 30-40 ευρώ συμμετοχή το μήνα, δε θα ερχόντουσαν σε εμάς θα πήγαιναν στο γυμναστήριο. Μέχρι πέρσι ήταν δωρεάν, φέτος σε αυτή την περίοδο βάλουμε μια υποτυπώδη συμμετοχή 10 ευρώ για όλη την περίοδο και παρόλα αυτά ανταποκρίθηκε ο κόσμος αγόγγυστα, τους φάνηκε δηλαδή μικρό το ποσό.

16) Ο δήμαρχος αν είναι δυνατόν να μη γνωρίζει τις δραστηριότητες του αθλητικού οργανισμού του δήμου. Το γνωρίζει και βέβαια συμβάλει όταν και όπου χρειαστεί σε όποια προβλήματα ανακύπτουν, θετικά πάντα.

17) Αν δε μ' άρεζε δε θα το έκανα, πάντα αυτό που κάνω το κάνω γιατί μ' αρέσει.

18) Λάθη...Όχι, είπαμε προηγουμένως προσπαθούμε κάθε χρόνο να βελτιώνουμε τις υπηρεσίες που παρέχουμε, όχι μέσω λαθών, μέσω ίσως καινούριων μεθόδων, ανακαλύπτοντας καινούριες μεθόδους.

19) Κάθε τέλος της χρονιάς κάνουμε έναν απολογισμό, όχι οικονομικό βέβαια, αλλά απολογισμό της όλης δραστηριότητας και βλέπουμε που υστερούμε και πάνω σε αυτόν κοιτάζουμε τη νέα χρονιά να είμαστε καλύτεροι. Από τους εργαζόμενους στον αθλητικό οργανισμό κάθε μήνα μας φέρνουνε συγκεντρωτικές καταστάσεις των παρουσιών, των παρουσιαζομένων αθλητών, έχουμε κάποια έντυπα που τα συμπληρώνουμε κάθε μήνα και

μετά αυτά τα αναλύουμε και βλέπουμε που υστερούμε, που υπερέχουμε, κατά καιρούς κάνουμε τέτοιου είδους εργασίες μέσω άλλων φοιτητών μεταπτυχιακών και παίρνοντας τα αποτελέσματα αυτών των εργασιών βλέπουμε και εμείς που υστερούμε και που υπερέχουμε.

20) Παραπάνω από αυτά τα προγράμματα που υλοποιούμε εμείς δε νομίζω πως υπάρχει λόγος να υπάρξουν, απλά ίσως λέω αν αύριο μεθαύριο βελτιωθούν οι χώροι των σχολείων, οπωσδήποτε οι παρεχόμενες υπηρεσίες θα είναι ακόμη καλύτερες και πιστεύω η συμμετοχή του κόσμου θα είναι ακόμη πιο καλή.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Προγράμματα Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής.

A/A/	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ	ΕΙΔΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
1	Άσκηση για άτομα τρίτης ηλικίας	ΓΕΝΙΚΑ
2	Άσκηση γυναικών	
3	Άσκηση γυναικών - Aqua Αερόμπικ	
4	Άσκηση εργαζομένων (κολύμβηση)	
5	Άσκηση εργαζομένων	
6	Άσκηση παιδιών - αντισφαίριση	
7	Άσκηση παιδιών	
8	Ενόργανη - Ρυθμική	
9	Καλαθοσφαίριση δημοτικών σχολείων	
10	Άσκηση παιδιών - κολύμβηση	
11	Άσκηση για προσχολική ηλικία	
12	Άσκηση για άτομα με ειδικές ανάγκες	ΕΙΔΙΚΑ
13	Άσκηση Τσιγγάνων	
14	Άσκηση Παλλινოსτούντων	
15	Άσκηση για άτομα με πόνο στη μέση	ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ
16	Άσκηση για άτομα με οστεοπόρωση	
17	Άσκηση για ζαχαροδιαβητικούς	
18	Άσκηση για διαβητικούς	
19	Άσκηση για καρδιοπαθείς	
20	Άσκηση για παχύσαρκα άτομα	

#	Εργάζονται 42 γυμναστές - στρίες
----------	---

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ:

Εγκαταστάσεις υλοποίησης προγραμμάτων του Δ.Ο.Ν.Α. Κομοτηνής.

A/A	ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ
1	Ειδικό σχολείο
2	Πανθρακικό στάδιο
3	Πανεπιστημιακό κολυμβητήριο
4	Κολυμβητήριο Ε.Α.Κ.
5	Κλειστό γήπεδο Ε.Α.Κ.
6	Αίθουσα Σισμανόγλειου Νοσοκομείου
7	Αίθουσα εκδηλώσεων Κοσμίου
8	Αίθουσα εκδηλώσεων Παραδημής
9	Αίθουσα εκδηλώσεων Θρυλορίου
10	Αίθουσα εκδηλώσεων Ροδίτη
11	Αίθουσα εκδηλώσεων Φύλακα
12	Αίθουσα εκδηλώσεων Υφαντών
13	Αίθουσα Θρακικού Ωδείου
14	Μεταλλουργική
15	5 ^ο Νηπιαγωγείο
16	8 ^ο Νηπιαγωγείο
17	9 ^ο Νηπιαγωγείο
18	10 ^ο Νηπιαγωγείο
19	6 ^ο Δημοτικό Γρατινής
20	8 ^ο Δημοτικό Γρατινής
21	1 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
22	2 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
23	3 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
24	4 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
25	5 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
26	6 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
27	7 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
28	8 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
29	9 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
30	10 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
31	11 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
32	13 ^ο Δημοτικό Κομοτηνής
33	1 ^ο Γυμνάσιο Κομοτηνής
34	2 ^ο Γυμνάσιο Κομοτηνής
35	4 ^ο Γυμνάσιο Κομοτηνής
36	1 ^ο Λύκειο Κομοτηνής
37	Ιδιωτικό γυμναστήριο στο κέντρο της πόλης
38	Ιδιωτικό γυμναστήριο ανατολικά της πόλης
39	Ιδιωτικό γυμναστήριο βόρεια της πόλης

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Afthinos, Y & Theodorakis, N. (1992). A first approach to measure service quality in Greek fitness centers. *Proceedings of the 7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki: 18 – 22.

Αυθίνος Γ. (1998). *Άσκηση – Άθληση – Κινητική Αναψυχή - Οργανωτική Διάσταση*. Αθήνα.

Alexandris, K., Papadopoulos, P., Paliatia, E. & Vasiliadis, T. (1999). Customer satisfaction: A comparison between public and private sport and fitness clubs in Greece. *European Journal for Sport Management*, Volume 6 – n.1: 40 – 54.

Alexandris, K. & Paliatia, E. (1999). Measuring customer satisfaction in fitness centres in Greece: an exploratory study. *Managing Leisure*, Volume 4: 218 – 228.

Αλεξανδρής Κ. & Carroll B. (2000). Εφαρμογή ενός δημογραφικού μοντέλου συμμετοχής για το σχεδιασμό προγραμμάτων αθλητισμού αναψυχής (Άσκηση για Όλους). *Περιοδικό άθληση και κοινωνία*, Τεύχος 24: 36 – 47.

Alexandris, K., Dimitriadis N. & Markata D. (2002). Can perceptions of service quality predict behavioral intentions? An exploratory study in the hotel sector in Greece. *Managing Service Quality*, Volume 12, No. 4: 224 – 231.

Alford B. & Sherrell D. (1996). The role of affect in consumer satisfaction judgments of Credence – Based services. *Journal of Business Research*, Volume 37: 71 – 84.

Al – Momani A. (2000). Examining service quality within construction processes. *Technovation*, Volume 20: 643 – 651.


Andaleeb S. (2001). Service quality perceptions and patient satisfaction: a study of hospitals in a developing country. *Journal of Social Science & Medicine*, Volume 52, Issue 9: 1359 – 1370.

Armstrong R., Mok C., Go F. & Chan A. (1997). The importance of cross – cultural expectations in the measurement of service quality perceptions in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 16 No. 2: 181 – 190.

Athanassopoulos A. (2000). Customer satisfaction cues to support market segmentation and explain switching behavior. *Journal of Business Research*, Volume 47: 191 – 207.

Baker D. & Crompton J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, Volume 27 No. 3: 785 – 804.

Bernhardt K., Donthu N. & Kennett P. (2000). A longitudinal analysis of satisfaction and profitability. *Journal of Business Research*, Volume 47, Issue 2: 161 – 171.

- 
- Bolton R. & Drew J. (1991). A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitudes. *Journal of Marketing*, Volume 55: 1 – 9.
- Bolton R. & Drew J. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, Volume 17: 375 – 397.
- Bone P. (1995). Word – of – Mouth effects on short – term and long – term product judgments. *Journal of Business Research*, Volume 32: 213 – 223.
- Boulding W., Kalra A., Staelin R. & Zeithaml V. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. *Journal of Marketing Research*, Volume XXX: 7 – 27.
- Brady M. & Robertson C. (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross – national study. *Journal of Business Research*, Volume 51, Issue 1: 53 – 60.
- Brown H. (1992). The psychology of relationship marketing and public leisure provision in the UK – Serving the person or meeting customer needs? *7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki: 33 – 41.
- Brown S. & Swartz T. (1989). A gap analysis of professional service quality. *Journal of Marketing*, Volume 53: 92 – 98.
- Caruana A., Ewing M. & Ramaseshan B. (2000). Assessment of the Three – Column format SERVQUAL: An experimental approach. *Journal of Business Research*, Volume 49: 57 – 65.
- Chenet P., Tynan C. & Money A. (1999). Service Performance Gap: Re – evaluation and Redevelopment. *Journal of Business Research*, Volume 46: 133 – 147.
- Churchill G. & Surprenant C. (1982). An investigation into the determinants of customer satisfaction. *Journal of Marketing Research*, Volume XIX: 491 – 504.
- Clow K., Kurtz D. & Ozment J. (1998). A longitudinal study of the stability of consumer expectations of services. *Journal of Business Research*, Volume 42: 63 – 73.
- Cook C. & Thompson B. (2000). Reliability and validity of servqual scores used to evaluate perceptions of library service quality. *Journal of Academic Librarianship*, Volume 26, Issue 4: 248 – 258.
- Cook C. & Thompson B. (2000). Higher – order factor analytic perspectives on Users' perceptions of library service quality. *Journal of Library & Information Science Research*, Volume 22, Issue 4: 393 – 404.
- Cronin J., Brady M. & Hult T. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, Volume 76, Issue 2: 193 – 218.

- Cronin J. & Taylor S. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, Volume 56: 55 – 68.
- Cronin J., Brady M., Brand R., Roscoe H. & Shemwell D. (1997). A cross – sectional test of the effect and conceptualization of service value. *Journal of Services Marketing*, Volume 11 No. 6: 375 – 391.
- Cronin J. & Taylor A. & Steven. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, Volume 56 No. 3: 55 – 67.
- Cronin J. & Taylor A. & Steven. (1994). SERVPERF Versus SERVQUAL : Reconciling Performance – Based and Perceptions – Minus – Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, Volume 58 No. 1: 125 – 131.
- Dabholkar P. (1995). A contingency framework for predicting causality between customer satisfaction and service quality. *Journal of Advances in Consumer Research*, Volume 22: 101 – 108.
- Dabholkar P., Shepherd D. & Thorpe D. (2000). A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of Retailing*, Volume 76 No. 2: 139 – 173.
- Des Twaites. (1999). Closing the gaps: service quality in sport tourism. *Journal of Services Marketing*, Volume 13 No. 6: 500 – 516.
- Ekinci Y. & Riley M. (1998). A critique of the issues and theoretical assumptions in service quality measurement in the lodging industry: Time to move the goal – posts? *International Journal of Hospitality Management*, Volume 17: 349 – 362.
- Ekinci Y. & Riley M. (2001). Validating quality dimensions. *Annals of Tourism Research*, Volume 28 No. 1: 202 – 223.
- Enz C. & Siguaw J. (2000). Best practices in service quality. *Journal of the Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, Volume 41, Issue 5: 20 – 29.
- Fornell C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, Volume 56 No. 1: 6 – 21.
- Crochet I. & Hughes H. (2000). HISTOQUAL: The development of a historic houses assessment scale. *Journal of Tourism Management*, Volume 21, Issue 2: 157 – 167.
- Goulimaris D., Sermpezis V. & Theodorakis N. (1999). Perceptions of service quality in traditional dance performances in Greece. *Journal of Sport performance and health*, Volume 4 No.1: 359 – 369.
- Haemoon Oh. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *Journal of Hospitality Management*, Volume 18: 67 – 82.
- Hanefors M. & Mossberg L. (1998). *Tourism motives and loyalty*. 749 – 753.

- Harvey J. (1998). Service quality: a tutorial. *Journal of Operations Management*, Volume 16: 583 – 597.
- Hays J. & Hill A. (2001). A preliminary investigation of the relationships between employee motivation / vision, service learning, and perceived service quality. *Journal of Operations Management*, Volume 19, Issue 3: 335 – 349.
- Heide M., Gronhaug K. & Engset M. (1999). Industry specific measurement of consumer satisfaction: experiences from the business traveling industry. *Journal of Hospitality Management*, Volume 18: 201 – 213.
- Hernon P. & Whitman J. (2001). Delivering satisfaction and service quality: a customer – based approach for libraries. *Journal of Academic librarianship*, Volume 27, Issue 3: 236.
- Hoecke J. & Knop P. (1992). Quality management in sport clubs. Implementation of the IKGym (Management) audit in Flemish gymnastics clubs. *7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki: 330 – 333.
- Howat G., Murray D. & Crilley G. (1999). The relationships between service problems and perceptions of service quality, satisfaction, and behavioral intentions of Australian public sports and leisure center customers. *Journal of Park and Recreation Administration*, Volume 17 No. 2: 42 – 64.
- Kang G., James J. & Alexandris K. (2002). Perspectives. Measurement of internal service quality: application of the SERVQUAL battery to internal service quality. *Managing Service Quality*, Volume 12, No. 5: 278 – 291.
- Keaveney S. (1995). Customer switching behavior in service industries: An exploratory study. *Journal of Marketing*, Volume 59: 71 – 82.
- Kent A. & Weese J. (2000). Do Effective Organizations have Better Executive Leaders and / or Organizational Cultures? A Study of Selected Sport Organizations in Canada. *European Journal for Sport Management*, Volume 7, No. 2: 4 – 21.
- Kim D. & Kim S. (1995). Quesc: An Instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of Sport Management*, Volume 9: 208 – 220.
- Kostecki M. (1996). Waiting lines as a marketing issue. *European Management Journal*, Volume 14, Issue 3: 295 – 303.
- Kouthouris C., Costa G. & Katsimani V. (1992). Evaluating the quality of services in the Greek ski centers' market. *7th Congress of the European Association for Sport Management*, Thessaloniki: 193.
- Kyriazi C., Ventouri M. & Michalopoulou M. (1992). Service quality for recreation activities provided the local authorities. *7th Congress of the European Association for Sport Management*, Thessaloniki: 161 – 166.

- Lapierre J., Filiatrault P. & Perrien J. (1996). Research on service quality evaluation: evolution and methodological issues. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 3, Issue 2: 91 – 98.
- Lee H., Delene L., Bunda M. & Kim C. (2000). Methods of measuring health – care service quality. *Journal of Business Research*, Volume 48, Issue 3: 233 – 246.
- Leeuwen L., Quick S. & Daniel K. (1992). An extension of the disconfirmation of expectations model of customer satisfaction: Catering to the uniqueness of the professional sport service. *7th Congress of the European Association for Sport Management*, Thessaloniki: 334 – 335.
- Lentell R. (2000). Untangling the tangibles: ‘physical evidence’ and customer satisfaction in local authority leisure centers. *Journal of Managing Leisure*, Volume 5: 1 – 16.
- McCarthy P. & Keefe T. (2000). A measure of staff perceptions of quality – oriented organizational performance: Initial development and internal consistency. *Journal of Quality Management*, Volume 4 No. 2: 185 – 206.
- Μιχαλοπούλου Μ., Αργυροπούλου Τ., Κώστα Γ., Τζέτζης Γ. & Ντούλος Δ. (1998). Participation in recreation activities in Greece. *6th Congress of Sports Management*, Portugal.
- Mohr – Jackson I. (1998). Managing a total quality orientation factors affecting customer satisfaction. *Journal of Industrial Marketing Management*, Volume 27, Issue 2: 109 – 125.
- Moore K., Cushman G. & Simmons D. (1995). Behavioral conceptualization of tourism and leisure. *Annals of Tourism Research*, Volume 22 No.1: 67 – 85.
- Naumann E., Jackson D. & Rosenbaum M. (2001). How to implement a customer satisfaction program. *Journal of Business Horizons*: 37 – 46.
- Neal J., Sirgy M. & Uysal M. (1999). The role of satisfaction with leisure travel / tourism services and experience in satisfaction with leisure life and overall life. *Journal of Business Research*, Volume 44: 153 – 163.
- Nguyen N. & LeBlanc G. (1996). Determinants of customer satisfaction in a high contact face – to – face service setting. *International Journal of Research in Marketing*, Volume 13, Issue 3: 301.
- Nitecki D. & Herson P. (2000). Measuring service quality at Yale University's libraries. *Journal of Academic Librarianship*, Volume 26, Issue 4: 259 – 273.
- Oliver R. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, Volume XVII: 460 – 469.

- Oliver R. (1994). Conceptual issues in the structural analysis of consumption emotion, satisfaction, and quality: evidence in a service setting. *Journal of Advances in Consumer Research*, Volume 21: 16 – 22.
- O’Neill M. & Palmer A. (2001). Survey timing and consumer perceptions of service quality: an overview of empirical evidence. *Journal of Managing Service Quality*, Volume 11 No. 3: 182 – 190.
- O’Neill M., Williams P., MacCarthy M. & Groves R. (2000). Diving into service quality – the dive tour operator perspective. *Journal of Managing Service Quality*, Volume 10 No. 3: 131 – 140.
- Otto J. & Ritchie B. (1996). The service experience in tourism. *Journal of Tourism Management*, Volume 17 No. 3: 165 – 174.
- Παπαδημητρίου Δ. & Γαργαλιάνος Δ. (1997). *Το μάνατζμεντ του αθλητισμού. Εισαγωγή σε βασικά θέματα οργάνωσης και διοίκησης αθλητικών οργανισμών*. Αθήνα.
- Papadimitriou D & Karteroliotis K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centers: A reexamination of the factor structure. *Journal of Sport Marketing Quarterly*, Volume 9 No.3: 157 – 164.
- Παπαδημητρίου Δ. (2000). Οργανωτικό μέγεθος και αποτελεσματικότητα: Η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ μεγέθους και αποτελεσματικότητας στις ελληνικές αθλητικές ομοσπονδίες. *Περιοδικό Αθλητική Απόδοση και Υγεία*, Τόμος II, Τεύχος 1: 9 – 22.
- Papadimitriou D & Taylor P. (2000). Organisational Effectiveness of Hellenic National Sports Organisations: A Multiple Constituency Approach. *Sport Management Review*, Vol. 3: 23 – 46.
- Parasuraman A., Zeithaml V. & Berry L. (1988). SERVQUAL: multiple – item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, Volume 64 No.1: 12 – 40.
- Parasuraman A., Zeithaml V. & Berry L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, Volume 58 No. 1: 111 – 124.
- Parasuraman A., Zeithaml V. & Berry L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for further research. *Journal of Marketing*, Volume 49: 41 – 50.
- Philip G. (2001). Evaluating the service quality of information services using a new “P-C-P” attributes model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Volume 18 No. 9: 900 – 916.
- Pleger Bebko C. (2001). Service encounter problems: which service providers are more likely to be blamed? *Journal of Services Marketing*, Volume 15 No. 6: 480 – 495.

- Raghubir P. & Corfman K. (1995). When do price promotions signal quality? The effect of dealing on perceived service quality. *Journal of Advances in Consumer Research*, Volume 22: 58 – 61.
- Rapert Molly I. & Wren M. (1998). Service quality as a competitive opportunity. *Journal of Services Marketing*, Volume 12 No. 3: 223 – 225.
- Reichheld F. & Earl W. (1990). Zero defections: Quality comes to services. *Harvard Business Review*: 105 – 111.
- Riddick Cutler C. & Russell R. (2001). Evaluative research in recreation, park and sport settings: Searching for useful information. Book reviews. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 8: 115 – 118.
- Rust R., Zahorik A. & Keiningham T. (1995). Return on Quality (ROQ): Making service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, Volume 59 No. 2: 58 – 70.
- Ruyter K., Bloemer J. & Peeters P. (1997). Merging service quality and service satisfaction. An empirical test of an integrative model. *Journal of Economic Psychology*, Volume 18: 387 – 406.
- Sharma S., Niedrich R. & Dobbins G. (1999). A framework for monitoring customer satisfaction: An empirical illustration. *Journal of Industrial Marketing Management*, Volume 28, Issue 3: 231 – 243.
- Soberon – Ferrer H. & Dardis R. (1991). Determinants of Household Expenditures for Services. *Journal of Consumer Research*, Volume 17: 385 – 397.
- Stevens P., Knutson B. & Patton M. (1995). A tool for measuring service quality in restaurants. *Journal of Cornell hotel and restaurant administration quarterly*, Volume 36, Issue 2: 5.
- Stewart H., Hope C. & Muhlemann A. (1998). Professional service quality. A step beyond other services? *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 5 No. 4: 209 – 222.
- Taylor S. (1994). Waiting for service: The relationship between delays and evaluations of service. *Journal of Marketing*, Volume 58: 56 – 69.
- Teas K. (1994). Expectations as a Comparison Standard in measuring service quality: An assessment of a reassessment. *Journal of Marketing*, Volume 58 No. 1: 132 – 139.
- Teas K. (1993). Expectations, Performance, Evaluation, and Consumers' Perceptions of Quality. *Journal of Marketing*, Volume 57 No. 4: 18 – 34.
- Theodorakis N., Costa G. & Laios A. (1991). What finally service quality means for sport managers? *Proceedings of the 6th Congress of the European Association for Sport Management*. Madeira, Portugal.

- Theodorakis N. & Kambitsis C. (1991). 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. & Tzetzis G. (1992). Behavioral consequences of service quality: The applicability of a model in Greece. A first assessment. *Proceedings of the 7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki.
- Hennig – Thurau T. & Klee A. (1997). The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: A critical reassessment and model development. *Journal of Psychology & Marketing*, Volume 14 No. 8: 737 – 764.
- Tikkanen H., Alajoutsijarvi K. & Tahtinen J. (2000). The concept of satisfaction in industrial markets a contextual perspective and a case study from the software industry. *Journal of Industrial Marketing Management*, Volume 29, Issue 4: 373 – 386.
- Triado X., Aparicio P. & Rimbau E. Identification of factors of customer satisfaction in municipal sport centers in Barcelona. Some suggestions for satisfaction improvement. *The Cyber-Journal of Sport Marketing*. <http://www.cjasm.com/vol13/triado34.htm>
- Tsintsifa E., Sarri K., Zourladani S., Tsiligkiroglou – Fachantidou A. & Kosta G. (1992). Measuring the quality of fitness facilities. *7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki: 319 – 321.
- Turpin D. (1995). Japanese approaches to customer satisfaction: Some best practices. *Journal of Long Range Planning*, Volume 28, Issue 3: 8.
- Vasquez R., Rodriguez – Del Bosque I., Diaz A. & Ruiz A. (2001). Service quality in supermarket retailing: identifying critical service experiences. *Journal of Retailing and Consumer services*, Volume 8, Issue 1: 1 – 14.
- Vogt C. & Fesenmaier D. (1995). Tourists and retailers' perceptions on services. *Annals of Tourism Research*, Volume 22 No.4: 763 – 780.
- Voss C., Johnston R., Fitzgerald L. & Sylvestro R. (1990). Strategic Developments for the 1990s. *Patterns of measurement of service performance: empirical results*.
- Wakefield K. & Blodgett J. (1999). Customer response to intangible and tangible service factors. *Journal of Psychology & Marketing*, Volume 16 No. 1: 51 – 68.
- Weese J. (1997). The Development of an Instrument to Measure Effectiveness in Campus Recreation Programs. *Journal of Sport Management*, Volume II: 263 – 274.
- Weiermair K. & Fuchs M. (1999). Measuring tourist judgment on service quality. *Annals of Tourism Research*, Volume 26 No. 4: 1004 – 1021.
- Wirtz J. & Bateson J. (1999). Consumer satisfaction with services: Integrating the environment perspective in services marketing into the traditional disconfirmation paradigm. *Journal of Business Research*, Volume 44: 55 – 66.

- Wisniewski M. (2001). Perspectives. Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, Volume 11, No. 6: 380 – 388.
- Woodruff R., Cadotte E. & Jenkins R. (1983). Modeling consumer satisfaction processes using experience – based norms. *Journal of Marketing Research*, Volume XX: 296 – 304.
- Χαραχούσου – Καμπίτση Υ. (1991). *Σημειώσεις για το αντικείμενο του ελεύθερου χρόνου και της μαζικής άθλησης*. Αθήνα.
- Zeithaml V. (1988). Consumer Perceptions of price, quality, and value: A means – end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, Volume 52: 2 – 22.