

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΟΥ ΦΟΙΤΗΤΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ Δ. ΤΣΙΡΑΚΟΥ
ΑΕΜ:0714207

**Ποιότητα υπηρεσιών σε δημόσιες αθλητικές
εγκαταστάσεις: Η περίπτωση της ολυμπιακής
εγκατάστασης του Παγκρητίου Σταδίου
(Ηράκλειο-Κρήτης)**

Επιβλέπων καθηγητής:

Κουστέλιος Αθανάσιος (PhD)

Καθηγητής Οργάνωσης και Διοίκησης Αθλητισμού και Αναψυχής

Εγκρίθηκε από την επιτροπή βιοηθικής της Σχολής Επιστήμης Φυσικής
Αγωγής και Αθλητισμού του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω κάποιους ανθρώπους όπου χωρίς αυτούς δεν θα ήταν δυνατή η ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

Ένα ευχαριστώ στους εργαζόμενους τους σταδίου οι οποίοι βοήθησαν αρκετά στην διανομή των ερωτηματολογίων

Επίσης ευχαριστώ στο διοικητικό προσωπικό του Παγκρητίου Σταδίου και το Διοικητικό συμβούλιο της Ανάπτυξης Αθλητισμού Ηρακλείου ΑΕ ΟΤΑ οι οποίοι μου έδωσαν την άδεια να υλοποιήσω αυτή την έρευνα καθώς και για τα δεδομένα τα οποία μου έδωσαν απλόχερα.

Πολύτιμη ήταν και η βοήθεια του υπευθύνου καθηγητή Αθανάσιου Κουστέλιου, ο οποίος με βοήθησε στην ολοκλήρωση της συγκεκριμένης εργασίας και τον ευχαριστώ πολύ.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την ψυχολογική κυρίως υποστήριξη και κυρίως τον πατέρα μου για το πολύτιμο έργο το οποίο διετέλεσε σε αυτήν την εργασία καθώς και για τα εφόδια τα οποία 22 χρόνια τώρα μας δίνει.

1. Περίληψη

Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε στο Παγκρήτιο Στάδιο στο Ηράκλειο της Κρήτης. Ερευνήσαμε την ποιότητα υπηρεσιών σε πέντε κατηγορίες ερωτήσεων, τις εγκαταστάσεις , το προσωπικό , την αξιοπιστία , την ανταπόκριση και το προσδοκώμενο αποτέλεσμα. Ερωτηματολόγια μοιράστηκαν στην διάρκεια τεσσάρων εβδομάδων σε περισσότερους από 350 ασκούμενους του γυμναστηρίου ενώ έγκυρα θεωρήθηκαν τα 316 από αυτά. Εκτός από τις ερωτήσεις για την αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών οι ασκούμενοι απάντησαν και σε ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά τους στοιχεία. Πραγματοποιήσαμε αναλύσεις των δημογραφικών στοιχείων ώστε να εντοπίσουμε τα χαρακτηριστικά της πλειοψηφίας των ασκούμενων. Στην συνέχεια αναλύσαμε τις απαντήσεις των ασκούμενων σε κάθε κατηγορία υπηρεσιών και τις διασταυρώσαμε με τα δημογραφικά στοιχεία χωρίζοντας τους σε ομοιογενής ομάδες σύμφωνα με τις απαντήσεις τους. Τα αποτελέσματα μας έδειξαν ότι η κοινωνική πολιτική την οποία ακολουθεί ο οργανισμός έχει αποτέλεσμα με τους ασκούμενους να αποτελούνται από διάφορες οικονομικά , εκπαιδευτικά και επαγγελματικά στρώματα. Τα αποτελέσματα επίσης έδειξαν πολύ καλές υπηρεσίες στην κατηγορία του προσωπικού και της αξιοπιστίας αλλά μέτριες υπηρεσίες στις κατηγορίες των εγκαταστάσεων και του προσδοκώμενου αποτελέσματος. Μέσω της έρευνας παρατηρήθηκαν αρκετά προβλήματα τα οποία μπορεί να λύσει ο οργανισμός με στόχο την αύξηση των ασκούμενων στον χώρο.

2. Abstract

This research was conducted at the Pankritio Stadium in Heraklio, Crete. We investigated the quality of services in five quality aspects , facilities, staff , reliability, responsiveness, and the expected result. Questionnaires were distributed during four weeks in more than 350 trainees of the gym while 316 of them was considered as valid . Apart from questions about quality evaluation services trainees responded in questions relating to demographic information. We conducted analyses of demographic data in order to identify the characteristics of the majority of the trainees. Then we analyzed the responses of trainees in each service category and we crossed with the demographics separating them into homogeneous groups according to their answers. Our results showed that the social policy which the organization follows works , with trainees from various economic, educational and professional backgrounds. The results also showed very good services in the category of staff and reliability but mediocre service at categories of facilities and anticipated outcome. While research observed several problems which can be solved by the Agency aimed at increasing trainees in the area.

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
1. Περίληψη	3
2. Abstract	3
3. Εισαγωγή	6
4. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας.....	6
5. Χώρος διεξαγωγής	19
6. Σημαντικότητα της έρευνας.....	20
7. Σκοπός της έρευνας	21
8. Μεθοδολογία	21
8.1. Συμμετέχοντες.....	21
8.2. Όργανο μέτρησης.....	21
8.3. Διαδικασία μέτρησης.....	21
8.4. Τρόπος ανάλυσης ερωτηματολογίων και δημογραφικά στοιχεία.....	22
9. Αποτελέσματα.....	22
9.1. Αποτελέσματα δημογραφικών στοιχείων	22
9.2. CrossTabs δημογραφικών στοιχείων	27
9.2.1. CrossTabs φύλο	27
9.2.2. CrossTabs ηλικίες	30
9.2.3. CrossTabs χρόνος παραμονής.....	35
9.2.4. CrossTabs εισοδήματα	39
9.2.5. CrossTabs συχνότητα Επίσκεψης.....	46
9.2.6. CrossTabs εκπαίδευση	52
9.2.7. CrossTabs επάγγελμα.....	56
9.2.8. CrossTabs χώρος αθλεσης	60
10. Συζήτηση	64
10.1. Συζήτηση για την ηλικία	66
10.2. Συζήτηση για το φύλο	69
10.3. Συζήτηση για τον χρόνο παραμονής	71
10.4. Συζήτηση για τα εισοδήματα.....	73
10.5. Συζήτηση για την συχνότητα επίσκεψης	75
10.6. Συζήτηση για την εκπαίδευση	78
10.7. Συζήτηση για το επάγγελμα	80

10.8.	Συζήτηση για τον χώρο άθλησης	82
11.	Συμπεράσματα.....	84
12.	Μελλοντικές έρευνες	88
13.	Βιβλιογραφία	89
14.	Παραρτήματα.....	96
14.1.	Ερωτηματολόγιο έρευνας.....	96
14.2.	Απόφαση διοικητικού συμβουλίου	99

3. Εισαγωγή

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας μου στο ΤΕΦΑΑ του Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας. Το θέμα και η τοποθεσία της έρευνας επιλέχθηκαν για τον λόγο ότι το Παγκρήτιο στάδιο είναι ένα από τα πιο καλοδιατηρημένα στάδια των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004. Το στάδιο έχει ανοίξει τις πύλες του προς το κοινό και θέλαμε να ερευνήσουμε τον βαθμό ποιότητας στην εκμετάλλευση μιας τέτοιας εγκατάστασης.

Η ποιότητα υπηρεσιών σε μία αθλητική εγκατάσταση είναι ένας παράγοντας ο οποίο φέρνει έσοδα και ασκούμενους στον χώρο. Η έρευνα της ποιότητας υπηρεσιών έχει πραγματοποιηθεί σε αρκετούς αθλητικούς χώρους και κυρίως κατά αθλητικά γεγονότα. Στην βιβλιογραφία εντοπίστηκαν έρευνες οι οποίες αξιολογούν τις υπηρεσίες προς τους θεατές αγώνων ποδοσφαίρου, μηχανοκίνητου αθλητισμού και άλλων σπορ. Οι έρευνες μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών οι οποίες προϋπήρχαν στην παγκόσμια βιβλιογραφία ήταν ελάχιστες ενώ στην Ελλάδα ήταν ακόμα λιγότερες.

Με βάση αυτό το κενό στην βιβλιογραφία αποφασίσαμε να κάνουμε την έρευνα αυτή και να κατανοήσουμε εάν η αξιοποίηση αυτής της εγκατάστασης είχε θετικό αποτέλεσμα.

4. Ανασκόπηση βιβλιογραφίας

Η μελέτη της ποιότητας υπηρεσιών σε αθλητικούς χώρους, σε δημόσιους αθλητικούς χώρους, σε αθλητικά προγράμματα, σε χώρους άθλησης μαζικού αθλητισμού αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα σημαντικό ερευνητικό αντικείμενο μεγάλου αριθμού ερευνητών.

Ιδιαίτερα η ποιότητα υπηρεσιών σε δημόσιες αθλητικές εγκαταστάσεις, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό αντικείμενο για τους δημόσιους φορείς οι οποίοι αξιοποιούν τις εγκαταστάσεις αυτές, διότι τους προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες για το ουσιαστικό αποτέλεσμα αξιοποίησης των εγκαταστάσεων και των υπηρεσιών σε αυτές.

Σύμφωνα με το CERM-CSQ η μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών γίνεται σε τέσσερα διαφορετικά επίπεδα, μελετώντας τις κύριες υπηρεσίες, την ποιότητα υπηρεσιών του προσωπικού, της ποιότητα της γενικής εικόνας της εγκατάστασης και των δευτερεύων υπηρεσιών όπως το φαγητό, το ποτό και την φροντίδα των παιδιών (Gary Howat, Absher, Crilley, & Milne, 1996). Για την κατανόηση των υπηρεσιών αθλητισμού ο Chelladurai (1992, 1994) ταξινόμησε τις υπηρεσίες σε δύο μεγάλες κατηγορίες, τις υπηρεσίες των συμμετεχόντων και τις υπηρεσίες των θεατών.

Οι υπηρεσίες συμμετεχόντων χωρίστηκαν περαιτέρω σε απόλαυση των καταναλωτών, στην υγεία-φόρμα των καταναλωτών, στις ανθρώπινες δεξιότητες, στην ανθρώπινη τελειότητα, στην διατροφή και στις ιατρικές-θεραπευτικές

υπηρεσίες. Οι Reeves and Bednar (1994) αναγνώρισαν τέσσερεις ορισμούς-διαβαθμίσεις για την διαβάθμιση της ποιότητας υπηρεσιών, και ποιο συγκεκριμένα αναφέρθηκαν στον quality of excellence , quality of value , quality as conformance and specifications και quality as meeting or exceeding customers expectations.

Σύμφωνα με τους Mills and Margulies (1980) οι υπηρεσίες καταναλωτή συνεπάγονται ότι ο πελάτης ξέρει τι θέλει και ότι ο πελάτης έχει συγκεκριμένες απαιτήσεις από την υπηρεσία. Επιπλέον ότι όσο πιο σταθερές είναι οι ρουτίνες εξυπηρέτησης των πελατών τόσο πιο αληθινές είναι οι απαιτήσεις τους. Σύμφωνα με έρευνα των Greenwell, Fink, and Pastore (2002b) η οποία υλοποιήθηκε σε μια εγκατάσταση 45 χρόνων με στόχο πρώτον τον καθορισμό των χαρακτηριστικών που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών σε μια αθλητική εγκατάσταση βρέθηκε ότι τα αποτελέσματα συμφωνούν με τους Hill and Green (2000).

Τα αποτελέσματα αυτά (Hill and Green, 2000) υποδεικνύουν ότι οι πελάτες έκριναν την ικανοποίηση τους βασισμένοι στην γενική εικόνα της αθλητικής εγκατάστασης και όχι σε μεμονωμένα χαρακτηριστικά της. Στην ίδια έρευνα εξετάστηκε η συνεισφορά του φυσικού περιβάλλοντος, σε ένα άθλημα με θεατές, ως προς το γενικό πλαίσιο υπηρεσιών, και βρέθηκε ότι τα αποτελέσματα συμφωνούν με τους (Mullin, Hardy, & Sutton, 2000).

Ποιο συγκεκριμένα βρέθηκε ότι το “concept” της αθλητικής εκδήλωσης αλλά και ο τόπος διεξαγωγής της επηρεάζουν την άποψη των πελατών ενώ ότι μια ποιοτική εγκατάσταση μπορεί να επιδράσει θετικά στην συνολική ποιότητα της εκδήλωσης. Επίσης σύμφωνα με τους Greenwell, Fink, and Pastore (2002a) οι πελάτες που έγιναν αποδέχτες μιας ποιοτικής υπηρεσίας είχαν την τάση να παραβλέπουν τα στοιχεία τα οποία ήταν μη ποιοτικά σε μια εγκατάσταση.

Σε έρευνα στην οποία συλλέχτηκαν δεδομένα από εβδομήντα δύο {72} δημόσιες αθλητικές εγκαταστάσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο με στόχο την αναγνώριση των προτεραιοτήτων που θέτουν οι πελάτες για την χρήση της εγκατάστασης βρέθηκε ότι οι πελάτες , σε κολυμβητήρια η αθλητικούς χώρους , δίνουν περισσότερη σημασία στα φυσικά χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας όπως η εγκατάσταση και η καθαριότητα ενώ λιγότερη σημασία δίνουν στα μην φυσικά χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας όπως η τοποθεσία η το προσωπικό (Liu, Taylor, & Shibli, 2008).

Σύμφωνα με τους Afthinos, Theodorakis, and Nassis (2005); Alexandris, Zahariadis, Tsorbatzoudis, and Grouios (2004); Greenwell et al. (2002a); Lentell (2000); Liu et al. (2008) παραπάνω από το 60% των πελατών προβληματίζεται με τα φυσικά στοιχεία μιας υπηρεσίας ενώ τα μη φυσικά στοιχεία της υπηρεσίας απασχολούν περίπου το 7% των πελατών.

Τα αποτελέσματα μίας άλλης έρευνας στο Ηνωμένο Βασίλειο έδειξαν ότι τα φυσικά χαρακτηριστικά μιας υπηρεσίας αποτελούν τα πιο σημαντικά στοιχεία για την κρίση των πελατών. Επιπρόσθετα, προτάθηκε ότι τα αθλητικά κέντρα για να

εξασφαλίσουν την ικανοποίηση των πελατών θα πρέπει να βελτιώσουν τα φυσικά τους χαρακτηριστικά όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών τους (Lentell, 2000).

Σε έρευνα των (Calabuig Moreno, Prado-Gascó, Crespo Hervás, Núñez-Pomar, & Añó Sanz, 2015); C. Kim and Korea (1998); D. Kim and Kim (1995) εξετάστηκαν τα συναισθήματα, τα οποία προκύπτουν από την αλληλεπίδραση του πελάτη με μία αθλητική υπηρεσία και αναλύθηκαν με βάση την ικανοποίηση των πελατών και την εκλαμβανόμενη αξία της υπηρεσίας.

Σύμφωνα με τον Oliver (2014), η ικανοποίηση ενός πελάτη είναι η αντίδραση απόλαυσης του προς ένα αγαθό , μια υπηρεσία , ένα προνόμιο , μία επιβράβευση ή μπορεί να είναι μια συναισθηματική κατάσταση, η οποία προκύπτει σαν απάντηση στην αξιολόγηση μίας υπηρεσίας (Westbrook, 1981).

Οι Greenwell et al. (2002a) και Tsuji, Bennett, & Zhang, (2007) αναφέρουν ότι η ποιότητα υπηρεσιών είναι προάγγελος της ικανοποίησης, και προχώρησαν στην διαπίστωση ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών και της ικανοποίησης .

Τα αποτελέσματα αυτά συμφωνούν με τα ευρήματα του Cronin Jr, Brady, and Hult (2000), τα οποία δείχνουν την εκλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών να είναι σημείο αναφοράς για την εκλαμβανόμενη αξία. Επίσης τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας υποδεικνύουν ότι η εκλαμβανόμενη ποιότητα και η αξία έχουν θετική συσχέτιση με την ικανοποίηση, με την εκλαμβανόμενη αξία να είναι η μεταβλητή με την μεγαλύτερη επιρροή στην διακύμανση.

Οι μελλοντικές προθέσεις των πελατών εξαρτώνται από την θεωρούμενη αξία και ικανοποίηση , με την θεωρούμενη αξία να αναπτύσσεται ως καλύτερη μέθοδος πρόληψης από την ικανοποίηση (Herrera & Gallego, 2008; Bodet & Bernache-Assollant, 2011; Trail, Anderson, & Fink, 2005; Wakefield & Blodgett, 1996). Το σημαντικότερο είναι ότι η θεωρούμενη αξία προβλέπει καλύτερα τις μελλοντικές προθέσεις από την ικανοποίηση (Tam, 2004), με τους διευθυντές να πρέπει να λάβουν υπόψη την αξία της υπηρεσίας που προσφέρουν καθώς ευρήματα δείχνουν ότι η ικανοποίηση ως έχει είναι αναποτελεσματική ως μέθοδος πρόβλεψης των μελλοντικών προθέσεων.

Αν και ο πελάτης μπορεί να είναι ευχαριστημένος από την υπηρεσία , υπάρχει περίπτωση να θεωρήσει μια άλλη υπηρεσία ως μεγαλύτερης αξίας με αποτέλεσμα να αυξάνεται η πιθανότητα μετακόμισης σε έναν άλλο που παρέχει υπηρεσίες (Moreno et al., 2015). Η δυνατότητα , η θέληση και η πρόθεση των καταναλωτών να χρησιμοποιούν συστηματικά μια υπηρεσία που τους παρέχεται ορίζεται ως η αφοσίωση του πελάτη (Brown, 2006).

Με βάση τον προαναφερθείς ορισμό ο S. Y. Lee (2017) θέλησε να παρέχει δεδομένα και υπαινιγμούς στους διευθυντές των αθλητικών κέντρων ερευνώντας την σχέση

μεταξύ της ποιότητας υπηρεσιών , της αφοσίωσης των πελατών και την τάση συνέχισης της αθλητικής δραστηριότητας. Πρώτον , τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η ποιότητα υπηρεσιών στα αθλητικά κέντρα επηρεάζει την θετικά την αφοσίωση του πελάτη. Από την οπτική της διοίκησης αυτό έχει ως αποτέλεσμα ότι οι μεταβλητές που έχουν σχέση με την αφοσίωση των πελατών είναι σημαντικές για την αύξηση των πωλήσεων. Επίσης έχει παρατηρηθεί ότι από την πλευρά του καταναλωτή οι εγκαταστάσεις που παρέχονται , η προσοχή και η φροντίδα που προσφέρουν οι γυμναστές παίζουν σημαντικό ρόλο στην αφοσίωση των πελατών στο αθλητικό κέντρο (Choi, 2007).

Σύμφωνα με έρευνα των Kim, Sim, and Shin (2000) η αφοσίωση του πελάτη καθορίζεται από τον βαθμό των εκλαμβανόμενων υπηρεσιών. Επιπρόσθετα οι Oliva, Oliver, and MacMillan (1992) αναφέρουν ότι η εταιρική εικόνα , η οποία σχηματίζεται από την ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει θετικά την αφοσίωση του πελάτη. Από την άλλη μεριά υπάρχουν και οι έρευνες οι οποίες υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει καμία σχέση μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και αφοσίωσης του πελάτη (J. H. Lee, Jeong, & Song, 2010; Mun, 2007). Στην ίδια έρευνα του S. Y. Lee (2017) η δεύτερη υπόθεση έδειξε ότι η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει θετικά την πρόθεση των πελατών για την συνέχιση της άσκησης. Με λίγα λόγια φαίνεται ότι μια θετική ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζει τους πελάτες στην συνέχιση της ενασχόλησης τους με την δραστηριότητα η το άθλημα.

Αν και οι δημοσιευμένες έρευνες στην αθλητική βιομηχανία όσον αφορά τις δημοτικές αθλητικές εγκαταστάσεις και την ποιότητα υπηρεσιών τους είναι ελάχιστες, έχουν γίνει έρευνες σε αθλητικούς χώρους σε Αυστραλία και Ελλάδα όπου όλοι οι συγγραφείς παρατήρησαν μια θετική συσχέτιση μεταξύ της εκλαμβανόμενης αξίας και της ικανοποίησης του πελάτη (D. Murray & G. Howat, 2002; Theodorakis, Howat, Ko, & Avourdiadou, 2014).

Ο (Trail et al., 2005) αναγνώρισαν την ικανοποίηση ως προάγγελο των προθέσεων του πελάτη. Υποστήριξαν ότι η ικανοποίηση αντανακλάται στην συμπεριφορά, η οποία είναι επιρρεπής στο να προβλέπει τις αγοραστικές προθέσεις των πελατών (Anderson & Mittal, 2000; Moreno et al., 2015; G. Howat & Assaker, 2013; H. Kim, Lavetter, & Lee, 2006).

Σε μια από τις ελάχιστες έρευνες στον τομέα αυτόν επιβεβαιώθηκε ότι η ικανοποίηση παίζει μεγάλο ρόλο στην σχέση μεταξύ ποιότητας υπηρεσιών και τις συμπεριφοριστικές προθέσεις των πελατών, με την ικανοποίηση έχει επίσης ευθύ επιρροή στην αφοσίωση των πελατών (D. Murray & G. Howat, 2002).

Σε έρευνα, η οποία ασχολήθηκε με την ποιότητα υπηρεσιών και την εκλαμβανόμενη αξία σε γυμναστήρια χαμηλού κόστους βρέθηκε ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ εκλαμβανόμενης ποιότητας υπηρεσιών και της εκλαμβανόμενης αξίας (García-Fernández et al., 2017). Οι συγγραφείς παρατήρησαν ότι τα υψηλά

επίπεδα ποιότητας υπηρεσιών σε συνδυασμό με τον μικρό χρόνο και κόπο προσέγγισης του αθλητικού χώρου έχουν ως αποτέλεσμα υψηλή ικανοποίηση, τα οποία επιβεβαιώνουν και τους (Cronin Jr et al., 2000).

Όσον αφορά την αφοσίωση των πελατών σε αθλητικούς χώρους χαμηλού κόστους βρέθηκε ότι η τιμή της υπηρεσίας είναι σημαντικός παράγοντας για τους πελάτες, όχι μόνο σε αθλητικά κέντρα (Avourdiadou & Theodorakis, 2014; N. Theodorakis et al., 2014) αλλά και για επιχειρήσεις όπου το αντίτιμο είναι σημαντικός παράγοντας στην επιλογή της αγοράς (Ferrand, Robinson, & Vallete-Florence, 2010).

Σύμφωνα με τους Beard and Raghed (1980) ως ικανοποίηση από ένα κέντρο αναψυχής θεωρούνται οι θετικές αντιλήψεις ή τα συναισθήματα τα οποία αποσπώνται ως αποτελέσματα της εμπλοκής σε δραστηριότητες. Βασισμένος στον παραπάνω ορισμό οι Tinsley, Barrett, and Kass (1977) ερεύνησε την ικανοποίηση σε πέντε (5) δραστηριότητες αναψυχής σύμφωνα με δημογραφικά στοιχεία. Σε παρόμοια έρευνα βρέθηκε ότι οι νέοι έχουν χαμηλότερο βαθμό ικανοποίησης σε δραστηριότητες αναψυχής από τους μεγαλύτερους σε ηλικία (Francken & Raiij, 1981).

Ένα σχετικό πρόβλημα το οποίο απασχόλησε τους ερευνητές είναι η αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών προς την ικανοποίηση των πελατών. Οι ερευνητές είναι διχασμένοι, από την μία πλευρά υποστηρίζεται ότι ο βαθμός ικανοποίησης είναι αποτέλεσμα του τι πιστεύει ο πελάτης ότι η επιχείρηση έχει να του προσφέρει, ενώ από την άλλη πλευρά υποστηρίζεται ότι ο βαθμός ικανοποίησης είναι αποτέλεσμα του τι πιστεύει ο πελάτης ότι η επιχείρηση θα έπρεπε να του προσφέρει. Η ικανοποίηση θεωρείται ένα ψυχολογικό αποτέλεσμα το οποίο πηγάζει από μια εμπειρία ενώ η ποιότητα υπηρεσιών αποτελείται από τα χαρακτηριστικά αυτής της υπηρεσίας (Crompton & Mackay, 1989). Για αυτόν τον λόγο ενώ είναι εφικτό να ελέγξει μια επιχείρηση την ποιότητα των υπηρεσιών της, η ικανοποίηση δεν θα είναι ποτέ κάτω από τον έλεγχο της επιχείρησης.

Σε ένα αθλητικό κέντρο η εγκατάσταση και η δραστηριότητα πχ aerobic, θεωρούνται ως προϊόντα. Ο Torkildsen (1993) υποστηρίζει ότι τα παραπάνω είναι ο τρόπος για να αναδειχθεί το αληθινό προϊόν. Αν η ικανοποίηση του πελάτη μέσω της εμπειρίας του στην δραστηριότητα είναι καλή τότε θα ξανά «αγοράσει» το προϊόν, συνεπώς ο τρόπος με τον οποίο αξιοποιούνται οι εγκαταστάσεις και οι δραστηριότητες είναι το σημαντικό πρόβλημα.

Σε μία από τις ελάχιστες έρευνες που έχουν γίνει στην Ελλάδα, οι Alexandris and Palialia (1999) εξέτασαν 210 αθλούμενους σε γυμναστήρια της Θεσσαλονίκης με στόχο την εύρεση των διαστάσεων της ικανοποίησης του πελάτη. Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας με μια προγενέστερη της, η οποία εξέτασε την ικανοποίηση σε κέντρα αναψυχής Beard and Raghed (1980), βρέθηκαν ελάχιστες διαφορές. Συγκεκριμένα στις υποκατηγορίες «κοινωνικοποίηση» και «χαλάρωση»

όπως και στις υποκατηγορίες «health and fitness» και «ψυχολογία» δεν βρέθηκαν σημαντικές διαφορές.

Διαφορές βρέθηκαν κυρίως στις κατηγορίες «εγκαταστάσεις» και «μόρφωση» το οποίο αντανακλά την διαφορετική φύση των δύο αυτών παροχών υπηρεσιών αλλά και των διαφορετικών προσδοκιών που έχουν οι πελάτες (Alexandris & Carroll, 1997). Σύμφωνα με τον Gerson (1999) αυτές του τύπου οι έρευνες μπορούν να βοηθήσουν την διοίκηση μιας εγκατάστασης να πλησιάσει με τις αντιλήψεις της , αυτές του πελάτη. Επίσης πρότεινε ότι τέτοιες έρευνες θα έπρεπε να γίνονται τουλάχιστον κάθε 3 μήνες , ώστε να βλέπει η κάθε επιχείρηση την πρόοδο της.

Σε άλλη έρευνα επί Ελληνικού εδάφους εξετάστηκαν οι προσδοκίες των πελατών σε ελληνικά γυμναστήρια στην Αθήνα (Afthinos, Theodorakis, & Nassis, 2005). Η συγκεκριμένη έρευνα υλοποιήθηκε σε 6 γυμναστήρια τα οποία χωρίστηκαν σε 2 κατηγορίες , τα μικρού μεγέθους γυμναστήρια {με μία αίθουσα για βάρη και άλλη μία για αερόμπικ} αλλά και στα μεγαλύτερου μεγέθους {με γυμναστήριο , γήπεδα τένις , πισίνα και παιδότοπο}. Από τα αποτελέσματα βρέθηκε ότι οι προσδοκίες των καταναλωτών αποκάλυψαν την σημαντικότητα των φυσικών χαρακτηριστικών της υπηρεσίας και της αλληλεπίδρασης με τους υπαλλήλους, τα στοιχεία αυτά επιβεβαιώνουν και τα ευρήματα των Paradimitriou and Karteroliotis (2000) οι οποίοι ερεύνησαν τις προσδοκίες του πελάτη σε γυμναστήρια στην πόλη της Πάτρας.

Τα αποτελέσματα επίσης έδειξαν ότι τα στοιχεία «εύκολη απόκτηση συνδρομής» , «μέτρια χρηματική συνδρομή», «βολικό πρόγραμμα» και «ποικιλία προσφερόμενων αθλημάτων» απασχόλησαν τους πελάτες στο ερωτηματολόγιο το οποίο συνεπάγεται ότι οι πελάτες ανησυχούν αρκετά για το κόστος συμμετοχής αλλά και τον προγραμματισμό της υπηρεσίας που τους προσφέρεται. Επίσης παρατηρείται ότι το φύλο είναι σημαντικός παράγοντας για τις επιθυμίες της ποιότητας υπηρεσιών και στις διαφορές των προσδοκιών βασισμένες στην διάσταση της υπηρεσίας.

Όμως όταν οι καταναλωτές ανησυχούν για την ποιότητα μιας υπηρεσίας μπορεί να υποστηριχθεί ότι όλες οι διαφορετικές ηλικιακές ομάδες μοιράζονται τις επιθυμίες, το οποίο συμφωνεί με τις έρευνες του C. Kim and Korea (1998); (D. Kim & Kim, 1995). Επιπροσθέτως παρατηρήθηκε ότι εκτός από τις ηλικιακές ομάδες , τις ίδιες επιθυμίες μοιράζονται και οι διαφορετικές ομάδες ανθρώπων ανάλογα με την παρακίνηση και τον απώτερο σκοπό που έχουν από την χρήση της υπηρεσίας. Σε γενικές γραμμές βρέθηκε ότι οι χρήστες δημοτικών γυμναστηρίων είχαν χαμηλότερες απαιτήσεις όσον αφορά την προσφερόμενη υπηρεσία, μία από τις σημαντικότερες απαιτήσεις των πελατών ήταν η εύκολη πρόσβαση χρησιμοποιώντας τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

Η συγκεκριμένη τοποθέτηση επιβεβαίωσε τα ευρήματα των Kontou, Tzetzis, and Katartzi (1999) όπου βρέθηκε ότι το 74% των πελατών σε ένα δημοτικό γυμναστήριο στις Σέρρες έμεναν σε ακτίνα 1 χιλιομέτρου. Σε αντίθεση με τους συνδρομητές δημοτικών γυμναστηρίων, οι συνδρομητές των ιδιωτικών χώρων άθλησης είχαν περισσότερες απαιτήσεις όσον αφορά την εγκατάσταση, την προθυμία του προσωπικού, τα οφέλη των συνδρομητικών πακέτων αλλά και την φύλαξη των προσωπικών τους αντικειμένων.

Στην Σερβία, ερευνήθηκαν οι διαφορές μεταξύ των προσδοκιών και της θεωρούμενης ποιότητας υπηρεσιών αλλά και την ικανοποίηση των πελατών και την πρόθεση τους για αγορά υπηρεσιών στα κέντρα άσκησης (Maksimović et al., 2017). Η έρευνα έγινε με βάση τα αποτελέσματα της Europe Active το 2016, τα οποία αναφέρονται σε 51.300 κέντρα άσκησης με συνολικά 400.000 υπάλληλους και 46 εκατομμύρια ασκούμενους, αποδίδοντας τζίρο 26,7 δισεκατομμυρίων ευρώ. Στην Σερβία ωστόσο σύμφωνα με την έρευνα υπάρχουν κατά προσέγγιση 1.000 γυμναστήρια από τα οποία τα 100 είναι δημοτικά.

Ερευνώντας τις εμπειρίες των χρηστών παρέχονται πολύ σημαντικές πληροφορίες πάνω στο πώς να αντιμετωπίσεις τις προκλήσεις της παροχής υπηρεσιών (D. E. Bowen & Schneider, 2014; Robinson; Wei, Hung, Yang, & Ma, 2010) αλλά και να κατανοήσεις το ρεαλιστικό αντίκτυπο των στόχων του μάρκετινγκ στο οικονομικό κέρδος της επιχείρησης (Gruca & Rego, 2005; Rust, Lemon, & Zeithaml, 2004; Yoshida & James, 2010).

Η επένδυση μόνο στην ποιότητα υπηρεσιών δεν ακολουθείτε αυτόματα και από το κέρδος διότι επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες όπως ο χρόνος ο οποίος μεσολαβεί για να υπάρξει μια εμπειρία της ποιότητας υπηρεσιών, η συσχέτιση της ποιότητας υπηρεσιών και του αντίτιμου, τα οποία είναι σημαντικοί παράγοντες για την ικανοποίηση των πελατών και την τάση τους να ξαναγοράσουν και να διατηρήσουν την αφοσίωση τους. (Cronin Jr et al., 2000; Gupta & Zeithaml, 2006; Larson & Steinman, 2009; Duncan Murray & Gary Howat, 2002).

Επιπρόσθετα άλλες σημαντικές μεταβλητές είναι η τιμή, η ποιότητα του προϊόντος, ο ανταγωνισμός και η διαφήμιση (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006). Η οπτική μορφή της παροχής υπηρεσιών εμφανίζεται ως κύριο στοιχείο της ποιότητας υπηρεσιών. Για να τα κατανοήσει αυτά όμως ένας πελάτης θα πρέπει να έχει περάσει αρκετό χρόνο στην συγκεκριμένη υπηρεσία. Ένα άλλο στοιχείο είναι τα χαρακτηριστικά του προσωπικού, όπως τα πιστοποιητικά και οι γνώσεις τους καθώς και η πρώτη τους επαφή με τους πελάτες. Μεγάλη έμφαση δίνεται στο προσωπικό διότι είναι υπεύθυνο για την πραγματοποίηση του ψυχολογικού και του σωματικού ευ-ζην των πελατών (Alexandris et al., 2004; N. Theodorakis et al.). Στην προαναφερθείς έρευνα του (Maksimović et al., 2017) τέθηκαν ερωτήσεις για την ικανοποίηση του πελάτη με ερωτήσεις του αν το κέντρο άσκησης πληροί τις προσδοκίες του και αν έχουν μια καλή εμπειρία σε αυτό το κέντρο άσκησης.

Επιπρόσθετα τέθηκαν ερωτήσεις για τα συναισθήματα των χρηστών οι οποίοι δέχονται αυτήν την υπηρεσία αναζητώντας το πόσο άνετοι νιώθουν οι πελάτες και πόσο θεωρούν βολικό τον χώρο. Μαζί με τις προηγούμενες ερωτήσεις οι πελάτες επίσης ρωτήθηκαν για το αν θα ξανα-επιλέγανε το συγκεκριμένο κέντρο άσκησης αλλά και αν θα το συστήνανε σε κάποιον γνωστό τους (Biscaia, Correia, Yoshida, Rosado, & Marôco; Kang, Bagozzi, & Oh, 2011; Zeithaml, Berry, & Parasuraman).

Τα αποτελέσματα συσχέτισης δείχνουν ότι όλες οι διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών είχαν θετική αντίδραση με την ικανοποίηση το οποίο συμφωνεί και με τις έρευνες των Lentell (2000) και των (Dhurup, Singh, & Surujlal). Επίσης περαιτέρω ανάλυση έδειξε ότι η ικανοποίηση και η προθέσεις επαναγοράς επιτυγχάνονται κυρίως από την επιρροή της καθαριότητας και του προσωπικού.

Την σημαντικότητα των φυσικών χαρακτηριστικών της υπηρεσίας σε ένα αθλητικό κέντρο όπως είναι η καθαριότητα, η άνεση και οι μοντέρνες συνθήκες κατά την άσκηση καθώς και τα χαρακτηριστικά του προσωπικού υποστήριξαν οι Paradimitriou and Karteroliotis (2000). Ο επαγγελματισμός του προσωπικού είναι σημαντικός παράγοντας για την ικανοποίηση των πελατών (Dhurup, Singh, & Surujlal, 2006) για αυτό και τα αθλητικά κέντρα θα πρέπει να είναι επιλέγουν προσεκτικά τους υπαλλήλους τους. Ευρήματα άλλων ερευνών δείχνουν ότι για τους πελάτες οι πιο σημαντικοί παράγοντες είναι τα προγράμματα άσκησης και το φυσικό περιβάλλον (Alexandris et al.; Greenwell et al., 2002a; Yildiz).

Για αυτόν τον λόγο οι αθλητικοί οργανισμοί θα πρέπει να έχουν σαν επενδυτικό στόχο την ικανοποίηση του πελάτη επειδή αποτελεί το βασικό κριτήριο για την απόφαση επαναγοράς της υπηρεσίας (Gonçsalves, Biscaia, Correia, & Diniz, 2014).

Όσο αφορά την μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών υπάρχουν δύο τρόποι μέτρησης, η μέτρηση της συνολική ικανοποίησης και η αξιολόγηση σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας στους αθλητικούς χώρους.

Ο (Bodet, 2006) θεωρεί ότι η γενική ικανοποίηση είναι προάγγελος των καλών αποτελεσμάτων, για αυτόν τον λόγο υπάρχουν έρευνες στην βιβλιογραφία που χρησιμοποιούν μόνο την συνολική ικανοποίηση (Murray & Howat, 2002). Από την άλλη οι ερευνητές υποστηρίζουν ότι είναι προτιμότερο η ικανοποίηση να μετρείται μέσω της εκτίμησης που έχουν οι πελάτες για κάποια χαρακτηριστικά της υπηρεσίας, ώστε να αποφασίζεται ποια στοιχεία θα πρέπει να αναβαθμιστούν και ποια θα πρέπει να αφαιρεθούν από μια υπηρεσία (Gonçsalves et al. 2014).

Ο σκοπός οποιασδήποτε μέτρησης είναι η βελτίωση των υπηρεσιών με στόχο την διατήρηση των καινούριων και παλιών πελατών για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Δυστυχώς δεν υπάρχει συγκεκριμένη στρατηγική για να εξασφαλιστεί η διατήρηση των πελατών, υπάρχουν όμως πρωτοβουλίες που μπορεί να πάρει μια επιχείρηση ώστε να τα καταφέρει. Τέτοιες ενέργειες είναι η σωστή ανάλυση της αγοράς, η στρατηγικές πωλήσεων, η στενή παρακολούθηση των πελατών και οι δημόσιες

σχέσεις(Grantham, Patton, York, & Winick, 1998). Άρα δεν είναι αρκετό το να είναι οι πελάτες χαρούμενοι αλλά είναι σημαντικό και να δημιουργηθεί μία σχέση μεταξύ πελατών και υπαλλήλων.

Περαιτέρω σημαντικό είναι η καταγραφή και η επίδειξη των παροχών που αναζητάνε οι πελάτες ώστε να εμπιστευτούν την επιχείρηση (Coyles & Gokey; Hurley; Talley, 2008; Williams ,2011). Οι Gonçaves, Meireles, and Carvalho (2016) διεξήγαγαν έρευνα με σκοπό την κατανόηση μεταξύ της συχνότητα επισκεψιμότητας ανά εβδομάδα , τις προσδοκίες και την ικανοποίηση καθώς και την πρόθεση παραμονής των πελατών στα αθλητικά κέντρα.

Τα αποτελέσματα στα συγκεντρωτικά στοιχεία έδειξαν ότι το φύλο είναι σημαντικός παράγοντας στην αγορά της άσκησης , καθώς το ποσοστό γυναικών που ασχολείται με την άσκηση είναι μεγαλύτερο από αυτό των ανδρών για τον λόγο ότι οι γυναίκες έχουν περισσότερες ανησυχίες για την υγεία τους και την εικόνα του σώματος τους (Eurobarometer, 2014).

Στην ανάλυση επισκεψιμότητας που έγινε με βάση την ηλικία βρέθηκε ότι το ποσοστό πελατών ηλικίας <20 ετών είναι μικρότερο από το ποσοστό ηλικίας>20 ετών. Όσον αφορά την συχνότητα επισκεψιμότητας ανά εβδομάδα δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα μεταξύ των δυο ομάδων (Bodet; Gonçaves, Correia, & Diniz, 2012). Αναλύοντας την ικανοποίηση ως προς την συχνότητα επισκεψιμότητας οι ερευνητές δεν βρήκαν σημαντικές διαφορές (Gonçaves et al.).

Ο απώτερος στόχος μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών είναι η εύρεση της χρυσής τομής ώστε το μεγαλύτερο ποσοστό των πελατών να παραμείνει στην υπηρεσία. Μία από τις έρευνες της βιβλιογραφίας για την αφοσίωση των πελατών είναι των Pedragosa and Correia (2009) με στόχο την διερεύνηση της ικανοποίησης σε μακροχρόνιους πελάτες αλλά και την σχέση της με τις προσδοκίες, τις εγκαταστάσεις αλλά και την αφοσίωση σε βραχυχρόνιους πελάτες.

Σύμφωνα με τις ίδιες συγγραφείς η βιομηχανία του αθλητισμού και συγκεκριμένα η βιομηχανία του fitness συχνά παρουσιάζεται σαν μια ευκαιρία για επενδυτές που θέλουν να προσφέρουν μια ποιοτική υπηρεσία που θα έχει σχέση με την υγεία και το ευ-ζην των πελατών. Αυτό αποδεικνύεται και από τα στοιχεία της IHRSA το 2006 στα οποία καταμετρήθηκαν 29.000 κέντρα άσκησης στις ΗΠΑ με 41,3 δισεκατομμύρια πελάτες ενώ στην Ευρώπη μετρήθηκαν 33.800 κέντρα άσκησης παρέχοντας υπηρεσίες περίπου σε 36,9 δισεκατομμύρια μέλη.

Η ικανοποίηση των πελατών κατά κάποιους ερευνητές φαίνεται να είναι ανεξάρτητη από την ποιότητα, αυτό έχει δημιουργήσει μια αντιπαράθεση με μερικούς συγγραφείς να υποστηρίζουν ότι διαφέρουν (Buttle; Crompton & Mackay; Oliver; Rosen & Surprenant, 1998). Επίσης έχει συζητηθεί το αν η ικανοποίηση είναι προάγγελος η συνέπεια της ποιότητας υπηρεσιών (Cronin Jr & Taylor, 1994; Parasuraman, Zeithaml, & Berry; Taylor & Baker, 1994)

Αντίθετα στην βιβλιογραφία του marketing των υπηρεσιών υποστηρίζεται ότι η ικανοποίηση και η ποιότητα ενώ είναι διαφορετικά το ένα από το άλλο , παρόλα αυτά είναι έντονα συνδεδεμένα (Cronin Jr & Taylor, 1994; Spreng & Mackoy ,1996) Είναι γενικώς αποδεκτό ότι οι πελάτες χρησιμοποιούν τις προηγούμενες εμπειρίες τους για να προσδιορίσουν πότε μια υπηρεσία είναι σε ένα αποδεκτά ποιοτικό επίπεδο (Grönroos, 1984; Parasuraman, Zeithaml, & Berry; Robledo ,2001).

Καθώς οι προσδοκίες των πελατών σύμφωνα με τον Robinson (2006) επηρεάζονται από τις προηγούμενες εμπειρίες , τις προσωπικές ανάγκες , την διαφήμιση στόμα με στόμα , την τιμή και την εικόνα, η γνώση για το τι περιμένουν οι πελάτες από έναν αθλητικό οργανισμό καθιστά δυνατόν την αναγνώριση της σημαντικότητας μερικών χαρακτηριστικών της υπηρεσίας (Crompton & Mackay, 1989; Nicholas Theodorakis, Kambitsis, & Laios,2001).

Σύμφωνα με την οπτική του Robinson (2006) οι πελάτες έχουν 2 διαφορετικού τύπους προσδοκιών για την υπηρεσία την οποία αγόρασαν: τις προσδοκίες της ποιότητας αυτής της υπηρεσίας και τις προσδοκίες για ικανοποίηση από αυτήν την υπηρεσία. Αρχικά οι πελάτες θα αγοράσουν μια υπηρεσία η οποία πληροί κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και έπειτα χρησιμοποιούν τις εμπειρίες τους για να κρίνουν αυτήν την υπηρεσία (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1985; Parasuraman et al., 1994; Parasuraman et al., 1998).

Για παράδειγμα ένα κέντρο άσκησης το οποίο προσφέρει περισσότερες αθλητικές δραστηριότητες σε σύγκριση με άλλα θα θεωρηθεί ότι παρέχει υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Όπως επίσης και αν ένα κέντρο άσκησης δεν έχει χώρο στάθμευσης θα προβληθεί ως χαμηλότερης ποιότητας από ένα το οποίο έχει, ακόμα και αν έχει ποικιλία από δραστηριότητες. Το προσωπικό επίσης είναι σημαντικός παράγοντας της ποιότητας.

Ο δεύτερος τύπος των προσδοκιών είναι αυτός όπου ο πελάτης καθορίζει την ποιότητα υπηρεσιών και την ικανοποίηση του ανάλογα με τα βιώματα του στην συγκεκριμένη υπηρεσία(Coye, 2004; Duncan Murray & Gary Howat, 2002; Wong, 2004). Για παράδειγμα αν ένα κέντρο άσκησης έχει χώρο στάθμευσης αλλά ο πελάτης αναγκάζεται να παρκάρει μακριά από την αίθουσα με συνέπεια να χάσει την αρχή του μαθήματος αυτό θα έχει ως συνέπεια την μη ικανοποίηση του. Από την άλλη αν δεν χάσει την αρχή του μαθήματος αλλά παρόλα αυτά παρκάρει σε μια μη βολική απόσταση αυτό μπορεί να έχει μια μικρή η και εντελώς καθόλου αντίκτυπο στην ικανοποίηση του κατά την συναναστροφή του με την υπηρεσία.

Ο Rosenberg and Czerpiel (1984) υπολόγιζε ότι είναι 6 φορές πιο δαπανηρό να προσελκύσεις καινούριου πελάτες από το να διατηρήσεις τους ήδη εγγεγραμμένους, για αυτόν τον λόγο η επιτυχία ενός αθλητικού οργανισμού ως παρόχου υπηρεσιών εξαρτάται σημαντικά από την διαχείριση ως προς την

ανάπτυξη και διατήρηση της αφοσίωσης των πελατών (Backman & Crompton, 1991a, 1991b).

Ένα ακόμα σημαντικό αποτέλεσμα αυτών των ερευνών είναι η σχέση των εγκαταστάσεων με την ικανοποίηση. Στις έρευνες βρέθηκε συσχέτιση αυτών των δύο , αλλά ενώ οι εγκαταστάσεις αποτελούν ένα ξεχωριστό χαρακτηριστικό , είναι συνδεδεμένη με την γενική ικανοποίηση αποδίδοντας θετικό αποτέλεσμα (Oliver, 1993).

Αναλύοντας την ικανοποίηση σύμφωνα με την αφοσίωση του πελάτη βρέθηκε μια δυνατή σύνδεση μεταξύ αυτών των δύο το οποίο την σχέση της αφοσίωσης με την συμπεριφορά του πελάτη στις διάφορες υπηρεσίες (McDougall & Levesque, 2000; Taylor & Baker, 1994). Σε θεωρητικό επίπεδο τα αποτελέσματα συνιστούν ότι η γενική ικανοποίηση είναι σημαντικός παράγοντας για την κατανόηση της αφοσίωσης του πελάτη. Ενώ σε πρακτικό επίπεδο οι διευθυντές των κέντρων άσκησης θα πρέπει να είναι συνεχώς σε εγρήγορση για την ικανοποίηση των πελατών στις προσδοκίες τους , τις εγκαταστάσεις και την αφοσίωση (Pedragosa & Correia, 2009).

Όταν ένας πελάτης είναι ικανοποιημένος από μια υπηρεσία έχει την τάση να την συστήνει σε φίλους και γνωστούς. Σύμφωνα με τους Aspinall, Nancarrow, and Stone (2001) η τάση των πελατών να συστήσουν την υπηρεσία σε κάποιον άλλον είναι ευθέως συνδεδεμένη με την αύξηση της αφοσίωσης, ενώ οι Biscaia et al. (2013) η πρόθεση των πελατών να συστήσουν την υπηρεσία είναι μια μέτρηση θετικής συμπεριφοράς. Παρομοίως ο (Bowen & Shoemaker, 2003) ισχυρίστηκε ότι η θέληση για σύσταση του οργανισμού είναι συνδεδεμένη με την αξία της υπηρεσίας την οποία έχει βιώσει ένας πελάτης , ενώ οι συστάσεις των μελών είναι επίσης σημαντικές για την αύξηση της εξάρτησης και άλλων από την υπηρεσία που προσφέρεται (D. Kim & Kim, 1995).

Ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες για την εγγραφή σε ένα γυμναστήριο είναι η προσβασιμότητα η οποία μαζί με τον χώρο , τα οικονομικά και τον ελεύθερο χρόνο επηρεάζουν την επιλογή του πελάτη (Pawlowski, Breuer, Wicker, & Rouraux, 2009).

Έρευνα με στόχο την εξέταση των προγόνων της σύστασης προς τρίτους ως προς την προσβασιμότητα , την ποιότητα υπηρεσιών και το ευ-ζην στην ζωή και στο γυμναστήριο διεξήγαγαν οι Goncalves et al. (2014). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ευ ζην σε ένα γυμναστήριο είναι ο κύριος λόγος σύστασης της υπηρεσίας σε κάποιον , το οποίο συμφωνεί με τα ευρήματα των de Barros and Goncalves (2009) από τους οποίους ειπώθηκε ότι ο τρόπος που αισθάνεται ο ασκούμενος στον χώρο άσκησης είναι προάγγελος για τις μελλοντικές τους προθέσεις.

Για να το πετύχει αυτό μια επιχείρηση θα πρέπει να αποκτήσει πρόσβαση στο επίπεδο ικανοποίησης του πελάτη με ερωτηματολόγιο η με συνέντευξη , να

προωθήσει περισσότερες προσωπικές δράσεις με τους πελάτες [πχ δραστηριότητες με τους γυμναστές]. Να ενισχύσουν το δέσιμο τους με τον συγκεκριμένο χώρο άσκησης πχ με διάφορα πακέτα εγγραφών για οικογένειες και φίλους αλλά και η προσφορά συμπληρωματικών πακέτων όταν ένας στόχος επιτυγχάνεται πχ εκπτώσεις για αγορά ιματισμού από χορηγούς. Επίσης παρατηρείται ότι ενώ η προσβασιμότητα είναι προαπαιτούμενο για ένα κέντρο άσκησης άλλα χαρακτηριστικά όπως το ευ ζην και η ποιότητα υπηρεσιών είναι αυτά τα οποία καθορίζουν το αν ένας πελάτης θα έχει την πρόθεση να συστήσει την υπηρεσία σε κάποιον (Gonçalves et al., 2014).

Το να προσελκύσεις καινούριους πελάτες αλλά και να διατηρήσεις ευχαριστημένους τους ήδη υπάρχοντες είναι το κλειδί για την επιβίωση και την κερδοφορία μιας επιχείρησης(Kalakota & Robins,1999). Ο Sugimoto (1986) συνόψισε την ποιότητα υπηρεσιών σε 5 κατηγορίες , την εσωτερική ποιότητα , την ψυχολογική ποιότητα , την αμεσότητα χρόνου , την υλικοτεχνική ποιότητα και την ποιότητα υπηρεσιών των προγραμμάτων. Ο βασικός σκοπός της διαχείρισης της ποιότητας υπηρεσιών είναι να κρατήσει η επιχείρηση ευχαριστημένους τους πελάτες της , για αυτόν τον λόγο η επιχείρηση πρώτα να κατανοεί τις προσδοκίες των πελατών και μετά να τις εκπληρώνει μέσω της ποιότητας υπηρεσιών (Hsueh & Su, 2013).

Από έρευνες έχει αποδειχθεί ότι το κέρδος μιας επιχείρησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ικανοποίηση, οι ικανοποιημένοι πελάτες θα έχουν μεγαλύτερη αφοσίωση βοηθώντας την επιχείρηση να έχει μεγαλύτερα κέρδη , επιστροφές επενδύσεων και καλύτερη βιωσιμότητα(Bolton, 1998) .

Σε έρευνά τους οι Hsueh and Su (2013)ερεύνησαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση του πελάτη στην Νότια Ταιβάν. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ποιότητα υπηρεσιών επηρεάζεται από τον βαθμό αξιοπιστίας, αντιδραστικότητας και εμπάθειας προς τους πελάτες , ενώ η ικανοποίηση του εξαρτάται από την εικόνα της επιχείρησης, την υλικοτεχνική εγκατάσταση και την τιμή. Τα διαφορετικά κοινωνικό-οικονομικά στοιχεία του κάθε πελάτη όπως η εκπαίδευση, το σχέδιο κατανάλωσης και το επάγγελμα. Η συχνότητα επίσκεψης είχε όπως και η ικανοποίηση των πελατών είχαν θετική συσχέτιση με την ποιότητα υπηρεσιών. (Hsueh & Su, 2013).

Σύμφωνα με τους ερευνητές με τον καθορισμό των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν την ποιότητα υπηρεσιών και η εργασία για την βελτίωση τους χαμηλώνει το κοστολόγιο της επιχείρησης. Γι' αυτόν τον λόγο οι επιχειρήσεις άρχισαν να δίνουν έμφαση στην αναγνώριση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών τους . Σε αυτήν την διαδικασία είναι σημαντικό να αναλυθεί η παρούσα παροχή υπηρεσιών και το επίπεδο ικανοποίησης (Gürbüz, 2003; Yetiş, 2001).

Συγκεκριμένα οι υπηρεσίες είναι άυλες, ετερογενείς και καταναλώνονται την ίδια στιγμή που παρέχονται. Αυτό συνεπάγεται ότι η αλληλεπίδραση του πελάτη με τον υπάλληλο κατά την κατανάλωση της υπηρεσίας είναι σημαντική (Chelladurai & Chang, 2000). Οι πελάτες αθλητικών χώρων συνήθως έχουν συγκεκριμένες απαιτήσεις από την υπηρεσία, συνεπώς η ποιότητα υπηρεσιών εξαρτάται από τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας και τον τρόπο παροχής της.

Ο İmamoğlu (1998) τονίζει τον λόγο πίσω από την συντήρηση των αθλητικών οργανισμών η οποία συναντά τις απαιτήσεις και τις προσδοκίες των πελατών σχεδιάζοντας την παρεχόμενη υπηρεσία στις πιο κατάλληλες συνθήκες, τον σωστό χώρο και χρόνο αλλά και στην πιο προσιτή τιμή. Για αυτόν τον λόγο είναι σημαντικό η ανάκτηση πληροφοριών από την αγορά σχετικά με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες των πελατών για τον καλύτερο σχεδιασμό της υπηρεσίας.

Ο Grönroos (1984) σχεδίασε ένα από τα μοντέλα αξιολόγησης που υπάρχουν το οποίο δίνει έμφαση την ποιότητα υπηρεσιών βασισμένο σε 3 μέρη. Την τεχνική ποιότητα το οποίο μεταφράζεται στο τι οι πελάτες αγοράζουν και καταναλώνουν, την λειτουργική ποιότητα δηλαδή το πώς οι πελάτες χρησιμοποιούν αυτήν την υπηρεσία. Πολύ σημαντικός παράγοντας επίσης είναι η θεσμική εικόνα της επιχείρησης δηλαδή η εμφάνιση του οργανισμού ως εγκατάσταση, η συμπεριφορά του προσωπικού όπως και άλλα φυσικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν την εικόνα και συνεπώς και την ποιότητα (Chang, Chen, & Hsu, 2002; Gürbüz, 2003).

Σε μία άλλη έρευνα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν σε 10 πανεπιστήμια, 6 ιδιωτικά και 4 δημόσια. Εφτά από αυτά τα πανεπιστήμια είχαν αθλητικά κέντρα στους χώρους τους. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της διακύμανσης και των μέσων όρων της προσδοκώμενης ποιότητας υπηρεσιών η υποκατηγορία που αφορά τα αποδυτήρια είχαν την μεγαλύτερη βαθμολογία.

Αυτό αποδεικνύει ότι τα αθλητικά κέντρα και τα πανεπιστήμια δίνουν περισσότερη προσοχή στα αποδυτήρια τα οποία χρησιμοποιούν. Οι συμμετέχοντες ανησυχούν για τα χαρακτηριστικά των αποδυτηρίων όπως η διαθεσιμότητα, η συντήρηση, η καθαριότητα, η προσβασιμότητα και η ασφάλεια είναι πιο σημαντικά από τα άλλα χαρακτηριστικά των κέντρων άσκησης (Murat Aslan & Settar Kocak, 2011).

Σύμφωνα με τα ευρήματα τις ίδιες έρευνας η καθαριότητα, η ασφάλεια των προσωπικών αγαθών, η άνετη πρόσβαση στην εγκατάσταση, οι προετοιμασίες σε περίπτωση ανάγκης όπως και η παροχή ασφαλούς εκπαίδευσης ήταν τα πιο επιθυμητά στοιχεία των πελατών. Αντίθετα με την υποκατηγορία των αποδυτηρίων οι συμμετέχοντες απάντησαν με την μικρότερη βαθμολογία στην υποκατηγορία της εγκατάστασης.

Αυτό σημαίνει ότι οι πελάτες δεν έχουν υψηλές προσδοκίες από την εγκατάσταση και τα υπόλοιπα φυσικά χαρακτηριστικά, έχουν όμως υψηλές απαιτήσεις από τους γυμναστές οι οποίοι εργάζονται εκεί αλλά και από τα προγράμματα. Τα

αποτελέσματα έδειξαν ότι οι γνώσεις , το ντύσιμο , η πρόθεση για βοήθεια , η υπομονή , επικοινωνία , η ταχύτητα ανταπόκρισης και η ευγένεια είναι τα χαρακτηριστικά τα οποία ενδιαφέρουν περισσότερο τους πελάτες όσον αφορά το προσωπικό.

Στην συγκεκριμένη έρευνα όμως οι πελάτες δεν ήταν ευχαριστημένοι από τα προγράμματα άσκησης αυτό σημαίνει ότι ενώ μια επιχείρηση μπορεί να έχει τους καλύτερους γυμναστές , τα προγράμματα τους μπορεί να μην ικανοποιούν τις απαιτήσεις τους. Για αυτόν τον λόγο οι επιχειρήσεις θα πρέπει να παρέχουν πιο ποιοτικά προγραμμάτιζα σε μεγαλύτερη ποικιλία ώστε να ικανοποιούν μεγαλύτερο μέρος τω πελατών τους (Murat Aslan & Settar Kocak, 2011). Σύμφωνα με τον Costa and Glinia (2003) οι καταναλωτές δεν θα πρέπει να θεωρούνται σαν άνθρωποι οι οποίοι μόνο αφήνουν τα λεφτά τους στην επιχείρηση .

Από τα άρθρα τα οποία μελετήθηκαν συμπεραίνουμε ότι τα φυσικά χαρακτηριστικά μίας ποιότητας υπηρεσιών είναι σημαντικά για την ικανοποίηση των καταναλωτών. Πολλοί ερευνητές ασχολήθηκαν ανά τον κόσμο με την ποιότητα υπηρεσιών σε αθλητικούς χώρους , γυμναστήρια και δημοτικούς αθλητικούς χώρους.

Στην Ελλάδα όμως δεν υπάρχουν αρκετές έρευνες οι οποίες ασχολήθηκαν με την ποιότητα υπηρεσιών σε δημοτικές αθλητικές εγκαταστάσεις. Οπότε, δεδομένου ότι η χώρα μας έκανε μία μεγάλη επένδυση σε δημόσιους αθλητικούς χώρους κατά την προετοιμασία της για τους Ολυμπιακούς Αγώνες «ΑΘΗΝΑ 2004» οι οποίοι στην συνέχεια κάποιοι δόθηκαν στους δήμους προς αξιοποίηση, γεννιέται η ανάγκη να μελετηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει μια τέτοια ολυμπιακή εγκατάσταση προς του δημότες και προς τον αθλητισμό του τόπου.

5. Χώρος Διεξαγωγής

Ο χώρος διεξαγωγής της έρευνας αυτής είναι το Παγκρήτιο Στάδιο στο Ηράκλειο Κρήτης. Μια από τις ολυμπιακές εγκαταστάσεις οι οποίες κατασκευάστηκαν για χάρη των Ολυμπιακών αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 και φιλοξένησε τους ομίλους του ποδοσφαίρου των γυναικών.

Το στάδιο αυτό κατασκευάστηκε με 20 θύρες και χωρητικότητα στο κεντρικό χώρο σε περίπου 26.500 θεατές. Κάτω όμως από αυτές τις 20 θύρες υπάρχουν και πολλοί χώροι που φιλοξενούν:

- ένα από τα δημοτικά γυμναστήρια
- το δημοτικό κολυμβητήριο
- την δημοτική σχολή χορού (Κέντρο Χορού), αλλά και αθλήματα όπως:
- η άρση βαρών
- η ξιφασκία,
- η πυγμαχία
- η πάλη

- η σκοποβολή,
- η ενόργανη γυμναστική
- το τραμπολίνο
- ο στίβος
- η ακροβατική γυμναστική

αλλά και αίθουσες συνεδριάσεων , εκδηλώσεων καθώς και γραφεία.

Ο Δήμος Ηρακλείου ανέλαβε την διαχείριση του σταδίου το 2008 και επέτρεψε στους πολίτες να το χρησιμοποιούν ως χώρο άσκησης και προπόνησης.

Το Παγκρήτιο Στάδιο έχει την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα από τα υπόλοιπα δημοτικά αθλητικά κέντρα του Ηρακλείου. Στο στάδιο είχε ραγδαία αύξηση επισκεψιμότητας από το 2010 μέχρι και το 2017, συγκεκριμένα το 2010 επισκέφτηκαν τις εγκαταστάσεις του Παγκρητίου 70.000 ασκούμενοι με 16.000 να αφορούν το δημοτικό κολυμβητήριο ενώ το 2017 οι επισκέπτες του σταδίου έφτασαν τους 170.000 με 80.000 να επισκέπτονται το κολυμβητήριο.

Το 2014 το στάδιο άνοιξε τις πόρτες του στα σωματεία για να κάνουν προπόνηση σε όλα τα αθλήματα τα οποία το στάδιο μπορεί να παρέχει. Συνολικά 17 αθλητικοί φορείς έκαναν χρήση του Παγκρητίου το 2014-2015 με τον αριθμό να αυξάνεται στους 30 αθλητικούς φορείς το 2015-2016 και να καταλήγει στους 37 αθλητικούς φορείς την σεζόν 2016-2017, με 96 αθλητικά τμήματα και φέρνοντας στο στάδιο 2.220 αθλητές μηνιαίως.

Η παρούσας έρευνα αφορά τις εγκαταστάσεις του σταδίου που παρέχουν υπηρεσίες σε πολίτες (αθλητές και αθλούμενους) στους δημοτικούς χώρους άσκησης, όπως το δημοτικό γυμναστήριο και το δημοτικό κολυμβητήριο καθώς και τα ομαδικά προγράμματα άσκησης.

Για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας δόθηκε άδεια με την υπ. αριθμό 21 απόφαση του διοικητικού συμβουλίου του φορέα διαχείρισης του σταδίου «Ανάπτυξη Αθλητισμού Ηρακλείου ΑΕ ΟΤΑ (πολυμετοχική δημοτική επιχείρηση).

6. Σημαντικότητα της έρευνας

Η σημαντικότητα της έρευνας αφορά στην αξιοποίηση μιας δημόσιας πολυαθλητικής ολυμπιακής εγκατάστασης και στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει σε διαφορετικές ομάδες πελατών και χρηστών. Η μελέτη της ποιότητας υπηρεσιών που απολαμβάνουν οι διαφορετικές ομάδες πελατών στην εγκατάσταση θα αποτελέσει για τον Δήμο Ηρακλείου σημείο αναφοράς για το επίπεδο ικανοποίησης που έχουν οι πολίτες από τις υπηρεσίες αυτές και την τάση τους να συνεχίσουν να κάνουν χρήση της εγκατάστασης.

7. Σκοπός της έρευνας

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι:

- α) η καταγραφή του προφίλ των χρηστών της συγκεκριμένης αθλητικής εγκατάστασης,
- β) Η διερεύνηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε μια δημόσια πολυαθλητική ολυμπιακή εγκατάσταση η οποία χρησιμοποιείται πλέον καθημερινά από δεκάδες χιλιάδες αθλούμενους, αθλητικά σωματεία και αθλητικές ενώσεις και ομοσπονδίες, και
- γ) η διερεύνηση τυχόν διαφοροποιήσεων στην ποιότητα υπηρεσιών σε σχέση με συγκεκριμένες δημογραφικές μεταβλητές.

8. Μεθοδολογία

8.1. Συμμετέχοντες

Συνολικά συγκεντρώθηκαν 316 έγκυρα ερωτηματολόγια. Στην έρευνα συμμετείχαν 164 άνδρες όλων των ηλικιών καθώς και 152 γυναίκες. Οι ηλικίες των συμμετεχόντων κυμάνθηκαν από 18 ετών έως 74 ετών. Ερωτηματολόγια απάντησαν οι ασκούμενοι οι οποίοι επισκέπτονται το γυμναστήριο ενώ τα ερωτηματολόγια μοιράστηκαν κατά την διάρκεια της μέρας.

8.2. Όργανο Μέτρησης

Το ερωτηματολόγιο το οποίο χρησιμοποιήθηκε είναι το (ServiceQualityQuestionnaire) των Alexandris και σ υν. (2004) προσαρμοσμένο στις ανάγκες του αθλητικού κέντρου της παρούσης εργασίας.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 26 θέματα τα οποία κατηγοριοποιούνται σε

- α) εγκαταστάσεις,
- β) προσωπικό,
- γ) αξιοπιστία ,
- δ) ανταπόκριση και
- ε) προσδοκώμενο αποτέλεσμα.

Η διαχείριση και ανάλυση των ερωτηματολογίων έγινε με την χρήση του «IBM SPSS Statistics v. 23».

8.3. Διαδικασία Μέτρησης

Ερωτηματολόγια μοιράστηκαν με τυχαίο τρόπο, στους αθλούμενους οι οποίοι εισέρχονταν ή βρισκόντουσαν στον χώρο για άθλησης, με βασικό κριτήριο να ήταν μέλη του δημοτικού γυμναστηρίου ή κολυμβητηρίου του Παγκρητίου Σταδίου.

Οι πελάτες αξιολόγησαν την ποιότητα της εγκατάστασης , την τυπικότητα και την λειτουργικότητα των προγράμματος , την συμπεριφορά και την συνέπεια του

προσωπικού αλλά και ερωτήσεις για τις προσδοκίες τους από την συγκεκριμένη υπηρεσία μαζί με κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά.

8.4. Τρόπος ανάλυσης ερωτηματολογίων και δημογραφικά στοιχεία

Τα ερωτηματολόγια εκτός από τις πέντε κατηγορίες υπηρεσιών τις οποίες είχαν , ζητούσαν από τους ασκούμενους να απαντήσουν σε κάποιες ερωτήσεις που αφορούν το προφίλ τους. Τέτοιες ερωτήσεις ήταν η ηλικία τους , το φύλο τους , το επίπεδο μόρφωσης τους. Η οικογενειακή τους κατάσταση όπως επίσης η επαγγελματική και η οικονομική τους κατάσταση. Τα ερωτηματολόγια επίσης ζητούσαν δεδομένα για την απόσταση στην οποία βρίσκεται η εστία του ασκούμενου-τον τόπο κατοικίας του , τον συνολικό χρόνο μετακίνησης καθώς και το μέσο μετακίνησης τους μέχρι τον χώρο άσκησης. Οι τελευταίες ερωτήσεις που υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο αφορούσαν την παρέα με την οποία έρχεται κάθε ασκούμενος να ασκηθεί , τον χρόνο παραμονής του στον χώρο άσκησης , την συχνότητα επίσκεψης αλλά και το είδος γυμναστικής το οποίο προτιμάει (ομαδικά προγράμματα , ατομική γυμναστική).

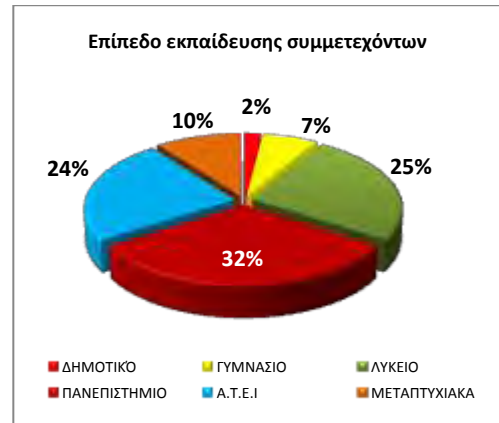
Τα δεδομένα από τα δημογραφικά στοιχεία αναλύθηκαν και τα αποτελέσματα μας έδειξαν τον μέσο όρο καθώς και το προφίλ των ασκούμενων των χώρων άθλησης. Τα δημογραφικά στοιχεία επίσης μας βοήθησαν στο να χωρίσουμε τις απαντήσεις των ασκούμενων σε ομάδες σύμφωνα με την ηλικία τους , το εισόδημα τους , το φύλο τους κ.α.

Στην συνέχεια αναλύσαμε τις 26 ερωτήσεις ποιότητας του ερωτηματολογίου με σύγκριση με τις ομάδες από τα δημογραφικά στοιχεία (πχ με ποιόν τρόπο απάντησαν οι ηλικιακές ομάδες και πώς αξιολόγησαν τις υπηρεσίες του ερωτηματολογίου)

9. Αποτελέσματα

9.1. Αποτελέσματα Δημογραφικών Στοιχείων

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχει παρακολουθήσει κάποιο πανεπιστήμιο (30,1%) έχει τελειώσει το λύκειο (24,1%) ή έχει παρακολουθήσει κάποιο ΤΕΙ (22,5%). Μικρότερο ήταν το ποσοστό των ερωτηθέντων οι οποίοι έχουν κάνει ένα μεταπτυχιακό (9,8%) , έχουν φοιτήσει μέχρι το γυμνάσιο (6,3%) ενώ υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό (1,9%) το οποίο μας ανέφερε ότι έχουν φοιτήσει μέχρι το δημοτικό.



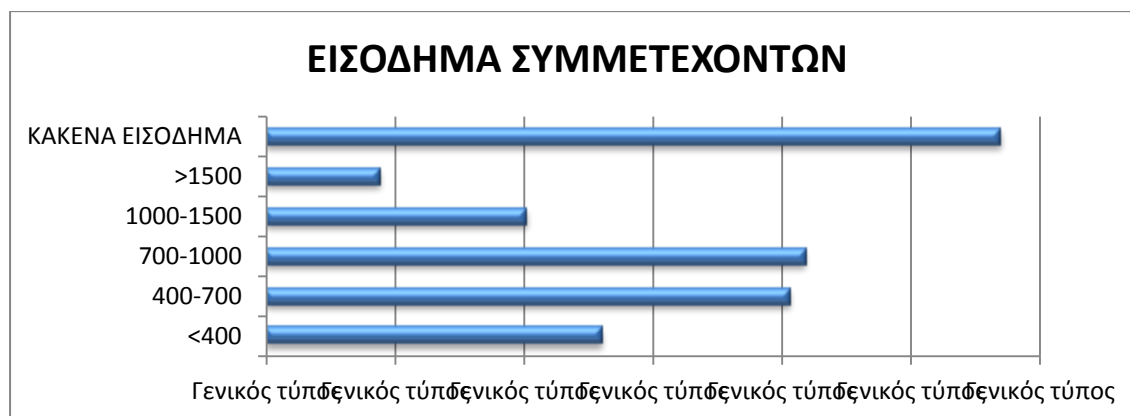
Στην συνέχεια απαντήθηκαν ερωτήσεις σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ασκούμενων. Στα αποτελέσματα βρέθηκε ότι η πλειοψηφία δεν ήταν παντρεμένοι (51,9%) ενώ ακολουθεί το 34,5% το οποίο είχε παντρευτεί. Μικρό ήταν το ποσοστό των διαζευγμένων (4,1%) αλλά υπήρχε και μία περίπτωση χηρείας το οποίο αντιστοιχεί στο 0,3%.

Οι ασκούμενοι ερωτήθηκαν για το αν έχουν παιδιά με το 53,8% να απαντάει αρνητικά και το 31% να απαντάει θετικά, ενώ ένα ποσοστό του 15,2% δεν απάντησε σε αυτήν την ερώτηση.

Οι Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα βρέθηκε να είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι (23.1%) και οι φοιτητές(20,3%). Αρκετά χαμηλότερο ποσοστό βρέθηκαν να είναι ελεύθεροι επαγγελματίες με 11,4%, μαθητές με 13,3% αλλά και δημόσιοι υπάλληλοι με 13,9%. Επίσης υπήρχαν συμμετέχοντες που δήλωσαν διαφορετική απασχόληση με (π.χ συνταξιούχος) με ποσοστό 3,5% ενώ ακολούθησαν οι γυναίκες που δήλωσαν οικιακά με ποσοστό 1,6%.



Όσον αφορά στα μηνιαία εισόδημα των συμμετεχόντων, καταγράφηκε ότι το 28,5% δεν έχει κάποιο εισόδημα ενώ πολύ κοντά μεταξύ τους είναι τα ποσοστά των ασκούμενων με εισόδημα από 400-700€ και 700-1000€ με ποσοστά 20,8% και 21,5% αντίστοιχα. Ένα μικρό ποσοστό 13,4% έχει εισόδημα χαμηλότερο από 400€ ενώ ακόμα μικρότερο ποσοστό (4,4%) των ασκούμενων που έχουν εισόδημα μεγαλύτερο των 1.500 €.



Στην συνέχεια θέλαμε να δούμε πόσο μακριά μένουν οι ασκούμενοι που έρχονται στο συγκεκριμένο γυμναστήριο για να αθληθούν. Από τα αποτελέσματα βρέθηκε ότι από το 86,7% που απάντησαν το 28,2% ζει στο κέντρο της πόλης ενώ το 58,5% ζει σε προάστια, με την μέση απόσταση κατοικίας να είναι 4.200 μέτρα από το γυμναστήριο. Έπειτα τέθηκε η ερώτηση για τον τρόπο μετακίνησης από το και προς το γυμναστήριο, η πλειοψηφία των ασκούμενων μετακινείται με αυτοκίνητο (47,5%) ενώ σε πολύ χαμηλότερο ποσοστό τα άτομα αυτά μετακινούνται με μηχανή (17,7%) ή περπάτημα (17,4%). Ακολουθεί η μετακίνηση με ποδήλατο ή με τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς με ποσοστά 10,4% και 5,7% αντίστοιχα, ενώ ο μέσος χρόνο μετακίνησης μετρήθηκε στα 14 λεπτά.

Η επόμενη ερώτηση που απαντήθηκε αφορούσε την παρέα με την οποία έρχονται οι ασκούμενοι στον χώρο άθλησης. Η πλειοψηφία μας απάντησε ότι έρχονται μόνος/η σε ποσοστό 48,4% ενώ ακολουθεί η παρέα με φίλους (26,9%), η οικογένεια (15,8%) με τελευταίο στην λίστα να έρχεται η παρέα με τον/την σύντροφο με ποσοστό 7.6%. Επιπρόσθετα θελήσαμε να μάθουμε το πόσο συχνά επισκέπτεται ο κάθε ασκούμενος το γυμναστήριο με τα αποτελέσματα να βγάζουν το μεγαλύτερο ποσοστό (59,8%) στην επίσκεψη 2-3 φορές την εβδομάδα. Σχετικά μεγάλο ποσοστό με 32,9% είχε και η επίσκεψη 4-5 φορές την εβδομάδα ενώ η επίσκεψη μια φορά την εβδομάδα η 5 φορές την εβδομάδα συμπλήρωσαν ποσοστά 1,3% και 4,7% αντίστοιχα. Τελευταία ερώτηση για τα δημογραφικά στοιχεία της έρευνας ήταν ο τύπος προγραμμάτων που ακολουθούν οι ασκούμενοι στην οποία βρέθηκε ότι η πλειοψηφία ακολουθεί ατομικά προγράμματα (π.χ βάρη). Σε μικρότερο ποσοστό (30,4%) βρέθηκαν οι ασκούμενοι οι οποίοι ακολουθούν και ατομικά προγράμματα

αλλά συμμετέχουν και στα ομαδικά προγράμματα του γυμναστηρίου ενώ αυτοί οι οποίοι ακολουθούν μόνο τα ομαδικά προγράμματα συγκέντρωσαν το 9,8% των ασκούμενων.

Η πρώτη ανάλυση η οποία κάναμε ήταν αυτή της αξιοπιστίας ως προς όλες τις κατηγορίες ερωτημάτων (εγκαταστάσεις , προσωπικό , ανταπόκριση , αξιοπιστία , αποτέλεσμα). Στην πρώτη κατηγορία ερωτήσεων η οποία αναφέρεται στις εγκαταστάσεις βρέθηκε πολύ υψηλή αξιοπιστία με τον αριθμό του Cronbach $\alpha=.869$. Η επόμενη ανάλυση αφορά την αξιοπιστία του προσωπικού η οποία βρέθηκε πολύ χαμηλή $\alpha=.464$. Συνεχίζοντας με την κατηγορία της ανταπόκρισης η αξιοπιστία βρέθηκε υψηλή με το $\alpha=.625$. Στις τελευταίες δυο κατηγορίες, οι οποίες αφορούν την αξιοπιστία της υπηρεσίας και την αξιοπιστία του αποτελέσματος από τα προγράμματα άσκησης ,βρέθηκε υψηλή αξιοπιστία με σκορ $\alpha=.883$ και με $\alpha=.926$ αντίστοιχα. Αναλυτικά τα αποτελέσματα στον Πίνακα 1.

Πίνακας 1		Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτέλεσμα
Cronbach's Alpha		.869	.464	.625	.883	.926
Valid	N	293	302	297	301	299
	%	92,7	95,6	94,0	95,3	94,6

Η επόμενες αναλύσεις η οποία υλοποιήσαμε ήταν δύο t-test με στόχο να βρούμε διαφορές στις απαντήσεις της κάθε κατηγορίας υπηρεσιών με κριτήριο το φύλο , την ηλικία και τον χώρο άθλησης. Ξεκινάμε με το t-test των απαντήσεων με τον το φύλο όπου και βρήκαμε τα ακόλουθα. Στην κατηγορία «εγκαταστάσεις» η ποιότητα υπηρεσιών ήταν υψηλή με $MO=5,58$, $TA=.94$. Παρόμοιο σκορ συγκέντρωσε και η κατηγορία «ανταπόκριση» παρουσιάζοντας υψηλή ποιότητα υπηρεσιών με $MO=5,93$, $TA=1,11$. Στην συνέχεια βρέθηκε πολύ υψηλή ποιότητα υπηρεσιών στις κατηγορίες που αφορούν την αξιοπιστία και το αποτέλεσμα με $MO=6,18$, $TA=.89$ και $MO=6,16$, $TA=.84$ αντίστοιχα. Ενώ η ποιότητα υπηρεσιών του προσωπικού συγκέντρωσε την μεγαλύτερη βαθμολογία με $MO=6,22$ και $TA=1,19$. Με στόχο την περισσότερη ακρίβεια της έρευνας έγινε μια συμπληρωματική ανάλυση και βρέθηκε το επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών στο γυμναστήριο και στο κολυμβητήριο ξεχωριστά. Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις η ποιότητα υπηρεσιών ήταν υψηλή και στα δύο μέρη αλλά το γυμναστήριο συγκέντρωσε μεγαλύτερο σκορ με $MO=5,70$, $TA=.93$ με το κολυμβητήριο να ακολουθεί με $MO=5,19$, $TA=.90$. Στην κατηγορία του προσωπικού το γυμναστήριο συγκέντρωσε $MO=6,31$, $TA=1,28$ με πολύ υψηλή ποιότητα υπηρεσιών ενώ στο κολυμβητήριο υπήρχε υψηλή ποιότητα με $MO=5,96$ και $TA=0,82$. Συνεχίζοντας με την ποιότητα υπηρεσιών της ανταπόκρισης , στο γυμναστήριο και στο κολυμβητήριο βρέθηκε υψηλή με $MO=5,99$, $TA=1,19$ και $MO=5,76$, $TA=.84$ αντίστοιχα. Υψηλό σκορ βρέθηκε στην κατηγορία της αξιοπιστίας όπου και το γυμναστήριο και το κολυμβητήριο αξιολογήθηκαν ως πολύ υψηλής ποιότητας υπηρεσιών με $MO=6,23$, $TA=.89$ και $MO=6,05$ με $TA=.88$ αντίστοιχα.

Τελειώνουμε αυτήν την ανάλυση με την αξιολόγηση της ποιότητας υπηρεσιών στο αποτέλεσμα των προγραμμάτων. Το γυμναστήριο αξιολογήθηκε ως πολύ υψηλή ποιότητα υπηρεσιών με $MO=6,27$, $TA=.78$ και το κολυμβητήριο ως υψηλή ποιότητα υπηρεσιών με $MO=5,83$ και $TA=.91$.

Πίνακας 2 Εγκαταστάσεις Προσωπικό Ανταπόκριση Αξιοπιστία Αποτέλεσμα

	Εγκαταστάσεις	Προσωπικό	Ανταπόκριση	Αξιοπιστία	Αποτέλεσμα
Μέσος όρος	5.58	6.22	5.93	6.18	6.16
Τυπική απόκλιση	.94	1.19	1.11	.89	.84

Η επόμενη ανάλυση μας αφορά την σύγκριση των απαντήσεων ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες όσον αφορά τον μέσο όρο απαντήσεων στις πέντε κατηγορίες υπηρεσιών. Αρχίζοντας με την κατηγορία των εγκαταστάσεων παρατηρήθηκε ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα $p>0.05$ μεταξύ των ανδρών με $MO=5,61$ και $TA=1,00$ και των γυναικών με $MO=5,54$ και $TA=,88$. Συνεχίζοντας με την κατηγορία του προσωπικού τα αποτελέσματα έδειξαν μία πολύ μικρή μη στατιστική σημαντικότητα των αποτελεσμάτων. Οι άνδρες είχαν $MO=6,10$ με $TA=,94$ ενώ οι γυναίκες είχαν $MO=6,34$ με $TA=1,41$. Η επόμενη κατηγορία την οποία αναλύσαμε είναι αυτή της ανταπόκρισης, εδώ τα αποτελέσματα δεν έδειξαν στατιστικά αποτελέσματα λόγω της μικρής διαφοράς μεταξύ των μέσων όρων. Οι άνδρες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες με $MO=5,97$ και $TA=1,20$ ενώ οι γυναίκες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες με $5,88$ και $TA=1,01$. Οι τελευταίες κατηγορίες είχαν παρόμοια αποτελέσματα. Η κατηγορία της αξιοπιστίας αξιολογήθηκε από τους άνδρες με $MO=6,14$ και $TA=,92$ ενώ από τις γυναίκες αξιολογήθηκε με $MO=6,24$ και $TA=,85$. Λόγο της μικρής διαφοράς ανάμεσα στους μέσους όρους ούτε εδώ είχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα $p>0.05$. Τελευταία κατηγορία την οποία αναλύσαμε είναι αυτή του αποτελέσματος, τα αποτελέσματα δεν έδειξαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα με τους άνδρες και τις γυναίκες να αξιολογούν τις υπηρεσίες αυτές με σχεδόν τους ίδιους μέσους όρους. Συγκεκριμένα οι άνδρες αξιολόγησαν με $MO=6,11$ και $TA=,86$ ενώ οι γυναίκες με $MO=6,21$ με $TA=,82$

Πίνακας 3

		Μέσος όρος	Τυπική απόκλιση	p
Εγκαταστάσεις	Άνδρες	5,61	1,00	,561
	Γυναίκες	5.54	,88	
Προσωπικό	Άνδρες	6.10	,94	,082
	Γυναίκες	6,34	1,41	
Ανταπόκριση	Άνδρες	5,97	1,20	,490
	Γυναίκες	5,88	1,01	
Αξιοπιστία	Άνδρες	6,14	,92	,339
	Γυναίκες	6,24	,85	
Αποτέλεσμα	Άνδρες	6,11	,86	,289
	Γυναίκες	6,21	,82	

Για την ανάγκη των δύο επόμενων αναλύσεων χωρίσαμε τους ασκούμενους σε τρεις ηλικιακές ομάδες , η πρώτη ομάδα είχαν ηλικία από 18 -29 , η δεύτερη ομάδα ήταν από ηλικία 30-39 και η τελευταία ομάδα ήταν από 40 ετών και πάνω. Η επόμενη μας ανάλυση ήταν ένα Oneway Anova με τις πέντε κατηγορίες ερωτήσεων που απάντησαν οι ασκούμενοι συγκρίνοντας τις με τις τρεις ηλικιακές ομάδες. Στόχος αυτής της ανάλυσης ήταν να βρούμε αν υπάρχουν διαφορές μεταξύ των ομάδων ηλικίας όσον αφορά τις πέντε κατηγορίες ερωτήσεων. Στις τέσσερις από τις πέντε κατηγορίες δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, αυτές οι κατηγορίες είναι το προσωπικό $F(48)=1.75$, $p=.526$, η ανταπόκριση $F(48)=1.04$, $p=.404$, ή αξιοπιστία με $F(48)=.855$, $p=.737$ και το αποτέλεσμα με $F(48)=1.09$ με $p=.328$. Σε μία όμως από αυτές τις κατηγορίες βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, αυτή η κατηγορία είναι οι εγκαταστάσεις με $F(48)=1.75$, $p=.004$. Για να βρούμε ανάμεσα σε ποιές ηλικιακές ομάδες υπάρχουν διαφορές κάναμε ένα PostHoc τεστ με Tukey. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ($p=.030$) ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες 18-28 ετών και 30-39 ετών. Η διαφορά των μέσων όρων βρέθηκε να είναι στο $MO=,372$ με $TA=.14$.

9.2. CrossTabs δημογραφικών στοιχείων

Στην συνέχεια έγινε ανάλυση crosstabulation συγκρίνοντας μερικά δημογραφικά στοιχεία τα οποία μας έδωσαν οι ασκούμενοι , με τις 26 ερωτήσεις ποιότητας τις οποίες τους θέσαμε. Τα δημογραφικά στοιχεία τα οποία αναλύσαμε είναι η ηλικία , ο χρόνος παραμονής , το φύλο , η συχνότητα επίσκεψης , το επίπεδο μόρφωσης , η επαγγελματική κατάσταση , το εισόδημα και το αν ο ασκούμενος απάντησε για το κολυμβητήριο η για το γυμναστήριο της εγκατάστασης. Οι ερωτήσεις έχουν χωριστεί σε 5 κατηγορίες , ερωτήσεις για την ποιότητα των εγκαταστάσεων , του προσωπικού , της ανταπόκρισης , της αξιοπιστίας και των αθλητικών προγραμμάτων.

9.2.1. CrossTabs φύλο

Πίνακας 6

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 1	Άνδρας	0,0	0,0	3,2	6,1	12,9	14,2	15,2	,544
	Γυναίκα	0,0	0,3	1,3	5,5	11,0	15,5	14,8	
Ερώτηση 2	Άνδρας	0,0	1,3	1,6	5,1	8,6	18,1	17,5	,001
	Γυναίκα	1,0	1,3	1,6	7,3	15,2	13,0	8,6	
Ερώτηση 3	Άνδρας	0,3	1,6	5,1	4,7	12,0	14,2	13,9	,014
	Γυναίκα	0,0	0,9	2,2	9,2	12,7	15,8	7,3	
Ερώτηση 4	Άνδρας	0.0	1.3	2.0	8.2	11.8	14.1	15.4	,124
	Γυναίκα	0.0	0.3	1.0	4.3	12.8	17.4	11.5	
Ερώτηση 5	Άνδρας	0.0	0.3	2.6	4.2	11.0	16.8	16.8	,631
	Γυναίκα	0.0	0.3	2.3	6.8	11.0	15.2	12.9	
Ερώτηση 6	Άνδρας	0.3	1.0	1.9	7.3	9.2	20.1	12.1	,484
	Γυναίκα	0.6	0.0	2.2	7.3	11.5	16.6	9.9	

Στην συνέχεια θελήσαμε να δούμε εάν υπάρχουν διαφορές μεταξύ των απαντήσεων ανδρών και γυναικών. Αρχικά διασταυρώσαμε τις απαντήσεις στην κατηγορία των εγκαταστάσεων. Η πρώτη από αυτές αφορά την ποικιλία των προγραμμάτων(Ερ.1), εδώ όπου η πλειοψηφία των ανδρών την χαρακτήρισαν ως άριστη ενώ οι γυναίκες ως πολύ καλή. Συνεχίζοντας με την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2) οι άνδρες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ οι γυναίκες ήταν πιο αυστηρές αξιολογώντας τη ως απλά καλή. Όσο αφορά τον εξοπλισμό των εγκαταστάσεων (Ερ.3) ο ανδρικός πληθυσμός του σταδίου μας είπε ότι ο εξοπλισμός είναι άριστος ενώ και εδώ οι γυναίκες θεωρούν την συγκεκριμένη υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι επόμενες ερωτήσεις που κρίθηκαν οι ασκούμενοι να απαντήσουν αφορούν την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής (Ερ.4) αλλά και η ευρυχωρία των χώρων άσκησης (Ερ.5). Και οι δύο ερωτήσεις ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο απαντήσεων, δηλαδή οι άνδρες να αξιολογούν την υπηρεσία κατά πλειοψηφία ως άριστη ενώ οι γυναίκες να την αξιολογούν ως πολύ καλή. Στην τελευταία ερώτηση η οποία αφορούσε το αν οι εγκαταστάσεις είναι ελκυστικές (Ερ.6) οι πλειοψηφία των απαντήσεων και από άντρες και από γυναίκες αξιολογούν την ποιότητα αυτή ως πολύ καλή.

Πίνακας 7

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 7	Άνδρας	0.3	1.9	1.6	1.9	6.7	18.7	21.0	,004
	Γυναίκα	0.0	0.0	0.3	3.8	8.9	11.1	23.8	
Ερώτηση 8	Άνδρας	0.0	1.3	1.6	1.6	7.4	18.6	22.1	,206
	Γυναίκα	0.0	0.0	0.6	2.2	6.4	14.1	24.0	
Ερώτηση 9	Άνδρας	0.0	1.3	0.6	2.9	9.2	16.6	21.3	,279
	Γυναίκα	0.0	0.0	0.0	3.5	8.3	14.6	21.7	
Ερώτηση 10	Άνδρας	1.3	0.9	0.0	2.5	5.4	18.0	23.7	,158
	Γυναίκα	0.0	0.0	0.6	2.8	5.4	14.9	24.1	
Ερώτηση 11	Άνδρας	0.3	0.3	1.3	2.9	9.0	16.7	20.8	,837
	Γυναίκα	0.0	0.0	1.3	3.2	9.6	16.0	18.3	
Ερώτηση 12	Άνδρας	0.0	0.0	0.6	1.0	3.5	11.9	35.0	,834
	Γυναίκα	0.0	0.0	0.3	1.0	4.5	10.9	30.9	

Η επόμενη κατηγορία που αναλύσαμε είναι του προσωπικού. Ξεκινάμε με την αξιολόγηση της εμπειρίας του προσωπικού (Ερ.7) , εδώ οι άνδρες χαρακτήρισαν την εμπειρία του προσωπικού ως άριστη, ενώ το ίδιο έπραξαν και οι γυναίκες. Συνεχίζουμε την αξιοπιστία του προσωπικού (Ερ.8) και την κατάρτιση του (Ερ.9) όπου τα ανδρικά μέλη του γυμναστηρίου και του κολυμβητηρίου αξιολόγησαν το προσωπικό σε αυτόν τον τομέα ως άριστο και στις δύο περιπτώσεις, ενώ την ίδια γραμμή ακολούθησαν και οι γυναίκες όπου θεωρούν ότι το προσωπικό είναι άριστα αξιόπιστο και καταρτισμένο. Επίσης σημαντικός παράγοντας ποιότητας του προσωπικού είναι η εμπιστοσύνη που μπορείς να δείξει κάποιος στο προσωπικό (Ερ.10) αλλά και η ευγένεια του (Ερ.12). Στην συγκεκριμένη εγκατάσταση οι άνδρες και οι γυναίκες απάντησαν και χαρακτήρισαν το προσωπικό ως άριστο και στις δύο περιπτώσεις. Τελειώνοντας με την ποιότητα του προσωπικού οι ασκούμενοι

κλήθηκαν να χαρακτηρίσουν την εξατομίκευση των προγραμμάτων. Και εδώ η πλειοψηφία ανδρών και γυναικών τα χαρακτήρισαν ως άριστα.

Πίνακας 8

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 13	Άνδρας	0,3	0,3	2,0	3,3	8,1	16,9	20,5	,264
	Γυναίκα	0,0	0,7	0,3	5,9	6,8	16,9	17,6	
Ερώτηση 14	Άνδρας	0,3	0,6	1,0	4,5	9,6	16,9	19,4	,555
	Γυναίκα	0,3	0,0	2,2	5,1	9,6	15,3	15,3	
Ερώτηση 15	Άνδρας	0,3	0,3	1,3	4,2	8,8	16,9	20,5	,994
	Γυναίκα	0,3	0,3	1,6	3,6	8,8	16,2	16,9	
Ερώτηση 16	Άνδρας	0,3	0,6	1,6	2,2	9,2	16,8	21,0	,951
	Γυναίκα	0,3	0,3	1,0	1,9	10,8	14,6	19,4	

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά την ανταπόκριση του προσωπικού προς τα μέλη της εγκατάστασης. Στο αν λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις τους (Ερ.13) απάντησαν άνδρες και γυναίκες με την ανδρική πλειοψηφία να χαρακτηρίζει αυτήν την υπηρεσία ως άριστη ενώ η πλειοψηφία των γυναικών είναι μοιρασμένη στον χαρακτηρισμό της υπηρεσίας ως πολύ καλή και άριστη. Το ίδιο μοτίβο απαντήσεων έχουν και οι υπηρεσίες της ταχύτητας επίλυσης των προβλημάτων (Ερ.14) αλλά και της ανταπόκρισης στα αιτήματα των πελατών (Ερ.15). Εδώ οι πλειοψηφία των ανδρών απαντάει στα σίγουρα ότι η υπηρεσίες αυτές είναι άριστες ενώ οι γυναίκες γνώμη είναι διχασμένη με σχεδόν τα ίδια ποσοστά να πιστεύουν ότι η υπηρεσία είναι άριστη και πολύ καλή. Τελευταία υπηρεσία όσο αφορά την ανταπόκριση του προσωπικού είναι η ταχύτητα ενημέρωσης των μελών για τυχόν αλλαγές (Ερ.16) , εδώ και οι δύο πλειοψηφίες ανδρών και γυναικών συγκεντρώθηκαν στην απάντηση που αξιολογεί την υπηρεσία ως άριστη.

Πίνακας 9

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 17	Άνδρας	0,3	0,3	0,0	3,5	7,1	16,1	25,2	,687
	Γυναίκα	0,0	0,3	0,3	1,6	7,1	14,2	23,9	
Ερώτηση 18	Άνδρας	0,0	0,0	0,6	3,5	6,4	18,9	22,1	,144
	Γυναίκα	0,0	0,0	0,6	3,8	6,7	11,2	26,0	
Ερώτηση 19	Άνδρας	0,0	0,6	1,0	1,6	5,1	14,4	29,4	,510
	Γυναίκα	0,0	0,0	0,3	2,2	6,4	13,7	25,2	
Ερώτηση 20	Άνδρας	0,6	1,0	1,6	1,6	8,3	14,3	24,5	,237
	Γυναίκα	0,0	0,3	0,6	3,5	5,4	13,7	24,5	

Μεγάλο θετικό σε μία εγκατάσταση είναι η αξιοπιστία και η τυπικότητα των υπηρεσιών, αυτό είναι η επόμενη κατηγορία την οποία αναλύσαμε σε σύγκριση με το φύλο. Στην συγκεκριμένη κατηγορία οι ερωτήσεις που αφορούσαν την τυπικότητα στην αρχή των προγραμμάτων (Ερ.17) , την συνέπεια του προσωπικού στις ώρες του προγράμματος (Ερ.19) αλλά και την ακρίβεια στις περιγραφές των ασκήσεων (Ερ.20) βρέθηκαν να έχουν την πλειοψηφία των απαντήσεων να τις χαρακτηρίζουν ως άριστες. Συγκεκριμένα σε αυτές τις ερωτήσεις τα μέλη του

γυμναστηρίου , είτε είναι άνδρες είτε γυναίκες , αξιολόγησαν την αξιοπιστία του προσωπικού ως άριστη

Πίνακας 10

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 21	Άνδρας	0.0	0,3	1,6	3,9	9,8	16,1	20,0	,827
	Γυναίκα	0.0	0,0	1,0	3,0	8,9	17,4	18,0	
Ερώτηση 22	Άνδρας	0.0	0.0	1,3	2,3	8,8	16,9	21,8	,710
	Γυναίκα	0.0	0.0	1,0	1,6	6,2	16,2	24,0	
Ερώτηση 23	Άνδρας	0.0	0.0	1,0	2,6	6,2	16,0	25,7	,842
	Γυναίκα	0.0	0.0	0,7	2,0	4,2	15,3	26,4	
Ερώτηση 24	Άνδρας	0.0	0,3	1,0	2,9	6,2	16,7	24,2	,697
	Γυναίκα	0.0	0,0	0,3	2,9	4,2	16,0	25,2	
Ερώτηση 25	Άνδρας	0.0	0,3	0,7	2,0	5,9	18,2	24,4	,781
	Γυναίκα	0.0	0,0	0,7	1,3	6,2	14,7	25,7	
Ερώτηση 26	Άνδρας	0.0	0,3	1,0	3,0	8,5	17,4	21,0	,432
	Γυναίκα	0.0	1,0	1,6	4,9	13,1	36,4	43,0	

Επίσης μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις απαντήσεις υπήρχαν όσο αναφορά τα προγράμματα άσκησης. Στο αν τα προγράμματα άσκησης τους βοηθάνε να αυξήσουν την ενέργεια τους (Ερ.21) μας απάντησαν οι άνδρες και οι γυναίκες, η πλειοψηφία των ανδρών τάχθηκε προς τον χαρακτηρισμό της ποιότητας ως άριστη ενώ το ίδιο απάντησε και ο γυναικείος πληθυσμός αλλά με μικρή απόκλιση από την αξιολόγηση της υπηρεσίας ως πολύ καλή. Όσο αφορά την βελτίωση της υγείας (Ερ.22) και της διάθεση (Ερ.23) και οι δύο πλειοψηφίες , ανδρών και γυναικών, αξιολόγησαν και τις δύο αυτές υπηρεσίες ως άριστες και με μεγάλη διαφορά από την αξιολόγηση υπηρεσίας ως πολύ καλή. Συνεχίζοντας με την ψυχολογική κατάσταση (Ερ.24) και την φυσική κατάσταση (Ερ.25) οι ασκούμενοι μας είπαν ότι βελτιώνονται σε άριστο βαθμό. Όπως και στις προηγούμενες ερωτήσεις έτσι και στην ερώτηση για την βελτίωση της εμφάνισης τους (Ερ.26) και οι άνδρες και οι γυναίκες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη

9.2.2. CrossTabs ηλικίες

Πίνακας 11

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 1	18-29	0,0	0,0	2,5	4,7	8,4	14,9	13,5	,103
	30-39	0,0	0,4	1,1	2,9	9,5	5,8	4,0	
	40-74	0,0	0,0	0,7	3,6	5,5	<u>6,5</u>	5,8	
Ερώτηση 2	18-29	0,4	0,0	1,1	5,7	9,0	<u>16,8</u>	10,8	,181
	30-39	0,0	1,4	0,7	3,9	7,5	<u>6,1</u>	3,9	
	40-74	0,4	1,1	0,7	2,9	<u>6,1</u>	5,4	<u>6,1</u>	
Ερώτηση 3	18-29	0,4	0,7	2,9	5,4	<u>12,5</u>	12,2	9,7	,508
	30-39	0,0	1,1	1,4	5,4	5,4	<u>7,9</u>	2,5	
	40-74	0,0	0,7	2,2	2,9	5,0	<u>6,8</u>	5,0	
Ερώτηση 4	18-29	0,0	0,4	0,4	4,5	12,6	<u>13,0</u>	<u>13,0</u>	,092
	30-39	0,0	0,0	1,5	3,7	4,8	<u>9,7</u>	4,1	
	40-74	0,0	0,7	0,4	2,2	5,9	5,6	<u>7,1</u>	

Ερώτηση 5	18-29	0,0	0,0	1,1	5,1	10,6	<u>13,6</u>	<u>13,6</u>	,873
	30-39	0,0	0,4	1,5	2,9	6,2	<u>7,0</u>	5,5	
	40-74	0,0	0,4	0,7	2,6	4,4	<u>7,3</u>	7,0	
Ερώτηση 6	18-29	0,4	0,0	1,4	6,5	9,0	<u>16,9</u>	9,4	,595
	30-39	0,0	0,7	0,7	4,0	5,0	<u>9,0</u>	4,3	
	40-74	0,7	0,0	1,1	3,2	4,0	<u>7,9</u>	5,8	

Η επόμενη διασταύρωση αφορά τις πέντε κατηγορίες ερωτήσεων σε σχέση με την ηλικία των μελών του σταδίου. Χωρίσαμε τις ηλικίες σε ομάδες των 18 έως 29 ετών , 30 έως 39 ετών και 40 έως 74 ετών. Αρχίζοντας με την κατηγορία των εγκαταστάσεων οι ασκούμενοι απάντησαν για την ποικιλία των προγραμμάτων(Ερ.1) . Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι νέοι συγκέντρωσαν την πλειοψηφία των απαντήσεων τους στην αξιολόγηση της υπηρεσίας ως πολύ καλή , όπως έκανε και η ηλικιακή ομάδα των 40 έως 74, ενώ οι μέση ηλικιακή ομάδα αξιολόγησε την υπηρεσία ως απλά καλή. Όσο αφορά την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2) οι νέοι ηλικίας 18-29 ετών χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ οι μεγαλύτεροι σε ηλικία ήταν πιο δυσαρεστημένοι αξιολογώντας την υπηρεσία ως απλά καλή. Στην ηλικιακή κατηγορία των 40-74 η πλειοψηφία ήταν μοιρασμένη στον χαρακτηρισμό της υπηρεσίας ως καλή και άριστη. Συνεχίζοντας με την ποιότητα του εξοπλισμού(Ερ.3) τα μέλη διαφόρων ηλικιών απάντησαν με τα αποτελέσματα να δείχνουν τους νέους ηλικίας 18-29 να θεωρούν το εξοπλισμό καλής ποιότητας ενώ οι νέοι μεγαλύτερης ηλικίας 30-39 να τον θεωρούν πολύ καλής ποιότητας. Την ίδια άποψη είχαν και οι ασκούμενοι ηλικίας 40-74 οι οποίοι αξιολόγησαν τον εξοπλισμό ως πολύ καλό. Σε σύγκριση με την ποιότητα του εξοπλισμού , στην ερώτηση η οποία αφορά την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής (Ερ.4) η ηλικιακή ομάδα των 18-29 είχαν μοιρασμένη άποψη αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή και άριστη. Ως άριστη αξιολόγησαν την ίδια υπηρεσία και η ηλικιακή ομάδα των 40-74 ετών αφήνοντας τους ασκούμενους ηλικίας 30-39 να αξιολογήσουν πιο αυστηρά καθώς η πλειοψηφία των απαντήσεων χαρακτήριζε την υπηρεσία ως πολύ καλή και όχι άριστη. Τα επόμενα στα οποία κρίθηκαν να απαντήσουν τα μέλη του γυμναστηρίου και του κολυμβητηρίου είναι το αν οι χώροι είναι ευρύχωροι(Ερ.5) και το αν οι εγκαταστάσεις είναι ελκυστικές (Ερ.6). Εκτός από την ηλικιακή ομάδα των 18-29 που στην ερώτηση ευρυχωρίας των χώρων απάντησαν με μοιρασμένα αποτελέσματα στην αξιολόγηση ως άριστο και ως πολύ καλό. Όλες οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες απάντησαν στις δύο αυτές ερωτήσεις χαρακτηρίζοντας τις τελευταίες υπηρεσίες των εγκαταστάσεων ως πολύ καλές.

Πίνακας 12

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 7	18-29	0.0	1,4	1,1	2,5	10,4	15,4	<u>25,4</u>	,100
	30-39	0.0	1,1	0,4	1,4	5,4	<u>8,2</u>	7,2	
	40-74	0.0	0,0	0,7	1,1	4,3	3,9	<u>12,5</u>	
Ερώτηση 8	18-29	0.0	0,0	0,7	1,8	6,5	14,5	<u>20,3</u>	,240
	30-39	0.0	0,7	0,7	1,1	4,3	<u>9,1</u>	8,0	
	40-74	0.0	0,0	0,0	0,7	3,3	5,8	<u>12,3</u>	

Ερώτηση 9	18-29	0.0	0,0	0,0	4,3	7,6	12,9	<u>19,1</u>	,204
	30-39	0.0	0,4	0,4	0,7	6,5	<u>7,9</u>	7,6	
	40-74	0.0	0,0	0,0	1,8	4,0	6,1	<u>10,8</u>	
Ερώτηση 10	18-29	0,0	0,0	0,4	3,6	5,4	14,3	<u>20,1</u>	,098
	30-39	1,1	0,4	0,0	1,4	3,9	8,2	<u>8,6</u>	
	40-74	0,0	0,0	0,4	1,1	1,4	7,2	<u>12,5</u>	
Ερώτηση 11	18-29	0.4	0.0	0,7	3,3	6,2	<u>16,4</u>	16,0	,226
	30-39	0.0	0.0	1,5	0,7	5,8	<u>9,1</u>	6,9	
	40-74	0.0	0.0	0,4	2,5	4,4	5,5	<u>9,8</u>	
Ερώτηση 12	18-29	0.0	0.0	0,4	1,5	2,9	10,2	<u>29,1</u>	,631
	30-39	0.0	0.0	0,4	0,4	3,3	6,9	<u>12,4</u>	
	40-74	0.0	0.0	0,4	0,4	1,8	4,4	<u>16,0</u>	

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά το προσωπικό ξεκινώντας με την εμπειρία του(Ερ.7). Οι ηλικιακές ομάδες των 18-29 και των 40-74 ετών αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη με μεγάλη διαφορά από την αξιολόγηση ως πολύ καλή, στην οποία αξιολόγηση βρέθηκε η πλειοψηφία των απαντήσεων της ηλικιακής ομάδας 30-39 ετών. Οι επόμενες δύο ερωτήσεις αφορούν την αξιοπιστία(Ερ.8) και την κατάρτιση του προσωπικού(Ερ.9). Οι απαντήσεις των ηλικιακών ομάδων ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο, με την ηλικιακή ομάδα των 18-29 να αξιολογεί και τις δύο υπηρεσίες ως άριστες ενώ η μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα 30-39 να τις αξιολογεί ως πολύ καλές. Τελειώνοντας με την ηλικιακή ομάδα των 40-74 ετών η οποία επίσης χαρακτήρισε και τις δύο υπηρεσίες ως άριστες. Όσο αφορά την εμπιστοσύνη προς το προσωπικό (Ερ.10) και οι τρεις ηλικιακές ομάδες κράτησαν την ίδια γραμμή στις απαντήσεις τους και κατά πλειοψηφία αξιολόγησαν την εμπιστοσύνη την οποία μπορούν να έχουν στο προσωπικό ως άριστη. Στην συνέχεια τα μέλη του γυμναστηρίου αξιολόγησαν την εξατομίκευση των προγραμμάτων(Ερ.11), η ηλικιακή ομάδα των 18-29 ετών χαρακτήρισε την υπηρεσία ως πολύ καλή, όπως έκανε και η ηλικιακή ομάδα των 30-39 ετών, με τους μεγαλύτερους σε ηλικία 40-74 ετών να είναι πιο επιεικής αξιολογώντας την υπηρεσία ως άριστη. Τέλος στο ερώτημα για την ευγένεια του προσωπικού (Ερ.12) και οι τρεις ηλικιακές ομάδες κατέταξαν την υπηρεσία ως άριστη με μεγάλη διαφορά από την προηγούμενη κλίμακα αξιολόγησης.

Πίνακας 13

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	ρ	
Ερώτηση 13	18-29	0,0	0,4	0,4	3,3	7,4	15,5	17,0	,634
	30-39	0,0	0,4	0,7	3,0	4,1	9,6	6,3	
	40-74	0,4	0,4	0,4	1,8	3,0	6,6	9,6	
Ερώτηση 14	18-29	0,4	0,0	0,7	4,3	9,7	14,4	14,0	,465
	30-39	0,0	0,0	1,4	2,5	4,7	9,4	5,8	
	40-74	0,4	0,4	1,1	2,2	4,3	5,4	9,0	
Ερώτηση 15	18-29	0,0	0,0	0,7	2,6	8,1	15,1	16,5	,287
	30-39	0,0	0,4	1,5	2,6	3,3	8,5	7,7	
	40-74	0,7	0,0	0,7	2,2	4,4	6,6	8,1	
Ερώτηση 16	18-29	0,0	0,4	1,1	2,2	9,4	15,5	15,5	,445

30-39	0,4	0,0	0,7	1,1	6,1	5,4	10,1
40-74	0,0	0,7	1,1	0,4	4,3	6,1	10,1

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά την ανταπόκριση του προσωπικού προς τους πελάτες. Εδώ οι ασκούμενοι απάντησαν στο οι προτάσεις τους λαμβάνονται υπόψη (Ερ.13), όπου η πλειοψηφία των απαντήσεων τάχθηκε στον χαρακτηρισμό της υπηρεσίας ως άριστη, για την ηλικιακή ομάδα των 18-29. Για τις υπόλοιπες δύο ηλικιακές ομάδες η πλειοψηφία αξιολόγησε την υπηρεσία ως πολύ καλή, ηλικίες 30-39, ενώ η ηλικιακή ομάδα 40-74 χαρακτήρισε την υπηρεσία ως άριστη. Μία υπηρεσία η οποία είναι σημαντική είναι η ταχύτητα επίλυσης των προβλημάτων που δημιουργούνται. Στην συγκεκριμένη ερώτηση (Ερ.14) οι νέοι ηλικίας 18-29 απάντησαν ότι θεωρούν την υπηρεσία ως πολύ καλή αλλά με μικρή διαφορά από την αξιολόγηση της ως άριστη. Η ηλικιακή ομάδα των 30-39 είχαν επίσης την ίδια γνώμη με τους νέους χαρακτηρίζοντας την ως πολύ καλή, ενώ η μόνη ηλικιακή ομάδα η οποία κατά πλειοψηφία έδωσε το μέγιστο της βαθμολογίας ήταν η ηλικίες 40-74. Όσο αφορά την ανταπόκριση στα αιτήματα των μελών (Ερ.15) η ηλικιακές ομάδες των 18-29 και 40-74 χαρακτήρισαν την ταχύτητα ανταπόκρισης άμεση σε άριστο βαθμό, ενώ και εδώ η ηλικιακή ομάδα των 30-39 ετών ήταν πιο αυστηροί αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή. Τελειώνοντας με την ενημέρωση των ασκούμενων για τυχών αλλαγές στο πρόγραμμα (Ερ.16) οι ηλικιακές ομάδες των 30-39 ετών και 40-74 ετών αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη, ενώ στην ηλικιακή ομάδα των 18-29 την πλειοψηφία μοιράζονται η απαντήσεις αξιολόγησης ποιότητας ως πολύ καλή αλλά και άριστη.

Πίνακας 14

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 17	18-29	0,4	0,0	0,0	2,2	6,2	14,3	<u>20,1</u>	,279
	30-39	0,0	0,4	0,0	1,5	4,0	8,8	<u>9,2</u>	
	40-74	0,0	0,4	0,4	1,5	2,9	4,0	<u>13,9</u>	
Ερώτηση 18	18-29	0,0	0,0	0,4	2,9	5,8	16,4	<u>18,2</u>	,583
	30-39	0,0	0,0	0,4	1,8	4,0	6,2	<u>11,6</u>	
	40-74	0,0	0,0	0,7	2,2	2,5	5,5	<u>11,3</u>	
Ερώτηση 19	18-29	0,0	0,0	0,4	1,4	7,2	13,4	<u>21,3</u>	,232
	30-39	0,0	0,7	0,4	0,7	2,9	7,6	<u>11,6</u>	
	40-74	0,0	0,0	0,4	1,4	1,4	5,4	<u>14,1</u>	
Ερώτηση 20	18-29	0,4	0,4	1,1	2,2	7,2	10,5	<u>21,7</u>	,682
	30-39	0,0	0,7	0,7	1,4	2,5	9,0	<u>9,4</u>	
	40-74	0,0	0,0	0,4	1,4	3,6	7,2	<u>10,1</u>	

Συνεχίζοντας με την αξιοπιστία του προσωπικού τα μέλη του γυμναστηρίου απάντησαν σε ερωτήσεις που αφορούν την τυπικότητα στις ώρα έναρξης των προγραμμάτων (Ερ.17) όπως και για την ακρίβεια των πληροφοριών για το ωρολόγιο πρόγραμμα (Ερ.18). Οι απαντήσεις έδειξαν τις πλειοψηφίες και των τριών ηλικιακών ομάδων να έχουν ίδια άποψη και να αξιολογούν τις δύο αυτές υπηρεσίες ως άριστες. Ίδια άποψη όμως είχαν οι επισκέπτες του σταδίου και στις ερωτήσεις που αφορούσαν την συνέπεια του προσωπικού (Ερ.19) αλλά και την

ακρίβεια περιγραφής των ασκήσεων(Ερ.20).Και εδώ οι ασκούμενοι όλων των ηλικιακών κατηγοριών αξιολόγησαν και τις δύο υπηρεσίες ως άριστες. Η διαφορά μεταξύ της αξιολόγησης ως πολύ καλή και άριστη ήταν μεγάλη σε όλες της ερωτήσεις και ανάμεσα σε όλες τις ηλικιακές ομάδες , μόνο στην ερώτηση που αφορά την ακρίβεια περιγραφής των ασκήσεων η ηλικιακή ομάδα των 30-39 είχε πολύ κοντινά ποσοστά.

Πίνακας 15

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 21	18-29	0.0	0,4	0,4	2,6	8,1	15,9	15,9	,831
	30-39	0.0	0,0	1,1	1,5	5,6	8,1	7,8	
	40-74	0.0	0,0	1,1	1,9	4,8	7,8	6,7	
Ερώτηση 22	18-29	0.0	0.0	1,1	0,4	6,9	15,3	19,3	,142
	30-39	0.0	0.0	0,7	1,1	5,1	6,9	9,9	
	40-74	0.0	0.0	0,4	2,6	2,9	7,7	9,5	
Ερώτηση 23	18-29	0.0	0.0	0,4	2,9	5,1	11,8	23,2	,448
	30-39	0.0	0.0	0,7	1,5	2,9	7,7	11,0	
	40-74	0.0	0.0	0,7	0,0	2,9	8,5	10,3	
Ερώτηση 24	18-29	0.0	0,0	0,4	3,3	4,1	12,9	22,5	,747
	30-39	0.0	0,0	0,7	1,5	3,0	8,9	10,0	
	40-74	0.0	0,0	0,4	1,5	3,0	8,9	8,9	
Ερώτηση 25	18-29	0.0	0,0	0,4	1,5	6,2	14,3	21,2	,436
	30-39	0.0	0,4	0,4	0,7	5,1	7,0	10,3	
	40-74	0.0	0,0	0,7	1,5	1,8	8,1	10,3	
Ερώτηση 26	18-29	0.0	0,4	1,1	1,1	6,3	15,6	19,3	,301
	30-39	0.0	0,4	0,4	1,5	3,0	8,9	10,0	
	40-74	0.0	0,4	0,4	2,6	4,4	8,9	5,6	

Τελειώνουμε με την κατηγορία των προγραμμάτων άσκησης όπου οι ασκούμενοι απάντησαν σε ερωτήσεις για το πόσο και πού τους βοηθάνε τα προγράμματα άσκησης. Αρχίζοντας με την ενέργεια που τους δίνουν τα προγράμματα αυτά (Ερ.21) η ηλικιακή ομάδα των 18-29 ετών είχε μοιρασμένη την πλειοψηφία της στην αξιολόγηση ως πολύ καλή και άριστη , ενώ η υπόλοιπες δύο ηλικιακές ομάδες χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Σε σύγκριση με την προηγούμενη ερώτηση , οι ερωτήσεις που αφορούν την υγεία(Ερ.22) και την διάθεση (Ερ.23) των ασκούμενων βρέθηκαν να έχουν τις πλειοψηφίες και των τριών ηλικιακών ομάδων στο μέγιστο της βαθμολογίας. Συνεπώς όσο αφορά τις υπηρεσίες αυτές τα μέλη του γυμναστηρίου τις αξιολόγησαν ως άριστες. Συνεχίζοντας με την ψυχολογική κατάσταση των ασκούμενων , προερχόμενη από τα προγράμματα άσκησης, η πλειοψηφία της ηλικιακής ομάδας 18-29 ετών χαρακτήρισε την υπηρεσία ως άριστη όπως το ίδιο έκανε και η ηλικιακή ομάδα των 30-39 ετών. Στις ηλικίες 40-74 ετών την πλειοψηφία μοιράστηκαν οι απαντήσεις αξιολόγησης ως πολύ καλή και άριστη. Τελειώνοντας με τις ερωτήσεις που αφορούν την φυσική κατάσταση (Ερ.25) και την εμφάνιση (Ερ.26) των μελών οι απαντήσεις έδειξαν τις πλειοψηφίες ,πλην της πλειοψηφίας των 40-74 ετών στην ερώτηση 26, να αξιολογούν τις υπηρεσίες ως

άριστες. Όσον αφορά την ηλικιακή ομάδα 40-74 στην ερώτηση που αφορά την εμφάνιση η πλειοψηφία χαρακτήρισε την υπηρεσία ως πολύ καλή και όχι άριστη.

9.2.3. CrossTabs χρόνος παραμονής

Πίνακας 16

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 1	1-60	0.0	0,4	1,3	5,4	10,5	<u>15,5</u>	12,1	,956
	61-120	0.0	0,0	2,5	6,3	10,0	15,1	<u>15,9</u>	
	121-300	0.0	0,0	0,0	0,8	1,3	<u>1,7</u>	1,3	
Ερώτηση 2	1-60	0,4	1,2	0,4	6,1	10,2	12,7	<u>13,5</u>	,061
	61-120	0,4	2,0	2,0	4,9	12,7	<u>16,0</u>	11,9	
	121-300	0,0	0,0	0,8	2,0	<u>1,2</u>	0,4	0,8	
Ερώτηση 3	1-60	0,0	0,4	4,1	6,6	8,6	<u>13,5</u>	11,5	,556
	61-120	0,4	2,0	3,7	6,1	12,3	<u>16,0</u>	9,4	
	121-300	0,0	0,0	0,4	1,2	<u>2,0</u>	0,4	1,2	
Ερώτηση 4	1-60	0.0	0,0	0,4	6,8	9,4	13,7	<u>14,1</u>	,062
	61-120	0.0	0,4	2,1	3,8	13,7	<u>17,1</u>	13,7	
	121-300	0.0	0,4	0,0	0,9	<u>1,3</u>	0,9	<u>1,3</u>	
Ερώτηση 5	1-60	0.0	0,0	2,9	4,6	8,3	13,8	<u>15,4</u>	,428
	61-120	0.0	0,8	2,1	4,6	12,1	<u>16,3</u>	14,2	
	121-300	0.0	0,0	0,0	1,3	<u>1,7</u>	<u>1,7</u>	0,4	
Ερώτηση 6	1-60	0,4	0,0	1,2	6,6	9,1	<u>16,0</u>	11,5	,009
	61-120	0,0	1,2	2,5	4,9	9,5	<u>21,0</u>	10,7	
	121-300	0,4	0,0	0,4	<u>2,1</u>	1,6	0,8	0,0	

Συνεχίζουμε τις αναλύσεις , αυτή την φορά διασταυρώσαμε τις 5 κατηγορίες ερωτήσεων με τον χρόνο παραμονής στο γυμναστήριο. Για τις ανάγκες τις έρευνας οι απαντήσεις χωρίστηκαν σε τρεις ομάδες, αυτοί που παραμένουν στο γυμναστήριο μέχρι μία ώρα , αυτοί που επισκέπτονται το γυμναστήριο μέχρι 2 ώρες και αυτοί που παραμένουν στο γυμναστήριο για παραπάνω από 2 ώρες. Ξεκινώντας ξανά με την κατηγορία των εγκαταστάσεων και με τον χρόνο παραμονής έως μία ώρα φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ασκούμενων αυτών αξιολόγησαν την ποικιλία των προγραμμάτων(Ερ.1) ως πολύ καλή. Το ίδιο έπραξαν και οι ασκούμενοι που παραμένουν στον χώρο άσκησης για πάνω από 2 ώρες, ενώ αυτοί οι οποίοι παραμένουν στον χώρο από μία μέχρι 2 ώρες χαρακτήρισαν την ποικιλία των προγραμμάτων ως άριστη με μικρή διαφορά όμως από την αξιολόγηση ως πολύ καλή. Η επόμενη ερώτηση αφορά την καθαριότητα των εγκαταστάσεων(Ερ.2) όπου εδώ αρχίζοντας με την ομάδα παραμονής έως μία ώρα η οποία αξιολόγησε την υπηρεσία καθαριότητας ως άριστη. Στην συνέχεια όμως η ομάδα παραμονής από μία έως δύο ώρες χαρακτήρισε την υπηρεσία ως πολύ καλή με την ομάδα παραμονής πάνω από 2 ώρες να ολοκληρώνει και να αξιολογεί την υπηρεσία καθαριότητας ως απλά καλή. Στην επόμενη ερώτηση η όποια αναφέρεται στην ποιότητα του εξοπλισμού(Ερ.3) οι ασκούμενοι που παρέμεναν στον χώρο άσκησης έως δύο ώρες χαρακτήρισαν τον εξοπλισμό ως πολύ καλό αλλά και πάλι η ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες χαρακτήρισαν , με μεγάλη διαφορά, την υπηρεσία ως απλά καλή. Οι επόμενες δύο ερωτήσεις οι οποίες αφορούν την ποικιλία των

οργάνων γυμναστικής (Ερ.4) και την ευρυχωρία των χώρων άσκησης (Ερ.5) ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο απαντήσεων με την πλειοψηφία των απαντήσεων της ομάδας παραμονής έως μία ώρα να βρίσκεται στην αξιολόγηση ως άριστη και για τις δύο υπηρεσίες. Ακολουθεί η ομάδα παραμονής από μία έως δύο ώρες η οποία χαρακτήρισε και της δύο υπηρεσίες ως πολύ καλές ενώ τελειώνουμε με την ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες η οποία στην ερώτηση για την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής μοίρασε την πλειοψηφία αξιολόγησης στο καλή και άριστη ποιότητα ενώ στην ερώτηση για την ευρυχωρία των χώρων η πλειοψηφία βρέθηκε στην αξιολόγηση της υπηρεσίας ως απλά καλή. Τελευταία ερώτηση αυτής της κατηγορίας αναφέρεται στην ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων(Ερ.6) όπου οι ομάδες παραμονής έως δύο ώρες αξιολόγησαν τις εγκαταστάσεις ως άριστα ελκυστικές ενώ η ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες κατά πλειοψηφία χαρακτήρισε τις εγκαταστάσεις ως μέτρια ελκυστικές.

Πίνακας 17

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 7	1-60	0.0	0,4	0,0	1,6	9,1	13,6	<u>19,8</u>	,199
	61-120	0.0	2,1	1,6	2,5	5,8	15,2	<u>23,0</u>	
	121-300	0.0	0,0	0,0	0,8	1,2	1,2	<u>2,1</u>	
Ερώτηση 8	1-60	0.0	0,0	0,0	1,7	6,7	15,4	<u>20,4</u>	,080
	61-120	0.0	1,3	1,7	0,8	5,8	17,5	<u>23,3</u>	
	121-300	0.0	0,0	0,4	0,0	<u>2,1</u>	0,8	<u>2,1</u>	
Ερώτηση 9	1-60	0.0	0,0	0,0	1,2	9,4	13,9	<u>20,1</u>	,102
	61-120	0.0	1,2	0,8	3,3	7,8	15,6	<u>21,3</u>	
	121-300	0.0	0,0	0,0	1,2	1,2	0,8	<u>2,0</u>	
Ερώτηση 10	1-60	0,0	0,0	0,0	1,6	3,7	14,8	<u>24,6</u>	,074
	61-120	1,6	0,8	0,4	2,9	5,7	16,0	<u>22,5</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,4	0,8	0,4	1,6	<u>2,0</u>	
Ερώτηση 11	1-60	0,4	0,0	0,8	1,3	8,8	15,0	<u>18,3</u>	,040
	61-120	0,0	0,0	1,7	3,3	7,9	17,9	<u>18,8</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,4	1,7	0,8	0,4	<u>2,1</u>	
Ερώτηση 12	1-60	0.0	0.0	0,0	1,2	4,5	8,3	<u>31,0</u>	,611
	61-120	0.0	0.0	1,2	0,4	3,3	12,4	<u>31,8</u>	
	121-300	0.0	0.0	0,0	0,0	0,4	1,7	<u>3,3</u>	

Συνεχίζουμε με την αξιολόγηση του προσωπικού, εδώ όπου όσον αφορά την εμπειρία (Ερ.7) και την αξιοπιστία (Ερ.8) του προσωπικού, όλες οι ομάδες παραμονής απάντησαν όμοια. Όλοι οι ασκούμενοι απάντησαν και χαρακτήρισαν και τις δύο υπηρεσίες ως άριστες. Το μόνο το οποίο είναι άξιο να αναφερθεί είναι ότι οι ασκούμενοι οι οποίοι παραμένουν πάνω από δύο ώρες στον χώρο άσκησης αξιολόγησαν την υπηρεσία της αξιοπιστίας και ως απλά καλή εκτός από μόνο άριστη. Στην συνέχεια οι ερωτήσεις που αφορούν την κατάρτιση (Ερ.9) του προσωπικού και την εμπιστοσύνη (Ερ.10) που τους έχουν τα μέλη παρουσίασαν την πλειοψηφία των απαντήσεων στην αξιολόγηση των υπηρεσιών ως άριστες, από όλες τις ομάδες παραμονής. Το ίδιο μοτίβο απαντήσεων βρέθηκε και στις δυο τελευταίες ερωτήσεις της κατηγορίας αυτής οι οποίες αφορούν τα εξατομικευμένα

προγράμματα (Ερ.11) και την ευγένεια του προσωπικού (Ερ.12). Και στις δύο ερωτήσεις, με μεγάλη διαφορά, τα μέλη των χώρων άσκησης αξιολόγησαν τις υπηρεσίες αυτές ως άριστες,

Πίνακας 18

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 13	1-60	0,0	0,4	0,4	5,1	5,9	15,7	<u>16,9</u>	,877
	61-120	0,0	0,0	1,7	4,2	5,9	16,5	<u>21,2</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,4	1,3	<u>2,1</u>	1,7	
Ερώτηση 14	1-60	0,4	0,0	1,2	5,3	7,8	14,4	<u>15,6</u>	,939
	61-120	0,0	0,0	2,5	4,1	9,1	16,0	<u>18,1</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,8	1,2	1,2	<u>2,1</u>	
Ερώτηση 15	1-60	0,0	0,4	0,0	5,9	8,4	13,5	<u>16,9</u>	,298
	61-120	0,0	0,0	3,0	3,4	8,0	14,3	<u>20,7</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,8	1,3	1,3	<u>2,1</u>	
Ερώτηση 16	1-60	0,0	0,4	0,8	0,8	9,5	13,6	<u>19,8</u>	,239
	61-120	0,0	0,4	2,1	2,1	9,9	<u>18,1</u>	17,3	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,8	1,6	0,4	<u>2,5</u>	

Συνεχίζουμε με την ανταπόκριση του προσωπικού προς τους ασκούμενους. Εδώ όπου στην ερώτηση για το πόσο λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των μελών(Ερ.13) οι ομάδες παραμονής έως δύο ώρες χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ η ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες παρέμεινε στον χαρακτηρισμό ως πολύ καλή. Διαφορετικό ήταν το σκηνικό στην ερώτηση για την ταχύτητα επίλυσης των προβλημάτων (Ερ.14) όπου η πλειοψηφία των ασκούμενων και από τις τρεις ομάδες παραμονής αξιολόγησε την υπηρεσία ως άριστη αλλά όχι με μεγάλη διαφορά από τον χαρακτηρισμό ως πολύ καλή. Ίδιο μοτίβο απαντήσεων υπήρχε και στις υπόλοιπες δύο ερωτήσεις οι οποίες αφορούν την ενημέρωση των ασκούμενων για τυχών αλλαγές (Ερ.16) και την ανταπόκριση στα αιτήματα τους (Ερ.15). Εδώ όλες οι ομάδες παραμονής αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες με την μόνη διαφορά να βρίσκεται στην αξιολόγηση της ενημέρωσης όπου η ομάδα παραμονής από μία έως δύο ώρες αξιολόγησε την υπηρεσία ως πολύ καλή.

Πίνακας 19

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 17	1-60	0,4	0,0	0,0	2,5	7,1	12,2	<u>22,7</u>	,690
	61-120	0,0	0,8	0,4	2,5	7,1	15,5	<u>23,5</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,4	1,7	0,4	<u>2,5</u>	
Ερώτηση 18	1-60	0,0	0,0	0,0	4,6	5,8	12,4	<u>21,6</u>	,531
	61-120	0,0	0,0	1,7	2,9	6,6	15,8	<u>23,2</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,8	0,4	1,2	<u>2,9</u>	
Ερώτηση 19	1-60	0,0	0,0	0,0	0,8	6,6	11,9	<u>25,5</u>	,089
	61-120	0,0	0,8	1,6	3,3	4,1	14,0	<u>25,9</u>	
	121-300	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	2,1	<u>2,5</u>	

Ερώτηση 20	1-60	0,4	0,0	0,8	2,1	7,9	13,2	<u>19,8</u>	,694
	61-120	0,4	0,8	1,7	2,5	6,2	13,6	<u>25,2</u>	
	121-300	0,0	0,4	0,0	0,4	0,4	1,7	<u>2,5</u>	

Η επόμενη ανάλυση αφορούσε τον χρόνο παραμονής με την αξιοπιστία του προσωπικού. Στην πρώτη ερώτηση που αναφέρεται στην τυπικότητα του προσωπικού στις ώρες έναρξης των προγραμμάτων (Ερ.17) και οι τρεις ομάδες παραμονής αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Το ίδιο μοτίβο απαντήσεων ακολούθησαν και οι ερωτήσεις που αφορούν τις πληροφορίες για το ωρολόγιο πρόγραμμα α(Ερ.18) και της περιγραφής των ασκήσεων (Ερ.20). Αυτές τις δύο ερωτήσεις τα μέλη του χώρου, όλων των ομάδων παραμονής, τις αξιολόγησαν σαν άριστες. Περίπου ίδιο ήταν το σκηνικό και στην ερώτηση για την συνέπεια του προσωπικού στα καθήκοντα του(Ερ.19). Η πλειοψηφία των απαντήσεων βρέθηκαν ξανά να αξιολογούν την υπηρεσία ως άριστη με την διαφορά ότι στην ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες η κλίμακα της πλειοψηφικής αξιολόγησης ήταν πολύ κοντά στην κλίμακα του πολύ καλή.

Πίνακας 20

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	ρ	
Ερώτηση 21	1-60	0,00	0,0	0,0	3,8	9,4	14,9	<u>16,6</u>	,153
	61-120	0,00	0,0	2,1	1,3	8,1	18,3	<u>20,4</u>	
	121-300	0,00	0,0	0,0	0,9	0,9	<u>1,7</u>	<u>1,7</u>	
Ερώτηση 22	1-60	0,00	0,0	0,4	1,3	8,0	15,1	<u>20,2</u>	,828
	61-120	0,00	0,0	1,7	2,1	6,3	16,4	<u>23,1</u>	
	121-300	0,00	0,0	0,0	0,4	0,8	1,3	<u>2,9</u>	
Ερώτηση 23	1-60	0,00	0,0	0,4	1,3	8,0	15,1	<u>20,2</u>	,179
	61-120	0,00	0,0	1,7	2,1	6,3	16,4	<u>23,1</u>	
	121-300	0,00	0,0	0,0	0,4	0,8	1,3	<u>2,9</u>	
Ερώτηση 24	1-60	0,00	0,0	0,0	2,1	5,5	15,3	<u>21,6</u>	,221
	61-120	0,00	0,4	0,8	3,0	4,7	17,8	<u>23,3</u>	
	121-300	0,00	0,0	0,0	1,3	0,0	0,8	<u>3,4</u>	
Ερώτηση 25	1-60	0,00	0,0	0,0	1,7	6,7	13,4	<u>23,5</u>	,064
	61-120	0,00	0,4	0,4	2,1	3,8	20,6	<u>21,8</u>	
	121-300	0,00	0,0	0,4	0,0	0,8	0,8	<u>3,4</u>	
Ερώτηση 26	1-60	0,00	0,0	0,0	2,1	7,2	16,1	<u>19,5</u>	,237
	61-120	0,00	0,8	1,7	1,7	5,1	<u>21,2</u>	19,1	
	121-300	0,00	0,0	0,0	0,8	0,4	1,7	<u>2,5</u>	

Τελευταία κατηγορία είναι αυτή των προγραμμάτων άσκησης. Οι ασκούμενοι απάντησαν για το αν τα προγράμματα άσκησης αυξάνουν την ενέργεια τους(Ερ.21) και η πλειοψηφία των απαντήσεων αξιολογούν την υπηρεσία αυτήν ως άριστη, από τις ομάδες παραμονής έως δύο ώρες, ενώ η ομάδα παραμονής πάνω από δύο ώρες χαρακτήρισε την εν λόγω υπηρεσία ως άριστη αλλά και ως πολύ καλή με το ίδιο ποσοστό. Οι ερωτήσεις που αναφέρονται στην υγεία(Ερ.22) και στην διάθεση(Ερ.23) των μελών συγκέντρωσαν τις πλειοψηφίες και των τριών ομάδων παραμονής στον χαρακτηρισμό των υπηρεσιών ως άριστη. Ίδιο μοτίβο απαντήσεων υπήρχε και στις επόμενες δύο ερωτήσεις που αφορούν την ψυχολογική (Ερ.24) και

την φυσική (Ερ.25) κατάσταση των ασκούμενων. Σε αυτές τις ερωτήσεις οι επισκέπτες των χώρων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες ενώ στην ερώτηση για την ψυχολογική κατάσταση των ασκούμενων η πλειοψηφία είχε μεγάλη διαφορά από την προηγούμενη κλίμακα αξιολόγησης. Τελειώνοντας με την ερώτηση για την εμφάνιση (Ερ.26) η ομάδα παραμονής μέχρι μία ώρα και περισσότερο από δύο ώρες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ η ομάδα παραμονής από μία έως δύο ώρες αξιολόγησε την εν λόγω υπηρεσία ως απλά καλή.

9.2.4. CrossTabs εισοδήματα

Πίνακας 21

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 1	<400	0.0	0,3	0,3	0,3	2,7	<u>5,0</u>	<u>5,0</u>	,435
	401-700	0.0	0,0	1,0	3,0	5,3	<u>5,6</u>	<u>5,6</u>	
	701-1000	0.0	0,0	0,3	3,7	<u>6,3</u>	6,0	5,3	
	1001-1500	0.0	0,0	1,0	1,7	<u>2,7</u>	<u>2,7</u>	2,3	
	>1500	0.0	0,0	0,7	0,0	1,3	1,0	<u>1,7</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0.0	0,0	1,3	3,0	6,0	<u>9,6</u>	9,3	
Ερώτηση 2	<400	0,0	0,3	0,0	0,3	2,3	<u>5,6</u>	4,9	,098
	401-700	0,3	0,7	0,7	3,3	5,2	<u>6,5</u>	3,9	
	701-1000	0,0	0,3	1,3	2,3	5,9	<u>6,2</u>	5,6	
	1001-1500	0,7	0,3	0,0	1,6	2,3	<u>3,9</u>	1,6	
	>1500	0,0	0,7	0,0	0,7	1,0	1,0	<u>1,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	1,3	4,2	7,5	<u>8,5</u>	7,8	
Ερώτηση 3	<400	0,0	0,7	0,7	0,3	2,9	4,2	<u>4,6</u>	,296
	401-700	0,3	0,0	2,3	2,6	5,5	<u>6,5</u>	3,6	
	701-1000	0,0	0,0	2,0	4,2	3,9	<u>7,5</u>	3,9	
	1001-1500	0,0	1,0	0,0	2,0	<u>2,9</u>	<u>2,9</u>	1,6	
	>1500	0,0	0,3	0,3	0,3	<u>1,6</u>	1,0	1,0	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,7	2,0	4,9	7,5	<u>8,5</u>	5,9	
Ερώτηση 4	<400	0.0	0,0	0,3	1,3	1,7	5,0	<u>5,4</u>	,014
	401-700	0.0	0,0	0,3	1,7	<u>7,4</u>	7,0	4,4	
	701-1000	0.0	0,3	1,0	3,0	5,0	<u>7,7</u>	4,0	
	1001-1500	0.0	0,7	0,0	1,7	<u>3,0</u>	<u>3,0</u>	1,7	
	>1500	0.0	0,7	0,3	0,0	<u>1,3</u>	1,0	<u>1,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0.0	0,0	1,0	4,7	6,0	8,4	<u>9,4</u>	
Ερώτηση 5	<400	0.0	0,0	0,7	0,3	3,0	4,0	<u>5,3</u>	,294
	401-700	0.0	0,3	0,7	1,7	4,3	<u>8,6</u>	5,0	
	701-1000	0.0	0,3	0,3	4,3	5,3	<u>7,0</u>	4,3	
	1001-1500	0.0	0,0	0,3	1,3	2,7	<u>3,7</u>	2,7	
	>1500	0.0	0,0	0,7	0,0	<u>1,3</u>	1,0	1,0	
	Χωρίς εισόδημα	0.0	0,0	2,0	3,7	6,0	7,6	<u>10,6</u>	

	<400	0,0	0,0	1,0	0,7	1,0	5,2	<u>5,6</u>	
	401-700	0,0	0,3	1,0	2,6	3,6	<u>9,2</u>	3,6	
	701-1000	0,3	0,0	0,0	5,6	4,9	<u>8,5</u>	2,3	
Ερώτηση 6	1001-1500	0,3	0,3	0,3	1,0	<u>3,3</u>	2,6	2,6	,024
	>1500	0,0	0,0	0,7	0,7	0,7	<u>2,3</u>	0,3	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,3	1,0	4,3	7,5	<u>8,9</u>	7,2	

Συνεχίζοντας τις διασταυρωμένες αναλύσεις θελήσαμε να μάθουμε τις διαφορετικές γνώμες που έχουν οι ασκούμενοι διαφορετικής οικονομικής τάξης. Οι διασταυρώσεις των ερωτήσεων με τα οικονομικά στατιστικά τα οποία αποσπάσαμε από τα ερωτηματολόγια μας δώσανε πολλά σημαντικά δεδομένα τα οποία και παρουσιάζουμε. Αρχίζοντας ξανά με την κατηγορία των εγκαταστάσεων τα μέλη των αθλητικών χώρων απάντησαν για την ποικιλία των προγραμμάτων(Ερ.1) όπου οι ασκούμενοι με εισόδημα μέχρι 700€ αξιολόγησαν την υπηρεσία κατά πλειοψηφία ως πολύ καλή και άριστη, την ίδια πλειοψηφία απαντήσεων είχαν και οι ασκούμενοι με εισόδημα μεγαλύτερο των 1500 ευρώ. Στην κλίμακα αξιολόγησης ως απλά καλό βρέθηκε η πλειοψηφία των ασκούμενων με εισόδημα από 700 έως 1500 ευρώ ενώ τελειώνουμε με τους ασκούμενους που δεν δηλώσαν κάποιο εισόδημα οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Συνεχίζοντας με την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2) οι επισκέπτες του σταδίου με εισόδημα μέχρι 1500 ευρώ απάντησα το ίδιο με τις πλειοψηφίες αυτών των ομάδων να βρίσκονται στην κλίμακα που αξιολογεί την υπηρεσία ως πολύ καλή. Ίδια γραμμή απαντήσεων ακολούθησαν και οι επισκέπτες χωρίς εισόδημα ενώ η μόνη διαφορά βρισκόταν στους επισκέπτες με εισόδημα περισσότερο από 1500 ευρώ οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Η επόμενη αξιολόγηση αφορά την κατάσταση του εξοπλισμού (Ερ.3) όπου η μόνη ομάδα η οποία χαρακτήρισε την υπηρεσία ως άριστη ήταν αυτοί οι οποίοι δήλωσαν ότι έχουν εισόδημα λιγότερο από 400 ευρώ. Οι εισοδηματικές ομάδες από 400 μέχρι 1000 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ οι εισοδηματικές ομάδες από 1000 μέχρι παραπάνω από 1500 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή με εξαίρεση την ομάδα των 1000-1500 ευρώ η οποία είχε την πλειοψηφία μοιρασμένη και στην κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλή. Ίδια γραμμή απαντήσεων με τις εισοδηματικές ομάδες από 400-1000 ευρώ είχαν και αυτοί οι οποίοι δεν μας δήλωσαν εισόδημα οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Όσο αφορά την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής (Ερ.4) η πλειοψηφία της εισοδηματικής ομάδας χωρίς εισόδημα αλλά και των ασκούμενων που μας δήλωσαν λιγότερα από 400 ευρώ βρέθηκε να χαρακτηρίζει την υπηρεσία ως άριστη. Ως πολύ καλή χαρακτήρισαν την υπηρεσία τα μέλη που έχουν εισόδημα από 700 έως 1000 ευρώ αλλά και αυτοί με εισόδημα 1000-1500 ευρώ, ενώ οι τελευταίοι είχαν μοιρασμένη την πλειοψηφία τους και με την κλίμακα αξιολόγησης ως απλά καλή. Παρόμοιο σκηνικό βρέθηκε και στις απαντήσεις των εισοδηματικών ομάδων από 400-700 και περισσότερα από 1500 ευρώ οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως απλά καλή με τους τελευταίους να έχουν μοιρασμένη την πλειοψηφία τους και στην κλίμακα αξιολόγησης που

χαρακτηρίζει την υπηρεσία ως άριστη. Η επόμενη ερώτηση αφορά την ευρυχωρία των χώρων (Ερ.5) εκεί όπου οι εισοδηματικές ομάδες από 400 έως 1500 ευρώ απάντησα στην ίδια γραμμή αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή, ενώ μεγαλύτερη βαθμολογία έδωσαν οι ασκούμενοι με εισοδήματα μικρότερα των 400 ευρώ η και χωρίς εισόδημα αξιολογώντας την υπηρεσία ως άριστη. Την μικρότερη βαθμολογία έδωσαν οι ασκούμενοι με εισόδημα μεγαλύτερο των 1500 ευρώ οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή. Τελειώνοντας αυτήν την κατηγορία με την ερώτηση για την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.6) οι περισσότερες εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία με το ίδιο τρόπο, μιλάμε για τις εισοδηματικές ομάδες των 400 έως 1000 ευρώ καθώς και για τις ομάδες χωρίς εισόδημα και με εισόδημα παραπάνω από 1500 ευρώ. Αυτές οι τέσσερις εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Διαφορετική άποψη είχαν τα μέλη τα οποία μας δήλωσαν εισόδημα μικρότερο από 400 ευρώ οι οποίες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη αλλά και οι εισοδηματίες από 1000 έως 1500 ευρώ οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως απλά καλή.

Πίνακας 22

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	ρ	
Ερώτηση 7	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	4,9	<u>7,2</u>	,120
	401-700	0,0	1,0	0,3	1,0	4,2	6,2	<u>8,2</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,7	2,0	5,2	4,2	<u>9,5</u>	
	1001-1500	0,0	0,3	0,3	0,7	2,0	2,9	<u>3,9</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,7	0,0	0,3	1,3	<u>2,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,7	0,0	2,3	2,9	10,1	<u>13,1</u>	
Ερώτηση 8	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	5,3	<u>7,3</u>	,301
	401-700	0,0	0,7	0,3	0,7	4,3	5,9	<u>9,2</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	1,0	4,6	5,9	<u>9,2</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,7	0,7	1,7	2,6	<u>4,6</u>	
	>1500	0,0	0,3	0,3	0,0	0,0	<u>2,0</u>	<u>2,0</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,3	0,7	1,7	2,6	10,6	<u>13,5</u>	
Ερώτηση 9	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	5,9	<u>6,6</u>	,443
	401-700	0,0	0,3	0,3	2,0	3,6	6,2	<u>8,5</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	2,3	5,6	4,6	<u>8,9</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,0	0,3	2,3	3,6	<u>3,9</u>	
	>1500	0,0	0,3	0,0	0,3	0,7	1,3	<u>2,0</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,7	0,0	1,6	4,6	9,8	<u>12,5</u>	
Ερώτηση 10	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	5,5	<u>7,5</u>	,126
	401-700	0,3	0,3	0,0	1,3	3,3	5,5	<u>10,1</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	1,6	3,3	7,5	<u>8,5</u>	
	1001-1500	0,3	0,0	0,0	0,7	1,3	3,6	<u>4,6</u>	
	>1500	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	1,6	<u>2,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,7	0,3	2,0	2,9	8,8	<u>14,7</u>	

	εισόδημα								
	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	6,3	<u>6,6</u>	
	401-700	0,0	0,0	1,0	1,7	3,3	6,9	<u>8,3</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,7	1,3	6,3	<u>7,3</u>	5,9	
Ερώτηση 11	1001-1500	0,0	0,0	0,3	1,3	2,3	2,3	<u>4,3</u>	,145
	>1500	0,0	0,0	0,3	0,7	0,7	<u>1,3</u>	<u>1,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,3	0,3	1,0	6,6	8,6	<u>12,2</u>	
	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	2,3	<u>10,6</u>	
	401-700	0,0	0,0	0,3	0,0	1,3	6,0	<u>13,2</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	0,0	4,0	4,6	<u>12,6</u>	
Ερώτηση 12	1001-1500	0,0	0,0	0,3	1,0	0,7	2,6	<u>5,6</u>	,040
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,3	<u>3,0</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,0	1,0	1,7	6,3	<u>20,2</u>	

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά το προσωπικό. Αρχίζοντας με την εμπειρία (Ερ.7) και την αξιοπιστία (Ερ.8) του προσωπικού όλες οι εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν με τον ίδιο τρόπο δίνοντας στο προσωπικό τον χαρακτηρισμό του άριστου. Σημαντικό επίσης είναι ότι οι διαφορές μεταξύ της κλίμακας του άριστου και της προηγούμενης κλίμακας αξιολόγησης είναι μεγάλες. Ίδιο μοτίβο απαντήσεων είχαν και οι ερωτήσεις που αφορούσαν την κατάρτιση (Ερ.9) την εμπιστοσύνη στο προσωπικό (Ερ.10) αλλά και την ευγένεια του (Ερ.12) όπου και εδώ όλες οι εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες με μεγάλη διαφορά από την προηγούμενη κλίμακα αξιολόγησης. Διαφορές στις αξιολογήσεις ανάμεσα στις εισοδηματικές ομάδες είχαμε όσον αφορά τα εξατομικευμένα προγράμματα άσκησης , εδώ οι εισοδηματικές ομάδες χωρίς εισόδημα , με εισόδημα μικρότερο των 400 έως 700 ευρώ αλλά και οι εισοδηματίες από 1000-1500 ευρώ χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ διαφορετική άποψη είχαν τα μέλη με εισόδημα από 700 έως 1000 όπου χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή αλλά και οι ασκούμενοι με εισόδημα μεγαλύτερο των 1500 ευρώ όπου αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη και πολύ καλή με μοιρασμένη πλειοψηφία.

Πίνακας 23

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	ρ	
	<400	0,0	0,0	0,0	0,3	2,3	4,7	<u>6,0</u>	
	401-700	0,0	0,0	1,0	1,3	3,0	7,0	<u>9,1</u>	
	701-1000	0,0	0,3	0,7	2,7	2,7	<u>8,7</u>	6,7	
Ερώτηση 13	1001-1500	0,3	0,3	0,7	1,0	<u>2,7</u>	2,3	<u>2,7</u>	,373
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	<u>2,3</u>	1,0	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,3	0,0	3,7	3,7	9,4	<u>11,7</u>	
	<400	0,0	0,0	0,0	0,3	3,0	<u>5,2</u>	4,6	
Ερώτηση 14	401-700	0,0	0,0	0,7	3,0	3,0	6,9	<u>7,5</u>	,196
	701-1000	0,0	0,0	1,3	3,0	4,9	5,6	<u>6,9</u>	

	1001-1500	0,3	0,7	0,3	1,0	2,3	2,6	<u>3,0</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	<u>2,0</u>	1,6	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,0	1,0	2,6	5,2	<u>10,5</u>	9,8	
	<400	0,0	0,0	0,0	0,3	1,3	<u>6,7</u>	5,0	
	401-700	0,0	0,3	0,7	1,7	4,7	5,7	<u>8,0</u>	
	701-1000	0,0	0,0	1,0	2,3	4,3	6,0	<u>7,7</u>	
Ερώτηση 15	1001-1500	0,7	0,3	0,3	1,3	1,0	<u>3,3</u>	<u>3,3</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	<u>2,3</u>	1,0	,122
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	1,0	2,0	5,0	9,3	<u>12,0</u>	
	<400	0,0	0,3	0,0	0,0	1,6	4,6	<u>6,9</u>	
	401-700	0,0	0,0	0,3	1,0	4,9	5,6	<u>9,2</u>	
	701-1000	0,3	0,0	0,7	0,0	5,6	7,2	<u>7,8</u>	
Ερώτηση 16	1001-1500	0,0	0,3	0,7	0,7	2,3	2,3	<u>4,2</u>	,664
	>1500	0,0	0,0	0,3	0,3	0,7	<u>2,3</u>	1,0	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,3	0,7	2,0	5,2	9,5	<u>11,1</u>	

Συνεχίζοντας με την ανταπόκριση του προσωπικού οι ασκούμενοι κληθήκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις όπως το αν λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις τους (Ερ.13). Οι εισοδηματικές ομάδες από 400-700 ευρώ , τα μέλη τα οποία δεν δήλωσαν εισόδημα όπως και τα μέλη με εισόδημα μικρότερο των 400 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία αυτή ως άριστη. Διαφορετική άποψη είχαν οι εισοδηματικές ομάδες των 700-1000 αλλά και των 1001-1500 ευρώ όπου αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και απλά καλή αντίστοιχα. Η επόμενη ερώτηση αφορά την ταχύτητα επίλυσης προβλημάτων(Ερ.14) όπου οι εισοδηματικές ομάδες από 400 έως 1500 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως τέλεια. Τα μέλη με εισοδήματα περισσότερα από 1500 ευρώ αλλά και τα μέλη με εισόδημα μικρότερο των 400 ευρώ καθώς και αυτοί που δεν μας δήλωσαν εισόδημα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Συνεχίζοντας με την ανταπόκριση προς τα αιτήματα των πελατών (Ερ.15) οι εισοδηματικές ομάδες απάντησα με παρόμοιο μοτίβο με την προηγούμενη ερώτηση. Τα μέλη με εισόδημα από 400 έως 1500 ευρώ χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ οι εισοδηματικές ομάδες με παραπάνω από 1500 ευρώ αλλά και αυτοί με μικρότερο από 400 αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Τέλος τα μέλη που δεν μας δήλωσαν εισόδημα χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη. Τελειώνουμε την κατηγορία της ανταπόκρισης με την ερώτηση για την ενημέρωση των ασκούμενων σε περίπτωση αλλαγών (Ερ.16). Εδώ όλες οι εισοδηματικές ομάδες πλην αυτής με εισόδημα παραπάνω από 1500 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη , ενώ τα μέλη με εισόδημα παραπάνω από 1500 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή.

Πίνακας 24

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 17	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	<u>6,3</u>	6,0	,530
	401-700	0,0	0,3	0,0	0,7	3,0	7,0	<u>9,6</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	1,0	3,0	7,0	<u>10,3</u>	
	1001-1500	0,0	0,3	0,0	1,0	2,3	3,0	<u>4,0</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,7	0,3	1,3	<u>2,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,3	0,0	0,0	2,0	4,3	6,3	<u>16,3</u>	
Ερώτηση 18	<400	0,0	0,0	0,3	0,0	1,0	5,3	<u>6,9</u>	,317
	401-700	0,0	0,0	0,3	1,0	2,6	<u>8,9</u>	7,9	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	1,3	3,6	5,6	<u>10,9</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	1,3	2,0	1,7	<u>5,0</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,7	0,3	1,7	<u>2,0</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,0	3,3	4,0	7,3	<u>14,5</u>	
Ερώτηση 19	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	4,6	<u>7,6</u>	,349
	401-700	0,0	0,7	0,3	0,7	2,0	6,3	<u>10,9</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	0,7	3,6	6,3	<u>10,9</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	0,3	1,3	3,3	<u>4,9</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,3	0,7	0,0	1,3	<u>2,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,0	1,6	3,6	6,3	<u>17,8</u>	
Ερώτηση 20	<400	0,0	0,0	0,3	0,3	1,3	5,6	<u>5,9</u>	,432
	401-700	0,0	0,3	0,3	0,7	3,3	4,9	<u>11,5</u>	
	701-1000	0,0	0,3	0,3	1,6	3,9	6,2	<u>8,9</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	0,3	1,6	3,9	<u>4,3</u>	
	>1500	0,0	0,3	0,3	0,3	0,0	<u>2,0</u>	1,6	
	Χωρίς εισόδημα	0,7	0,3	0,7	2,0	3,3	5,2	<u>17,0</u>	

Εκτός από την ανταπόκριση του προσωπικού τα μέλη του γυμναστηρίου ερωτήθηκαν και για την αξιοπιστία τους. Οι ασκούμενοι ερωτήθηκαν για το αν τα προγράμματα αρχίζουν στην ώρα τους (Ερ.17) όπου και τα μέλη με εισόδημα μικρότερο των 400 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή, ενώ οι υπόλοιπες εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Η επόμενη ερώτηση αφορά την ακρίβεια των πληροφοριών που παρέχονται για το ημερήσιο πρόγραμμα (Ερ.18). Την συγκεκριμένη υπηρεσία όλες οι εισοδηματικές ομάδες την αξιολόγησαν ως άριστη εκτός από τη εισοδηματική ομάδα των 400-700 ευρώ όπου η πλειοψηφία των απαντήσεων βρέθηκε στην κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλό. Παρόμοιο σκηνικό υπήρχε και στις απαντήσεις για την συνέπεια του προσωπικού στα καθήκοντα του(Ερ.19) όπου οι πλειοψηφίες από όλες τις εισοδηματικές ομάδες χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη. Ελάχιστες διαφορές υπάρχουν στην ερώτηση για την περιγραφή των προγραμμάτων άσκησης (Ερ.20) όπου η μόνη εισοδηματική ομάδα η οποία αξιολόγησε χαμηλότερα από το μέσο όρο ήταν αυτή των μελών με εισόδημα παραπάνω από 1500 ευρώ όπου αξιολόγησαν την

υπηρεσία ως πολύ καλή. Όλες οι υπόλοιπες εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία αυτή ως άριστη.

Πίνακας 25

Βαθμολογίες(%)	1	2	3	4	5	6	7	p	
Ερώτηση 21	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	<u>6,4</u>	5,1	,246
	401-700	0,0	0,0	0,3	1,4	4,1	<u>8,1</u>	6,8	
	701-1000	0,0	0,3	0,7	1,4	4,4	6,8	<u>8,1</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	1,0	1,0	2,7	1,0	<u>4,7</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	<u>1,7</u>	1,4	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,7	3,0	4,7	9,5	<u>11,8</u>	
Ερώτηση 22	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	6,0	<u>7,0</u>	,453
	401-700	0,0	0,0	0,3	1,0	2,7	6,7	<u>9,7</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,7	1,7	4,0	5,0	<u>10,4</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	0,7	1,7	3,0	<u>4,7</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	<u>2,0</u>	1,3	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	1,0	0,3	5,4	10,4	<u>12,7</u>	
Ερώτηση 23	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	4,0	<u>7,7</u>	,783
	401-700	0,0	0,0	0,7	0,3	3,4	5,7	<u>10,4</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,7	1,7	2,0	6,0	<u>11,4</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	3,4	<u>5,7</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>2,0</u>	<u>2,0</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,3	2,3	2,7	10,1	<u>14,4</u>	
Ερώτηση 24	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	5,4	<u>7,1</u>	,581
	401-700	0,0	0,0	0,3	2,0	2,7	7,1	<u>8,4</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,0	1,3	3,0	5,7	<u>11,8</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	0,7	1,0	4,0	<u>4,4</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	<u>2,4</u>	1,3	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,3	0,3	2,0	3,0	8,1	<u>15,8</u>	
Ερώτηση 25	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	5,7	<u>7,4</u>	,642
	401-700	0,0	0,3	0,3	0,3	3,7	7,4	<u>8,4</u>	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	1,0	3,7	4,7	<u>12,0</u>	
	1001-1500	0,0	0,0	0,3	0,7	1,3	3,3	<u>4,7</u>	
	>1500	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	1,3	<u>2,3</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,0	0,3	1,3	2,7	10,4	<u>15,1</u>	
Ερώτηση 26	<400	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	<u>6,4</u>	6,1	,147
	401-700	0,0	0,0	0,0	0,7	4,1	<u>8,4</u>	7,4	
	701-1000	0,0	0,0	0,3	2,0	3,4	6,8	<u>9,1</u>	
	1001-1500	0,0	0,3	0,3	1,0	2,0	<u>3,7</u>	3,0	
	>1500	0,0	0,3	0,0	0,0	0,7	<u>1,7</u>	<u>1,7</u>	
	Χωρίς εισόδημα	0,0	0,3	1,0	1,0	2,7	9,8	<u>14,9</u>	

Τελειώνουμε αυτήν την διασταύρωση με τις ερωτήσεις για το αποτέλεσμα των προγραμμάτων άσκησης. Ξεκινώντας με τον βαθμό που τα προγράμματα άσκησης αυξάνουν την ενέργεια των ασκούμενων. Εδώ τα μέλη του γυμναστηρίου είχαν διαφορετικές απόψεις με τις εισοδηματικές ομάδες από 400 έως 700 ευρώ αλλά και αυτές με εισοδήματα μικρότερα των 400 και μεγαλύτερα από 1500 ευρώ αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι υπόλοιπες εισοδηματικές ομάδες , δηλαδή οι ασκούμενοι με εισοδήματα από 401-1500 ευρώ αλλά και αυτοί χωρίς εισόδημα , αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Οι επόμενες τρεις ερωτήσεις οι οποίες αφορούν την υγεία (Ερ.22) , την διάθεση (Ερ.23) αλλά και την ψυχολογική κατάσταση (Ερ.24) είχαν παρόμοιο μοτίβο απαντήσεων. Οι πλειοψηφίες όλων των εισοδηματικών ομάδων αξιολόγησαν και τις τρεις υπηρεσίες ως άριστες. Η μόνη διαφοροποίηση υπήρχε στα μέλη με εισοδήματα μεγαλύτερα των 1500 ευρώ όπου στην ερώτηση για την διάθεση τους αξιολόγησαν την υπηρεσία και πολύ καλή αλλά και άριστη με μοιρασμένη πλειοψηφία . Τις υπόλοιπες δύο υπηρεσίες η εν λόγω εισοδηματική ομάδα τις χαρακτήρισε ως πολύ καλές. Συνεχίζοντας με την ερώτηση που αφορά την φυσική κατάσταση των ασκούμενων όλες οι εισοδηματικές ομάδες κατά πλειοψηφία αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Ενώ στην τελευταία ερώτηση η οποία αναφέρεται στην εμφάνιση των μελών οι γνώμες ήταν διχασμένες. Οι εισοδηματικές ομάδες με μισθό μικρότερο των 400 μέχρι και 700 ευρώ καθώς και η εισοδηματικές ομάδες από 1000-1500 αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι υπόλοιπες εισοδηματικές ομάδες χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη πλην των μελών με εισοδήματα παραπάνω από 1500 ευρώ οι οποίοι μοίρασαν την πλειοψηφία τους χαρακτηρίζοντας την υπηρεσία και πολύ καλή και άριστη.

9.2.5. CrossTabs συχνότητα επίσκεψης

Πίνακας 26

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 1	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	0,3	0,0	,154
	2-3 φορές	0,0	0,3	0,7	6,2	15,0	18,0	19,9	
	4-5 φορές	0,0	0,0	3,3	4,6	7,8	9,8	8,2	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,7	0,3	1,6	2,0	
Ερώτηση 2	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,6	0,0	,982
	2-3 φορές	0,6	1,3	1,3	8,0	15,1	17,7	16,4	
	4-5 φορές	0,3	1,0	1,6	3,5	7,4	10,9	8,7	
	>5 φορές	0,0	0,3	0,3	0,3	1,0	1,9	1,0	
Ερώτηση 3	1 φορά	0,0	0,0	0,3	0,3	0,0	0,6	0,0	,713
	2-3 φορές	0,3	0,6	4,5	8,3	13,8	19,2	13,8	
	4-5 φορές	0,0	1,9	2,2	4,5	9,3	8,7	6,7	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,3	1,6	1,6	1,0	
Ερώτηση 4	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,7	0,0	,098
	2-3 φορές	0,0	0,0	2,0	8,0	14,0	16,9	19,6	
	4-5 φορές	0,0	1,7	1,0	4,0	8,3	12,3	6,3	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	1,7	1,3	
Ερώτηση 5	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	0,0	,732

	2-3 φορές	0,0	0,7	2,6	5,2	12,7	19,3	19,9	
	4-5 φορές	0,0	0,0	2,0	4,2	7,2	11,8	8,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,3	2,0	0,7	1,6	
Ερώτηση 6	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,6	0,3	,987
	2-3 φορές	0,6	0,3	2,6	7,7	11,6	22,3	15,2	
	4-5 φορές	0,3	0,6	1,3	5,8	7,4	12,6	5,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,6	1,3	1,3	1,3	

Μία από τις επόμενες αναλύσεις αφορά την διασταύρωση των πέντε κατηγοριών ερωτήσεων με την συχνότητα επίσκεψης στον χώρο άσκησης. Ξεκινώντας με τις ερωτήσεις για τις εγκαταστάσεις και την ποικιλία των προγραμμάτων (Ερ.1) οι ασκούμενοι που επισκέπτονται τον χώρο αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή. Οι υπόλοιποι ασκούμενοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή με εξαίρεση αυτούς οι οποίοι επισκέπτονται τον χώρο 2-3 φορές την εβδομάδα οι οποίοι την αξιολόγησαν ως άριστη. Συνεχίζοντας με την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2) όλες οι υποομάδες επίσκεψιμότητας αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Διαφορετικό όμως ήταν το σκηνικό στην ερώτηση για την κατάσταση του εξοπλισμού (Ερ.3) όπου και οι ασκούμενοι που επισκέπτονται τον χώρο από τέσσερις έως και περισσότερες από πέντε φορές την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή, με τους τελευταίους να έχουν μοιρασμένη την πλειοψηφία τους και με την κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλή. Η επόμενη ερώτηση αφορά την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής (Ερ.4), εδώ οι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση μία φορά την εβδομάδα η περισσότερες από πέντε αξιολόγησαν με τον ίδιο τρόπο μοιράζοντας την πλειοψηφία τους ανάμεσα στην κλίμακα αξιολόγησης ως απλά καλό και πολύ καλό. Ως πολύ καλή αξιολόγησαν την υπηρεσία και οι ασκούμενοι που επισκέπτονται τον χώρο τέσσερις με πέντε φορές την εβδομάδα ενώ αυτοί οι οποίοι επισκέπτονται την εγκατάσταση δύο με τρεις φορές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Όσο αφορά την ευρυχωρία των χώρων άσκησης (Ερ.5) τα μέλη των αθλητικών χώρων που εισέρχονται σε αυτόν από μία αλλά και από τέσσερις έως πέντε φορές την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία αυτή ως πολύ καλή, με τους πρώτους να έχουν την πλειοψηφία τους και στην κλίμακα αξιολόγησης ως απλά καλή. Οι υπόλοιποι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση από δύο έως τρεις φορές και περισσότερες από πέντε φορές την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη και απλά καλή αντίστοιχα. Η τελευταία ερώτηση αυτής της κατηγορίας αφορά την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.6). Στην εν λόγω ερώτηση όλες οι ομάδες επίσκεψιμότητας απάντησαν με τον ίδιο τρόπο αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή ή μόνη διαφορά ήταν οι επισκέπτες που εισέρχονται στον χώρο περισσότερες από πέντε φορές οι οποίοι είχαν μοιρασμένη την πλειοψηφία τους από την κλίμακα αξιολόγησης ως απλά καλή μέχρι και το άριστο.

Πίνακας 27

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 7	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,6	0,3	,092
	2-3 φορές	0,3	1,3	0,3	1,9	7,4	19,6	29,6	

	4-5 φορές	0,0	0,6	1,6	2,3	7,1	9,0	12,9	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	1,0	0,6	1,0	2,3	
Ερώτηση 8	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,6	0,3	,330
	2-3 φορές	0,0	1,0	1,0	1,6	6,5	19,5	30,8	
	4-5 φορές	0,0	0,3	1,3	1,6	5,8	10,7	13,6	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	1,3	1,9	1,6	
Ερώτηση 9	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,6	0,3	,204
	2-3 φορές	0,0	0,6	0,3	2,6	9,4	19,0	28,4	
	4-5 φορές	0,0	0,6	0,3	2,3	7,1	10,3	12,9	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	1,3	0,3	1,6	1,6	
Ερώτηση 10	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	0,3	,617
	2-3 φορές	0,3	0,6	0,6	2,9	5,1	17,9	33,0	
	4-5 φορές	1,0	0,3	0,0	1,9	4,5	12,5	13,1	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	0,6	1,9	1,9	
Ερώτηση 11	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	0,3	,292
	2-3 φορές	0,3	0,3	1,6	2,3	9,7	20,1	26,9	
	4-5 φορές	0,0	0,0	0,6	3,2	7,1	11,0	10,4	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,6	0,3	1,6	1,6	
Ερώτηση 12	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	0,3	,435
	2-3 φορές	0,0	0,0	0,7	1,6	2,6	12,7	42,7	
	4-5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,3	3,9	8,8	19,9	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	1,0	3,3	

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά το προσωπικό. Στην πρώτη ερώτηση η οποία αφορά την εμπειρία του προσωπικού οι ασκούμενοι που έρχονται στην εγκατάσταση από δύο έως περισσότερες από πέντε φορές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη, ενώ οι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση μόνο μία φορά την αξιολόγησαν ως πολύ καλή. Συνεχίζουμε με την αξιοπιστία του προσωπικού (Ερ.8) και την κατάρτιση του (Ερ.9). Σε αυτές τις δύο ερωτήσεις οι απαντήσεις ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο, οι ασκούμενοι που επισκέπτονται τον χώρο από δύο έως πέντε φορές αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Αυτοί οι οποίοι επισκέπτονται την εγκατάσταση από μία αλλά και παραπάνω από πέντε φορές την εβδομάδα αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες, η μόνη διαφοροποίηση υπήρχε στην ερώτηση για την κατάρτιση του προσωπικού όπου τα μέλη που επισκέπτονται την εγκατάσταση περισσότερες από πέντε φορές αξιολόγησαν την υπηρεσία και ως άριστη. Όσον αφορά την εμπιστοσύνη προς το προσωπικό (Ερ.10) οι ασκούμενοι που εισέρχονται από μία φορά την εβδομάδα στην εγκατάσταση αξιολόγησαν την υπηρεσία με μοιρασμένη πλειοψηφία από μέτρια έως άριστη. Οι υπόλοιπες ομάδες επισκεψιμότητα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη με εξαίρεση ξανά τους ασκούμενους με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και άριστη μαζί. Η επόμενη ερώτηση αφορά την εξατομίκευση των προγραμμάτων άσκησης (Ερ.11) όπου και τα μέλη του χώρου με μία επίσκεψη την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή ενώ οι υπόλοιποι ασκούμενοι την χαρακτήρισαν ως άριστη. Ξανά η διαφορά βρέθηκε στους ασκούμενους με περισσότερες από πέντε επισκέψεις οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ

καλή και άριστη μαζί. Το σκηνικό ήταν πιο απλό στην ερώτηση για την ευγένεια του προσωπικού(Ερ.12) , εδώ οι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση από δύο έως και περισσότερες από πέντε φορές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ αυτοί που εισέρχονται στην εγκατάσταση μία φορά την εβδομάδα την αξιολόγησαν ως πολύ καλή.

Πίνακας 28

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 13	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,7	0,0	,657
	2-3 φορές	0,0	0,3	1,6	5,6	6,6	20,4	26,3	
	4-5 φορές	0,3	0,7	0,7	3,0	6,3	11,2	10,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,7	1,3	1,3	1,6	
Ερώτηση 14	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,6	0,0	,161
	2-3 φορές	0,3	0,0	2,3	5,2	7,7	21,3	23,5	
	4-5 φορές	0,3	0,6	0,6	3,2	9,0	9,7	10,0	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	1,0	1,3	0,6	1,6	
Ερώτηση 15	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,7	0,0	,564
	2-3 φορές	0,0	0,3	1,6	3,9	9,9	18,1	26,6	
	4-5 φορές	0,7	0,3	1,0	3,0	5,6	13,2	9,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,3	1,3	1,3	1,6	
Ερώτηση 16	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	0,0	,482
	2-3 φορές	0,3	0,3	1,0	2,3	10,3	18,0	28,3	
	4-5 φορές	0,3	0,6	1,3	1,9	7,7	11,6	10,0	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,3	0,0	1,3	1,0	2,3	

Η Επόμενη διασταύρωση ήταν με την κατηγορία ερωτήσεων της ανταπόκρισης του προσωπικού. Αρχίζουμε με την ερώτηση για το πόσο λαμβάνονται υπόψη τα αιτήματα των ασκούμενων(Ερ.13) , εδώ όπου οι ασκούμενοι με μία επίσκεψη την εβδομάδα χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως απλά καλή και πολύ καλή. Ως πολύ καλή αξιολόγησαν την υπηρεσία και τα μέλη του εγκατάστασης με τέσσερις έως πέντε επισκέψεις την εβδομάδα ενώ οι υπόλοιπες ομάδες επισκεψιμότητας χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη. Η επόμενη ερώτηση αφορά την ταχύτητα επίλυσης των προβλημάτων (Ερ.14) και εδώ οι ασκούμενοι με μία επίσκεψη την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή και πολύ καλή μαζί ενώ οι υπόλοιπες ομάδες επισκεψιμότητας αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Τελειώνουμε αυτήν την κατηγορία με τις ερωτήσεις για την ανταπόκριση στα αιτήματα των ασκούμενων (Ερ.15) και την έγκαιρη ενημέρωση για τυχών αλλαγές (Ερ.16). Οι απαντήσεις ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο, τα μέλη που επισκέπτονται την εγκατάσταση μία φορά την εβδομάδα καθώς και αυτοί οι οποίοι την επισκέπτονται από τέσσερις μέχρι πέντε φορές αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως πολύ καλές. Οι ασκούμενοι με επισκέψεις από δύο έως τρεις φορές και παραπάνω από πέντε φορές την εβδομάδα χαρακτήρισαν τις υπηρεσίες ως άριστες.

Πίνακας 29

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 17	1 φορά	0,0	0,3	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	,000
	2-3 φορές	0,3	0,0	0,3	2,9	7,2	16,0	33,0	
	4-5 φορές	0,0	0,3	0,0	2,0	5,6	12,1	14,1	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	1,6	2,0	
Ερώτηση 18	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,3	0,3	,060
	2-3 φορές	0,0	0,0	0,6	4,2	6,2	17,2	32,1	
	4-5 φορές	0,0	0,0	0,6	2,6	5,8	10,1	14,3	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	2,6	1,6	
Ερώτηση 19	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,3	0,3	,315
	2-3 φορές	0,0	0,6	0,3	1,6	5,8	17,5	34,6	
	4-5 φορές	0,0	0,0	1,0	1,3	4,9	8,7	17,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,6	0,3	1,6	2,3	
Ερώτηση 20	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,3	0,3	,142
	2-3 φορές	0,3	0,6	1,0	2,9	7,1	15,8	32,9	
	4-5 φορές	0,3	0,6	1,3	1,3	5,5	10,3	13,9	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	1,3	2,3	

Μετά την ανταπόκριση του προσωπικού έρχεται η αξιολογία του. Στην ερώτηση για την συνέπεια του προσωπικού στην έναρξη των προγραμμάτων (Ερ.17) όλες οι ομάδες επισκεψιμότητας αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη με εξαίρεση τους ασκούμενους που επισκέπτονται τον χώρο μία φορά την εβδομάδα οι οποίοι την αξιολόγησαν και ως απλά καλή και πολύ καλή μαζί. Παρόμοιο ήταν το σκηνικό και στην ερώτηση για την ακρίβεια των πληροφοριών που παρέχονται στους ασκούμενους (Ερ.18), στην συγκεκριμένη ερώτηση οι ασκούμενοι με μία επίσκεψη την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και άριστη με μοιρασμένη πλειοψηφία ενώ οι ασκούμενοι με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Τέλος οι ασκούμενοι με επισκέψεις από δύο έως πέντε φορές την εβδομάδα την αξιολόγησαν ως άριστη. Στις δύο τελευταίες ερωτήσεις αυτής της κατηγορίας το σκηνικό ήταν παρόμοιο. Όσον αφορά την συνέπεια του προσωπικού στα καθήκοντα του (Ερ.19) και την περιγραφή των ασκήσεων (Ερ.20) οι ασκούμενοι των ομάδων επισκεψιμότητας από δύο έως και περισσότερες από πέντε φορές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ η μόνη διαφορά ήταν στους ασκούμενους με μία επίσκεψη την εβδομάδα οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως μέτρια. Μια μικρή διαφορά υπήρχε στην ερώτηση για την συνέπεια του προσωπικού όπου οι ασκούμενοι με μία επίσκεψη την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία από την κλίμακα του μέτριου μέχρι το άριστου με μοιρασμένη πλειοψηφία.

Πίνακας 30

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 21	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,7	0,3	0,0	,275
	2-3 φορές	0,0	0,0	1,0	4,7	11,0	21,6	22,6	
	4-5 φορές	0,0	0,3	1,7	2,0	6,6	9,6	12,6	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,3	2,7	
Ερώτηση 22	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	1,0	0,0	,142
	2-3 φορές	0,0	0,0	1,3	1,3	9,9	21,7	27,3	
	4-5 φορές	0,0	0,0	1,0	2,0	4,9	8,9	15,5	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	1,6	3,0	

Ερώτηση 23	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,0</u>	0,0	,184
	2-3 φορές	0,0	0,0	1,3	1,7	5,6	20,5	<u>32,0</u>	
	4-5 φορές	0,0	0,0	0,3	3,0	4,0	9,2	<u>16,2</u>	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,0	<u>3,6</u>	
Ερώτηση 2 4	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,0	<u>1,0</u>	0,3	0,0	,053
	2-3 φορές	0,0	0,3	0,3	3,6	5,6	20,9	<u>30,5</u>	
	4-5 φορές	0,0	0,0	1,0	2,0	3,3	10,6	<u>15,6</u>	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	1,0	<u>3,3</u>	
Ερώτηση 25	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	<u>1,0</u>	0,0	,425
	2-3 φορές	0,0	0,3	0,7	1,3	7,6	19,8	<u>31,0</u>	
	4-5 φορές	0,0	0,0	0,7	1,7	4,0	11,2	<u>15,5</u>	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	1,3	<u>3,3</u>	
Ερώτηση 2 6	1 φορά	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	<u>1,0</u>	0,0	,293
	2-3 φορές	0,0	0,3	0,3	3,3	7,6	23,3	<u>26,2</u>	
	4-5 φορές	0,0	0,7	1,3	1,0	5,0	11,0	<u>13,6</u>	
	>5 φορές	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	<u>1,3</u>	3,0	

Τελευταία κατηγορία ερωτήσεων για αυτήν την διασταύρωση είναι οι ερωτήσεις για τα αποτελέσματα των προγραμμάτων άσκησης. Αρχίζοντας με την βελτίωση της ενέργειας(Ερ.21) από τα προγράμματα άσκησης οι ασκούμενοι με επισκέψεις μία φορά την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως απλά καλή ενώ όλοι οι υπόλοιποι ασκούμενοι την αξιολόγησαν ως άριστη. Συνεχίζοντας με τις ερωτήσεις για την υγεία (Ερ.22) και την διάθεση (Ερ.23) οι ασκούμενοι απάντησα με παρόμοιο μοτίβο. Οι ασκούμενοι με μία επίσκεψη την εβδομάδα αξιολόγησαν και τις δύο υπηρεσίες ως πολύ καλές ενώ ίδιο ήταν το σκηνικό και στην αξιολόγηση των υπηρεσιών από τα μέλη με δύο έως πέντε επισκέψεις την εβδομάδα οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Η διαφορά ήταν στα μέλη με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία της βελτίωσης της υγείας ως πολύ καλή ενώ την βελτίωση της διάθεση ως άριστη. Παρόμοιες απαντήσεις είχαν και οι ερωτήσεις για την ψυχολογική (Ερ.24) και την φυσική (Ερ.25) των ασκούμενων. Στις συγκεκριμένες ερωτήσεις τα μέλη που επισκέπτονται την εγκατάσταση από δύο έως και περισσότερες από πέντε φορές αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Η μόνη διαφορά βρίσκοντας στους ασκούμενους με μία επίσκεψη την εβδομάδα οι οποίοι αξιολόγησαν τις υπηρεσίες της ψυχολογική κατάσταση ως απλά καλή και της φυσική κατάσταση ως πολύ καλή. Τελειώνοντας με αυτές τις διασταυρώσεις οι ασκούμενοι απάντησαν σε ερώτηση για την βελτίωση της εμφάνισης τους (Ερ.26) , εδώ όπου οι ασκούμενοι με επισκέψεις μία φορά την εβδομάδα και οι ασκούμενοι με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ τα μέλη που επισκέπτονται την εγκατάσταση από δύο έως πέντε φορές την εβδομάδα χαρακτήρισαν την βελτίωση της εμφάνισης τους ως άριστη.

9.2.6. CrossTabs εκπαίδευση

Πίνακας 31

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 1	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	<u>1,6</u>	,005
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	1,0	1,6	7,4	9,4	<u>11,3</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	2,3	8,4	14,2	<u>14,8</u>	12,9	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	1,3	1,0	1,6	<u>2,9</u>	2,3	
Ερώτηση 2	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	<u>1,3</u>	,000
	Δευτεροβάθμια	0,3	0,3	1,3	2,5	7,3	7,0	<u>11,4</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,3	1,6	8,6	12,7	<u>18,1</u>	11,1	
	Μεταπτυχιακό	0,3	1,9	0,3	0,6	1,3	<u>3,8</u>	1,6	
Ερώτηση 3	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,3	<u>0,9</u>	,135
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,3	2,2	5,1	7,3	6,6	<u>8,9</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	1,3	2,8	7,3	14,6	<u>16,8</u>	9,5	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,9	1,6	0,6	1,9	<u>3,8</u>	0,9	
Ερώτηση 4	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,7	<u>1,0</u>	,114
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,7	4,9	6,6	7,2	<u>11,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	1,0	1,3	5,6	15,1	<u>17,7</u>	11,5	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,7	1,0	1,0	2,0	<u>3,3</u>	2,0	
Ερώτηση 5	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,6	<u>1,0</u>	,017
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,3	1,3	2,9	7,1	7,1	<u>11,3</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	1,6	7,4	12,6	<u>17,1</u>	14,2	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	1,6	0,3	1,0	<u>4,8</u>	1,6	
Ερώτηση 6	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,3	<u>1,0</u>	,052
	Δευτεροβάθμια	0,6	0,3	1,0	4,5	6,1	<u>9,2</u>	8,6	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,0	1,9	8,0	12,1	<u>20,1</u>	10,2	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,6	1,3	1,0	1,9	<u>3,5</u>	1,6	

Η επόμενη ανάλυση μας αφορά την διασταύρωση των ερωτήσεων με την βαθμίδα εκπαίδευσης του κάθε ασκούμενου. Ξεκινάμε με την ποικιλία των προγραμμάτων (Ερ.1) και την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2). Οι απαντήσεις ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο με τους ασκούμενους μέχρι δευτεροβάθμια εκπαίδευση να αξιολογούν την υπηρεσία ως άριστη ενώ οι ασκούμενη από τριτοβάθμια εκπαίδευση μέχρι και μεταπτυχιακό να αξιολογούν τις υπηρεσίες ως πολύ καλές. Συνεχίζουμε με τις ερωτήσεις για την κατάσταση (Ερ.3) και την ποικιλία (Ερ.4) των οργάνων γυμναστικής. Τις συγκεκριμένες υπηρεσίες οι ασκούμενοι με πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση τις αξιολόγησαν ως άριστες ενώ οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια η μεγαλύτερη εκπαίδευση τις αξιολόγησαν ως πολύ καλές. Όσον αφορά την ευρυχωρία των χώρων (Ερ.5) οι ασκούμενοι με πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ οι υπόλοιποι ασκούμενοι την χαρακτήρισαν ξανά ως πολύ καλή. Η τελευταία ερώτηση αυτής της κατηγορίας αφορά την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.6) , εδώ οι ασκούμενοι με εκπαίδευση στην δευτεροβάθμια βαθμίδα ή ψηλότερα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή , ενώ ως άριστη αξιολόγησαν ξανά οι ασκούμενοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Πίνακας 32

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 7	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	<u>1,3</u>	,590
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,6	0,3	0,6	4,4	7,9	<u>16,2</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,6	1,0	4,4	9,2	<u>16,8</u>	20,3	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,6	0,6	0,6	1,0	2,9	<u>4,1</u>	
Ερώτηση 8	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	<u>1,3</u>	,334
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	1,6	2,6	10,3	<u>15,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,6	1,3	1,9	9,9	16,7	<u>22,4</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,6	0,6	0,3	1,0	3,2	<u>4,2</u>	
Ερώτηση 9	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,3</u>	,655
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,3	0,0	1,0	5,1	10,2	<u>14,0</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,6	0,3	4,5	10,5	<u>15,3</u>	21,3	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,3	1,0	1,6	2,9	<u>3,8</u>	
Ερώτηση 10	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<u>0,9</u>	0,6	,000
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,3	0,3	0,6	3,2	9,8	<u>16,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,6	0,3	4,1	7,0	16,5	<u>24,1</u>	
	Μεταπτυχιακό	1,3	0,0	0,0	0,6	0,3	3,2	<u>4,4</u>	
Ερώτηση 11	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<u>1,6</u>	,001
	Δευτεροβάθμια	0,3	0,0	0,3	1,3	6,7	8,0	<u>14,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,3	1,0	3,8	10,9	<u>18,3</u>	<u>18,3</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	1,3	1,0	0,6	3,2	<u>3,5</u>	
Ερώτηση 12	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,6</u>	,110
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,6	1,3	5,5	<u>22,5</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	1,0	5,5	13,8	<u>32,2</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,3	0,3	1,0	2,3	<u>5,8</u>	

Στην συνέχεια θελήσαμε να μάθουμε πόσο η βαθμίδα εκπαίδευσης επηρεάζει την κρίση των ασκούμενων στην αξιολόγηση του προσωπικού. Στην ερώτηση για την εμπειρία του προσωπικού (Ερ.7) οι ασκούμενοι με πρωτοβάθμια , δευτεροβάθμια και μεταπτυχιακή εκπαίδευση αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ μοναδική εξαίρεση ήταν τα μέλη με τριτοβάθμια εκπαίδευση τα οποία αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι επόμενες ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν την αξιοπιστία (Ερ.8) και την κατάρτιση (Ερ.9) του προσωπικού ακολούθησαν περίπου ίδιο μοτίβο απαντήσεων. Οι ασκούμενοι όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες πλην των ασκούμενων με τριτοβάθμια εκπαίδευση οι οποίοι στην ερώτηση για την κατάρτιση είχαν διαφορετική άποψη και αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Όσον αφορά την εμπιστοσύνη που πιστεύουν οι ασκούμενοι ότι μπορούν να δείξουν στο προσωπικό (Ερ.10) οι πλειοψηφία των ασκούμενων απάντησε χαρακτηρίζοντας την υπηρεσία ως άριστη , η μόνη διαφοροποίηση υπήρχε στους ασκούμενους με πρωτοβάθμια εκπαίδευση οι οποίοι χαρακτήρισαν την εν λόγω υπηρεσία ως πολύ καλή. Τελειώνοντας οι δύο τελευταίες ερωτήσεις είχαν και αυτές παρόμοιο μοτίβο απαντήσεων. Για τα εξατομικευμένα προγράμματα (Ερ.11) αλλά και για την ευγένεια (Ερ.12) του προσωπικού οι ασκούμενοι εκπαιδευμένοι σε πρωτοβάθμια , δευτεροβάθμια και μεταπτυχιακή βαθμίδα αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Ως άριστη αξιολόγησαν την υπηρεσία της ευγένειας και οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια

εκπαίδευση αλλά αξιολόγησαν ως πολύ καλή και άριστη , με μοιρασμένη πλειοψηφία , την υπηρεσία της κατάρτισης του προσωπικού.

Πίνακας 33

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 13	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	<u>1,0</u>	,379
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,7	0,0	2,3	5,9	8,5	<u>12,7</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,3	1,6	4,6	7,5	<u>20,5</u>	18,2	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,7	2,3	0,3	2,9	<u>3,3</u>	
Ερώτηση 14	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	<u>1,3</u>	,605
	Δευτεροβάθμια	0,3	0,0	1,0	1,9	5,4	9,9	<u>12,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,3	1,3	6,1	11,1	16,2	<u>17,2</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,6	1,6	1,0	2,9	<u>3,2</u>	
Ερώτηση 15	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,6</u>	,359
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	1,0	2,6	5,8	9,1	<u>12,0</u>	
	Τριτοβάθμια	0,6	0,3	1,0	3,6	9,7	18,2	<u>19,5</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	1,0	1,3	1,0	2,6	<u>3,2</u>	
Ερώτηση 16	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	<u>1,6</u>	,947
	Δευτεροβάθμια	0,3	0,3	0,3	1,3	5,7	8,9	<u>13,3</u>	
	Τριτοβάθμια	0,3	0,6	1,6	2,5	11,4	16,5	<u>19,7</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,6	0,3	1,9	<u>3,8</u>	3,2	

Η επόμενη ανάλυση αφορά την ανταπόκριση του προσωπικού. Οι ασκούμενοι απάντησαν σε ερωτήσεις όπως το πόσο πολύ λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των ασκούμενων (Ερ.13) , εδώ οι ασκούμενοι με πρωτοβάθμια , δευτεροβάθμια και μεταπτυχιακή εκπαίδευση αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη , ενώ διαφορετική άποψη είχαν οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια εκπαίδευση όπου η πλειοψηφία τους βρέθηκε στην κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλή. Οι επόμενες δύο ερωτήσεις ακολούθησαν το ίδιο μοτίβο απαντήσεων με την πλειοψηφία όλων των ασκούμενων , όλων των βαθμίδων εκπαίδευσης να συγκεντρώνεται στην βαθμολογία η οποία χαρακτηρίζει τις υπηρεσίες της ταχύτητας επίλυσης προβλημάτων (Ερ.14) και της ανταπόκρισης στα αιτήματα των ασκούμενων (Ερ.15) ως άριστες. Παρόμοιο σκηνικό υπήρχε και στην τελευταία ερώτηση η οποία αφορά την ακρίβεια ενημέρωσης για τυχόν αλλαγές (Ερ.16) στην οποία οι ασκούμενοι μέχρι και την τριτοβάθμια εκπαίδευση αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Οι ασκούμενοι μεταπτυχιακής εκπαίδευσης αξιολόγησαν την υπηρεσία πιο χαμηλά χαρακτηρίζοντας την ως πολύ καλή.

Πίνακας 34

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 17	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,6</u>	,300
	Δευτεροβάθμια	0,3	0,0	0,3	1,9	4,2	7,7	<u>16,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,3	0,0	1,9	9,4	15,8	<u>24,8</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,0	1,3	0,6	<u>3,9</u>	3,5	
Ερώτηση 18	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	<u>1,6</u>	,115
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	1,9	3,5	9,3	<u>15,4</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	3,8	9,0	15,7	<u>23,7</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,6	1,3	0,6	2,6	<u>4,5</u>	

Ερώτηση 19	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	<u>1,3</u>	,258
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,3	3,5	6,7	<u>19,2</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,3	0,3	2,6	6,4	16,0	<u>27,2</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,6	0,6	1,0	2,9	<u>4,5</u>	
Ερώτηση 20	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	0,0	<u>1,3</u>	,064
	Δευτεροβάθμια	0,6	0,0	0,6	0,6	3,2	9,6	<u>15,9</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,6	0,6	2,9	9,2	14,3	<u>24,5</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,6	1,0	1,0	0,6	2,9	<u>3,8</u>	

Συνεχίζουμε με την αξιοπιστία του προσωπικού. Οι ασκούμενοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις όπως για την συνέπεια στην έναρξη των προγραμμάτων άσκησης(Ερ.17), όλες οι ομάδες εκπαίδευσης απάντησαν με τον ίδιο τρόπο και χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη πλην της ομάδας εκπαίδευσης με μεταπτυχιακές σπουδές όπου αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι επόμενες ερωτήσεις οι οποίες αφορούν την ακρίβεια των πληροφοριών που παρέχονται (Ερ.18) , την συνέπεια του προσωπικού (Ερ.19) καθώς και την ακρίβεια περιγραφής των ασκήσεων (Ερ.20) αξιολογήθηκαν ως άριστες από όλους τους ασκούμενους όλων των εκπαιδευτικών επιπέδων.

Πίνακας 35

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 21	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	<u>1,3</u>	,009
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,7	3,3	4,9	7,9	<u>14,1</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	1,0	3,3	12,1	<u>20,0</u>	15,7	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,7	0,0	1,0	<u>4,3</u>	3,6	
Ερώτηση22	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,3	<u>1,0</u>	,014
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	1,0	5,5	7,8	<u>16,6</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	0,6	2,3	8,4	20,1	<u>20,5</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	1,0	0,6	0,3	3,6	<u>4,2</u>	
Ερώτηση 23	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,3	<u>1,0</u>	,625
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,7	2,0	3,3	7,2	<u>17,9</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	0,3	2,0	5,9	19,5	<u>24,4</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,3	0,7	0,7	2,9	<u>5,2</u>	
Ερώτηση 24	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	<u>1,3</u>	,595
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,3	0,0	1,6	3,6	8,5	<u>17,0</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	0,7	3,3	5,9	19,0	<u>23,2</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,0	0,7	0,7	0,7	3,6	<u>4,2</u>	
Ερώτηση 25	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	<u>1,3</u>	,172
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	0,7	4,6	6,8	<u>18,2</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,0	1,0	2,0	6,8	18,9	<u>23,5</u>	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,0	0,7	0,3	<u>4,6</u>	3,9	
Ερώτηση 26	Πρωτοβάθμια	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	<u>1,6</u>	,067
	Δευτεροβάθμια	0,0	0,0	0,3	1,6	4,3	7,5	<u>16,7</u>	
	Τριτοβάθμια	0,0	0,7	1,0	2,3	8,2	<u>22,6</u>	17,7	
	Μεταπτυχιακό	0,0	0,3	0,3	1,0	0,3	<u>4,3</u>	3,6	

Τελευταία ανάλυση αυτής της διασταύρωσης ήταν με τα αποτελέσματα των προγραμμάτων άσκησης. Εδώ οι ασκούμενοι ερωτήθηκαν για το πόσο τα προγράμματα βελτιώνουν την ενέργεια τους (Ερ.21). Η πλειοψηφία των

απαντήσεων για τις εκπαιδευτικές κατηγορίες της πρωτοβάθμιας και της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης συγκεντρώθηκε στην κλίμακα αξιολόγησης της υπηρεσίας ως άριστη. Διαφορετική άποψη είχαν οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια και μεταπτυχιακή εκπαίδευση οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Οι επόμενες ερωτήσεις που αφορούσαν την βελτίωση της υγείας (Ερ.22) , της διάθεσης (Ερ.23) και της ψυχολογικής κατάστασης (Ερ.24) είχαν το ίδιο μοτίβο απαντήσεων. Οι ασκούμενοι της εγκατάστασης όλων των εκπαιδευτικών επιπέδων χαρακτήρισαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Όσον αφορά την βελτίωση της φυσικής κατάστασης (Ερ.25) οι ασκούμενοι με μεταπτυχιακή εκπαίδευση αξιολόγησαν ξανά μία υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ οι υπόλοιπες ομάδες εκπαίδευσης αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Τελειώνουμε με την ερώτηση για την βελτίωση της εμφάνισης (Ερ.26) , εδώ οι ασκούμενοι με πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση φαίνονται πιο ευχαριστημένοι αξιολογώντας την υπηρεσία ως άριστη , ενώ οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια και μεγαλύτερη εκπαίδευση αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή.

9.2.7. CrossTabs επάγγελμα

Πίνακας 36

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 1	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	1,6	2,3	7,1	11,0	11,7	,110
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	1,9	7,5	14,0	12,3	13,0	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,3	1,0	1,9	2,6	6,2	5,5	
Ερώτηση 2	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,0	1,3	3,8	5,8	11,8	10,9	,379
	Εργαζόμενος	0,6	1,9	1,6	6,4	13,1	14,7	10,2	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,6	0,3	2,2	5,1	4,5	4,8	
Ερώτηση 3	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,6	2,5	3,8	8,6	8,3	9,6	,327
	Εργαζόμενος	0,0	1,3	3,5	8,3	12,7	15,9	7,0	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,6	1,3	1,9	3,2	6,1	4,5	
Ερώτηση 4	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	1,0	4,3	8,6	9,5	11,2	,390
	Εργαζόμενος	0,0	1,3	1,6	5,9	13,2	16,4	9,5	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,3	0,3	2,3	3,0	5,6	5,9	
Ερώτηση 5	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	1,9	3,9	7,8	8,1	12,3	,144
	Εργαζόμενος	0,0	0,6	1,9	6,5	11,4	16,9	11,0	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	1,0	0,6	2,9	6,8	6,2	
Ερώτηση 6	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,3	1,9	4,5	7,7	11,2	8,0	,624
	Εργαζόμενος	,6	0,6	1,9	8,3	9,9	18,6	8,3	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	1,9	2,9	6,7	5,8	

Προτελευταία ανάλυση η οποία έγινε αφορά την διασταύρωση των πέντε κατηγοριών ερωτήσεων με το επάγγελμα των ασκούμενων. Για τις ανάγκες της ανάλυσης οι απαντήσεις των ασκούμενων χωρίστηκαν σε μαθητές-φοιτητές , σε

εργαζόμενους στους οποίους συμπεριλαμβάνονται οι ιδιωτικοί και δημόσιοι υπάλληλοι καθώς και οι ελεύθεροι επαγγελματίες και τέλος τους άνεργους ή κάποια άλλη ενασχόληση η οποία μπορεί να είναι συνταξιούχος ή οικιακά. Αρχίζοντας ξανά με την ερώτηση για την ποικιλία των προγραμμάτων άσκησης (Ερ.1) οι εργαζόμενοι καθώς και οι μαθητές-φοιτητές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ οι άνεργοι-άλλο χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Η επόμενη ερώτηση αφορά την καθαριότητα των εγκαταστάσεων (Ερ.2) , εδώ οι μαθητές-φοιτητές αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ με χαμηλότερη βαθμολογία , ως πολύ καλή , αξιολόγησαν την υπηρεσία οι εργαζόμενοι καθώς και οι άνεργοι-άλλο. Όσον αφορά την κατάσταση του εξοπλισμού (Ερ.3) και την ευρυχωρία των χώρων (Ερ.5) οι ασκούμενοι απάντησαν με το ίδιο μοτίβο. Οι τα μέλη της εγκατάστασης τα οποία εργάζονται καθώς και οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως πολύ καλές , ενώ οι μαθητές-φοιτητές αξιολόγησαν και τις δύο υπηρεσίες ως άριστες. Στην ερώτηση η οποία αναφέρεται στην ποικιλία των οργάνων γυμναστικής (Ερ.4) οι απαντήσεις ήταν διχασμένες καθώς οι μαθητές-φοιτητές και οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη , οι εργαζόμενοι την χαρακτήρισαν ως πολύ καλή. Διαφορετικό ήταν το σκηνικό στην ερώτηση για την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων(Ερ.6) όπου όλες οι ομάδες εργασίας αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή χωρίς όμως μεγάλη διαφορά από την επόμενη κλίμακα αξιολόγησης ως άριστο.

Πίνακας 37

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 7	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,6	0,0	1,9	3,8	13,1	14,1	,220
	Εργαζόμενος	0,0	1,3	1,6	3,2	8,9	12,1	21,4	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	0,6	2,6	4,5	9,6	
Ερώτηση 8	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,3	0,6	0,6	3,5	13,5	15,5	,462
	Εργαζόμενος	0,0	1,0	1,6	2,3	7,4	14,5	21,6	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	1,0	2,6	4,5	9,4	
Ερώτηση 9	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	,6	0,0	1,3	5,1	12,5	14,1	,524
	Εργαζόμενος	0,0	,6	0,6	4,2	9,6	12,8	20,8	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	1,0	2,6	5,8	8,3	
Ερώτηση 10	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	,6	0,3	1,0	3,2	12,1	16,6	,661
	Εργαζόμενος	1,3	,3	0,3	3,5	5,7	15,3	22,0	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	1,0	1,9	5,1	9,6	
Ερώτηση 11	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,3	0,3	0,6	5,5	13,5	12,9	,044
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	1,9	4,8	10,0	14,5	17,7	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	0,3	3,2	4,8	8,4	
Ερώτηση 12	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,0	0,0	1,9	7,8	23,9	,016

Εργαζόμενος	0,0	0,0	1,0	1,0	5,5	12,6	<u>28,5</u>
Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	1,0	0,6	2,6	<u>13,3</u>

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά την ποιότητα υπηρεσιών του προσωπικού. Στην συγκεκριμένη κατηγορία το σκηνικό ήταν πιο απλό διότι σε όλες τις ερωτήσεις το μοτίβο των απαντήσεων ήταν σχεδόν ίδιο. Αρχίζοντας με τις ερωτήσεις για την εμπειρία (Ερ.7) και την αξιοπιστία (Ερ.8) του προσωπικού οι ασκούμενοι όλων των εργασιακών ομάδων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Σημαντικό επίσης είναι ότι εκτός από την εργασιακή ομάδα των μαθητών-φοιτητών οι υπόλοιπες εργασιακές ομάδες είχαν μεγάλη απόκλιση από την χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα αξιολόγησης. Ίδιο ήταν το σκηνικό και στις ερωτήσεις για κατάρτιση (Ερ.9) και την εμπιστοσύνη προς το προσωπικό (Ερ.10) όπου και εδώ οι ασκούμενοι όλων των εργασιακών ομάδων χαρακτήρισαν τις υπηρεσίες αυτές ως άριστες. Μία μικρή διαφορά υπήρχε στην ερώτηση για τα εξατομικευμένα προγράμματα (Ερ.11) όπου και οι μαθητές-φοιτητές είχαν διαφορετική άποψη αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ οι εργαζόμενοι και οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Ως άριστη αξιολόγησαν ξανά όλες οι ομάδες εργασίας και την υπηρεσία της ευγένειας τους προσωπικού (Ερ.12). Επίσης σημαντικό εδώ είναι ότι η διαφορά με την χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλή είναι αρκετά μεγάλη.

Πίνακας 38

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 13	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,3	0,0	3,3	3,6	12,5	<u>13,8</u>	,139
	Εργαζόμενος	0,0	0,7	2,3	4,3	8,2	<u>16,7</u>	16,4	
	Άνεργος-Άλλο	0,3	0,0	0,0	1,6	3,0	4,6	<u>8,2</u>	
Ερώτηση 14	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,0	1,0	2,2	5,8	<u>12,5</u>	11,9	,875
	Εργαζόμενος	0,3	0,3	1,9	5,8	9,3	14,7	<u>16,3</u>	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,3	0,3	1,6	4,2	5,1	<u>6,1</u>	
Ερώτηση 15	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	1,0	2,3	4,6	13,1	<u>13,4</u>	,567
	Εργαζόμενος	0,3	0,7	2,0	4,2	9,8	13,7	<u>17,6</u>	
	Άνεργος-Άλλο	0,3	0,0	0,0	1,3	2,9	<u>6,5</u>	6,2	
Ερώτηση 16	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,3	0,6	1,6	6,1	10,5	<u>14,1</u>	,940
	Εργαζόμενος	0,3	0,3	1,3	1,6	11,8	15,0	<u>18,5</u>	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,3	0,6	0,6	2,2	6,1	<u>7,7</u>	

Μετά τις ερωτήσεις για την ποιότητα υπηρεσιών του προσωπικού ακολούθησαν οι ερωτήσεις για την ανταπόκριση του προσωπικού . Ξεκινώντας με την ερώτηση για τον βαθμό που λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των ασκούμενων (Ερ.13) οι μαθητές-φοιτητές και οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν την υπηρεσία αυτή ως άριστη ενώ οι εργαζόμενοι είχαν διαφορετική άποψη αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ

καλή. Παρόμοιο σκηνικό ήταν και στην ερώτηση για την ταχύτητα επίλυσης των προβλημάτων(Ερ.14) , αυτή τη φορά οι εργαζόμενοι και οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη ενώ η εργασιακή ομάδα με διαφορετική άποψη ήταν οι μαθητές-φοιτητές οι οποίοι χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Σχεδόν αντίστροφο ήταν το μοτίβο απαντήσεων για την ερώτηση που αφορά την ανταπόκριση στα αιτήματα των ασκούμενων (Ερ.15) . Αυτή την φορά την χαμηλότερη βαθμολογία , χαρακτηρίζοντας την υπηρεσία ως πολύ καλή , έδωσαν οι άνεργοι-άλλο. Ως άριστη αξιολόγησαν την υπηρεσία οι εργασιακές ομάδες των μαθητών-φοιτητών καθώς και των εργαζόμενων. Όσον αφορά την ενημέρωση των ασκούμενων για τυχών αλλαγές (Ερ.16) οι ασκούμενοι όλων των εργασιακών ομάδων αξιολόγησαν την υπηρεσία αυτή ως άριστη, με σχετικά μεγάλες διαφορές ανάμεσα στην χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα αξιολόγησης.

Πίνακας 39

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 17	Μαθητής-Φοιτητής	0,3	0,0	0,0	1,6	3,9	10,4	17,5	,685
	Εργαζόμενος	0,0	0,6	0,3	3,2	7,8	14,9	21,4	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	0,3	2,6	5,2	9,7	
Ερώτηση 18	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,3	3,2	2,6	11,0	16,8	,360
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	0,6	3,9	8,1	14,8	21,3	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	0,3	2,6	4,5	9,7	
Ερώτηση 19	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,0	1,9	2,6	8,7	20,3	,180
	Εργαζόμενος	0,0	,6	1,3	1,9	6,1	14,8	24,1	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	0,0	2,9	4,8	10,0	
Ερώτηση 20	Μαθητής-Φοιτητής	0,6	0,3	0,6	1,3	2,9	8,7	19,2	,467
	Εργαζόμενος	0,0	1,0	1,3	2,9	8,0	13,8	21,8	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	1,0	2,6	5,8	8,0	

Ακολουθώντας την ανταπόκριση του προσωπικού έρχεται η αξιοπιστία του προσωπικού. Σε όλες τις ερωτήσεις ακολουθήθηκε το ίδιο μοτίβο απαντήσεων, στις ερωτήσεις για την συνέπεια στο ξεκίνημα των προγραμμάτων (Ερ.17) αλλά και για την ακρίβεια των πληροφοριών (Ερ.18) οι ασκούμενοι όλων των εργασιακών ομάδων απάντησαν έχοντας την πλειοψηφία τους στην βαθμολογία αξιολόγησης ως άριστο και για τις δύο υπηρεσίες. Ίδιες ακριβώς ήταν και οι απαντήσεις στις ερωτήσεις για την συνέπεια του προσωπικού στα καθήκοντα τους (Ερ.19) και την ακρίβεια περιγραφής των ασκήσεων (Ερ.20). Αυτές τις δύο υπηρεσίες όλες οι εργασιακές ομάδες τις αξιολόγησαν ως άριστες με μεγάλες διαφορές από την χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα αξιολόγησης.

Πίνακας 40

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 21	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,7	2,6	5,9	11,2	14,5	,921
	Εργαζόμενος	0,0	0,3	1,7	3,3	10,6	15,8	16,8	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	1,0	2,3	6,3	6,6	
Ερώτηση 22	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,7	0,3	3,6	13,7	16,0	,345
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	1,3	2,9	8,5	13,7	21,9	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	0,7	2,6	5,9	7,8	
Ερώτηση 23	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,3	1,6	3,6	10,8	18,4	,881
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	1,3	2,0	5,6	14,4	25,2	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	1,0	1,3	6,2	8,2	
Ερώτηση 24	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,3	0,0	3,0	3,0	9,9	18,4	,132
	Εργαζόμενος	0,0	0,0	0,7	2,6	6,6	15,5	23,4	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,7	0,3	1,0	7,6	7,2	
Ερώτηση 25	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,0	0,3	1,0	2,6	14,1	16,7	.331
	Εργαζόμενος	0,0	0,3	1,0	2,0	7,9	12,8	24,3	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,0	0,3	1,6	5,9	9,2	
Ερώτηση 26	Μαθητής-Φοιτητής	0,0	0,3	0,7	0,7	2,6	14,2	16,2	,360
	Εργαζόμενος	0,0	0,7	0,7	3,6	8,3	15,5	19,8	
	Άνεργος-Άλλο	0,0	0,0	0,3	0,7	2,3	6,6	6,9	

Πολύ καλές βαθμολογίες έδωσαν οι ασκούμενοι και στις ερωτήσεις που αναφέρονται στο αποτέλεσμα των προγραμμάτων άσκησης. Συγκεκριμένα στην ερώτηση η οποία αφορά την βελτίωση της ενέργειας (Ερ.21) τους οι εργασιακές ομάδες των μαθητών-φοιτητών , των εργαζόμενων και των άνεργων-άλλο αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη. Ίδιο ήταν το μοτίβο απαντήσεων και στις ερωτήσεις οι οποίες αφορούν την υγεία (Ερ.22) και την διάθεση (Ερ.23) των ασκούμενων. Σε αυτές τις υπηρεσίες όλες οι εργασιακές ομάδες έδωσαν το μέγιστο της βαθμολογίας αξιολογώντας τις ως άριστες. Διαφορετικά μοιρασμένες ήταν οι πλειοψηφίες στην ερώτηση για την βελτίωση της ψυχολογικής κατάστασης (Ερ.24) όπου μαθητές-φοιτητές και οι εργαζόμενοι αξιολόγησαν ξανά υπηρεσία ως άριστη ενώ οι άνεργοι-άλλο βαθμολόγησαν την υπηρεσία χαμηλότερα χαρακτηρίζοντας την ως πολύ καλή. Οι επόμενες δύο και τελευταίες ερωτήσεις κράτησαν το μοτίβο των πρώτων. Συνεπώς οι ερωτήσεις που αφορούν την βελτίωση της φυσικής κατάστασης (Ερ.25) και της εμφάνισης (Ερ.26) αξιολογήθηκαν ως άριστες από όλες τις εργασιακές ομάδες.

9.2.8. CrossTabs χώρος άθλησης

Πίνακας 41

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 1	Γυμναστήριο	0,0	0,0	3,5	6,1	14,2	24,8	25,8	,000

Ερώτηση 2	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	1.0	5.5	9.7	4.8	4.2	,008
	Γυμναστήριο	0.6	1.6	2.5	7.9	14.6	26.0	21.6	
Ερώτηση 3	Κολυμβητήριο	0.3	1.0	0.6	4.4	9.2	5.1	4.4	,010
	Γυμναστήριο	0.3	2.2	5.7	7.3	18.7	22.5	18.0	
Ερώτηση 4	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	1.6	6.6	6.0	7.6	3.2	,047
	Γυμναστήριο	0.0	1.3	2.3	7.5	16.7	24.3	23.0	
Ερώτηση 5	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	0.7	4.9	7.9	7.2	3.9	,007
	Γυμναστήριο	0.0	0.6	3.2	6.8	13.9	25.8	25.2	
Ερώτηση 6	Κολυμβητήριο	0.0	1.6	1.6	4.2	8.1	6.1	4.5	,013
	Γυμναστήριο	0.6	1.0	2.2	9.2	13.4	30.3	17.8	
	Κολυμβητήριο	0.3	0.0	1.9	5.4	7.3	6.4	4.1	

Στον Πίνακα παρουσιάζονται οι απαντήσεις των ασκούμενων όσο αφορά τις ερωτήσεις της κατηγορίας που αφορά στην ποιότητα των εγκαταστάσεων. Παρατηρείται όσο αφορά την ποικιλία των προγραμμάτων στο γυμναστήριο η πλειοψηφία των μελών αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και άριστη ενώ στο κολυμβητήριο τα μεγαλύτερα ποσοστά χαρακτηρίζουν την υπηρεσία ως απλά καλή. Όσο αφορά στην καθαριότητα των εγκαταστάσεων, ένα σημαντικό θέμα που απασχολεί πολλά μέλη σε δημόσιες και ιδιωτικές αθλητικές εγκαταστάσεις, η πλειοψηφία των μελών στο γυμναστήριο χαρακτήρισε την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ στο κολυμβητήριο η πλειοψηφία θεωρεί την συγκεκριμένη υπηρεσία ως καλή. Όσο αφορά στην κατάσταση του εξοπλισμού, η πλειοψηφία των απαντήσεων αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή τόσο στο γυμναστήριο, όσο και στο κολυμβητήριο. Η ποικιλία των οργάνων γυμναστικής στο κολυμβητηρίου χαρακτήρισε κατά πλειοψηφία, ως καλή ενώ στο γυμναστήριο η υπηρεσία χαρακτηρίστηκε ως πολύ καλή και άριστη. Η ευρυχωρία των χώρων άσκησης στο γυμναστήριο αξιολογήθηκε ως πολύ καλή και άριστη στο γυμναστήριο αλλά απλά καλή στο κολυμβητήριο. Η ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων αξιολογήθηκε ως προς ως πολύ καλή ενώ το κολυμβητήριο χαρακτηρίστηκε ως καλή.

Πίνακας 42

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 7	Γυμναστήριο	0.3	1.9	1.6	4.1	8.9	22.2	35.9	,044
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.3	1.6	6.7	7.6	8.9	
Ερώτηση 8	Γυμναστήριο	0.0	1.0	1.9	2.6	9.0	23.4	36.9	,357
	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	0.3	1.3	4.8	9.3	9.3	
Ερώτηση 9	Γυμναστήριο	0.0	1.0	0.6	5.4	9.9	23.6	34.4	,018
	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	0.0	1.0	7.6	7.6	8.6	
Ερώτηση 10	Γυμναστήριο	0.9	0.9	0.6	2.8	8.2	22.8	38.0	,200
	Κολυμβητήριο	0.3	0.0	0.0	2.5	2.5	10.1	9.8	
Ερώτηση 11	Γυμναστήριο	0.3	0.3	1.9	4.5	11.2	22.1	34.0	,006
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.6	1.6	7.4	10.6	5.1	
Ερώτηση 12	Γυμναστήριο	0.0	0.0	1.0	0.6	4.5	16.1	52.4	,012
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.0	1.3	3.5	6.8	13.5	

Αναλύοντας τις ερωτήσεις για την ποιότητα του προσωπικού βρέθηκε ότι στην ερώτηση 7 η οποία αναφέρεται στην εμπειρία του προσωπικού, οι ασκούμενοι το χαρακτήρισαν ως άριστο και στο κολυμβητήριο και στο γυμναστήριο. Στην συνέχεια

η υπηρεσία που αφορά την αξιοπιστία (Ερ.8) και την καλή κατάρτιση του προσωπικού (Ερ. 9) αξιολογήθηκε ως άριστη από την πλειοψηφία των ασκούμενων σε κολυμβητήριο και γυμναστήριο. Πηγαίνοντας στην ερώτηση 10 η οποία αναφέρεται στην εμπιστοσύνη την οποία έχουν οι ασκούμενοι στο προσωπικό, βρέθηκε και εκεί άριστη αξιολόγηση από κολυμβητήριο και γυμναστήριο. Στην προτελευταία ερώτηση (Ερ.11) οι πελάτες του σταδίου χαρακτήρισαν τα εξειδικευμένα προγράμματα του κολυμβητηρίου ως πολύ καλά ενώ στο γυμναστήριο τα χαρακτήρισαν ως άριστα. Στην τελευταία ερώτηση αυτής της κατηγορίας (Ερ.12) τα μέλη του σταδίου αξιολόγησαν το πόσο ευγενικό είναι το προσωπικό, τα αποτελέσματα της πλειοψηφίας έδειξαν ότι το προσωπικό φέρεται άριστα στους επισκέπτες του σταδίου.

Πίνακας 43

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 13	Γυμναστήριο	0.3	1.0	1.6	6.2	9.8	22.5	32.9	,019
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.7	2.9	5.2	11.4	5.2	
Ερώτηση 14	Γυμναστήριο	0.6	0.6	2.5	6.7	11.8	24.2	28.3	,121
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.6	2.9	7.3	8.0	6.4	
Ερώτηση 15	Γυμναστήριο	0.6	0.6	2.6	4.5	11.7	23.7	30.8	,065
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.3	3.2	5.8	9.4	6.5	
Ερώτηση 16	Γυμναστήριο	0.6	1.0	1.9	3.5	11.7	25.4	30.5	,046
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.6	0.6	8.3	6.0	9.4	

Συνεχίζοντας με την κατηγορία της ανταπόκρισης από το προσωπικό του σταδίου βρέθηκε ότι η πλειοψηφία των πελατών βρήκαν τις προτάσεις τους να λαμβάνονται υπόψη(Ερ.13) ενώ στο κολυμβητήριο οι πελάτες ήταν λιγότερο ευχαριστημένοι με αυτό το θέμα. Όσο αφορά την ταχύτητα επίλυσης των προβλημάτων (Ερ. 14) και εδώ η πλειοψηφία των πελατών στο γυμναστήριο την χαρακτήρισε ως άριστη ενώ και πάλι οι ασκούμενοι του κολυμβητηρίου την χαρακτήρισαν ως χαμηλότερης ποιότητας. Ένα άλλο θετικό σε μία αθλητική εγκατάσταση ανοικτή για το κοινό είναι η ανταπόκριση στα αιτήματα. Στην συγκεκριμένη ανάγκη των πελατών (Ερ.15) τα μέλη του γυμναστηρίου την αξιολόγησαν ως άριστη ενώ ξανά το κολυμβητήριο υποχωρεί για μία θέση αξιολογώντας την συγκεκριμένη υπηρεσία ως πολύ καλή. Τελειώνοντας την κατηγορία της ανταπόκρισης τα μέλη του σταδίου απάντησαν για το αν ενημερώνονται εγκαίρως για τις αλλαγές που γίνονται(Ερ.16). Οι απαντήσεις έδειξαν ότι και στο κολυμβητήριο και στο γυμναστήριο η υπηρεσία αυτή αξιολογήθηκε ως άριστη.

Πίνακας 44

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	p
Ερώτηση 17	Γυμναστήριο	0.3	0.6	0.3	3.2	9.7	22.9	37.1	,728
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.0	1.9	4.5	7.4	11.9	
Ερώτηση 18	Γυμναστήριο	0.0	0.0	1.3	5.1	8.0	23.7	36.5	,153
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.0	2.2	5.1	6.4	11.5	
Ερώτηση 19	Γυμναστήριο	0.0	0.6	1.0	2.9	6.7	21.1	42.5	,248
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.3	1.0	4.8	7.0	12.1	

Ερώτηση 20	Γυμναστήριο	0.6	1.3	1.6	3.2	8.9	19.4	39.8	,116
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.6	1.9	4.8	8.6	9.2	

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αφορά την αξιοπιστία του προσωπικού. Ξεκινάμε με την συνέπεια στην ώρα εκκίνησης των προγραμμάτων άσκησης (Ερ.17) όπου και οι ασκούμενοι του γυμναστηρίου μας απάντησαν ότι την αξιολογούν ως άριστη ενώ ίδια ήταν και η γνώμη των μελών του γυμναστηρίου. Η επόμενη ερώτηση αφορούσε τις πληροφορίες οι οποίες παρέχονται όσο αφορά το καθημερινό πρόγραμμα (Ερ.18). Στην συγκεκριμένη ερώτηση το κολυμβητήριο και το γυμναστήριο μοιράστηκαν την ίδια άποψη αξιολογώντας την υπηρεσία αυτή ως άριστη. Οι ασκούμενοι επίσης ερωτήθηκαν και για την συνέπεια του προσωπικού (Ερ.19) αλλά και την ακρίβεια της περιγραφής των ασκήσεων(Ερ.20). Και στις δύο περιπτώσεις τα μέλη των αθλητικών χώρων χαρακτήρισαν την υπηρεσία ως άριστη.

Πίνακας 45

Βαθμολογίες(%)		1	2	3	4	5	6	7	ρ
Ερώτηση 21	Γυμναστήριο	0.0	0.3	2.3	3.3	10.5	26.9	31.5	,000
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.3	3.6	8.2	6.6	6.6	
Ερώτηση 22	Γυμναστήριο	0.0	0.0	1.6	1.6	8.8	25.3	37.3	,002
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.6	2.3	6.2	7.8	8.4	
Ερώτηση 23	Γυμναστήριο	0.0	0.0	1.0	2.9	6.5	22.5	41.7	,155
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.7	1.6	3.9	8.8	10.4	
Ερώτηση 24	Γυμναστήριο	0.0	0.3	1.0	3.6	6.5	22.2	40.8	,033
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	0.3	2.3	3.9	10.5	8.5	
Ερώτηση 25	Γυμναστήριο	0.0	0.3	0.3	2.0	5.9	25.7	40.7	,000
	Κολυμβητήριο	0.0	0.0	1.0	1.3	6.2	7.2	9.4	
Ερώτηση 26	Γυμναστήριο	0.0	0.7	1.3	2.6	7.9	26.2	36.1	,011
	Κολυμβητήριο	0.0	0.3	0.3	2.3	5.2	10.2	6.9	

Τελειώνοντας με την κατηγορία της ποιότητας των προγραμμάτων άσκησης ρωτήσαμε τους ασκούμενους για το πόσο τα προγράμματα άσκησης τους βοηθάνε να αυξήσουν την ενέργεια τους (Ερ.21). Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων την χαρακτήρισαν ως άριστη ενώ στο κολυμβητήριο οι ασκούμενοι ήταν πιο δυσαρεστημένοι χαρακτηρίζοντας την υπηρεσία απλά καλή. Στην συνέχεια τα μέλη ερωτήθηκαν αν τα προγράμματα βελτιώνουν την υγεία (Ερ.22) και την διάθεση τους (Ερ.23) όπου και αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη σε κολυμβητήριο και γυμναστήριο και στις δύο περιπτώσεις. Όσο αφορά την βελτίωση της ψυχολογικής κατάστασης από τα προγράμματα άσκησης (Ερ.24) οι ασκούμενοι το χαρακτήρισαν ως άριστο στο γυμναστήριο αλλά στο κολυμβητήριο η ποιότητα υποχώρησε στην πολύ καλή. Τελειώνοντας οι δύο τελευταίες ερωτήσεις αφορούσαν την φυσική κατάσταση (Ερ.25) και την εμφάνιση (Ερ.26). Οι υπηρεσίες αυτές χαρακτηρίστηκαν ως άριστες σε γυμναστήριο και κολυμβητήριο πλην της τελευταίας ερώτησης η οποία στο κολυμβητήριο βρήκε την πλειοψηφία να την χαρακτηρίζει ως πολύ καλή.

10. Συζήτηση

Η έρευνα έγινε με στόχο την ανακάλυψη της ποιότητας των υπηρεσιών στην Ολυμπιακή εγκατάσταση του Παγκρητίου σταδίου στο Ηράκλειο Κρήτης. Μοιράστηκαν και απαντήθηκαν 316 ερωτηματολόγια με ερωτήσεις για την ποιότητα της εγκατάστασης, του προσωπικού, την ανταπόκριση και την αξιοπιστία του προσωπικού αλλά και για τα αποτελέσματα των προγραμμάτων άσκησης.

Πολύ σημαντικό για αυτή την εγκατάσταση του Παγκρητίου Σταδίου είναι ότι έχει πολλούς χώρους και δραστηριότητες στο ίδιο μέρος. Αυτή η συνθήκη βοηθάει αρκετά στο να έρθει κόσμος στους χώρους άσκησης διότι είναι μια εγκατάσταση η οποία μπορεί να απασχολήσει όλη την οικογένεια. Υπάρχουν πολλές παιδικές ακαδημίες όλων των αθλημάτων που δραστηριοποιούνται εκεί και στα βοηθητικά γήπεδα. Υπάρχουν οι δημοτικοί χώροι άσκησης που είναι το γυμναστήριο, το κολυμβητήριο και η δημοτική σχολή χορού καθώς και πολλά ιδιωτικά τμήματα ενηλίκων.

Εκτός από τις ερωτήσεις των που αφορούσαν υπηρεσίες υπήρχαν και ερωτήσεις για να τα δημογραφικά στοιχεία των ασκούμενων ώστε να οριοθετήσουμε τα στοιχεία του μέσου ασκούμενου στον χώρο αλλά και να συγκρίνουμε τις απαντήσεις τους στα ερωτηματολόγια με το δημογραφικό προφίλ τους.

Αναλύσαμε τις απαντήσεις από τις πέντε κατηγορίες υπηρεσιών με τα στοιχεία της ηλικίας, του φύλου, τον χρόνο παραμονής, του εισοδήματος, της συχνότητας επίσκεψης, την εκπαίδευση, το επάγγελμα αλλά και τον χώρο άσκησης είτε αυτός είναι το γυμναστήριο είτε το κολυμβητήριο.

Η πλειοψηφία των ασκούμενων βρέθηκε να είναι από 18 έως 29 ετών με την αμέσως επόμενη σε αριθμό ηλικιακή ομάδα να είναι των 30-39 ετών με ποσοστό 26,3%. Τελευταία σε αριθμό ήταν η ηλικιακή ομάδα των 40-74 ετών με ποσοστό 25,1% ενώ ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 20% δεν μας απάντησε αυτή την ερώτηση. Η πλειοψηφία των ασκούμενων βρέθηκε να είναι άντρες σε ποσοστό 52% έναντι των γυναικών που αποτελούν το 48% των απαντημένων ερωτηματολογίων.

Η διάρκεια της άσκησης, στην πλειοψηφία των ασκούμενων, (50%) κυμάνθηκε από μία έως δύο ώρες. Λίγο μικρότερο ήταν το ποσοστό των ασκούμενων που παρέμεναν στο χώρο από ένα λεπτό έως μία ώρα. Το ποσοστό αυτών ήταν 44,7% ενώ αρκετά μικρότερο ήταν το ποσοστό 5,3% που αφορά τους ασκούμενους με παραμονή παραπάνω από δύο ώρες.

Παρατηρήθηκε ότι το γυμναστήριο επισκέπτονται άτομα με εκπαίδευση άνω του λυκείου, με την πλειοψηφία να είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου, ενώ ένα μικρός αριθμός ασκούμενων ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακών πτυχίων.

Όσον αφορά το επάγγελμα και το εισόδημα διαπιστώθηκε ότι το γυμναστήριο επισκεπτόντουσαν αρκετοί μαθητές η φοιτητές ενώ ο μέσος όρος εισοδήματος υπολογίστηκε στα 500-700 ευρώ. Αυτό πιθανόν να οφείλετε στο χαμηλό αντίτιμο της συνδρομής το οποίο είναι ιδανικό για τους φοιτητές και τις ειδικές ομάδες ανθρώπων όπως πολύτεκνοι, μονογονεϊκές οικογένειες κ.α.

Η τιμολογιακή πολιτική του φορέα διαχείρισης έχει κοινωνικό χαρακτήρα με πολλές διαφορετικές διαβαθμίσεις ώστε να αποτελεί κίνητρο συμμετοχής στα αθλητικά δρώμενα της πόλης για τους πολίτες. Η τιμή είναι χαμηλή διότι η εγκατάσταση ανήκει στον Δήμο Ηρακλείου και έχουν υιοθετήσει μια κοινωνική νοοτροπία προς τις συνδρομές. Αυτό σημαίνει ότι οι τιμές είναι χαμηλότερες από τον μέσο όρο συνδρομής των υπόλοιπων γυμναστηρίων του Ηρακλείου. Ενώ υπάρχουν και ειδικά πακέτα για πολλές κατηγορίες ανθρώπων όπως άνεργοι, πολύτεκνοι κτλ. Σημαντικό επίσης είναι ότι ο Δήμος έχει καταφέρει να κρατήσει την τιμή αρκετά χαμηλά, πριμοδοτώντας ουσιαστικά του πολίτες τους με ιδίους πόρους, ώστε να έχουν πρόσβαση στο αθλητισμό, αλλά και την ποιότητα αρκετά ψηλά, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ασκούμενων.

Οι ασκούμενοι που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησαν στο ερωτηματολόγιο τόσο για τον χρόνο μετακίνησης τους όσο και για τον τρόπο που έρχονται στον χώρο. Όσον αφορά την μετακίνηση των ασκούμενων, ο μέσος όρος μετακίνησης βρέθηκε στα 14 λεπτά. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα είναι παρόμοιο με τα ευρήματα των Kontou, Tzetzis, and Katartzi (1999) όπου βρέθηκε ότι το 74% των πελατών σε ένα δημοτικό γυμναστήριο στις Σέρρες έμεναν σε ακτίνα 1 χιλιομέτρου. Με συνέπεια ο χρόνος μετακίνησης να είναι μικρός με οποιοδήποτε μέσο μεταφοράς χρησιμοποιεί ο κάθε ασκούμενος.

Η πλειοψηφία των ασκούμενων (47.9%) έρχεται στην εγκατάσταση χρησιμοποιώντας αυτοκίνητο, ενώ ο μέσος χρόνος μετακίνησης τους ανέρχεται στα 13,5 λεπτά. Επόμενος τρόπος μετακίνησης σύμφωνα με τις απαντήσεις βρέθηκε η μετακίνηση με μηχανή η οποία αφορά το 17.9% των ασκούμενων, ενώ ο μέσος χρόνος μετακίνησης τους είναι 10 λεπτά.

Περπατώντας στην αθλητική εγκατάσταση έρχεται το 17.7% των ασκούμενων ενώ ο χρόνος προσέλευσης τους ανέρχεται στα 15 λεπτά κατά μέσο όρο. Προτελευταίο σε προτίμηση για της μετακίνηση των ασκούμενων βρέθηκε το ποδήλατο όπου το χρησιμοποιεί το 10,5% των ασκούμενων δαπανώντας κατά μέσο όρο 11 λεπτά για την μετακίνηση τους μέχρι την εγκατάσταση. Τελευταίο στην προτίμηση των ασκούμενων μεταφορικό μέσο βρέθηκαν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς όπου χρησιμοποιούνται από το 5,7% και έχουμε κατά μέσο όρο μετακίνησης τα 21 λεπτά. Τα παραπάνω αποτελέσματα οφείλονται στο ότι η εγκατάσταση βρίσκεται έξω από την πόλη και δεν υπάρχουν συχνά δρομολόγια των αστικών λεωφορείων. Αυτό μπορεί να θεωρηθεί ως κάτι θετικό, όσο αφορά την επιλογή της εγκατάστασης διότι με την επιλογή τους υποδηλώνουν ότι κριτήριο τους είναι οι παρεχόμενες

υπηρεσίες ανεξάρτητα αν είναι σε αρκετά μεγάλη απόσταση της από το τόπο διαμονής τους.

Επίσης παρατηρείται ότι και ένας μεγάλος αριθμός ατόμων (49,00 %) έρχονται για να γυμναστούν μόνοι τους , το οποίο σημαίνει ότι πιθανότατα ψάχνουν και για μια παρέα στο γυμναστήριο. Με δεδομένο το παραπάνω ίσως η διοίκηση της εγκατάστασης θα μπορούσε να προσφέρει εκπαιδευτικά πακέτα για να προσελκύσει φίλους των υφισταμένων συνδρομητών της. Επιπλέον θα μπορούσε να δημιουργήσει αθλητικές δράσεις και προγράμματα ομαδικού χαρακτήρα τα οποία θα βοηθάνε τους ασκούμενους να γνωριστούν και να συνεργαστούν σε ένα παιχνίδι ή σε ένα ομαδικό πρόγραμμα. Το παραπάνω θα μπορούσε να είναι ένα έναυσμα για να ξεκινήσουν κάποια προγράμματα ομαδικής προπόνησης όπως π.χ ομαδικό τρέξιμο περιμετρικά του χώρου ή διάφορες χαλαρωτικές ασκήσεις στο χόρτο του σταδίου. Αυτό θα κάνει πιο ευχάριστη την άσκηση τους ενώ θα αυξηθεί και σημαντικά ο αριθμός των μελών

Σημαντικά ήταν τα αποτελέσματα που εξήχθησαν στην ερώτηση που κατέγραψε αν οι συμμετέχοντες ασκούμενοι συμμετέχουν σε αθλητικές δράσεις μόνο στο γυμναστήριο, μόνο στα ομαδικά προγράμματα ή και στα δύο. Από τα δεδομένα που εξήχθησαν διαπιστώθηκε ότι ένα ποσοστό (9,8%) κάνει μόνο ομαδικά προγράμματα, το οποίο εκτιμάται ως πολύ μικρό. Από το μικρό αυτό ποσοστό συμπεραίνεται ότι αρκετοί ασκούμενοι δεν επιλέγει τα ομαδικά προγράμματα σαν κύρια άσκηση. Αυτό μπορεί να οφείλετε σε αρκετούς παράγοντες όπως τα ωράρια υλοποίησης των προγραμμάτων, από τους γυμναστές οι οποίοι τα εκτελούν , το περιεχόμενο των προγραμμάτων την ποιότητα τους αλλά και ακόμα την συνέπεια στις ώρες αρχής και τέλους των προγραμμάτων.

10.1. Συζήτηση για την ηλικία

Η ηλικία των ασκούμενων παίζει σημαντικό ρόλο στην αξιολόγηση υπηρεσιών Σύμφωνα με τον (Kruger, 2007) μεγαλύτερη είναι η προσέλευση σε χώρους άθλησης για ηλικίες μικρότερες ίσες των 34 χρονών. Για τις ανάγκες τις έρευνας οι ασκούμενοι χωρίστηκαν στις ηλικιακές ομάδες των 18-29 ετών , των 30-39 ετών αλλά και των 40-74 ετών. Όσον αφορά την συχνότητα επίσκεψης των ασκούμενων ο (Maguire, 2007) αναφέρει ότι ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες μικρότερης ηλικίας από 20 ετών και μεγαλύτερης των 20 ετών , οι ασκούμενοι ηλικίας μεγαλύτερης των 20 ετών επισκέπτονται περισσότερο τον χώρο άσκησης. Στην παρούσα έρευνα όσο αφορά στην κατηγορία των εγκαταστάσεων παρατηρούμε ότι όλες οι ηλικιακές ομάδες δεν είναι απόλυτα ευχαριστημένες από τις υπηρεσίες που παρέχονται.

Χωρίς να έχουμε στατιστικά σημαντικά δεδομένα παρατηρούμε ότι οι πλειοψηφίες των απαντήσεων βρίσκονται κυρίως στην κλίμακα βαθμολόγησης ως πολύ καλό αλλά και χαμηλότερα. Αξιοπρόσεκτο είναι ότι η μόνη ηλικιακή ομάδα η οποία έχει αξιολογήσει κάποιες από τις υπηρεσίες ως άριστες είναι αυτή των 18-29 ετών. Οι

υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες έχουν αξιολογήσει τις υπηρεσίες από πολύ καλές έως και απλά καλές.

Συγκεκριμένα τις χαμηλότερες βαθμολογίες τις συγκέντρωσαν οι υπηρεσίες της ποικιλίας των προγραμμάτων, της καθαριότητας και της κατάστασης του εξοπλισμού από τις ηλικίες 30-39 ετών. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα μπορεί να έχει προηγούμενη εμπειρία από άλλα γυμναστήρια η οποία μειώνει την ποιότητα υπηρεσιών της εν λόγω εγκατάστασης. Επίσης αξιοπρόσεχτο είναι ότι στις πρώτες τρεις ερωτήσεις που αφορούν την ποικιλία των προγραμμάτων και την ποιότητα και την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής καμία από τις ηλικιακές ομάδες δεν αξιολόγησε τις υπηρεσίες αυτές ως άριστες.

Στις υπηρεσίες για το προσωπικό διαπιστώθηκαν πιο σαφή αποτελέσματα. Οι περισσότερες υπηρεσίες αξιολογήθηκαν ως άριστες από σχεδόν όλες τις ηλικιακές ομάδες. Το αξιοπρόσεχτο και εδώ είναι ότι η ηλικιακή ομάδα των 30-39 αξιολόγησε σχεδόν όλες τις υπηρεσίες μία βαθμίδα χαμηλότερα στην κλίμακα αξιολόγησης, από ότι οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Ούτε εδώ έχουμε στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα αλλά θα πρέπει να δώσουμε προσοχή στην ηλικιακή ομάδα των 30-39 όπως τονίστηκε νωρίτερα.

Ιδιαίτερη προσοχή επίσης πρέπει να δοθεί στην υπηρεσία των εξατομικευμένων προγραμμάτων άσκησης όπου οι δύο από τις τρεις ηλικιακές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και όχι άριστη. Οι υπόλοιπες υπηρεσίες αξιολογήθηκαν κατά μέσο όρο ως άριστες ενώ οι υπηρεσίες που αφορούν την εμπιστοσύνη και την ευγένεια είχαν άριστες βαθμολογίες από όλες τις ηλικιακές ομάδες.

Στην ανταπόκριση και την αξιοπιστία του προσωπικού, εμφανίστηκαν μεικτές απαντήσεις με τις πλειοψηφία των μελών να αξιολογούν τις υπηρεσίες ως άριστες. Για την ανταπόκριση του προσωπικού εφόσον δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα θα πρέπει να προσέξουμε τις μικρές διαφορές, οι οποίες παρατηρούνται σε όλες τις ερωτήσεις. Χαμηλότερες βαθμολογίες από την ηλικιακή ομάδα των 18-29 ετών συγκέντρωσαν οι υπηρεσίες που αφορούν την ταχύτητα επίλυσης προβλημάτων αλλά και η υπηρεσία της ενημέρωσης για τυχών αλλαγές.

Η ηλικιακή ομάδα των 30-39 ετών αξιολόγησε με χαμηλότερη βαθμολογία τις υπηρεσίες που αφορούν το πόσο λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των μελών αλλά και την υπηρεσία για την ταχύτητα επίλυσης προβλημάτων. Διαφορετικά ήταν τα αποτελέσματα στις υπηρεσίες της αξιοπιστίας όπου όλες οι ηλικιακές ομάδες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες, πλην της υπηρεσίας για την συνέπεια έναρξης των προγραμμάτων η οποία αξιολογήθηκε από την ηλικιακή ομάδα 18-29 ετών ως πολύ καλή.

Οι παραπάνω αναλύσεις αναφέρονται στην συμπεριφορά του προσωπικού προς τα μέλη της εγκατάστασης (γυμναστηρίου η κολυμβητηρίου) στα πλαίσια της δουλειάς

τους. Παρατηρούμε λοιπόν ότι ενώ η αξιοπιστία του προσωπικού είναι σε υψηλά επίπεδα η ανταπόκριση του σε θέματα την καθημερινότητας βρίσκει αρκετούς δυσαρεστημένους. Οι ερωτήσεις της ανταπόκρισης είχαν ως κύριο θέμα τους την αλληλεπίδραση του ασκούμενου με το προσωπικό εκτός προπόνησης. Αρκετοί από τους ασκούμενους ηλικιών 18-39 δεν ήταν απόλυτα ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που τους παρασχέθηκαν.

Ολοκληρώνοντας την μελέτη των αποτελεσμάτων στην κατηγορία με τις υπηρεσίες των προγραμμάτων άσκησης διαπιστώνουμε ότι, οι ασκούμενοι αξιολογούν τα αποτελέσματα (οφέλη) που έχουν από τα προγράμματα άσκησης με μεγάλη διαφορά απόψεων. Ούτε εδώ υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές αλλά παρατηρήθηκαν διαφορές μεταξύ των ηλικιακών ομάδων. Όλες οι ηλικιακές ομάδες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες βελτίωσης της υγείας, την ψυχολογικής κατάστασης, της φυσικής κατάστασης και την βελτίωση της διάθεσης ως άριστες υπηρεσίες.

Διαφορές υπήρχαν στις ερωτήσεις για την βελτίωση της ενέργειας όπου όλες οι ηλικιακές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή ενώ μόνο η ηλικιακή ομάδα των 18-29 ετών είχε μοιρασμένη πλειοψηφία με την κλίμακα αξιολόγησης ως άριστο.

Επίσης διαφορά υπήρχε και στην ερώτηση για την υπηρεσία της βελτίωσης της εμφάνισης όπου η ηλικιακή ομάδα των 40-74 δεν ήταν τόσο ευχαριστημένοι ώστε να την αξιολογήσουν ως άριστη.

Συνοψίζοντας φαίνεται ότι μεγάλο πρόβλημα υπάρχει στις υπηρεσίες των εγκαταστάσεων καθώς οι μεγαλύτερες διαφορές βρέθηκαν εκεί. Μεγάλες αποκλίσεις στις απαντήσεις τους βρέθηκαν να έχουν οι ηλικίες 18-29 ετών οι οποίοι φαίνεται να είναι οι πιο δυσαρεστημένοι από αυτές τις υπηρεσίες. Αυτό μπορεί να οφείλετε στην σύγκριση την οποία κάνουν με άλλους χώρους άθλησης που έχουν επισκεφτεί ή έχουν δει.

Όσον αφορά τις εγκαταστάσεις επίσης χαμηλότερη βαθμολογία έδωσαν οι ηλικιακές ομάδες των 30-39 ετών. Κάτι το οποίο είναι θετικό είναι ότι η αξιολόγηση του προσωπικού και της αξιοπιστίας του ήταν άριστη. Οι υπηρεσίες οι οποίες αναφέρονται στον χαρακτήρα του προσωπικού απέσπασαν πολύ υψηλές βαθμολογίες δείχνοντας ότι υπάρχει αρκετή συμπάθεια από τους ασκούμενους προς το προσωπικό ενώ και οι ίδιοι το ανταποδίδουν με το να είναι συνεπείς και σωστοί στην δουλειά τους, σύμφωνα πάντα με την γνώμη των ασκούμενων.

Χαμηλές βαθμολογίες όμως υπήρχαν επίσης στην κατηγορία της ανταπόκρισης κάτι που σημαίνει ότι εκτός των αρμοδιοτήτων του το προσωπικό δεν ανταποκρίνεται στα αιτήματα των ασκούμενων όπως θέλουν εκείνοι. Αυτό μπορεί να μην επηρεάζει μόνο τους γυμναστές αλλά και τις γραμματείες οι οποίες είναι υπεύθυνες για την ενημέρωση των ασκούμενων.

Τέλος οι αξιολογήσεις των προγραμμάτων άσκησης έδειξαν ότι ναι μεν είναι καλά τα αποτελέσματα αλλά υπάρχουν και κάποιες υπηρεσίες τις οποίες κάποιες ηλικιακές ομάδες θα τις ήθελαν αλλιώς. Ένας τρόπος για να λυθεί αυτό το θέμα και να είναι όλοι ευχαριστημένοι είναι η εξατομίκευση των προγραμμάτων άσκησης. Οι νέοι άνθρωποι θέλουν περισσότερο να βελτιώσουν το σώμα τους , την εμφάνιση τους και την φυσική τους κατάσταση ενώ οι ηλικίες 30-39 θέλουν να βελτιώσουν την φυσική τους κατάσταση όπως και την ενέργεια τους. Οι πιο μεγάλοι σε ηλικία άνθρωποι έχουν ως κύριο στόχο της βελτίωση της υγείας τους και της φυσικής τους κατάστασης. Συνεπώς θα πρέπει να υπάρξει μία εξατομίκευση των προγραμμάτων ανάλογα με τα θέλω του κάθε ασκούμενου. Μία λύση για αυτό το πρόβλημα είναι η προσωπική επαφή του γυμναστή και του ασκούμενου κατά την σύνταξη του προγράμματος ώστε ο ασκούμενος να εξηγήει στον γυμναστή τον ακριβή λόγο για τον οποίο ήρθε στον χώρο άσκησης. Ο οργανισμός επίσης θα μπορούσε να συντάξει ερωτηματολόγια ώστε να τμηματοποιήσει τις ανάγκες και τα θέλω των ασκούμενων ανάλογα με την ηλικιακή τους ομάδα.

10.2. Συζήτηση για το φύλο

Σύμφωνα με τον (Maguire, 2007) το φύλο είναι σημαντικός παράγοντας στην αθλητική βιομηχανία. Καθώς τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι γυναίκες ασχολούνται περισσότερο με το σώμα συνεπώς έχουν πιο συχνή επισκεψιμότητα στους χώρους άσκησης. Από τα αποτελέσματα της δικιά μας έρευνας φαίνεται ότι στατιστικά σημαντικές ήταν οι απαντήσεις των ανδρών και των γυναικών όσον αφορά την καθαριότητα των εγκαταστάσεων και την κατάσταση του εξοπλισμού.

Και τα δύο φύλα αξιολόγησαν τις υπηρεσίες στην κλίμακα του πολύ καλού. Συγκεκριμένα στην ερώτηση για την καθαριότητα οι γυναίκες είχαν την μεγαλύτερη πλειοψηφία τους σε αυτήν την βαθμολογία ενώ οι βαθμολογίες των ανδρών που χαρακτήριζαν την υπηρεσία ως πολύ καλή και ως απλά καλή ήταν κοντά . Ως γνωστόν οι γυναίκες είναι πιο τελειομανής με την καθαριότητα οπότε η απάντηση τους θα πρέπει να ληφθεί υπόψη. Επίσης στατιστικά σημαντικά ήταν και τα αποτελέσματα της ερώτησης για την κατάσταση του εξοπλισμού, εδώ όπου πάλι οι γυναίκες είχαν την μεγαλύτερη διαφορά από τις μεγαλύτερες κλίμακες αξιολόγησης το οποίο σημαίνει ότι στην καθαριότητα και στον εξοπλισμό υπάρχουν πράγματα τα οποία δεν ικανοποιούν συγκεκριμένα τις γυναίκες. Στα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι οι άνδρες χαρακτηρίζουν τις υπηρεσίες κυρίως ως πολύ καλές και άριστες ενώ ότι οι γυναίκες έχουν υψηλά ποσοστά απαντήσεων χαρακτηρίζοντας τις υπηρεσίες από πολύ καλές έως απλά καλές. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες είναι πιο δυσαρεστημένες από τους άντρες στις υπηρεσίες καθαριότητας.

Υπήρχαν και άλλες υπηρεσίες στον τομέα των εγκαταστάσεων οι οποίες δεν ικανοποιούσαν πολύ τις γυναίκες , αναφερόμαστε στις υπηρεσίες της ποικιλίας των οργάνων γυμναστικής και στην ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων όπου οι πιο συγκεκριμένα οι γυναίκες συγκέντρωσαν πολύ μεγάλη πλειοψηφία στον

χαρακτηρισμό της υπηρεσίας ως πολύ καλή. Από αυτά τα στοιχεία συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες έχουν διαφορετικές απαιτήσεις από τους άνδρες όσον αφορά τα όργανα γυμναστικής αλλά και την εμφάνιση της εγκατάστασης.

Όσον αφορά το προσωπικό της εγκατάστασης οι πλειοψηφίες των βαθμολογιών συγκεντρώθηκαν κυρίως στην βαθμολογία που αξιολογεί το προσωπικό ως άριστο. Στατιστικά σημαντικές διαφορές υπήρχαν όμως μεταξύ ανδρών και γυναικών μόνο στην ερώτηση για την εμπειρία του προσωπικού όπου οι γυναίκες πιστεύουν κατά πλειοψηφία ότι το προσωπικό είναι έμπειρο ενώ οι άνδρες σε αρκετά μεγάλα ποσοστά αξιολογούν το προσωπικό ως πολύ καλό και όχι άριστο.

Αν συγκρίνουμε τα αποτελέσματα των ανδρών και των γυναικών για το προσωπικό θα συμπεράνουμε ότι και τα δύο φύλα θεωρούν το προσωπικό άριστο με μόνο μικρές αποκλίσεις ανάλογα την υπηρεσία. Για παράδειγμα στην ερώτηση για την εμπιστοσύνη που μπορούν να δείξουν οι ίδιοι στο προσωπικό οι γυναίκες είχαν μεγαλύτερο ποσοστό πλειοψηφία στην αξιολόγηση του ως άριστο, ενώ οι άνδρες είχαν μεγάλο ποσοστό και στην βαθμολογία του ως πολύ καλό.

Έπειτα αναλύσαμε την ανταπόκριση του προσωπικού και την αξιοπιστία του σύμφωνα με τους ασκούμενους της εγκατάστασης. Αρχίζοντας με την ανταπόκριση, διαπιστώθηκε ότι αν και οι πλειοψηφία των ανδρών και των γυναικών είναι στην βαθμολογία που αξιολογεί την υπηρεσία ως άριστη αλλά υπάρχουν και μεγάλα ποσοστά απαντήσεων στην χαμηλότερη από αυτήν βαθμολογία. Αυτό σημαίνει ότι τα μέλη των αθλητικών χώρων είναι ευχαριστημένα με την ανταπόκριση του προσωπικού αλλά υπάρχει ακόμα μεγάλος αριθμός ασκούμενων οι οποίοι δεν είναι απόλυτα ευχαριστημένοι.

Εφόσον στην κατηγορία της ανταπόκρισης υπήρχαν ερωτήσεις οι οποίες αφορούσαν τις πληροφορίες και τα προβλήματα τα οποία προκύπτουν θα πρέπει να βρεθεί γιατί κάποιοι ασκούμενοι είναι λίγο δυσαρεστημένοι από αυτές τις υπηρεσίες.

Επιπλέον, μία υπηρεσία του προσωπικού είναι η αξιοπιστία του την οποία όλοι οι ασκούμενοι αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες και με σχετικά μεγάλες διαφορές από την χαμηλότερη βαθμολογία. Από εδώ μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το προσωπικό, κατά τους άνδρες και τις γυναίκες, είναι αρκετά αξιόπιστο και συνεπής στα καθήκοντα του.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση μεταξύ ανδρών και γυναικών, με την κατηγορία ερωτήσεων που αφορά το αποτέλεσμα των προγραμμάτων (οφέλη που είχαν οι ασκούμενοι), διαπιστώνεται ότι τα δύο φύλα αξιολόγησαν κατά πλειοψηφία τις υπηρεσίες ως άριστες.

Υπάρχουν βέβαια και κάποιες διαφορές μεταξύ των δύο φύλων, ιδιαίτερα στην ερώτηση για την βελτίωση της διάθεσης τους όπου οι άνδρες ασκούμενοι ήταν πιο

κατατοπιστικοί αξιολογώντας την υπηρεσία ως άριστη ενώ οι γυναίκες αν και αυτές την αξιολόγησαν ως άριστη αλλά η διαφορά με το ποσοστό απαντήσεων της χαμηλότερης βαθμολογίας ήταν μικρό.

Το ίδιο συνέβη και στην ερώτηση για την βελτίωση της εμφάνισης, όπου και εκεί οι γυναίκες είχαν παρόμοια ποσοστά στις βαθμολογίες αξιολόγησης σε σύγκριση με τους άνδρες. Από τις απαντήσεις στις ερωτήσεις για τα αποτελέσματα των προγραμμάτων συμπεραίνουμε ότι οι γυναίκες είναι πιο ευχαριστημένες από τους άνδρες όσον αφορά το αποτέλεσμα. Αυτό μπορεί να οφείλετε στα προπονητικά περιεχόμενα (ασκήσεις) ή στις επαναλήψεις και στον τρόπο μυϊκής ενδυνάμωσης (πχ μυϊκή υπερτροφία).

Συνοπτικά οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών βρέθηκαν κυρίως στις ερωτήσεις για τις εγκαταστάσεις και τις ερωτήσεις για τα αποτελέσματα των προγραμμάτων. Αυτό δείχνει ότι τα δύο διαφορετικά φύλα έχουν διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης σε αυτές τις δύο κατηγορίες υπηρεσιών.

Έχοντας δεδομένο ότι οι υπηρεσίες παρέχονται με τον ίδιο τρόπο σε άνδρες και γυναίκες προτείνεται η εξατομίκευση κάποιων υπηρεσιών για την καλύτερη βελτίωση των υπηρεσιών. Πρακτικά μια ενέργεια η οποία θα είχε στόχο την αλλαγή μηχανημάτων ενδυνάμωσης η την τοποθέτηση νέου ειδικού εξοπλισμού για ασκήσεις μυών που αναζητούν οι γυναίκες και η εξατομίκευση των προγραμμάτων σε ανδρικά και γυναικεία ανάλογα με τις ασκήσεις που οι ίδιοι αναζητούν θα μπορούσε να προσφέρει νέες υπηρεσίες στους ασκούμενους. (κάτι το οποίο θα μπορούσε να διερευνηθεί μέσω ερωτηματολογίων).

10.3. Συζήτηση για τον χρόνο παραμονής

Ο χρόνος παραμονής των ασκούμενων στον χώρο, αποτελεί ένα σημαντικό δείκτη για την φυσική κατάσταση των αθλούμενων. Ποιο συγκεκριμένα μελετώντας τον χρόνο παραμονής των ασκούμενων σε σχέση με άλλες παραμέτρους της έρευνας, στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα διαπιστώθηκαν στην ερώτηση για την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων($p < .01$).

Και στις τρεις υπηρεσίες που μελετήθηκαν, διαπιστώθηκε ότι όσο περισσότερο παραμένει κάποιος ασκούμενος στην εγκατάσταση τόσο περισσότερο μειώνεται η βαθμολογία αξιολόγησης του για την καθαριότητα των εγκαταστάσεων, την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής και την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων.

Στις ερωτήσεις και παραμέτρους που φορούν στο προσωπικό, οι ασκούμενοι όλων των ομάδων παραμονής αξιολόγησαν τις υπηρεσίες του προσωπικού ως άριστες. Παράλληλα στην ανάλυση αυτή διαπιστώθηκε στατιστικά σημαντική διαφορά στην υπηρεσία των εξατομικευμένων προγραμμάτων στα οποία όλες οι ομάδες τα αξιολόγησαν και ως άριστα.

Σε δύο ερωτήσεις τα αποτελέσματα είχαν σκορ πολύ κοντά στο κριτήριο για την στατιστική σημαντικότητα. Αναφερόμαστε στις ερωτήσεις για την αξιοπιστία ($p=.080$) και την καλή κατάρτιση του προσωπικού ($p=.074$) όπου όλες οι ομάδες παραμονής απάντησαν με σχετικά μεγάλες διαφορές ανάμεσα στις βαθμολογίες.

Από αυτή την ανάλυση φαίνεται ότι το προσωπικό έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη και την εκτίμηση των μελών. Το γεγονός ότι όλες οι ομάδες παραμονής χαρακτήρισαν το προσωπικό ως άριστο σημαίνει ότι δεν επηρεάζει ο χρόνος αλληλεπίδρασης του προσωπικού με τους ασκούμενους την ποιότητα του προσωπικού.

Η ανταπόκριση του προσωπικού καθώς και η αξιοπιστία τους είναι ένα θέμα το οποίο εξαρτάται από τον χρόνο παραμονής. Οι ερωτήσεις που αφορούν την ταχύτητα επίλυσης προβλημάτων και την ανταπόκριση στα αιτήματα των μελών βρήκαν όλες τις ομάδες παραμονής σύμφωνες αξιολογώντας τις υπηρεσίες ως άριστες.

Διαφοροποίηση διαπιστώθηκε στις ερωτήσεις για τις προτάσεις των μελών αλλά και της ενημέρωσης για τυχών αλλαγές. Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι οι ασκούμενοι είναι ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες της ανταπόκρισης αλλά όχι στις υπηρεσίες ενημέρωσης και βελτίωσης υπάρχει μία διαφορά.

Οι εν λόγω υπηρεσίες έχουν την πλειοψηφία των ομάδων παραμονής, οι οποίες μένουν περισσότερο στην εγκατάσταση (60 λεπτά μέχρι 300 λεπτά), να αξιολογούν και με χαμηλές βαθμολογίες τις υπηρεσίες αυτές. Όσον αφορά την αξιοπιστία του προσωπικού όλες οι ομάδες παραμονής αξιολόγησαν τις ερωτήσεις αξιοπιστίας ως άριστες.

Σημαντική για τον οργανισμό είναι η ανάλυση για τα αποτελέσματα (οφέλη) των προγραμμάτων σε σχέση με τον χρόνο παραμονής στους χώρους άσκησης. Θετικό είναι ότι όλες οι ομάδες παραμονής αξιολόγησαν το αποτέλεσμα (οφέλη) των προγραμμάτων ως άριστο.

Περισσότερη προσοχή προτείνεται να δοθεί στους ασκούμενους οι οποίοι περνάνε τον περισσότερο χρόνο στον χώρο άθλησης. Αυτά τα μέλη έρχονται για να βελτιώσουν την εμφάνιση τους ή την φυσική τους κατάσταση οπότε έχουν διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης του αποτελέσματος. Αν αυτή η ομάδα παραμονής παραμένει ευχαριστημένη τότε ο χώρος άθλησης είναι ικανός να στηρίξει τέτοια μέλη.

Επίσης σημαντική είναι και η ευχαρίστηση των μελών οι οποίοι έρχονται απλά για να κρατιούνται σε φόρμα και να έχουν μια καλή υγεία. Αυτά τα μέλη συνήθως παραμένουν στον χώρο για περίπου 90 λεπτά και χρησιμοποιούν απλές ασκήσεις. Στην συγκεκριμένη περίπτωση και οι δύο αυτές ομάδες ήταν επί των πλυστών ευχαριστημένες από το αποτέλεσμα.

Συνοπτικά όσον αφορά την αξιολόγηση των υπηρεσιών από τους ασκούμενους διαφορετικών χρόνων παραμονής, τα αποτελέσματα δείχνουν αρκετά μεγάλη ευχαρίστηση σε όλους τους τομείς υπηρεσιών.

Από τα παραπάνω διαπιστώνεται ότι στις δημοτικές εγκαταστάσεις του κολυμβητηρίου και γυμναστηρίου το προσωπικό χαρακτηρίστηκε ως άριστο ανεξάρτητα από τον χρόνο αλληλεπίδρασης με τους ασκούμενους.

Τα αποτελέσματα που δεν ήταν τόσο ενθαρρυντικά ήταν αυτά τα οποία αξιολογούσαν τις υπηρεσίες της εγκατάστασης. Από την πλειοψηφία των απαντήσεων φάνηκε ότι όσο πιο πολύ παραμένει κάποιος στον χώρο τόσο περισσότερο δυσaráσκεια υπάρχει. Αυτή η δυσaráσκεια μπορεί να οφείλετε στην καθαριότητα ή στην κατάσταση του εξοπλισμού.

Κατά την γνώμη μου θα πρέπει να αποκλείσουμε την πιθανότητα η ποιότητα υπηρεσιών να αλλοιώνεται λόγω της εγκατάστασης για τον λόγο ότι είναι μια πολύ καλά κτισμένη και συντηρημένη ολυμπιακή εγκατάσταση με πολλούς χώρους.

10.4. Συζήτηση για τα εισοδήματα

Για έναν χώρο άθλησης με συνδρομές είναι σημαντικό η διοίκηση του να αναλύσει το οικονομικό προφίλ των μελών του καθώς και το πώς αξιολογούν τις υπηρεσίες του.

Στην κατηγορία των εγκαταστάσεων βλέπουμε ότι όλες σχεδόν οι εισοδηματικές ομάδες οι οποίες είναι οι ασκούμενοι από 400-700 ευρώ , οι ασκούμενοι από 700-1000 ευρώ , οι ασκούμενοι από 1000-1500 ευρώ και οι ασκούμενοι με εισόδημα μεγαλύτερο των 1500 ευρώ , αξιολόγησαν όλες τις υπηρεσίες των εγκαταστάσεων ως πολύ καλές και όχι άριστες.

Οι χαμηλότερες βαθμολογίες βρέθηκαν σε υπηρεσίες όπως η ποικιλία των προγραμμάτων ή η κατάσταση των οργάνων γυμναστικής καθώς και στην ποικιλία των οργάνων γυμναστικής. Επίσης σημαντικό είναι ότι σχεδόν όλες οι χαμηλές βαθμολογίες πραγματοποιήθηκαν από ασκούμενους με εισοδήματα άνω των 1000 ευρώ.

Οι ασκούμενοι με χαμηλότερα εισοδήματα από αυτό αξιολογούσαν τις υπηρεσίες κάποιες φορές ως πολύ καλές και κάποιες σαν άριστες. Στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα υπήρχαν στις ερωτήσεις για την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής και την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων. Στην ερώτηση για την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων οι ασκούμενοι με υψηλά εισοδήματα αξιολόγησαν τις υπηρεσίες χαμηλότερα από αυτούς με μικρότερα εισοδήματα . Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι ασκούμενοι με υψηλή εισοδήματα δεν θεωρούν καλές τις εγκαταστάσεις και αντικειμενικά όμορφες, αυτό θα συμβαίνει λόγω σύγκρισης με κάποιους άλλους χώρους ίσως από τα οποία έχουν εμπόρια.

Στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα διαπιστώθηκαν όσο αφορά στην υπηρεσία της ποικιλίας των οργάνων γυμναστικής. Εδώ τα μέλη με εισοδήματα από 400 μέχρι παραπάνω από 1500 ευρώ αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως απλά καλές, αυτό αποκαλύπτει ότι τα μέλη δεν πιστεύουν ότι ο χώρος άσκησης έχει αρκετό εξοπλισμό για τα χρήματα που πληρώνουν.

Οι διαφορετικές εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν σχεδόν όλες τις υπηρεσίες που αφορούσαν το προσωπικό ως άριστες. Όπως είπαμε και πριν, το προσωπικό μαζί με τα φυσικά στοιχεία της εγκατάστασης, είναι το δυνατό σημείο, όπως μαρτυρούν οι αριθμοί, του χώρου άσκησης. Αυτό επιβεβαιώνεται και εδώ καθώς οι ερωτήσεις για τον χαρακτήρα και την συμπεριφορά του προσωπικού απέσπασε την μέγιστη βαθμολογία.

Στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις εισοδηματικές ομάδες υπήρχαν μόνο στην ερώτηση για την ευγένεια του προσωπικού όπου ναι μεν όλες οι εισοδηματικές ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη αλλά με διαφορετικά ποσοστά. Το μεγαλύτερο ποσοστό βρέθηκε από την αξιολόγηση των μελών χωρίς εισόδημα ενώ το μικρότερο ποσοστό από τα μέλη με εισόδημα περισσότερο από 1500 ευρώ. Αυτό κυρίως οφείλετε στον αριθμό των μελών στην κάθε εισοδηματική ομάδα, το θετικό το οποίο πρέπει να κρατηθεί είναι ότι το προσωπικό θεωρείται αντάξιο των προσδοκιών από όλα τα μέλη όλων των εισοδηματικών ομάδων.

Όσο αφορά στην ανταπόκριση του προσωπικού βρέθηκε ότι οι ασκούμενοι με εισοδήματα μεγαλύτερα των 1000 ευρώ αξιολόγησαν χαμηλότερα τις υπηρεσίες τις ανταπόκρισης σε σύγκριση με τους ασκούμενους με εισοδήματα μεγαλύτερα των 1000 ευρώ.

Από αυτό συμπεραίνουμε ότι το προσωπικό είναι άριστο στην αλληλεπίδραση του με τους ασκούμενους αλλά αξιολογήθηκαν από αυτούς με χαμηλότερη βαθμολογία όταν ερωτήθηκαν για την συνέπεια της δουλειάς τους.

Δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές αλλά στις ερωτήσεις που αφορούν τις υπηρεσίες για την υιοθέτηση των προτάσεων που κάνουν οι πελάτες και στην ενημέρωση των μελών για τυχών αλλαγές βρέθηκαν διαφορές οι οποίες θεωρούνται άξιες παρακολούθησης. Όπως αναφέραμε και προηγουμένως αυτές οι διαφορές εντοπίζονται στα μέλη με εισοδήματα περισσότερο από 1000 ευρώ.

Διαφορετικά ήταν τα αποτελέσματα στην επόμενη κατηγορία ερωτήσεων. Αυτή η κατηγορία ερωτήσεων αφορά τις υπηρεσίες για την συνέπεια του προσωπικού στην δουλειά του καθώς και για τον επαγγελματισμό τους. Θετικό είναι ότι η πλειοψηφία των ερωτήσεων βρήκε όλες τις εισοδηματικές ομάδες σύμφωνες στην αξιολόγηση τους ως άριστες.

Μικρές διαφορές υπήρχαν στις υπηρεσίες για την ακρίβεια των πληροφοριών και την ακρίβεια στην περιγραφή των ασκήσεων όπου με χαμηλότερη βαθμολογία τις αξιολόγησαν οι εισοδηματικές ομάδες των 400-700 και των >1500 αντίστοιχα.

Τελειώνουμε και αυτήν την ανάλυση διασταύρωσης με τις ερωτήσεις για τα αποτελέσματα των προγραμμάτων άσκησης. Όπως και πριν, όλες οι υπηρεσίες για τα αποτελέσματα (οφέλη) των προγραμμάτων άσκησης αξιολογήθηκαν από την πλειοψηφία των εισοδηματικών ομάδων ως άριστες. Στατιστικά σημαντικές διαφορές δεν υπήρχαν σε καμία ερώτηση αλλά σημαντικές διαφορές υπήρχαν στις ερωτήσεις που αφορούν τις υπηρεσίες βελτίωσης της ενέργειας και της εμφάνισης.

Όσον αφορά την υπηρεσία βελτίωσης της ενέργειας των ασκούμενων οι ομάδες χωρίς εισόδημα καθώς και με εισοδήματα μέχρι 700 ευρώ αξιολόγησαν τις υπηρεσίες χαμηλότερα από τις υπόλοιπες ομάδες. Το ίδιο έγινε και με σχεδόν όλες τις εισοδηματικές ομάδες στην υπηρεσία βελτίωσης της εμφάνισης. Και οι δύο υπηρεσίες είναι αρκετά σημαντικές για ένα χώρο άσκησης διότι είναι οι πρώτοι στόχοι που έχει ένας ασκούμενος όταν έρχεται στην εγκατάσταση.

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα ο μέσος όρος μισθοδοσίας είναι περίπου στα 600-900 ευρώ, αυτό σημαίνει ότι η πλειοψηφία του κόσμου που θέλει να ασκηθεί έχει έναν χαμηλό βασικό μισθό. Κύριος στόχος της εγκατάστασης θα πρέπει να είναι ευχαριστημένοι οι ασκούμενοι που ήδη βρίσκονται στην εγκατάσταση με αυτό το εισόδημα.

Διαπιστώνεται ότι αυτό το έχει καταφέρει ο οργανισμός κατά 80% καθώς σε κάποιες υπηρεσίες αυτές οι εισοδηματικές ομάδες είχαν αξιολογήσει με χαμηλότερη βαθμολογία.

Μία άλλη κατηγορία με την οποία θα πρέπει να ασχοληθούμε είναι οι εισοδηματίες από 1000 έως 1500 ευρώ καθώς λόγω του εισοδήματός τους έχουν την επιλογή να αλλάξουν χώρο άσκησης. Αν κάποιος με τέτοιο εισόδημα έρχεται στο χώρο άσκησης μας σημαίνει ή ότι μένει κοντά ή ότι πιστεύει ότι με τα λεφτά που δίνει παίρνει το αποτέλεσμα που επιθυμεί.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερωτηματολογίων φαίνεται ότι και αυτή η εισοδηματική ομάδα είναι ικανοποιημένη αλλά όχι στο μέγιστο. Αν η κλίμακα βαθμολόγησης τους πέσει ,από την αξιολόγηση ως πολύ καλή , στο αξιολογώντας τις υπηρεσίες ως απλά καλές η μέτριες τότε θα είναι οι πρώτοι οι οποίοι θα αλλάξουν χώρο άσκησης.

10.5. Συζήτηση για την συχνότητα επίσκεψης

Εκτός από τον χρόνο παραμονής στον χώρο άσκησης, μεγάλο κριτήριο αξιολόγησης είναι και η συχνότητα επίσκεψης. Για τις ανάγκες της έρευνας οι ασκούμενοι απάντησαν αν έρχονται μία φορά , δύο με τρεις φορές , τέσσερις με πέντε φορές ή παραπάνω από πέντε φορές την εβδομάδα στον χώρο άσκησης.

Ο μέσος όρος επισκέψεων βάση των ερωτηματολογίων είναι δύο με τρεις φορές την εβδομάδα. Σημαντικά όμως είναι και τα αποτελέσματα στην ομάδα επίσκεψης τεσσάρων με πέντε φορές την εβδομάδα για αυτό τον λόγο να αναλύσουμε όλες τις ομάδες επίσκεψιμότητας.

Ξεκινώντας με τις ερωτήσεις για την εγκατάσταση τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ασκούμενοι οι οποίοι επισκέπτονται τον χώρο μία φορά την εβδομάδα η περισσότερες από πέντε φορές έχουν την τάση να αξιολογούν χαμηλότερα από την βαθμολογία αυτών που επισκέπτονται τον χώρο επισκέψεις τρεις με πέντε φορές την εβδομάδα.

Δεν βρέθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές αλλά ιδιαίτερα χαμηλές βαθμολογίες υπήρχαν στις ερωτήσεις που αφορούν τις υπηρεσίες της καθαριότητας, της κατάστασης του εξοπλισμού αλλά και της ελκυστικότητας των εγκαταστάσεων.

Χαμηλές βαθμολογίες υπήρχαν στις ομάδες επίσκεψης που βρίσκονται στον μέσο όρο αλλά χαμηλότερες υπήρχαν στις ομάδες επίσκεψης της μίας και της ομάδας με παραπάνω από 5 φορές. Αυτή η χαμηλή βαθμολογία οφείλεται σε κάποια προβλήματα τα οποία υπάρχουν σε αυτές τις υπηρεσίες και τα οποία δεν είναι τόσο εμφανή στον σε έναν χαμηλό μέσο όρο επισκέψεων, αλλά όταν ένας ασκούμενος είναι καθημερινά στον χώρο άσκησης γίνονται αντιληπτά. Τέτοια προβλήματα κυρίως μπορούν να αφορούν την καθαριότητα του χώρου ή των αποδυτηρίων και την κατάσταση του εξοπλισμού.

Πολύ σημαντική είναι και η ανάλυση της συχνότητας επίσκεψης με την κατηγορία του προσωπικού καθώς όσο περισσότερες φορές επισκέπτεται κάποιος την εγκατάσταση τόσο πιο πολύ οικειότητα αποκτάει με το προσωπικό. Χαμηλές βαθμολογίες υπήρχαν στους ασκούμενους που επισκέπτονται τον χώρο μία φορά την εβδομάδα αλλά εφόσον δεν υπάρχει πολύ αλληλεπίδραση δεν θα τα θεωρήσουμε σημαντικά ως κριτήρια αξιολόγησης.

Στην συγκεκριμένη κατηγορία ερωτήσεων οι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση τρεις με πέντε φορές, δηλαδή στον μέσο όρο 4 φορές την εβδομάδα αξιολόγησαν όλες τις υπηρεσίες ως άριστες.

Οι χαμηλότερες βαθμολογίες βρέθηκαν στις πλειοψηφίες των ασκούμενων με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα. Αυτή η συμπεριφορά μπορεί να οφείλετε στο ότι η υπερβολική αλληλεπίδραση με το προσωπικό έχει δημιουργήσει μια ρουτίνα η οποία ρίχνει την ποιότητα του προσωπικού και των υπηρεσιών της ή στην περίπτωση που η οικειότητα οδηγεί το προσωπικό στο να έχει μια πιο φιλική συμπεριφορά προς το προσωπικό το οποίο μπορεί να ενοχλεί κάποιους από τους ασκούμενους.

Σημαντικοί παράγοντες ποιότητας είναι επίσης η ανταπόκριση και η αξιοπιστία του προσωπικού. Η ανταπόκριση αναφέρεται στις αλληλεπιδράσεις του προσωπικού με τους ασκούμενους που αφορούν πληροφορίες ή αιτήματα των ασκούμενων. Στις τρεις από τις τέσσερις υπηρεσίες της ανταπόκρισης το σκηνικό ήταν ίδιο, οι ασκούμενοι που επισκέπτονται τον χώρο τρεις με πέντε φορές είχαν διχασμένη γνώμη αξιολογώντας τις υπηρεσίες ως άριστες και πολύ καλές.

Και εδώ από τα αποτελέσματα καταλαβαίνουμε ότι υπάρχει ένα μικρό πρόβλημα στις υπηρεσίες ανταπόκρισης που όσο περισσότερες φορές αναζητά ένας ασκούμενος αυτές τις υπηρεσίες τόσο πιο δυσαρεστημένος είναι.

Τέτοιες υπηρεσίες μπορεί να είναι η ταχύτητα στην ανταπόκριση των αιτημάτων, η ενημέρωση για τυχών αλλαγές ή η ανταπόκριση στα αιτήματα τους. Η επόμενη σημαντική κατηγορία υπηρεσιών είναι η αξιοπιστία στο προσωπικό, όλες οι ομάδες επισκεψιμότητας αξιολόγησαν με τον ίδιο τρόπο χαρακτηρίζοντας τις υπηρεσίες ως άριστες.

Διαφορές υπήρχαν στους ασκούμενους με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα όπου χαρακτήρισαν τις υπηρεσίες με χαμηλότερη βαθμολογία. Επίσης αξιοπρόσεχτο είναι που στην ερώτηση για την περιγραφή των ασκήσεων υπήρχε μια βαθμολογία στους ασκούμενους με μία επίσκεψη την εβδομάδα η οποία αξιολογούσε την υπηρεσία ως μέτρια. Από αυτό κατανοούμε ότι οι ασκούμενοι οι οποίοι έρχονται λίγες φορές την εβδομάδα έχουν χαμηλότερη εκτίμηση της ποιότητας των υπηρεσιών.

Σε γενικές γραμμές και η ανταπόκριση και η αξιοπιστία είναι σε πολύ καλά επίπεδο και αυτό το αναγνωρίζουν και οι ασκούμενοι άσχετα με το αριθμό επισκέψεων για άθληση την εβδομάδα.

Η επόμενη κατηγορία ερωτήσεων αναφέρεται στα αποτελέσματα (οφέλη) των προγραμμάτων άσκησης, μία πολύ σημαντική κατηγορία αν την διασταυρώσεις με την συχνότητα επίσκεψης.

Εδώ παρατηρούμε μία αλληλουχία απαντήσεων με την οποία οι ασκούμενοι που επισκέπτονται την εγκατάσταση σύμφωνα με τον μέσο όρο που προείπαμε, δηλαδή τρεις με πέντε φορές, είναι απόλυτα ευχαριστημένοι σε όλες τις υπηρεσίες αυτής της κατηγορίας. Ούτε εδώ υπάρχουν στατιστικά σημαντικές φορές αλλά υπάρχουν διαφορές οι οποίες είναι αξιοπρόσεχτες. Τέτοιες διαφορές είναι η χαμηλότερη βαθμολογία την οποία δίνουν οι ασκούμενοι με μία ή με περισσότερες από πέντε επισκέψεις την εβδομάδα.

Από αυτές τις αξιολογήσεις καταλαβαίνουμε ότι οι επιβάρυνση στις ασκήσεις στα προγράμματα είναι σχεδιασμένες για τον μέσο όρο των επισκέψεων με αποτέλεσμα σε αυτές τις ομάδες επισκεψιμότητας να μην έχουν σημαντικές προσαρμογές με συνέπεια το αργό αποτέλεσμα και την δυσαρέσκεια των ασκούμενων.

Εφόσον το πρόβλημα εντοπίζεται στους ασκούμενους με επισκέψεις από μία αλλά και παραπάνω από πέντε κατά την γνώμη μου θα έπρεπε να υπάρχει καλύτερη εξατομίκευση προγραμμάτων σε αυτούς τους ασκούμενους. Επίσης χαμηλές βαθμολογίες εντοπίστηκαν στην κατηγορία υπηρεσιών του προσωπικού. Όπως είπαμε και παραπάνω αυτό μπορεί να οφείλεται στην ρουτίνα την οποία δημιουργείται μεταξύ προσωπικού και ασκούμενων με συχνές επισκέψεις.

Και εδώ θα πρέπει να υπάρχει μια εξατομίκευση, να υπάρχουν περισσότερα ερεθίσματα για αυτούς οι οποίοι έρχονται πιο συχνά, ώστε να μην δημιουργείται μια ρουτίνα. Τέτοιες διαφορές θα ήταν η ένταξη μίας μέρας την εβδομάδας όπου θα κάνουν κάτι διαφορετικό από το πρόγραμμα τους όπως ένα ομαδικό πρόγραμμα, η προπόνηση με διαφορετικά προπονητικά μέσα (ιμάντες αιώρησης, κωπηλασία).

Εκτός από την εξατομίκευση των προγραμμάτων και την διαφοροποίηση των υπηρεσιών σημαντικό ρόλο σύμφωνα με τον (Robinson, 2007) παίζει και η επισκεψιμότητα των ασκούμενων. Προτείνετε το προσωπικό να παρακινεί τους ασκούμενους να έρχονται πιο συχνά να γυμνάζονται καθώς αναφέρει ότι αυτό θα φέρει περισσότερο κόσμο τον χώρο άσκησης.

10.6. Συζήτηση για την εκπαίδευση

Η διασταύρωση των ερωτήσεων για τις ποιότητες των υπηρεσιών με την εκπαίδευση αποτελεί ένα σημαντικό προς μελέτη αντικείμενο. Σχετική βιβλιογραφία υπήρχε από τον (Pairot, 2008) όπου ερεύνησαν την ποιότητα των υπηρεσιών σε αθλητικά κέντρα της Καλιφόρνια. Οι ερευνητές χώρισαν ως σημείο αναφοράς την εκπαίδευση στο πανεπιστήμιο. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας συμφωνούν με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας.

Οι ασκούμενοι με εκπαίδευση μεγαλύτερη ή ίση του πανεπιστημίου είχαν περισσότερα κριτήρια αξιολόγησης των υπηρεσιών ενώ οι ασκούμενοι με εκπαίδευση μικρότερη του πανεπιστημίου δήλωναν ευχαριστημένοι με λιγότερους παράγοντες.

Οι ασκούμενοι με εκπαίδευση μέχρι και δευτεροβάθμια βαθμίδα αξιολόγησαν τις υπηρεσίες υψηλότερα από αυτούς με τριτοβάθμια και μεταπτυχιακή εκπαίδευση. Στατιστικά σημαντικές διαφορές υπήρχαν μόνο στις ερωτήσεις για την ποικιλία των προγραμμάτων, την καθαριότητα των εγκαταστάσεων και την ευρυχωρία των χώρων. Αυτό μπορεί να συμβαίνει λόγω των περισσότερων ερεθισμάτων και εμπειριών που μπορεί να έχουν κάποιοι με υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης.

Σημαντικό είναι ότι οι διαφορές μεταξύ της αξιολόγησης που μας έδωσαν οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια και μεταπτυχιακή εκπαίδευση, δηλαδή ως πολύ καλό ενώ και με το άριστο είχαν μεγάλη διαφορά. Είναι σημαντικό διότι οι συγκεκριμένοι ασκούμενοι έχουν καλύτερη εκπαίδευση και περισσότερες εμπειρίες από άλλες πόλεις και άλλους χώρους άθλησης.

Στην επόμενη κατηγορία που αφορά το προσωπικό οι ασκούμενοι από όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες επί το πλείστον ως άριστες.

Στατιστικά σημαντικές διαφορές υπήρχαν στις ερωτήσεις των υπηρεσιών της εμπιστοσύνη και της εξατομίκευσης των προγραμμάτων. Οι διαφορές σε αυτές τις ερωτήσεις βρέθηκε στην ερώτηση για την εμπιστοσύνη όπου οι ασκούμενοι πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης αξιολόγησαν χαμηλότερα. Ενώ στην ερώτηση για την εξατομίκευση των προγραμμάτων η χαμηλότερη αξιολόγηση βρέθηκε στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Επίσης διαφορά υπήρχε στην ερώτηση για την εμπειρία του προσωπικού όπου οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια εκπαίδευση αξιολόγησαν χαμηλότερα από τους υπόλοιπους ασκούμενους. Όσον αφορά το προσωπικό είναι σημαντικό να λάβουμε υπόψη τα αποτελέσματα από την τριτοβάθμια και την μεταπτυχιακή βαθμίδα εκπαίδευσης διότι πολλοί από αυτούς πιθανότατα μπορεί να σχετίζονται με το αντικείμενο μέσω των επαγγελμάτων τους (πχ γυμναστές , γιατροί , φυσικοθεραπευτές)

Εκτός από το να είναι κάποιος γυμναστής μπορεί να έχει σπουδές στην φυσικοθεραπείας , ιατρική , γυμναστής από σχολές , όλοι αυτοί έχουν διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης από τους απλούς πολίτες.

Στις κατηγορίες ερωτήσεων για την ανταπόκριση προσωπικού και την αξιοπιστία του προσωπικού σχεδόν όλα τα μέλη όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Αρχίζοντας με την ανταπόκριση του προσωπικού δεν υπήρχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα.

Αξιοπρόσεχτα αποτελέσματα βρέθηκαν στην ερώτηση που αφορά τον βαθμό που λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των μελών. Εδώ οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια εκπαίδευση αξιολόγησαν την υπηρεσία ως πολύ καλή. Παρόμοιο ήταν το σκηνικό και στις υπηρεσίες της αξιοπιστίας καθώς ούτε εδώ υπήρχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα αλλά υπήρχαν αποτελέσματα τα οποία θα πρέπει να αναλυθούν. Αυτά τα αποτελέσματα αφορούν την υπηρεσία της συνέπειας στο ξεκίνημα των προγραμμάτων, οι ασκούμενοι οι οποίοι αξιολόγησαν την υπηρεσίες πιο χαμηλά είναι αυτοί με μεταπτυχιακές σπουδές.

Η διαφορά μεταξύ της μέγιστης βαθμολογίας ήταν μικρή αλλά η πλειοψηφία του βρέθηκε στην κλίμακα αξιολόγησης ως πολύ καλή. Οι συγκεκριμένες κατηγορίες ερωτήσεων είναι αξιοπρόσεχτες διότι αφορούν την αλληλεπίδραση του προσωπικού με τους ασκούμενους και εδώ δεν πρέπει να είναι κανείς δυσαρεστημένος. Εφόσον υπάρχει αλληλεπίδραση ανθρώπων το προσωπικό θα πρέπει να είναι ακέραιο και να συμπεριφέρεται σε όλους με τον ίδιο ενθουσιασμό και όρεξη ώστε να μην είναι κανένας απογοητευμένος.

Στην τελευταία κατηγορία ερωτήσεων που αφορά τα αποτελέσματα (οφέλη) των προγραμμάτων άσκησης σχεδόν όλα τα μέλη, όλων των εκπαιδευτικών βαθμίδων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες.

Η μόνη διαφορά εντοπίστηκε στην ερώτηση για την βελτίωση της ενέργειας των ασκούμενων. Η συγκεκριμένη ερώτηση καθώς και η ερώτηση ποιότητας της βελτίωσης της υγείας ήταν οι μόνες οι οποίες είχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα. Τα αποτελέσματα αυτά είναι η χαμηλότερη βαθμολογία, από τους ασκούμενους με τριτοβάθμια και μεγαλύτερη εκπαίδευση, αξιολογώντας την ως πολύ καλή.

Επίσης διαφορές υπήρχαν και σε ερωτήσεις χωρίς στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα. Αναφερόμαστε στην ερώτηση η οποία αφορά την βελτίωση της εμφάνισης, όπου ξανά οι ασκούμενοι με τριτοβάθμια η μεγαλύτερη εκπαίδευση αξιολόγησαν χαμηλότερα σε σύγκριση με τους άλλους ασκούμενους.

Συνοψίζοντας όλα τα αποτελέσματα παρατηρούμε ότι οι ασκούμενοι με πανεπιστημιακή και μεταπτυχιακή εκπαίδευση έχουν πιο αυστηρά κριτήρια αξιολόγησης. Σε πολλές από τις ερωτήσεις οι βαθμολογίες των ασκούμενων με πανεπιστημιακή και μεταπτυχιακή εκπαίδευση ήταν χαμηλότερες από των υπολοίπων ασκούμενων.

Προτείνεται να διερευνηθεί αυτό το κενό στην ποιότητα υπηρεσιών του φορέα διότι φαίνεται ότι οι συγκεκριμένες κατηγορίες ασκούμενων δεν είναι απόλυτα ευχαριστημένες με τις υπηρεσίες της εγκατάστασης, και ποιο συγκεκριμένα, με τον εξοπλισμό την καθαριότητα, αλλά και σε μικρό βαθμό με τις υπηρεσίες αλληλεπίδρασης με το προσωπικό.

10.7. Συζήτηση για το επάγγελμα

Συνεχίζουμε το σχολιασμό των αποτελεσμάτων με την ανάλυση των ερωτήσεων σε σχέση με το επάγγελμα των ασκούμενων. Για τις ανάγκες της έρευνας οι ασκούμενοι χωρίστηκαν σε μαθητές –φοιτητές, εργαζόμενους και άνεργους –άλλο (Το οποίο αναφέρεται σε συνταξιούχους και ανθρώπους που ασχολούνται με τα οικιακά).

Στην κατηγορία υπηρεσιών των εγκαταστάσεων φαίνεται ότι η μεγαλύτερη ευχαρίστηση υπάρχει στους μαθητές-φοιτητές. Παρατηρώντας τις απαντήσεις των ασκούμενων σε όλες τις υπηρεσίες σε αυτή την κατηγορία εγκαταστάσεων συμπεράνουμε ότι οι μαθητές-φοιτητές είναι οι πιο ευχαριστημένοι ενώ οι εργαζόμενοι με τους άνεργους-άλλο αξιολογούν χαμηλότερα δείχνοντας την απογοήτευση τους σε κάποιες υπηρεσίες.

Στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα δεν υπάρχουν αλλά προσοχή θα πρέπει να δώσουμε στις ερωτήσεις για την ποικιλία των προγραμμάτων και την ελκυστικότητα του χώρου. Στην πρώτη ερώτηση η οποία αφορά την ποικιλία των προγραμμάτων

υπάρχει μία πλειοψηφία ,των άνεργων-άλλο , η οποία χαρακτηρίζει την υπηρεσία απλά καλή.

Το επόμενο αποτέλεσμα αφορά την υπηρεσία της ελκυστικότητας των εγκαταστάσεων όπου όλοι οι ασκούμενοι όλων των επαγγελμάτων αξιολόγησαν την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων ως πολύ καλή. Την συγκεκριμένη απάντηση την έχουμε ξαναδεί και σε προηγούμενες αναλύσεις οπότε είναι κάτι το οποίο πρέπει να διερευνηθεί. Πρέπει να διερευνηθεί διότι η εμφάνιση της εγκατάστασης παίζει σημαντικό ρόλο για την πρώτη εντύπωση και το αρχικό ενδιαφέρον το οποίο θα δείξει ένας εν δυνάμει ασκούμενος στον χώρο. Θα πρέπει να αναζητηθούν ποιες ενέργειες πρέπει να γίνουν ώστε η εγκατάσταση να γίνει ελκυστική.

Πηγαίνοντας στην κατηγορία ερωτήσεων που αφορά τις υπηρεσίες του προσωπικού παρατηρούμε ότι σχεδόν όλοι οι ασκούμενοι όλων των επαγγελμάτων αξιολόγησαν τις υπηρεσίες με τον ίδιο τρόπο, ως άριστες.

Στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις επαγγελματικές ομάδες υπήρχαν στις ερωτήσεις για την εξατομίκευση των προγραμμάτων αλλά και την ευγένεια του προσωπικού.

Στην ερώτηση για την εξατομίκευση των προγραμμάτων μόνον οι μαθητές-φοιτητές είχαν διαφορετική άποψη αξιολογώντας την υπηρεσία ως πολύ καλή. Αυτό μπορεί να οφείλετε στον λόγο που οι μαθητές-φοιτητές και σε γενικές γραμμές οι νέοι άνθρωποι θέλουν πιο γρήγορα αποτελέσματα οπότε αναζητούν πιο εξειδικευμένα προγράμματα. Όσον αφορά την ερώτηση για την ευγένεια του προσωπικού όλες οι ομάδες αξιολόγησαν την υπηρεσία ως άριστη, ενώ και σε αυτή την ανάλυση ο χαρακτήρας του προσωπικού ήταν άριστος σε όλα τα επίπεδα.

Στις ερωτήσεις για τις υπηρεσίες ανταπόκρισης του προσωπικού δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές όμως αν προσέξουμε τις επαγγελματικές ομάδες οι οποίες αξιολόγησαν χαμηλότερα. Στην ερώτηση για το πόσο λαμβάνονται υπόψη οι προτάσεις των μελών χαμηλότερη βαθμολογία έδωσαν οι εργαζόμενοι. Η διαφορά με την μέγιστη βαθμολογία δεν είναι μεγάλη αλλά θα πρέπει να προσεχθεί η συνέχεια των αιτημάτων που κάνουν τα μέλη διότι μετά από ένα χρονικό διάστημα περιμένουν να δουν κάποια αλλαγή.

Το ίδιο διαπιστώσαμε και στην υπηρεσία της ταχύτητας επίλυσης προβλημάτων όπου οι μαθητές-φοιτητές ήταν αυτοί οι οποίοι έδωσαν χαμηλότερη βαθμολογία. Ξανά η διαφορά με την μέγιστη βαθμολογία δεν ήταν μεγάλη αλλά πρέπει να προσεχθεί ώστε να είναι όσον τον δυνατόν όλοι ευχαριστημένοι.

Η τελευταία ερώτηση όπου υπήρχε χαμηλότερη βαθμολογία από τον μέσο όρο αφορούσε την ανταπόκριση στα αιτήματα των μελών όπου διαφορετική άποψη αυτή την φορά είχαν οι άνεργοι-άλλο, ενώ ξανά η διαφορά δεν ήταν μεγάλη.

Στην αξιοπιστία του προσωπικού η εικόνα των αποτελεσμάτων ήταν πολύ διαφορετική. Ούτε εδώ υπάρχουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα ενώ όλες οι επαγγελματικές ομάδες αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες. Οι ερωτήσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με την αξιοπιστία αφορούν το πόσο καλό είναι το προσωπικό στις απαιτήσεις της δουλειάς. Από τα αποτελέσματα καταλαβαίνουμε ότι όλοι οι ασκούμενοι έχουν την ίδια άποψη αξιολογώντας το προσωπικό ως άριστο στις υπηρεσίες του προς τους ίδιους.

Παρόμοια με τα προηγούμενα αποτελέσματα , ήταν και τα αυτά για τα οφέλη των προγραμμάτων άσκησης, τα οποία όλες τις επαγγελματικές ομάδες να αξιολογούν τις υπηρεσίες ως άριστες με μικρές μόνο εξαιρέσεις. Δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα αλλά ας δώσουμε προσοχή στο μοναδικό ερώτημα με διαφορετική βαθμολόγηση.

Αυτή η ερώτηση αφορά την υπηρεσία της βελτίωσης της φυσικής κατάστασης όπου οι άνεργοι-άλλο αξιολόγησαν με χαμηλότερη βαθμολογία από τον μέσο όρο. Για τον λόγο ότι η διαφορά από την μέγιστη βαθμολογία δεν είναι μεγάλη συμπεραίνουμε ότι το πρόβλημα δεν είναι μεγάλο. Θετικό είναι ότι όλες οι επαγγελματικές ομάδες αξιολόγησαν τα αποτελέσματα των προγραμμάτων ως άριστα διότι ο καθένας έρχεται με διαφορετικούς στόχους και ικανοποιούνται όλοι στο έπακρο.

Συνοψίζοντας όλες οι υπηρεσίες για τις οποίες ερωτήθηκαν οι επαγγελματικές ομάδες αξιολογήθηκαν επί των πλείστον ως άριστες. Αυτές οι ομάδες ασκουμένων είχαν κυρίως διαφορετική άποψη στις υπηρεσίες των εγκαταστάσεων όπου ο μέσος όρος απαντήσεων βρέθηκε στην αξιολόγηση της υπηρεσίας ως πολύ καλή. Αυτό μπορεί να οφείλεται και στις διαφορετικές εικόνες που έχουν οι επαγγελματικές ομάδες για το πώς θα ήθελαν να είναι το γυμναστήριο.

Οι μαθητές-φοιτητές μπορεί να θέλουν περισσότερο νεανικό κόσμο , οι επαγγελματίες μπορεί να ήθελαν πιο σύγχρονο χώρο ενώ οι άνεργοι-άλλο μπορεί να ήθελαν πιο φθηνές συνδρομές η υπηρεσίες άξιες των συνδρομών. Όλα αυτά που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι υποθέσεις και πολλές από αυτές θα είναι παράγοντες που δεν θα μπορεί η ο οργανισμός να αλλάξει αλλά αποτελούν προτιμήσεις των ασκούμενων τα οποία αντανακλώνται στην εγκατάσταση χαμηλώνοντας την ποιότητας της στα μάτια τους.

10.8. Συζήτηση για τον χώρο άθλησης

Το Παγκρήτιο στάδιο είναι μία Ολυμπιακή εγκατάσταση η οποία χώρους για αρκετά αθλήματα στο εσωτερικό της Στην παρούσα έρευνα εξετάσθηκε το επίπεδο της ποιότητας υπηρεσιών μεταξύ του γυμναστηρίου και του κολυμβητηρίου, στους χώρους δηλαδή όπου έχουν το δικαίωμα άσκησης και οι πολίτες τα οποία διαχειρίζεται η δημοτική επιχείρηση Ανάπτυξη Αθλητισμού Ηρακλείου Α.Ε Ο.Τ.Α (ΑΑΗ ΑΕ ΟΤΑ) του δήμου Ηρακλείου. Στις ερωτήσεις ποιότητας των εγκαταστάσεων

παρατηρούμε διαφορές στην ποιότητα υπηρεσιών μεταξύ των δύο χώρων άσκησης. Στην συγκεκριμένη κατηγορία όλες οι ερωτήσεις είχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα. Η μεγαλύτερη διαφορά παρατηρήθηκε στην ερώτηση για την ποικιλία των προγραμμάτων όπου οι ασκούμενοι του γυμναστηρίου την αξιολόγησαν ως άριστη ενώ οι ασκούμενοι του κολυμβητηρίου ως απλά καλή.

Η μόνη υπηρεσία η οποία αξιολογήθηκε με την ίδια βαθμολογία και στους δύο χώρους άθλησης ήταν αυτή της κατάστασης του εξοπλισμού όπου η βαθμολογία της υπηρεσίας την αξιολογούσε ως πολύ καλή.

Άλλες υπηρεσίες που αφορούν την ποικιλία των οργάνων γυμναστικής, την ευρυχωρία των χώρων και την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων βρέθηκαν να χαρακτηρίζονται ως πολύ καλές.

Πάντα το κολυμβητήριο είχε χαμηλότερη βαθμολογία κατά μία κλίμακα από το γυμναστήριο στις υπηρεσίες αυτές. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι λόγω της υγιεινής η οποία είναι απαραίτητη σε ένα κολυμβητήριο τα κριτήρια των χρηστών είναι πιο απαιτητικά

Στην κατηγορία υπηρεσιών που αφορά το προσωπικό, σημαντικά αποτελέσματα είχαν οι τέσσερις από τις έξι ερωτήσεις. Μερικές από αυτές είναι οι ερωτήσεις που αφορούν τις υπηρεσίες της εμπειρίας του προσωπικού, της κατάρτισης του και της ευγένειας του. Όλες αυτές οι υπηρεσίες αξιολογήθηκαν ως άριστες και από τους ασκούμενους του κολυμβητηρίου και τους ασκούμενους του γυμναστηρίου.

Μοναδικές σημαντικές διαφορές υπήρχαν στις ερωτήσεις για την εξατομίκευση των προγραμμάτων αλλά και της εμπιστοσύνης προς το προσωπικό, όπου και οι δύο αυτές υπηρεσίες αξιολογήθηκαν ως πολύ καλές, αντί για άριστες, από τους χρήστες του κολυμβητηρίου. Από τα αποτελέσματα μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το προσωπικό είναι πολύ καλής ποιότητας και στις δύο εγκαταστάσεις. (

Στην ανταπόκριση και την αξιοπιστία του προσωπικού στους χώρους αυτούς οι απαντήσεις της ανταπόκρισης βρέθηκαν να είναι του κολυμβητηρίου χαμηλότερη από αυτή του γυμναστηρίου. Δύο από τις τέσσερις ερωτήσεις είχαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα, αυτές οι ερωτήσεις αφορούν τις για την ένταξη των προτάσεων των μελών στην καθημερινότητα και της ποιότητας της ενημέρωσης για των αλλαγών που γίνονται στο πρόγραμμα ή τα φυσικά στοιχεία των εγκαταστάσεων. Η πρώτη από αυτές τις υπηρεσίες αξιολογήθηκε ως άριστη από το γυμναστήριο αλλά ως πολύ καλή από το κολυμβητήριο, ενώ η δεύτερη υπηρεσία αξιολογήθηκε ως άριστη και στις δύο εγκαταστάσεις.

Όσον αφορά την αξιοπιστία του προσωπικού όλες οι υπηρεσίες στο ερωτηματολόγιο αξιολογήθηκαν ως άριστες και από τις δύο εγκαταστάσεις, χωρίς να υπάρχουν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα.

Αυτό μας δείχνει ότι οι ασκούμενοι είναι σίγουροι για τις επιλογές τους. Αξιοπρόσθετο επίσης είναι ότι και σε αυτή την ανάλυση η αξιοπιστία του προσωπικού έχει μεγαλύτερη βαθμολογία από την ανταπόκριση του προσωπικού.

Η τελευταία ανάλυση αφορά τα αποτελέσματα (οφέλη) των προγραμμάτων άσκησης από αυτούς τους δύο χώρους. Οι πέντε από τις έξι ερωτήσεις είχαν στατιστικά σημαντικά διαφορές. Μερικές από αυτές είναι η μεγάλη διαφορά που είχε η αξιολόγηση του γυμναστηρίου και του κολυμβητηρίου στην υπηρεσία βελτίωσης της ενέργειας των ασκούμενων, όπου οι ασκούμενοι του γυμναστηρίου την αξιολόγησαν ως άριστη ενώ οι ασκούμενοι του κολυμβητηρίου ως απλά καλή.

Παρόμοιες διαφορές υπήρχαν και στις υπηρεσίες βελτίωσης της ψυχολογικής κατάστασης αλλά και της εμφάνισης όπου οι ασκούμενοι τις αξιολόγησαν ως άριστες για το γυμναστήριο και ως πολύ καλές για το κολυμβητήριο.

Συνοπτικά από τα αποτελέσματα φάνηκε το γυμναστήριο να έχει καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών σε σύγκριση με το κολυμβητήριο. Αυτό μπορεί να οφείλεται όπως αναφέρθηκε στον τρόπο υγιεινής, αν η υγιεινή του κολυμβητηρίου δεν είναι καλή τότε επηρεάζει αρνητικά και την ποιότητα του.

Εφόσον μιλάμε για μια ολυμπιακή εγκατάσταση, σε γενικές γραμμές δεν υπολείπεται σε χώρους ή ευρυχωρία, οπότε όταν η ποιότητα υπηρεσιών είναι χαμηλή και δεν εξαρτάται από τις εγκαταστάσεις εξαρτάται από τις υπηρεσίες που παρέχονται. Ένα βρώμικο αποδυτήριο ή ένα βρώμικο νερό στην πισίνα μπορεί εύκολα να δυσαρεστήσει κάποιον ασκούμενο.

11. Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη τα αποτελέσματα συμπεραίνουμε ότι υπάρχουν μερικά προβλήματα στα οποία οι λύσεις θα αναβαθμίσουν πολύ την εικόνα του χώρου. Ένα από τα προβλήματα παρατηρήθηκε στις εγκαταστάσεις και κυρίως στην διαχείριση τους (πχ καθαριότητα , συντήρηση εξοπλισμού). Τα ευρήματα στην έρευνα συμφωνούν με τον (Maksimović, 2017) ο οποίος ερεύνησε την ποιότητα υπηρεσιών σε αθλητικούς χώρους της Σερβίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι τα μέλη δείχνουν μεγάλη προσοχή στην ποιότητα της καθαριότητας ενώ, δημιουργώντας μεγάλες αποκλίσεις στις απαντήσεις. Τις μικρότερες αποκλίσεις απαντήσεων είχαν οι ερωτήσεις για το προσωπικό και τον εξοπλισμό.

Θα πρέπει να βρεθούν λύσεις για την καθαριότητα και την απολύμανση του χώρου σε τακτά χρονικά διαστήματα , ειδικά εκεί που υπάρχει πολύς κόσμος . Επίσης θα μπορούσε ο οργανισμός να πιέζει τους ασκούμενους να κρατάνε τους κανόνες υγιεινής (πχ να βάζουν πετσέτα όταν κάθονται σε ένα μηχάνημα). Αυτή η κίνηση θα βελτιώσει πολύ τις συνθήκες υγιεινής μέσα στον χώρο και θα προβληθεί ως θετικό σε κάποιον που θα το βιώσει.

Επίσης λύση θα πρέπει να βρεθεί όσον αφορά και την συντήρηση του χώρου, κυρίως των οργάνων γυμναστικής. Λόγο της μικρής έκτασης του γυμναστηρίου τα μηχανήματα γυμναστικής είναι περιορισμένα. Αν κάποιο από αυτά χαλάσει θα πρέπει να διορθωθεί άμεσα είτε την ίδια μέρα είτε την επόμενη. Αν δεν διορθωθεί και ένας ασκούμενος το χρειάζεται για την προπόνηση του τότε θα δυσαρεστηθεί. Λύση σε αυτό το πρόβλημα θα ήταν η εκπαίδευση της τεχνικής διαχείρισης ώστε η αντιμετώπιση των προβλημάτων να είναι πιο γρήγορη, αλλά και η επένδυση και αντικατάσταση κάποιων παλαιών μηχανημάτων με σύγχρονα. Τα περισσότερα από αυτά αφορούν την κατηγορία των εγκαταστάσεων.

Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έδειξαν τις ποιότητες της ποικιλία των προγραμμάτων και του εξοπλισμού. Οι ασκούμενοι σε πολλές περιπτώσεις αξιολόγησαν τις υπηρεσίες ως άριστες αλλά αρκετές ήταν και οι απαντήσεις που χαρακτήριζαν τις υπηρεσίες ως πολύ καλές η ακόμα και απλά καλές. Αυτό φαίνεται να οφείλετε περισσότερο στον εξοπλισμό και σε μια ρουτίνα η οποία δημιουργείτε κάνοντας συνέχεια προπόνηση στα ίδια μηχανήματα.

Σημαντικό επίσης είναι ότι αν κάποιος δεν έχει θέμα με την ρουτίνα της προπόνησης μπορεί να δυσαρεστηθεί από κάποια χρόνια βλάβη σε κάποιο απαραίτητο μηχανήμα όπως ο διάδρομος η το ελλειπτικό.

Αρκετές χαμηλές βαθμολογίες είχε και η υπηρεσία της ποικιλίας των προγραμμάτων. Και εδώ τίθεται το θέμα της ρουτίνας, λόγο του πλήθους των ασκούμενων είναι λογικό να μην υπάρχουν πολλές αλλαγές ή ειδικές ασκήσεις για συγκεκριμένες ομάδες , με συνέπεια να υπάρχει και εδώ μια επανάληψη που αρκετούς μπορεί να τους κουράζει.

Μεγάλο ενδιαφέρον στις ασκήσεις θα υπήρχε εάν χρησιμοποιούνταν και διαφορετικά προπονητικά μέσα. Τέτοιες αλλαγές θα μπορούσαν να είναι οι ασκήσεις με ιμάντες αιώρησης , μπάλες κτλ. Αυτές οι ασκήσεις θα βοηθήσουν τους ασκούμενους να δοκιμάσουν νέα πράγματα που θα τους ξανά κινήσουν το ενδιαφέρον αλλά και να έχουν προσαρμογές οι οποίες θα τους κάνουν να νιώσουν ότι γυμνάζονται.

Αξιοπρόσεχτο είναι ότι η εγκατάσταση δεν διαθέτει ελεύθερα βάρη για τους ασκούμενους του γυμναστηρίου. Έχοντας ελεύθερα βάρη ο ασκούμενος κάνει πολλές ασκήσεις διάφορων δυσκολιών με μεγάλες και μικρές επιβαρύνσεις. Επίσης τα ελεύθερα βάρη χρησιμοποιούνται συνήθως από ασκούμενους μεγαλύτερης εμπειρίας και προσελκύει διαφορετικές κατηγορίες ασκούμενων. Υπάρχει αίθουσα άρσης βαρών αλλά είναι αρκετά μακριά για έναν ασκούμενο να ασκηθεί ενώ δεν θα υπήρχε και η απαραίτητη επίβλεψη.

Συνέχεια της έλλειψης κάποιου εξοπλισμού είναι η καλή ή η κακή κατάσταση του ήδη υπάρχοντος εξοπλισμού. Εάν ένας ασκούμενος θέλει να κάνει άσκηση σε ένα μηχανήμα και είναι χαλασμένο σε περισσότερες από δύο επισκέψεις του αυτό θα

του σχηματίζει άσχημη γνώμη για την ποιότητα του χώρου με συνέπεια την υποτίμηση του.

Η επόμενη υπηρεσία με αρκετές χαμηλές βαθμολογίες αφορούσε την ελκυστικότητα των εγκαταστάσεων. Η συγκεκριμένη υπηρεσία αφορά την εμφάνιση της εγκατάστασης όπου πολλοί ασκούμενοι την χαρακτήριζαν ως πολύ καλή ή απλά καλή. Η συμπεριφορά των ασκούμενων πιθανώς οφείλεται στην έλλειψη χαρακτηριστικών τα οποία κάνουν έναν χώρο ελκυστικό. Τα φυτά , τα λουλούδια και η πολυχρωμία κάνει έναν χώρο πιο ελκυστικό, στην συγκεκριμένη εγκατάσταση υπάρχουν αρκετά χρώματα αλλά ελάχιστα λουλούδια και φυτά. Αυτές ήταν οι υπηρεσίες των εγκαταστάσεων οι οποίες είχαν τις μεγαλύτερες διακυμάνσεις στις βαθμολογίες προς το αρνητικό.

Η επόμενη κατηγορία υπηρεσιών αφορούν το προσωπικό , την ανταπόκριση του και την αξιοπιστία του. Στις βαθμολογίες του το προσωπικό ήταν άριστο σε πολλές από τις αναλύσεις. Μέσω αυτού συμπεραίνουμε ότι υπάρχει μια στενή και καλή σχέση ανάμεσα στους ασκούμενους και το προσωπικό.

Η βαθμολογίες του προσωπικού έδειξαν ότι οι ασκούμενοι εκτιμάνε την εμπειρία , την ευγένεια , την αξιοπιστία και όλα όσα περιβάλλουν το προσωπικό. Στην μόνη ερώτηση στην οποία παρατηρήθηκε μία τάση χαμηλής βαθμολόγησης ήταν η ερώτηση της υπηρεσίας για τα εξατομικευμένα προγράμματα άσκησης. Η τάση αυτή των ασκούμενων να βαθμολογούν χαμηλότερα τα προγράμματα άσκησης δείχνει την ρουτίνα την οποία προαναφέρθηκε.

Πολλοί ασκούμενοι έρχονται στο γυμναστήριο με έναν συγκεκριμένο στόχο και ζητάνε κάποια ειδικά πράγματα και έχουν την απαίτηση να τα δουν στα προγράμματα τους ώστε να ωφεληθούν από αυτά. Όσο πιο γρήγορα ο ασκούμενος δει το αποτέλεσμα το οποίο θέλει τόσο πιο πολύ θα κερδίσουμε την εμπιστοσύνη του.

Στην ανταπόκριση και την αξιοπιστία του προσωπικού, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ασκούμενοι είναι πιο ευχαριστημένοι από την αξιοπιστία του προσωπικού παρά από την ανταπόκριση του.

Σε πολλές από τις αναλύσεις βρέθηκε η ανταπόκριση του προσωπικού να έχει χαμηλότερη βαθμολογία από την αξιοπιστία. Αυτό σύμφωνα με τα ερωτηματολόγια οφείλετε κυρίως στην ανταπόκριση του προσωπικού στα αιτήματα των μελών αλλά και στην ενημέρωση για τυχών αλλαγές.

Αρχικά, η υπηρεσία της ενημέρωσης θεωρείται σημαντική για τον λόγο ότι τα μέλη των χώρων άσκησης δεν θέλουν να σπαταλήσουν χρόνο και εν τέλει να μην κάνουν την προπόνηση τους λόγο κάποιας αλλαγής. Τέτοια σφάλματα στην ενημέρωση θα μπορούσαν να γίνουν σε ενημερώσεις προγραμμάτων ή μερών όπου οι χώροι άσκησης δεν λειτουργούν.

Μέτριες βαθμολογίες παρατηρήθηκαν στην κατηγορία της ανταπόκρισης ήταν η υιοθέτηση των προτάσεων των μελών. Είναι λογικό ο φορέας διαχείρισης του γυμναστηρίου και κολυμβητηρίου να μην μπορεί να καλύψει όλες τις επιθυμίες στους ασκούμενους του, αλλά κάποιες επιθυμίες οι οποίες θα βοηθήσουν και στην γενικότερη εικόνα του χώρου ή της άσκησης των ασκούμενων θα πρέπει να εκπληρώνονται.

Τέτοιες επιθυμίες θα μπορούσε να ήταν κάποια αλλαγή στο πρόγραμμα , η ένταξη άλλων ασκήσεων που επιθυμεί ο ασκούμενος (πάντα με την κρίση του γυμναστή) , η αγορά κάποιων προπονητικών μέσων όπου οι ασκούμενοι θεωρούν ότι η εγκατάσταση υπολείπεται όπως και άλλες μικρό επιθυμίες. Όλες αυτές οι ενέργειες του οργανισμού θα βοηθήσουν τον ασκούμενο να νιώσει αρκετά πιο άνετα και κάνει την άσκηση πιο ευχάριστα.

Η άποψη που είχαν οι ασκούμενοι για την αξιοπιστία του προσωπικού, δηλαδή τις υπηρεσίες της αξιοπιστίας , οι οποίες αφορούν την συμπεριφορά του προσωπικού στα καθήκοντα της δουλειάς τους, ως επί των πλείστων άριστες. Από τις απαντήσεις συμπεραίνουμε ότι το προσωπικό εκτελεί τα καθήκοντα σε πολύ καλό επίπεδο ενώ αρκετά σημαντικές υψηλές βαθμολογίες αποκόμισαν οι υπηρεσίες της σωστής ώρας έναρξης των μαθημάτων καθώς και της περιγραφικότητας των ασκήσεων.

Η τελευταία κατηγορία υπηρεσιών αφορά τα αποτελέσματα (οφέλη) από τα προγράμματα άσκησης. Και εδώ όλες οι υπηρεσίες αποσπάσανε υψηλές βαθμολογίες συμπεραίνοντας την ευχαρίστηση του κόσμου. Ελάχιστες διαφορές υπήρχαν στις υπηρεσίες που αφορούσαν την ενέργεια και την εμφάνιση των ασκούμενων.

Όπως προαναφέρθηκε ο κάθε ασκούμενος έρχεται στον χώρο άσκησης με διαφορετικές προσδοκίες για το αποτέλεσμα. Εδώ επανέρχεται το πρόβλημα της εξατομίκευσης προγραμμάτων που συναντήσαμε στην κατηγορία του προσωπικού. Σωστό θα ήταν οι γυμναστές να συζητάνε με τον ασκούμενο και να του προτείνουν ένα πρόγραμμα άσκησης στα μέτρα του ώστε να δει γρήγορα τα αποτελέσματα. Εάν ο ασκούμενος δει γρήγορα αποτελέσματα και είναι ικανοποιημένος θα ακολουθήσει τις οδηγίες και θα συνεχίσει να προτιμάει την εγκατάσταση αυτή για την άσκηση του.

Η εγκατάσταση και όλοι οι αθλητικοί χώροι ανήκουν στον Δήμο Ηρακλείου με συνέπεια η δράση του να υπάγεται στο δημόσιο. Ο οργανισμός έχει υιοθετήσει μία κοινωφελή τακτική έχοντας χαμηλές τιμές και ακόμα χαμηλότερες για ειδικές κατηγορίες πολιτών όπως οι πολύτεκνοι ή οι άνεργοι. Συνεπώς η εγκατάσταση λαμβάνει χαμηλές συνδρομές και συμπεριφέρεται ως δημόσια επιχείρηση.

Είναι απαραίτητο ο οργανισμός αυτός να συμπεριφέρεται ως μία ιδιωτική εταιρία για να μπορέσει να συναγωνιστεί τους ανταγωνιστές του και να αυξήσει σημαντικά τα έσοδα του.

Επίσης σημαντικό θα ήταν να υπάρχουν μικρό- έρευνες σε τακτά χρονικά ερωτηματολόγια τα οποία θα ρωτάνε τους ασκούμενους για το τι καινούριο θέλουν στο γυμναστήριο , από μηχανήματα άσκησης , ομαδικά προγράμματα ή προπονητικά μέσα, ώστε να μην χρειαστεί να αλλάξουν χώρο άσκησης για να βρουν αυτή την υπηρεσία.

Για να μπορέσει ο δημοτικός αθλητικός χώρος να ανταγωνιστεί τους ιδιωτικούς θα πρέπει να κάνει σωστή και καλή διαφήμιση. Τέτοια διαφήμιση μπορεί να είναι ένα βίντεο περιήγησης στα στάδιο με επίκεντρο το γυμναστήριο αλλά και μικρά σποτάκια τα οποία να προβάλλονται στα κανάλια του Ηρακλείου διαφημίζοντας κυρίως τις χαμηλές τιμές και τα πακέτα συνδρομών.

Αυτές οι ενέργειες θα βοηθήσουν τους πολίτες του Ηρακλείου να συνειδητοποιήσουν την δουλειά που γίνεται στο στάδιο διότι αρκετοί είναι αυτοί οι οποίοι δεν γνωρίζουν τις δραστηριότητες και τις επιλογές άσκησης που έχουν μέσα σε αυτό.

Οι Ολυμπιακές εγκαταστάσεις χρειάζονται αρκετά χρήματα για να συντηρηθούν για αυτό και οι περισσότερες κοσμούν ανεκμετάλλευτες τις περισσότερες πόλεις της χώρας.

Στο Παγκρήτιο στάδιο έχει γίνει αξιοποίηση όλων των εξωτερικών και των εσωτερικών χώρων στο έπακρο με συλλόγους και ομάδες από την πόλη να έχουν το στάδιο ως κύριο προπονητικό τους κέντρο. Για αυτό και θα ήθελα στο τέλος αυτής της έρευνας να πω ότι το στάδιο είναι άριστο στην υλικοτεχνική του ποιότητα καθώς και στο προσωπικό το οποίο το λειτουργεί.

12. Μελλοντικές έρευνες

Στην ίδια εγκατάσταση θα μπορούσε να γίνει και μια έρευνα για την εξακρίβωση της ποιότητας υπηρεσιών όσον αφορά τους συλλόγους οι οποίοι δραστηριοποιούνται στο Παγκρήτιο και κάνουν χρήση και των υπόλοιπων χώρων. Τέτοιοι σύλλογοι είναι τα σωματεία στίβου , τα σωματεία κολύμβησης , οι ακαδημίες χορού και οι σύλλογοι πολύ-αθλητικών κατασκηνώσεων.

Επίσης για την εξακρίβωση των αιτιών που σε κάποια σημεία η ποιότητα είναι χαμηλή. Τέτοια σημεία που πρέπει να ερευνηθούν είναι οι λόγοι της χαμηλής ποιότητας υπηρεσιών του κολυμβητηρίου καθώς και η χαμηλή ποιότητα των εγκαταστάσεων η οποία παρατηρήθηκε σε όλα τα ερωτηματολόγια.

Επιπλέον έρευνα θα μπορούσε για να γίνει για να εξακριβωθεί τι θα ήθελαν οι ίδιοι οι ασκούμενοι να αλλάξει στο γυμναστήριο τους. Τέτοιες ερωτήσεις θα μπορούσαν να αφορούν την αλλαγή του εξοπλισμού , την διακόσμηση ή την αλλαγή του περιβάλλοντα χώρου ώστε οι ασκούμενοι να νιώθουν άνετα και ευδιάθετα όταν βρίσκονται στον χώρο.

Αυτό θα βοηθήσεις αρκετά στο να βρεθούν προβλήματα τα οποία κανείς από τους διοικούντες μπορεί να έχει φανταστεί. Σημαντική έρευνα θα ήταν επίσης η ερώτηση προς τους ασκούμενους για το πώς έμαθαν αυτό τον αθλητικό χώρο καθώς και αν θα τον πρότειναν σε κάποιον. Αυτή η έρευνα θα βοηθήσει την διοίκηση να κατανοήσει που πρέπει να στηρίξει την διαφήμιση της ώστε να προσελκύσει καινούριο κόσμο.

13. Βιβλιογραφία

- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258. doi:10.1108/09604520510597809
- Afthinos, Y., Theodorakis, N. D., & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: Gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality: An International Journal*, 15(3), 245-258.
- Alexandris, K., & Carroll, B. (1997). Motives for Recreational Sport Participation in Greece: Implications for Planning and Provision of Sport Services. *European Physical Education Review*, 3(2), 129-143. doi:10.1177/1356336x9700300204
- Alexandris, K., & Palialia, E. (1999). Measuring customer satisfaction in fitness centres in Greece: an exploratory study. *Managing Leisure*, 4(4), 218-228. doi:10.1080/136067199375760
- Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsozbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1), 36-52.
- Alvarado Herrera, A., & Beltrán Gallego, S. (2008). The effects of spectators' emotional and evaluative satisfaction concerning their intentions to attend events and recommending them to others. *Innovar*, 18(32), 75-86.
- Anderson, & Mittal. (2000). Strengthening the satisfaction-profit chain. *Journal of Service Research*, 3(2), 13.
- Aspinall, E., Nancarrow, C., & Stone, M. (2001). The meaning and measurement of customer retention. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 10(1), 79-87.
- Avourdiadou, & Theodorakis. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centers. *Sport Management Review*, 17(4), 12.
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991a). Differentiating between high, spurious, latent, and low loyalty participants in two leisure activities. *Journal of park and recreation administration*, 9(2), 1-17.
- Backman, S. J., & Crompton, J. L. (1991b). The usefulness of selected variables for predicting activity loyalty. *Leisure Sciences*, 13(3), 205-220.

- Beard, J., & Raghed, M. (1980). Measuring Leisure satisfaction. *Journal of leisure Research, 12*(1), 13.
- Biscaia, R., Correia, A., Yoshida, M., Rosado, A., & Marôco, J. (2013). The role of service quality and ticket pricing on satisfaction and behavioural intention within professional football. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 14*(4), 42-66.
- Bodet, G. (2006). Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclasse model. *European Sport Management Quarterly, 6*(2), 149-165.
- Bodet, G., & Bernache-Assollant, I. (2011). Consumer loyalty in sport spectatorship services: The relationships with consumer satisfaction and team identification. *Psychology & Marketing, 28*(8), 781-802.
- Bolton, R. N. (1998). A dynamic model of the duration of the customer's relationship with a continuous service provider: The role of satisfaction. *Marketing science, 17*(1), 45-65.
- Bowen, D. E., & Schneider, B. (2014). A service climate synthesis and future research agenda. *Journal of Service Research, 17*(1), 5-22.
- Bowen, J. T., & Shoemaker, S. (2003). Loyalty: A strategic commitment. *Cornell hotel and restaurant administration quarterly, 44*(5-6), 31-46.
- Brown. (2006). Drivers of student satisfaction and student loyalty in an Australian university setting *University of Western Australia*.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing, 30*(1), 8-32.
- Calabuig Moreno, F., Prado-Gascó, V., Crespo Hervás, J., Núñez-Pomar, J., & Añó Sanz, V. (2015). Spectator emotions: Effects on quality, satisfaction, value, and future intentions. *Journal of Business Research, 68*(7), 1445-1449. doi:10.1016/j.jbusres.2015.01.031
- Chang, C.-M., Chen, C.-T., & Hsu, C.-H. (2002). A review of service quality in corporate and recreational sport/fitness programs. *The Sport Journal, 5*(3), 1-10.
- Chelladurai, P. (1992). A classification of sport and physical activity services: Implications for sport management. *Journal of sport Management, 6*(1), 38-51.
- Chelladurai, P. (1994). Sport management: Defining the field. *European Journal for Sport Management, 1*(1), 7-21.
- Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and standards of quality in sport services. *Sport Management Review, 3*(1), 1-22.
- Choi. (2007). The relationship of self-realization to organizational factors by sports center instructors. *The Korean journal of sport science, 16*(3), 8.
- Costa, G., & Glinia, E. (2003). Empathy and sport tourism services: A literature review. *Journal of Sport Tourism, 8*(4), 284-292.
- Coye, R. W. (2004). Managing customer expectations in the service encounter. *International Journal of service industry management, 15*(1), 54-71.
- Coyles, S., & Gokey, T. C. (2005). Customer retention is not enough. *Journal of Consumer Marketing, 22*(2), 101-105.
- Crompton, J. L., & Mackay, K. J. (1989). Users' perceptions of the relative importance of service quality dimensions in selected public recreation programs. *Leisure Sciences, 11*(4), 367-375. doi:10.1080/01490408909512233

- Cronin Jr, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of retailing*, 76(2), 193-218.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *the Journal of Marketing*, 125-131.
- de Barros, C., & Gonçalves, L. (2009). Investigating individual satisfaction in health and fitness training centres. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(4), 384-395.
- Dhurup, M., Singh, C., & Surujlal, J. (2006). Application of the health, and fitness service quality scale (HAFSQ) in determining the relationship among service quality, satisfaction and loyalty in the service industry: recreation and leisure. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 12(3), 238-251.
- Dhurup, M., Singh, P. C., & Surujlal, J. (2006). Customer service quality at commercial health and fitness centres. *South African journal for research in sport, physical education and recreation*, 28(2), 39-54.
- Eurobarometer, S. (2014). Sport and physical activity. *Brussels: TNS Opinion & Social*.
- Ferrand, A., Robinson, L., & Vallete-Florence, P. (2010). The intention-to repurchase paradox: A case of the health and fitness industry *Journal of Sport Management*, 24, 23.
- Francken, D., & Raiij, M. (1981). Satisfaction with leisure time activities *Journal of leisure Research*, 13(25), 337.
- Gürbüz, B. (2003). *Reliability and Validity of the Turkish Version of the Service Quality Assessment Scale*. METU.
- García-Fernández, J., Gálvez-Ruíz, P., Fernández-Gavira, J., Vélez-Colón, L., Pitts, B., & Bernal-García, A. (2017). The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers. *Sport Management Review*. doi:10.1016/j.smr.2017.07.003
- Gerson, R. (1999). Members for life: Proven service and retention strategies for health-fitness and sports clubs. *Champaign, IL: Human Kinetics*.
- Gonçalves, C., Biscaia, R., Correia, A., & Diniz, A. (2014). An examination of intentions of recommending fitness centers by user members. *Motriz: Revista de Educação Física*, 20(4), 384-391.
- Gonçalves, C., Correia, A., & Diniz, A. (2012). Variáveis internas e externas ao indivíduo que influenciam o comportamento de retenção de sócios no fitness. *Podium Sport, Leisure and Tourism Review e-ISSN: 2316-932X*, 1(2), 27-60.
- Gonçalves, C., Meireles, P., & Carvalho, M. J. (2016). Consumer Behaviour in Fitness Club: Study of the Weekly Frequency of Use, Expectations, Satisfaction and Retention. *The Open Sports Sciences Journal*, 9(Suppl-1, M8), 62-70. doi:10.2174/1875399x01609010062
- Grantham, W. C., Patton, R. W., York, T. D., & Winick, M. L. (1998). Health fitness management. *Champaign, IL: Human Kinetics*.
- Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L. (2002a). Assessing the influence of the physical sports facility on customer satisfaction within the context of the service experience. *Sport Management Review*, 5(2), 129-148.

- Greenwell, T. C., Fink, J. S., & Pastore, D. L. (2002b). Perceptions of the service experience: Using demographic and psychographic variables to identify customer segments. *Sport Marketing Quarterly*, 11(4).
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Gruca, T. S., & Rego, L. L. (2005). Customer satisfaction, cash flow, and shareholder value. *Journal of marketing*, 69(3), 115-130.
- Gupta, S., & Zeithaml, V. (2006). Customer metrics and their impact on financial performance. *Marketing science*, 25(6), 718-739.
- Hill, B., & Green, B. C. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*, 3(2), 145-162.
- Howat, G., Absher, J., Crilley, G., & Milne, I. (1996). Measuring customer service quality in sports and leisure centres. *Managing Leisure*, 1(2), 77-89.
- Howat, G., & Assaker, G. (2013). The hierarchical effects of perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty: Empirical results from public, outdoor aquatic centers in Australia. *Sport Management Review*, 16(3), 16.
- Hsueh, Y.-S., & Su, J.-M. (2013). The Relationship among Service Quality and Satisfaction of Customers in Fitness Centers Located in Southern Taiwan. *Life Science Journal*, 10(4).
- Hurley, T. (2004). Managing customer retention in the health and fitness industry: a case of neglect. *Irish Marketing Review*, 17(1/2), 23.
- İmamoğlu, A. F. (1998). TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ ANLAYIŞI AÇISINDAN SPOR HİZMETLERİ. *BEDEN EĞİTİMİ ve SPOR BİLİMLERİ DERGİSİ*, 51.
- Kalakota, R., & Robinson, M. e-Business: Roadmap for Success, 1999. *Reading, Addison Wesley Longman*, 165-168.
- Kang, J.-H., Bagozzi, R. P., & Oh, J. (2011). Emotions as antecedents of participant sport consumption decisions: a model integrating emotive, self-based, and utilitarian evaluations. *Journal of sport Management*, 25(4), 314-325.
- Kim, Sim, & Shin. (2000). The effect of service quality and service value on service satisfaction and service loyalty. *Journal of Korean Academy of Marketing Science* 5, 21.
- Kim, C., & Korea, S. Y. K. (1998). Segmentation of sport center members in Seoul based on attitudes toward service quality. *Journal of sport management*, 12(4), 273-287.
- Kim, D., & Kim, S. Y. (1995). QUESC: An instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea. *Journal of sport Management*, 9(2), 208-220.
- Kim, H., Lavetter, D., & Lee, J. (2006). The influence of service quality factors on consumer satisfaction and repurchase intention in the Korean professional basketball league. *International Journal of Applied Sports Sciences*, 18(1), 19.
- Kontou, M., Tzetzis, G., & Katartzi, E. (1999). Exercise and physical activities of women participating in 'Sport for All' programs. *Sport Performance and Health*, 1(4), 370-382.
- Larson, B. V., & Steinman, R. B. (2009). Driving NFL fan satisfaction and return intentions with concession service quality. *Services Marketing Quarterly*, 30(4), 418-428.
- Lee, J. H., Jeong, S. H., & Song, J. C. (2010). The effect of education services of youth sports center on parents' satisfaction, sports experience activity participating



- intention , and recommendation intention. *The Korean Journal of Physical Education*, 49(1), 14.
- Lee, S. Y. (2017). Service quality of sports centers and customer loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(4), 870-879. doi:10.1108/apjml-10-2016-0191
- Lentell, R. (2000). Untangling the tangibles:'physical evidence'and customer satisfaction in local authority leisure centres. *Managing Leisure*, 5(1), 1-16.
- Liu, Y.-D., Taylor, P., & Shibli, S. (2008). Utilizing importance data to identify customer segments for English public sport facilities. *Managing Leisure*, 13(3-4), 189-206.
- Maksimović, N., Matić, R., Tovilović, S., Popović, S., Maksimović, B., & Opsenica, S. (2017). QUALITY OF SERVICES IN FITNESS CENTRES: IMPORTANCE OF PHYSICAL SUPPORT AND ASSISTING STAFF. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education & Recreation*, 39(3).
- McDougall, G. H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of services marketing*, 14(5), 392-410.
- Mills, P. K., & Margulies, N. (1980). Toward a core typology of service organizations. *Academy of Management Review*, 5(2), 255-266.
- Mullin, B., Hardy, S., & Sutton, W. (2000). Sport marketing (2nd Eds.). *Champaign, IL: Human Kinetics*.
- Mun, T. Y. (2007). The relationship among service quality , customer satisfaction , revisits and referral intentions of marine sports centers. *Korea Sports Research*, 18(3), 10.
- Murat Aslan, & Settar Kocak, M. (2011). Determination of the service quality among sport and fitness centers of the selected universities. *International Journal of Human Sciences*, 8(2).
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality , value , satisfaction , and future intentions of consumers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5, 18.
- Murray, D., & Howat, G. (2002). The relationships among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure centre. *Sport Management Review*, 5(1), 25-43.
- Oliva, T. A., Oliver, R. L., & MacMillan, I. C. (1992). A catastrophe model for developing service satisfaction strategies. *The Journal of Marketing*, 83-95.
- Oliver, R. L. (1993). A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Comparative Goals, Different Concepts. *Advances in service marketing and management*, 2, 65-85.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*: Routledge.
- Papadimitriou, D. A., & Karteroliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centers: A reexamination of the factor structure. *Sport Marketing Quarterly*, 9(3), 157-164.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *the Journal of Marketing*, 41-50.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *the Journal of Marketing*, 111-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria *Handbuch Dienstleistungsmanagement* (pp. 449-482): Springer.
- Pawlowski, T., Breuer, C., Wicker, P., & Poupaux, S. (2009). Travel time spending behaviour in recreational sports: an econometric approach with management implications. *European Sport Management Quarterly*, 9(3), 215-242.
- Pedragosa, V., & Correia, A. (2009). Expectations, satisfaction and loyalty in health and fitness clubs. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 5(4), 450-464.
- Reeves, C. A., & Bednar, D. A. (1994). Defining quality: alternatives and implications. *Academy of Management Review*, 19(3), 419-445.
- Robinson, L. (2006). Customer expectations of sport organisations. *European Sport Management Quarterly*, 6(1), 67-84.
- Robinson, L. (2007). The challenge of managing customer expectations of sport services: A theoretical model. *Proceedings of the 15th European Association of Sport Management*, 161-163.
- Robledo, M. A. (2001). Measuring and managing service quality: integrating customer expectations. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(1), 22-31.
- Rosen, D. E., & Surprenant, C. (1998). Evaluating relationships: are satisfaction and quality enough? *International Journal of service industry management*, 9(2), 103-125.
- Rosenberg, L. J., & Czepiel, J. A. (1984). A marketing approach for customer retention. *Journal of Consumer Marketing*, 1(2), 45-51.
- Rust, R. T., Lemon, K. N., & Zeithaml, V. A. (2004). Return on marketing: Using customer equity to focus marketing strategy. *Journal of marketing*, 68(1), 109-127.
- Spreng, R. A., & Mackoy, R. D. (1996). An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction. *Journal of retailing*, 72(2), 201-214.
- Talley, M. (2008). Customer retention: A managers perspective. *Oakley, B. & Rhys, M.(2008). The sport and fitness sector: An introduction. London: Routledge.*
- Tam, J. L. (2004). Customer satisfaction, service quality and perceived value: an integrative model. *Journal of marketing management*, 20(7-8), 897-917.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of retailing*, 70(2), 163-178.
- Theodorakis, N., Howat, G., Ko, Y., & Avourdiadou, S. (2014). A comparison of service evaluation models in the context of sport and fitness centers in Greece. *Managing Leisure*, 19(1), 17.

- Theodorakis, N., Kambitsis, C., & Laios, A. (2001). Relationship between measures of service quality and satisfaction of spectators in professional sports. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6), 431-438.
- Tinsley, H. E., Barrett, T. C., & Kass, R. A. (1977). Leisure activities and need satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 9(2), 110.
- Torkildsen, G. (1993). *Torkildsen's guides to leisure management*: Longman Group UK Ltd.
- Trail, G. T., Anderson, D. F., & Fink, J. S. (2005). Consumer satisfaction and identity theory: A model of sport spectator conative loyalty. *Sport Marketing Quarterly*, 14(2).
- Tsuji, Y., Bennett, G., & Zhang, J. (2007). Consumer satisfaction with an action sports event. *Sport Marketing Quarterly*, 16(4), 199.
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. G. (1996). The effect of the servicescape on customers' behavioral intentions in leisure service settings. *Journal of services marketing*, 10(6), 45-61.
- Wei, P. C., Hung, H.-C., Yang, H.-C., & Ma, Z. (2010). Examination of the influence of service quality on membership renewal in fitness centers in San Francisco Bay Area. *Journal of service Science*, 3(2), 13.
- Westbrook, R. A. (1981). Sources of consumer satisfaction with retail outlets. *Journal of retailing*, 57(3), 68-85.
- Williams, E. (2011). Improve your member retention Fitness Business. *ASCD Action Tool*, 9.
- Wong, A. (2004). The role of emotional satisfaction in service encounters. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14(5), 365-376.
- Yetiş, H. (2001). Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Modeli ile Ölçülmesi ve Bir Uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*.
- Yildiz, S. M. (2011). An importance-performance analysis of fitness centre service quality: Empirical results from fitness centres in Turkey. *African Journal of Business Management*, 5(16), 7031.
- Yoshida, M., & James, J. D. (2010). Customer satisfaction with game and service experiences: Antecedents and consequences. *Journal of sport Management*, 24(3), 338-361.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *the Journal of Marketing*, 31-46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. (2006). D.(2006). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*

14. Παραρτήματα

14.1. Ερωτηματολόγιο Έρευνας

		ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ			
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ					
ΟΔΗΓΙΕΣ					
Στο παρακάτω ερωτηματολόγιο υπάρχουν κάποιες προτάσεις που αφορούν στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών από συγκεκριμένη αθλητική εγκατάσταση.					
Παρακαλώ διαβάστε με προσοχή το παρακάτω ερωτηματολόγιο και απαντήστε με τη μεγαλύτερη δυνατή επικρίνεια , τοποθετώντας ένα κύκλο στην απάντηση που σας εκφράζει. Η απαντήσεις σας θα δίνονται σύμφωνα με μια επτάβαθμη κλίμακα (1= Διαφωνώ Απόλυτα, 7= Συμφωνώ Απόλυτα).					
Δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις. Αυτό που ζητάμε από εσάς είναι η προσωπική σας άποψη .					
Μην σκέφτεστε πολύ για κάθε πρόταση. Απαντήστε αυθόρμητα .					
Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και οι απαντήσεις σας θα είναι απόλυτα εμπιστευτικές .					
Παρακαλώ είναι εξαιρετικά σημαντικό να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις					

	Διαφωνώ Απόλυτα							Συμφωνώ Απόλυτα						
Υπάρχει ποικιλία προγραμμάτων	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Οι εγκαταστάσεις είναι καθαρές	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Ο εξοπλισμός είναι σε καλή κατάσταση	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Υπάρχει ποικιλία οργάνων γυμναστικής	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Οι χώροι άσκησης είναι ευρύχωροι	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Οι εγκαταστάσεις είναι ελκυστικές	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι έμπειρο	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι αξιόπιστο	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι καλά καταρτισμένο	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι έμπιστο	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό παρέχει εξατομικευμένα προγράμματα	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι ειλικρινές	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Οι προτάσεις των πελατών (συμμετεχόντων) λαμβάνονται υπόψη	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
Τα προβλήματα επιλύονται γρήγορα	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

Η ανταπόκριση στα αιτήματα των πελατών (συμμετεχόντων) είναι άμεση	1	2	3	4	5	6	7
Οι πελάτες (συμμετέχοντες) ενημερώνονται αμέσως για τυχόν αλλαγές	1	2	3	4	5	6	7
Τα προγράμματα αρχίζουν στην ώρα τους	1	2	3	4	5	6	7
Παρέχονται ακριβείς πληροφορίες για το καθημερινό ωρολόγιο πρόγραμμα	1	2	3	4	5	6	7
Το προσωπικό είναι συνεπές στα καθήκοντα του	1	2	3	4	5	6	7
Η περιγραφή των προγραμμάτων άσκησης είναι ακριβής	1	2	3	4	5	6	7
Τα προγράμματα με βοήθησαν να:							
Αυξήσω την ενέργειά μου	1	2	3	4	5	6	7
Βελτιώσω την υγεία μου	1	2	3	4	5	6	7
Βελτιώσω τη διάθεσή μου	1	2	3	4	5	6	7
Βελτιώσω την ψυχολογική μου κατάσταση	1	2	3	4	5	6	7
Βελτιώσω την φυσική μου κατάσταση	1	2	3	4	5	6	7
Βελτιώσω την εμφάνισή μου	1	2	3	4	5	6	7

ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ				
Φύλο <input type="checkbox"/> Άνδρας <input type="checkbox"/> Γυναίκα Ηλικία: _____	Επίπεδο μόρφωσης <input type="checkbox"/> Δημοτικό <input type="checkbox"/> Γυμνάσιο <input type="checkbox"/> Λύκειο <input type="checkbox"/> Πανεπιστήμιο <input type="checkbox"/> ΤΕΙ <input type="checkbox"/> Μεταπτυχιακό <input type="checkbox"/> Άλλο _____	Οικογενειακή κατάσταση <input type="checkbox"/> Άγαμος/η <input type="checkbox"/> Έγγαμος /η <input type="checkbox"/> Χήρος/α <input type="checkbox"/> Διαζευγμένος/η Έχετε παιδιά; <input type="checkbox"/> ΟΧΙ <input type="checkbox"/> ΝΑΙ εάν Ναι πόσα; _____	Επαγγελματική κατάσταση <input type="checkbox"/> Μαθητής <input type="checkbox"/> Φοιτητής <input type="checkbox"/> Δημόσιος Υπάλληλος <input type="checkbox"/> Ιδιωτικός Υπάλληλος <input type="checkbox"/> Ελεύθ. επαγγελματίας <input type="checkbox"/> Οικιακά <input type="checkbox"/> Άνεργος <input type="checkbox"/> Άλλο _____	Εισόδημα (μηνιαίο) <input type="checkbox"/> < 400 € <input type="checkbox"/> 400-700 € <input type="checkbox"/> 700- 1000 € <input type="checkbox"/> 1000-1500 € <input type="checkbox"/> > 1500 € <input type="checkbox"/> Δεν έχω εισόδημα
Πόση απόσταση έχει το γυμναστήριο από το σπίτι σας; (σε μέτρα) _____ Είστε κάτοικος: Κέντρου: <input type="checkbox"/> Εκτός κέντρου: <input type="checkbox"/>	Πόσο χρόνο κάνετε για να φτάσετε από το σπίτι σας στο γυμναστήριος; (σε λεπτά) _____	Με τι μετακινείστε μέχρι το γυμναστήριο; <input type="checkbox"/> Περπάτημα <input type="checkbox"/> Ποδήλατο <input type="checkbox"/> Μηχανή <input type="checkbox"/> Αυτοκίνητο <input type="checkbox"/> Δημ. Συγκοινωνία	Στο γυμναστήριο ήρθατε με: <input type="checkbox"/> Τα/ τη σύντροφο σας <input type="checkbox"/> Φίλους/ες <input type="checkbox"/> Την οικογένειά σας <input type="checkbox"/> Μόνος /η Πόσες ώρες διήρκεσε η συμμετοχή σας;	Κατά μέσο όρο πόσο συχνά επισκέπτεστε το γυμναστήριο την εβδομάδα; <input type="checkbox"/> 1 φορά <input type="checkbox"/> 2-3 φορές <input type="checkbox"/> 4-5 φορές <input type="checkbox"/> > από 5 φορές

				<p>Συμμετέχετε σε προγράμματα γύμνασης:</p> <p>Ομαδικά (πχ, aerobic): <input type="checkbox"/></p> <p>Ατομικά (πχ βάρη): <input type="checkbox"/></p> <p>Και τα δύο: <input type="checkbox"/></p> <p>Άλλο: _____</p>
--	--	--	--	---

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΑΣ

14.2. Απόφαση Διοικητικού Συμβουλίου

ΑΔΑ: Ω5ΟΡΟΛΕΙ-Ν41

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΟΤΑ (Α.Α.Η. Α.Ε. ΟΤΑ) <hr/> ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ	<small>INFORMATICS DEVELOPMENT AGENCY</small> <small>ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΛΟΓΙΣΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ</small>	MARIA VISKADOUROU	<small>Digitally signed by MARIA VISKADOUROU Date: 2018.03.06 09:42:15 +02'00'</small>
--	--	------------------------------------	--

ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΡΙΘΜΟΣ: 21

(Απόσπασμα από το πρακτικό αριθμός: 05)

Στο Ηράκλειο σήμερα **Παρασκευή 23 Φεβρουαρίου 2018** και ώρα **13:00**, συνήλθαν στα γραφεία της εταιρίας, με την επωνυμία «ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΟΤΑ», ύστερα από την υπ. αριθμ. πρωτ. **313/20.02.2018** πρόσκληση του Προέδρου του κ. Κωνσταντίνου Βαρδαβά, οι κατωτέρω που αποτελούν το Διοικητικό Συμβούλιο αυτής:

- | | |
|---------------------------------------|---------------|
| 1. Βαρδαβάς Κωνσταντίνος | Πρόεδρος |
| 2. Παττακός Μαρίνος | Αναπρόεδρος |
| 3. Παναγιωτάκης Φαίδων | Τακτικό Μέλος |
| 4. Αντώνης Κοτσιράκης | Τακτικό Μέλος |
| 5. Gian Andrea Paolo Garancini | Τακτικό Μέλος |

Απουσίαζε αν και κλήθηκε νόμιμα με την υπ. αριθμ. πρωτ. **313/20.02.2018** πρόσκληση του Προέδρου του κ. Κωνσταντίνου Βαρδαβά, η κα. **Μαρία Καλουδιώτη, Κουτάντου Όλγα, Μαρία Βισκαδούρου, Δαγκωνάκης Ευστράτιος** Τακτικά Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου.

Διαπιστωθείσης της απαρτίας σύμφωνα με το νόμο και το καταστατικό, το Διοικητικό Συμβούλιο προχωρεί στη συζήτηση του θέματος.

ΘΕΜΑ 1^ο (εκτός ημερήσιας): " Αίτηση διεξαγωγής Έρευνας για Διπλωματική Εργασία στον χώρο του Πανκρητίου Σταδίου"

Ο Πρόεδρος της ΑΑΗ – ΑΕ ΟΤΑ Κωνσταντίνος Βαρδαβάς εισηγούμενος το παραπάνω θέμα έθεσε υπόψη των μελών του Δ.Σ. το υπ. αριθμ. **323/23.02.2018** αίτημα «Αίτηση διεξαγωγής Έρευνας για Διπλωματική Εργασία στον χώρο του Πανκρητίου Σταδίου», το οποίο έχει ως εξής:

“ Αξιότιμε κ. Βαρδαβά και μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου,

Επικοινωνώ μαζί σας με σκοπό να σας ζητήσω την άδεια να χρησιμοποιήσω τους χώρους του Πανκρητίου Σταδίου (Δημοτικό γυμναστήριο , Δημοτικό κολυμβητήριο , Χώρους άσκησης αθλητικών σωματείων) στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας μου για το Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (Τρικάλια) του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Η έρευνα που υλοποιούμε στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας έχει τίτλο : «Ποιότητα υπηρεσιών σε δημόσιες αθλητικές εγκαταστάσεις: Η περίπτωση της ολυμπιακής εγκατάστασης του Πανκρητίου Σταδίου (Ηράκλειο-Κρήτη)» και έχει ως σκοπό την **α)** καταγραφή του προφίλ των χρηστών της συγκεκριμένης αθλητικής εγκατάστασης, **β)** την διερεύνηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών σε μια δημόσια πολλαθλητική ολυμπιακή

1

