

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ & ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Γνωρίζουν οι διοικήσεις των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων τις προσδοκίες των πελατών τους για ποιοτική παροχή υπηρεσιών;

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ: ΛΑΜΠΡΙΝΗ ΤΖΟΥΒΙΣΤΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΧΑΡΗΣ ΚΟΥΘΟΥΡΗΣ

ΤΡΙΚΑΛΑ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 1999.



_____ / 7



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

Αριθ. Εισ.: 830/1
Ημερ. Εισ.: 19-9-2000
Δωρεά: _____
Ταξιθετικός Κωδικός: ΠΤ - ΤΕΦΑΑ
1999
ΤΖΟ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο	σελ.
Περίληψη.....	2
Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας.....	2
Εισαγωγή.....	4
Μεθοδολογία.....	5
Αποτελέσματα.....	11
Συμπεράσματα.....	14
Παράρτημα.....	15
Γεωγραφικά στοιχεία για τα βουνά.....	16
Πίνακας 1.....	21
Βιβλιογραφία.....	22

Περίληψη:

Η εργασία αυτή ξεκίνησε με την προϋπόθεση να ελέγξουμε κατά πόσο οι διοικήσεις των ελληνικών χιονοδρομικών κέντρων γνωρίζουν τις ποιοτικές προσδοκίες των πελατών τους, και κατά πόσο ο προγραμματισμός νέων εγκαταστάσεων ή παροχών λαμβάνει υπόψιν του αυτές τις ανάγκες των επισκεπτών χιονοδρόμων για ποιοτικότερες υπηρεσίες. Τα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα είναι από τους πλέον δημοφιλείς και πολυπληθείς χώρους ενεργητικής αναψυχής κατά τους χειμερινούς μήνες την πατρίδα μας. Την τελευταία δεκαετία αυξάνεται συνεχώς ο αριθμός των χιονοδρόμων επισκεπτών, όπως και το επίπεδο των οικονομικών συναλλαγών που εκτελούνται στα χιονοδρόμια, και ως εκ τούτου η βελτίωση της ποιότητας στην παροχή υπηρεσιών από τις διοικήσεις είναι αναγκαία, διότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των χιονοδρομικών κέντρων συνεχώς μεγαλώνει. Η εργασία αυτή βασίστηκε σε προηγούμενη έρευνα (Κουθούρης, 1999) που κατέγραψε και αξιολόγησε τους παράγοντες ποιότητας των πελατών στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα, και συνεχίζοντας προσπάθησε να εκμαιεύσει κατά πόσο ενήμερες είναι οι διοικήσεις των χιονοδρομικών για τις ποιοτικές προσδοκίες των πελατών τους. Πραγματοποιήθηκαν 4 ημι-κατασκευασμένες συνεντεύξεις σε βάθος, στους διευθυντές 4 χιονοδρομικών κέντρων, οι ερωτήσεις των οποίων βασίστηκαν στο φημισμένο Μοντέλο Ποιοτικού Ελέγχου (Parasuraman, 1988), και τροποποιήθηκαν σύμφωνα με τις ανάγκες του εργασιακού χώρου των χιονοδρομικών κέντρων. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η αντίληψη και το ενδιαφέρον των διοικήσεων είναι ανάλογη και εξαρτάται από τη νομική μορφή που έχει ο φορέας διαχείρισης εκάστοτε χιονοδρομικού κέντρου, δηλαδή δημόσιος, ιδιωτικός ή τοπικής αυτοδιοίκησης.

Ανασκόπηση της βιβλιογραφίας

Ζούμε σε μια κοινωνία προσανατολισμένη προς τις υπηρεσίες, αλλά υπάρχουν ιδιαίτερα προβλήματα γι' αυτούς που διαχειρίζονται έναν οργανισμό των οποίων κύρια δραστηριότητα είναι να παρέχουν υπηρεσίες αναψυχικού τουρισμού. Η προσπάθεια κάλυψης των προσδοκιών του πελάτη, οδηγεί κάθε εταιρία στην καθιέρωση της «ποιότητας» ως την αιχμή του δόρατός της στον ανταγωνισμό. (Bateson, 1992).

Ο Kotler (1997), εντόπισε ότι οι υπηρεσίες γενικά έχουν 4 κύρια χαρακτηριστικά που επηρεάζουν σημαντικά τον σχεδιασμό των προγραμμάτων παροχής υπηρεσιών: **α) είναι άπιαστες (άυλες):** δηλαδή δεν μπορούν να είναι ορατές, να έχουν μυρουδιά, να έχουν γεύση, να

τις αισθανθεί κανείς , ή να τις ακούσει **πριν να εκτελεσθούν**. **β)είναι αδιαχώριστες:** δηλαδή παράγονται και καταναλώνονται την ίδια στιγμή. **γ)ποικίλουν:** δηλαδή η ποιότητα των υπηρεσιών μπορεί να ποικίλει πολύ σημαντικά εξαρτώμενη από το ποίος, πότε, πού και πως παράγει την υπηρεσία. **δ)είναι στιγμιαίες:** δηλαδή οι υπηρεσίες δεν μπορούν να αποθηκευτούν για να χρησιμοποιηθούν ή να πωληθούν αργότερα. **ε)οι υπηρεσίες δεν έχουν ιδιοκτήτη:** ο χρήστης οποιονδήποτε υπηρεσιών έχει πρόσβαση σε αυτές μόνον για το διάστημα που εκτελούνται, μετά δεν υπολείπεται τίποτα.

Το περισσότερο γνωστό όργανο για αν μετρηθεί η ποιότητα των υπηρεσιών είναι η κλίμακα SERVQUAL, που δημιουργήθηκε από τον Parasuraman(1988), όπου ως ποιότητα ορίζεται η διαφορά μεταξύ του τι θα έπρεπε μια εταιρία να προσφέρει και τι προσφέρει πραγματικά.

Parasuraman, Zeithaml and Berry(1984,1985,1986,1988) and Zeithaml(1990,1991) οδήγησαν μια σειρά εμπειρικών μελετών ώστε να αποφασίσουν τις υπογραμμισμένες διαστάσεις που χρησιμοποιούνταν απ'τους πελάτες όταν εκτιμούσαν την ποιότητα των υπηρεσιών. Μία πρώτη έρευνα, που έγινε από μια συμβουλευτική εταιρία, εστίασε στις υπηρεσίες της λιανικής πώλησης, εταιρίες πιστωτικών καρτών, υπεραστικών τηλεφώνων, μεσίτες ακίνητης περιουσίας, και οικιακής εφαρμογής και διατήρησης.

Ένα σετ 97 ομαδοποιημένων ερωτήσεων , προσδοκιών και αντίληψης της ποιότητας υπηρεσιών αναλύθηκαν. Οι ακόλουθες **10 διαστάσεις** ποιότητας υπηρεσιών ήταν: **απτότης, αξιοπιστία, υπευθυνότητα, επικοινωνία, πιστότητα, ασφάλεια, αγωνιστικότητα, αβροφροσύνη, κατανόηση, να γνωρίζεις τους πελάτες και πρόσβαση**. Με υποκατάστατες μελέτες και αναλύσεις , το SERVQUAL μειώθηκε αργότερα σε 22 ζευγάρια ερωτήσεων που έδιναν φως σε **5 διαστάσεις**. Αυτές ήταν η **απτότης, αξιοπιστία, υπευθυνότητα, ασφάλεια, και εμπάθεια**.(Paulin and Perrien,1995:in,Kunst and Lemmink,1996).

Σύμφωνα με τους Κουθούρη,Μπεταβατζή(1999) οι ποιοτικές προσδοκίες των πελατών χιονοδρόμων κατά σειρά σημαντικότητας είναι:

- ❖ Χιόνι-Ασφάλεια στις πίστες-Παρουσία ιατρού-Φυσικό περιβάλλον
- ❖ Εγκαταστάσεις του χιονοδρομικού-Τιμές-Κατάσταση των πιστών
- ❖ Αριθμός των lift-Χιονοστρωτήρες
- ❖ Κατάσταση δρόμων, Parking-Προσωπικό-Οργάνωση του κέντρου
- ❖ Νυκτερινή ζωή-Ικανοποίηση των παραπόνων των πελατών

Το Μοντέλο Ποιότητας Υπηρεσιών (Service Quality Model,Πίνακας 1) ή ακόμη και μοντέλο των “κενών”, εξετάζει την διαφοροποίηση των ποιοτικών προδιαγραφών ενός προϊόντος μεταξύ του σχεδιασμού του και της τελικής υλοποίησής του, σε κάθε εταιρία παροχής υπηρεσιών. Το μοντέλο εξετάζει μία σειρά από 5 διαδοχικές φάσεις, που δημιουργούν αντίστοιχα ‘κενά’ στην προσπάθεια της διοίκησης για παροχή υπηρεσιών



ποιότητας σε κάθε οργανισμό.(Parasuraman,Zeithaml and Berry, 1985,1995, Zeithaml 1990). Αυτό συμβαίνει λόγω της κλιμακωτής μεταφοράς των εντολών της διοίκησης από τομέα σε τομέα και από στέλεχος σε στέλεχος, σε συνδυασμό με τη σημασία που δίνεται τις επιθυμίες των πελατών.

Συγκεκριμένα στο πρώτο 'κενό', του μοντέλου εξετάζεται η διαφορά μεταξύ 'Αντίληψης της Διοίκησης για τις ανάγκες των πελατών έναντι στις πραγματικές προσδοκίες των Πελατών', στο δεύτερο 'κενό', του μοντέλου,-ακόμη κι αν η διοίκηση γνωρίζει τις προσδοκίες των πελατών,- εξετάζεται η διαφορά μεταξύ 'αντίληψης της διοίκησης για ποιότητα έναντι στις ποιοτικές προδιαγραφές που τελικά επιλέγει για την κάλυψη αυτών των προσδοκιών', στο τρίτο 'κενό' ερευνάται η διαφορά μεταξύ 'των ποιακών προδιαγραφών των υπηρεσιών που επελέγησαν έναντι της πραγματικής εκτέλεσής τους', και τέλος στο τέταρτο 'κενό' εξετάζεται η διαφορά μεταξύ 'των υπηρεσιών που πραγματικά εκτελούνται από την εταιρία, έναντι αυτών που οι πελάτες πληροφορούνται ότι θα δεχτούν από τους πωλητές'. Ως πέμπτο 'κενό' εξετάζεται η διαφορά μεταξύ των επιθυμητών ποιοτικών υπηρεσιών κατά τον πελάτη έναντι των πραγματικών υπηρεσιών που προσφέρει η εκάστοτε εταιρία.

Η συνεχής εξέταση και εκτίμηση των στοιχείων που αναδεικνύονται από την ανάλυση των πέντα κενών δημιουργούν μια συνεχή πηγή για ανατροφοδότηση της διοίκησης με νέα στοιχεία, ώστε η εταιρία να στοχεύει ασταμάτητα προς ένα καλύτερο ποιοτικά επίπεδο παροχής υπηρεσιών(Gronroos,1984, Paulin and Perrien,1995: in Kunst and Lemmink,1996).

Εισαγωγή

- ❖ Στην σύγχρονη αγορά υπηρεσιών αναψυχής στόχος της διοίκησης κάθε οργανισμού είναι η **ικανοποίηση των πελατών, ώστε να μπορέσουν να διατηρήσουν ή ακόμη και να αυξήσουν τον αριθμό τους.**
- ❖ Ικανοποίηση για έναν πελάτη σημαίνει **η κάλυψη των αναγκών και επιθυμιών του,** από τις προσφερόμενες από τον οργανισμό υπηρεσίες.
- ❖ **Συμπέρασμα:** Αποστολή της διοίκησης κάθε οργανισμού είναι η πληροφόρησή της για τις ανάγκες και τις ποιοτικές επιθυμίες του πελατειακού της δυναμικού.

Μεθοδολογία

Πραγματοποιήθηκαν ημικατασκευασμένες συνεντεύξεις σε βάθος στους υπεύθυνους της διοίκησης των ακόλουθων χιονοδρομικών κέντρων:

- ❖ **Παρνασσού**
- ❖ **Σελίου**
- ❖ **3-5 Πηγαδιών**

Το θεωρητικό πλαίσιο των ερωτήσεων της συνέντευξης κινήθηκε γύρω από τους ακόλουθους παράγοντες:

- ❖ Εάν υπάρχει στη διοίκηση του χιονοδρομικού κέντρου προσανατολισμός στο **Marketing.**
- ❖ Εάν η διοίκηση είναι **Customer oriented.**
- ❖ Εάν η διοίκηση είναι προσανατολισμένη προς μία **ποιοτική προσφορά υπηρεσιών.**
- ❖ Εάν υπάρχει **ενδοεταιρική επικοινωνία,** δηλαδή εάν εισακούονται οι προτάσεις του προσωπικού για ποιοτικότερες υπηρεσίες από τη διοίκηση.

Η δέσμη των ερωτήσεων της συνέντευξης στηρίχθηκε στο πρώτο κενό (Gap 1) του Μοντέλου Ποιότητας Υπηρεσιών (Parasuraman, 1985).

Το κενό 1 διερευνά: την διαφορά μεταξύ αντίληψης της διοίκησης για τις ανάγκες των πελατών ENANTI των πραγματικών προσδοκιών τους.

Η καταγραφή της συνέντευξης έγινε με δημοσιογραφικό κασετόφωνο. Έγινε προσπάθεια μέσω επιμέρους διευκρινήσεων, να δίνονται όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένες απαντήσεις. Ο χώρος στον οποίο γινόταν οι συνεντεύξεις ήταν τα ίδια τα χιονοδρόμια..

Πιο συγκεκριμένα, προς την πρώτη κατεύθυνση ως προς τον προσανατολισμό στο marketing έγιναν 3 ερωτήματα . 4 ερωτήματα έγιναν για να διερευνηθεί κατά πόσο η διοίκηση είναι customer oriented

ή production oriented. Σχετικά με το αν η διοίκηση είναι προσανατολισμένη προς μια ποιοτική προσφορά υπηρεσιών έγιναν 9 ερωτήσεις . Τέλος 2 ερωτήματα έγιναν ώστε να ανιχνευθεί εάν υπάρχει ενδοεταιρική επικοινωνία . Το όλο πλαίσιο της συνέντευξης με τις απαντήσεις που δόθηκαν από τους υπευθύνους των χιονοδρομικών κέντρων έχει ως εξής:

1. Γνωρίζετε τις επιθυμίες και τις ανάγκες που οδηγούν τους πελάτες στο χιονοδρομικό κέντρο;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ (Παπαγεωργίου Γιάννης)

Αποφυγή του αστικού κέντρου Αθήνα

Διότι κάνουν το σπορ τους

Στα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί η προσέλευση του κόσμου

Διότι είναι το μεγαλύτερο στην Ελλάδα

Ευχαριστιούνται καλύτερα διότι έχουμε πολλές πίστες

ΣΕΛΙ (Ανδρεάδης Δημήτρης)

Βασικά έρχονται για να κάνουν ΣΚΙ< Σνουμπορντ,

Ο κόσμος έρχεται για βόλτα, να ΔΕΙ, να περάσει καλά, από την Βέροια από την Θεσ/νίκη, Κατερίνη την Λάρισα

Δεν υπάρχει άλλο ΧΚ με τις προδιαγραφές του Σελίου γι' αυτό έρχονται στο Σέλι.

Έχει πίστες όλων των δυνατοτήτων, είναι ομαλό και προσβάσιμο για όλες τις ηλικίες των ανθρώπων

Διότι δεν έχει δένδρα να χτυπήσεις

Μπορεί να κάνει Σκι όλη η οικογένεια

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ (Θανασούλης Θωμάς)

Διότι έχουμε πολύ καλές δημόσιες σχέσεις

Έχει πίστες που δεν υπάρχουν πουθενά αλλού στην Ελλάδα

2. Ποιες είναι οι πηγές της πληροφόρησής σας;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Δεν υπάρχουν

Αλλά έρχεται πολύς κόσμος

"Οι πελάτες συζητάνε σε πηγαδάκια και εκφράζουν την άποψη τους, έτσι καταλαβαίνουμε τις ανάγκες τους"

ΣΕΛΙ

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Μέσω συζητήσεων μπορείς να μάθεις ότι θέλεις και εγώ τον κόσμο που έρχεται εδώ τους ξέρω όλους και με ξέρουν όλοι.

3. Ποιες είναι οι προσωπικές σας εμπειρίες από το χώρο των χιονοδρομικών κέντρων;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Είναι από αυτούς που πήγαν μέσω ΟΑΕΔ για δύο μήνες στην Γαλλία στην Βριανσον και έκαναν Μάνατζμεντ των Χιονοδρομικών κέντρων

Νομίζω ότι για τα Ελληνικά δεδομένα ο Παρνασσός είναι πολύ ΚΑΛΑ

ΣΤΑΙ

Ασχολούμαι 40 χρόνια με την Ελληνική Χιονοδρομία.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Στο χώρο του χιονιού είμαι από το 1972. Οι εμπειρίες μου πολλές, από Αυστρία, Ιταλία, Γιουγκοσλαβία, Τουρκία, Βουλγαρία. Δούλεψα σαν ομοσπονδιακός προπονητής 3 χρόνια.

4. Αν σήμερα γινόταν μια έρευνα στο χώρο των χιονοδρομικών κέντρων και μια εταιρία σας προσέφερε δωρεάν και εθελοντικά τις υπηρεσίες της, τι θα θέλατε να μάθετε απ'τους πελάτες σας;(2 πράγματα πιο κύρια που σας απασχολούν).

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Εάν είναι ευχαριστημένοι από τις Πίστες
Και ένα πρόβλημα είναι και το Πάρκινγ

ΣΤΑΙ

Θα ήθελα να μάθω την καινούργια τεχνολογία σε σύγκριση με τα Ευρωπαϊκά δεδομένα.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Εμείς παίρνουμε τα μηνύματα και ξέρουμε ποια είναι τα προβλήματά μας.

5. Έχετε κατηγοριοποιήσει τους πελάτες σας;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Δεν έχει αντιληφθεί την ερώτηση.

Υπάρχουν πίστες για όλους τους χιονοδρόμους και το εισιτήριο δεν είναι ακριβό για εμένα

ΣΤΑΙ

Μαζεύουμε όλες τις κατηγορίες ανθρώπων, δηλαδή να κάνουν ότι θέλουν από αθλητισμό μέχρι να περπατούν απλά στο βουνό.

Δεν έχουμε καταλήξει στο προφίλ του επισκέπτη του χιονοδρομικού κέντρου. Δεν είναι ακριβό,

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Μας ενδιαφέρει όλος ο κόσμος. Τους χωρίζουμε σε 2 κατηγορίες, τους χιονοδρόμους και το πεζικό. Επίσης ανεβάζουμε κόσμο στην κορυφή πεζούς. Για εμάς όλοι είναι πελάτες και όλοι αφήνουν λεφτά.

6. Έχουν όλοι οι πελάτες σας τις ίδιες επιθυμίες και ανάγκες;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΤΑΙ

Όλοι οι πελάτες δεν έχουν τις ίδιες επιθυμίες. Όμως εμείς καθ' ότι είμαστε ΕΘΝΙΚΟ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΟ θέλουμε και μπορούμε να

καλύψουμε τις ανάγκες όλων των επισκεπτών μας. Χιόνι Φαγητό
Διασκέδαση (Κλαμπινγκ)

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

7. Πώς αντιμετωπίζετε αυτό το πρόβλημα;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΕΛΙ

Έχουμε μεριμνήσει στο παρελθόν και μεριμνούμε για το μέλλον, αλλά χρειαζόμαστε πολλά εκατομμύρια και πολύ χρόνο. Οι υπάρχουσες εγκαταστάσεις δεν επαρκούν για όλες τις απαιτήσεις του κόσμου.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

8. Αν έβγαине αύριο μια επιχορήγηση για το χιονοδρομικό 100 εκατομμύρια ,με ποια κριτήρια θα αποφασίζατε τι θα κάνατε?

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Θα κάναμε ένα // λίφτ ,με το αρχικό και ένα σαλέ στην κορυφή

ΣΕΛΙ

Θα τοποθετούσαμε μία εναέρια καρέκλα σε αυτό το βουνό

Θα κάναμε ένα Σαλέ στο Αρσούρμασι. (1800)

Χρειάζονται χώροι υποδοχής του Κοινού.Χρειάζεται ένα ξενοδοχείο τουλάχιστον 300 κλινών

Σύνολο ατόμων που επισκέφθηκαν το Σέλι ήταν 110.000 άτομα.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Ένα συρόμενο λιφτ για μεσαίους χιονοδρόμους.

Θα άνοιγα περισσότερους διαδρόμους

9. Με ποια κριτήρια αποφασίζει το Χ.Κ. το ριζιμο στην αγορά ενός νέου προϊόντος ή κάτι καινούριου;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΕΛΙ

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

10. Ποιες λέξεις κλειδιά αντιπροσωπεύουν την ποιότητα για εσάς;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Να είναι καλός ο καιρός

Να έχει ανοικτή πρόσβαση στο χιονοδρομικό

Να έχει καλό Πάρκινγκ

Να είναι στρωμένες καλά οι πίστες.

ΣΕΛΙ

Μόνιμο γιατρό, μόνιμο ασθενοφόρο

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Ευγένεια

Καλές πίστες

Να έχει εύκολη πρόσβαση παντού(εστιατόρια,w.c.)

11. Πιστεύετε ότι οι πελάτες σας στα επόμενα χρόνια θα έχουν τις ίδιες ανάγκες και πώς θα το αντιμετωπίσετε εσείς αυτό;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Θα έχουμε καλύτερη οργάνωση στο μέλλον, διότι θα γίνουν συμπληρωματικά έργα

ΣΕΛΙ

Θα συνεχίσουν την προσέλευσή τους και στα επόμενα χρόνια ο κόσμος θα υπερδιπλασιασθεί διότι θα το θεωρεί μία λύση.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Δεν θα αλλάξουν, είναι ένα σπορ που δεν θα χάσει ποτέ αλλά πιστεύω ότι πρέπει να επεκταθούν οι δραστηριότητες γύρω από το χιόνι .

12. Σε ποιο βαθμό λειτουργεί η επικοινωνία μεταξύ διοίκησης-εργαζομένων;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΕΛΙ

Μορφή Νομικού Προσώπου Δημοσίου Δικαίου, έχουμε μόνιμο προσωπικό 6 άτομα και πρόσθετους 16-20 άτομα με πρόσληψη μέσω ΑΣΕΠ

Υπάρχει άριστη συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων για να βγάλουμε εις πέρας το δύσκολο έργο.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

13. Ποιό θεωρείτε ότι είναι το μεγαλύτερο εμπόδιο για την ποιοτική παροχή υπηρεσιών;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Το πάρκινγκ ειδικά τα Σ/Κ

ΣΕΛΙ

Την αργόστροφη κρατική μηχανή

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Υπάρχουν πολλά προβλήματα αλλά πιστεύω ότι στη συνέχεια αυτά τα προβλήματα θα επιλυθούν.

14. Ποιο είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα του χιονοδρομικού κέντρου για άριστες ποιοτικές υπηρεσίες;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Έχει πολλές πίστες

Έχει 18 λίφτ

Είναι το πιο κοντινό στην Αθήνα

Η γύρω περιοχή προσφέρεται για νυκτερινή ζωή (Αράχωβα και γύρω χωριά)

ΣΕΛΙ

Απέχει 25 χιλ από Βέροια, 40 από Κοζάνη, και 85 από Θεσ/νίκη. Έχει ασφαλτοστρωμένο δρόμο, διαθέτει 3 εκχιονιστική μηχανήματα οπότε πάντα έχουμε ανοικτό δρόμο.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Οι καλές δημόσιες σχέσεις και οι πολύ καλές μας πίστες.

15.Περιοδικά συγκρίνετε την προσφερόμενη ποιότητα υπηρεσιών του Χ.Κ. με τους ανταγωνιστές σας;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Η μόνη αξιολόγηση γίνεται στον τομέα του αριθμού των πιστών των λίφτς και σε σύγκριση με τα αντίστοιχα κέντρα του Εξωτερικού.

ΣΕΛΙ

Στην Ελλάδα είμαστε και οι πρώτοι και κανένας δεν μπορεί να συγκριθεί με το χιονοδρομικό κέντρο του Σελίου.

Η Ευρώπη είναι 100 χρόνια πιο μπροστά από εμάς και σε φυσικό έδαφος αλλά και σε τεχνολογική υποδομή, σε μηχανολογικό εξοπλισμό και σε τουριστικές εγκαταστάσεις γιατί επενδύουν περισσότερο.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Δεν έχουμε αντιδικίες γιατί όλοι γνωρίζομαστε, πέρα απ' αυτό το κάθε νομικό πρόσωπο που διοικεί την όλη κατάσταση αυτό είναι που αποφασίζει και τι θα κάνει και τις βλέψεις τους. Εάν υπάρχει χιόνι δουλεύουν όλοι. Όσον αφορά το εξωτερικό δεν συγκρινόμαστε γιατί γι' αυτούς το σκι είναι μια βιομηχανία ενώ για μας δεν είναι.

16.Σας ενδιαφέρει να βρίσκεστε σε καλύτερο επίπεδο απ' αυτούς ή πασχίζετε για το τέλειο;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Πασχίζουμε για το ΤΕΛΕΙΟ και έτσι εμείς θα προσπαθήσουμε για τους πελάτες μας να κάνουμε αυτά που είπαμε

ΣΕΛΙ

Βασική επιδίωξή μας είναι να εξυπηρετήσουμε τις χιλιάδες των επισκεπτών που έρχονται στο κέντρο. Δεν μας ενδιαφέρει καθόλου το αν θα συγκριθούμε με κάποιους άλλους ή όχι. Μακάρι και τα άλλα Χ.Κ. να αναπτυχθούν σε σημείο που να μπορούν να απορροφήσουν τον κόσμο.

3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

1. Τελικά τι πιστεύετε; Ο πελάτης γνωρίζει τι θέλει; Εάν του προσφερθεί κάτι όμορφα και με ποιότητα είναι έτοιμος να το δεχτεί;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΕΛΙ

Σαφώς ξέρει τι ζητάει. Επίσης ο κόσμος άρχισε να ζητάει πράγματα τα οποία δεν τα έχουμε, γιατί έχει βγει και στην Ευρώπη.

3-5 ΠΗΓΗ ΑΔΙΑ

Οι πελάτες που θέλουν να κάνουν σκι είναι συνειδητοποιημένοι 100% . Στον έλληνα αρέσουν οι φανφάρες και δέχεται πρόθυμα αν του προσφερθεί κάτι όμως ο έλληνας έχει και ένα ελάττωμα , αν δεν τον βλέπουν δεν κάνει σκι γι' αυτό όπου πάει ο περισσότερος κόσμος εκεί πάει και ο υπόλοιπος. Το σκι και το βουνό θέλει ανθρώπους να γνωρίζονται , να υπάρχει επαφή , να ξέρει ο ένας τον άλλον τι σκι κάνει να υπάρχει και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους.

1. Όταν ένας εργαζόμενος στο Χ.Κ. παρεκκλίνει από το πρόγραμμα για να ικανοποιήσει τους πελάτες και σας το αναφέρει αργότερα , πώς το αντιμετωπίζετε;

ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

ΣΕΛΙ

Δεν υπάρχει τέτοια περίπτωση ούτε μία στο εκατομμύριο γιατί εδώ όλοι οι εργαζόμενοι είναι επιλεγμένοι. Η διοίκηση επιτρέπει πρωτοβουλίες αλλά πάντα μέσα στα πλαίσια της νομοθεσίας. Δεν επιτρέπονται παρατυπίες.

3-5 ΠΗΓΗ ΑΔΙΑ

Υπάρχουν 2 σκέλη: Το ένα σκέλος είναι ότι καθόμαστε και συζητάμε μεταξύ μας αν είναι να γίνει μια αλλαγή ή να μη γίνει αλλά πέρα απ' αυτό υπάρχουν στάνταρ γιατί με στάνταρ πρέπει να δουλέψεις . Υπάρχει συντονισμός στις θέσεις , υπάρχει προϊστάμενος που συντονίζει τα άτομα. Υπάρχει και επικοινωνία αλλά υπάρχει και κάλυψη θέσεων.

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα στο χιονοδρομικό κέντρο του Παρνασσού όπως διαμορφώθηκαν από τις απαντήσεις που δόθηκαν από τον υποδιευθυντή του κέντρου έδειξαν:

- ❖ Η έρευνα αγοράς γίνεται με καθαρά εμπειρικό τρόπο όπως (κατασκοπία σε πηγαδάκια πελατών).
- ❖ Η διοίκηση είναι προσανατολισμένη προς τη διεκπεραίωση της διαδικασίας παροχής υπηρεσιών και όχι προς τον πελάτη (λογική μαζικού τουρισμού).
- ❖ Προσπάθεια να ακολουθήσουν ένα ξένο μοντέλο διαχείρισης του ΧΚ χωρίς να ληφθεί υπόψιν η γνώμη των πελατών.
- ❖ Τα πάντα ξεκινούν κεντρικά και η παροχή υπηρεσιών γίνεται με την ακολουθία κλισέ εντολών.

- ❖ Στο χιονοδρομικό κέντρο Σελίου τα αποτελέσματα διαμόρφωσε με τις απαντήσεις του ο πρόεδρος του κέντρου ως εξής:
- ❖ Δεν υπάρχει επίσημη έρευνα αγοράς και πληροφόρηση για το τι θέλουν οι πελάτες.
- ❖ Η διοίκηση είναι προσανατολισμένη προς την παροχή υπηρεσιών σε σύγκριση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα..
- ❖ Η ποιότητα στην παροχή υπηρεσιών επαφίεται στην τύχη, δηλαδή στις καιρικές συνθήκες και στην καλή διάθεση των εργαζομένων (ικανοποιητική φροντίδα οδικού δικτύου).
- ❖ Η διοίκηση επιτρέπει την πρωτοβουλία των εργαζομένων αλλά πάντα μέσα στα πλαίσια της νομοθεσίας.

Στα 3-5 Πηγάδια έγινε μια συζήτηση εφ'όλης της ύλης και τα στοιχεία αποκομήθηκαν από έναν διοικητικό υπάλληλο του ΧΚ.

- ❖ Η έρευνα αγοράς και η πληροφόρηση γίνεται μέσω συζητήσεων με τους πελάτες.
- ❖ Γίνεται προσπάθεια το ΧΚ να προσανατολιστεί προς τις ανάγκες των πελατών.
- ❖ Στην έννοια της ποιότητας εμπεριέχεται η ευγένεια των εργαζομένων, η καλή κατάσταση στις πίστες και η εύκολη πρόσβαση στη διεύθυνση.
- ❖ Συνειδητός διαχωρισμός των πελατών σε τουρίστες και χιονοδρόμους και προσπάθεια ικανοποίησης αμφοτέρων. Είναι το μόνο ΧΚ που διαχωρίζει τους πελάτες σε τουρίστες , χιονοδρόμους και snowboarders.

⇒ Ύστερα από διεξοδική ανάλυση στις απαντήσεις των χιονοδρόμων για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των συγκεκριμένων χιονοδρομικών κέντρων, βγήκαν τα ακόλουθα συμπεράσματα σε σύγκριση και με τις απαντήσεις των διοικήσεων των χιονοδρομικών κέντρων:

- Το χιονοδρομικό κέντρο του Παρνασσού φημίζεται για το μεγάλο αριθμό και τη ποικιλία πιστών που διαθέτει. Είναι το ιδανικό χιονοδρομικό κέντρο για διοργάνωση αγώνων και άλλων εκδηλώσεων. Κάθε χρόνο στα Κελάρια διοργανώνονται αγώνες Ski και Snowboard Cup για ενήλικους και παιδιά. Διαθέτει αρκετά καλό τεχνολογικό εξοπλισμό και μεγάλο αριθμό αναβατήρων. Πολλές φορές όμως δεν είναι επαρκής για τους χιλιάδες χιονοδρόμους που κατακλύζουν καθημερινά το κέντρο. Ο συχνός

συνωστισμός που παρατηρείται ιδιαίτερα στις πίστες και στα lift, αποτελεί βασικό μειονέκτημα του κέντρου. Επίσης η διοίκηση πρέπει να προσέξει την κοστολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών της. Είναι φανερό ότι παρατηρείται μία δυσαρέσκεια εκ' μέρους αρκετών πελατών για τις υψηλές τιμές των εισιτηρίων και των άλλων παρεχόμενων υπηρεσιών.

- Το χιονοδρομικό κέντρο του Σελίου διαθέτει το καλύτερο οδικό δίκτυο σε σύγκριση με τα άλλα κέντρα, καθώς εξυπηρετείται με δύο ασφαλτοστρωμένους δρόμους. Προσφέρεται ιδιαίτερα για οικογένειες και αρχαρίους αφού διαθέτει πίστες αρχαρίων, πίστες μετρίου βαθμού δυσκολίας και αρκετά Babylift. Επίσης περιλαμβάνει παιδικές χαρές, πίστες δρόμων αντοχής και μονοπάτια ορειβασίας. Η διοίκηση όμως, πρέπει να προσέξει ιδιαίτερα την οργάνωση του κέντρου και τη βελτίωση του κτηριακού εξοπλισμού. Οι ήδη υπάρχουσες εγκαταστάσεις δεν επαρκούν, χρειάζονται επιπλέον χώροι αναψυχής (μπαρ, καφετέρια) και χώροι για σίτιση και στέγαση. Επίσης βασικό της μέλημα πρέπει να είναι η αύξηση του αριθμού των αναβατήρων, για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της.
- Τα 3-5 πηγάδια είναι γνωστά ως το χιονοδρομικό κέντρο όλων των εποχών, αφού αποτελεί πόλο έλξης για χιλιάδες επισκέπτες - χιονοδρόμους ετησίως. Είναι απ' τα πιο οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα της Ελλάδας. Βρίσκεται σε πολύ όμορφο φυσικό περιβάλλον, πάνω στις καταπράσινες πλαγιές του όρους Βέρμιου. Διαθέτει άριστα εξειδικευμένο και φιλικό προσωπικό. Φημίζεται για τις αρκετά δύσκολες πίστες που διαθέτει, κατάλληλες και για snowboards. Συγκεκριμένα η πίστα 'Φίλιππος' χαρακτηρίζεται ως διεθνής. Επίσης περιλαμβάνει επαρκής εγκαταστάσεις με καταφύγια, ξενώνες, γυμναστήριο,

πισίνα, σάουνα και εστιατόριο. Ένα βασικό μειονέκτημα του όμως είναι η έλλειψη σε πίστες αρχαρίων και μετρίου βαθμού δυσκολίας. Ο μη επαρκής αριθμός αναβατήρων αλλά και η άσχημη κατάσταση του οδικού δικτύου είναι οι σημαντικοί παράγοντες ποιότητας που πρέπει να προσέξει ιδιαίτερα η διοίκηση του κέντρου.

Συμπεράσματα

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η αντίληψη και το ενδιαφέρον των διοικήσεων είναι ανάλογη και εξαρτάται από τη νομική μορφή που έχει ο φορέας διαχείρισης του εκάστοτε χιονοδρομικού κέντρου:

- ❖ Παρνασσός: Δημόσιος (ΕΟΤ). Η διοίκηση είναι κεντρικά ελεγχόμενη και ελάχιστη επικοινωνία υπάρχει με την πραγματική υλοποίηση.
- ❖ Σέλι: Αλληλοκάλυψη αρμοδιοτήτων από ΓΓΑ, Διοίκηση συλλόγων, Ιδιωτικών φορέων.
- ❖ 3-5 Πηγάδια: Τοπική αυτοδιοίκηση. Η διαχείριση γίνεται αφού ληφθούν υπ' όψιν οι γνώμες όλων των ενδιαφερομένων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ ΕΘΝΙΚΟ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΕΛΙΟΥ

Το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Σελίου, είναι το πρώτο οργανωμένο Χιονοδρομικό Κέντρο της χώρας. Είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου.

Λειτουργεί από το 1934, χρονιά που οργανώθηκαν οι πρώτοι Πανελλήνιοι αγώνες. Είναι το πρώτο κύτταρο της αθλητικής και τουριστικής χιονοδρομίας.

Το 1955 τοποθετείται ο πρώτος αναβατήρας της χώρας (εναέρια καρέκλα μήκους 750 μ.). Δίκαια θεωρείται το πρώτο κύτταρο της αθλητικής και τουριστικής χιονοδρομίας.

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ - ΠΡΟΣΠΕΛΑΣΗ :

Το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Σελίου, βρίσκεται στην Νοτιοδυτική πλευρά του Βερμίου, σε υψόμετρο 1520 μ.-1.900μ.

Είναι σε ακτίνα εύκολης επικοινωνίας με πολλά αστικά κέντρα της Β. Ελλάδας (Θεσσαλονίκη 95 ΚΜ).

Εξυπηρετείται με δύο ασφαλτοστρωμένους δρόμους, που απέχουν ο πρώτος 24 ΚΜ από Βέροια και ο δεύτερος 20 ΚΜ από Νάουσα. Διαθέτει 35 στρέμματα πάρκινγκ επιστρωμένα.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ :

Το Σέλι συνδυάζει όλες τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την συγκρότηση ενός πρότυπου χιονοδρομικού κέντρου.

-ποικιλία Στίβων, Πίστες για τουριστική και αθλητική χιονοδρομία, Παιδικές Χαρές, Πίστες δρόμων αντοχής, Μονοπάτια (διαδρομές) πορείας ορειβασίας.

-Ταυτόχρονη και άνετη άθληση χιλιάδων χιονοδρόμων.

-Πλούσιες συνθήκες χιονιού.

-Ελεύθερο ορίζοντα –Εκπληκτική ηλιοφάνεια.

-Περιορισμένη υγρασία.

-Εύκολη προσπέλαση –Άνετους χώρους πάρκινγκ.

-Άνετη και γρήγορη εξυπηρέτηση των Σκιέρ.

ΙΑΤΡΕΙΟ – ΠΡΩΤΕΣ ΒΟΗΘΕΙΕΣ :

Μία εναέρια καρέκλα (τελεσιεζ) μήκους 1200μ.

Ένα συρόμενο πιάτο (τελεσκή) μήκους 1.200μ.

Δύο συρόμενες άγκυρες (τελεσκι) μήκους 800μ.

Τρία BABY-LIFT μήκους 200μ.

Το Ε. Χ. Κ. Σελίου διαθέτει τέσσερις χιονοστρωτήρες 250 HP, για την καθημερινή διαμόρφωση και επίστρωση των πιστών.

Τρία αποχιονιστικά (μία φρέζα- δύο λεπίδες αποχιονισμού-διανομής) για την γρήγορη διάνοιξη του άξονα προσπέλασης Βέροια-Σέλι-Χιονοδρομικό Κέντρο, και των Πάρκιγκ.

Σε απόσταση 1500μ. λειτουργούν Καφέ-Εσπιτόρια-Χώροι διαμονής (Ξενοδοχεία, Καταφύγια) Κέντρα διασκέδασης-Μπαρ, Σχολές Σκι και ενοικιάσεις για την εξυπηρέτηση των φίλων του Σκι.

ΕΙΣΗΤΗΡΙΑ – ΤΙΜΕΣ :

Για την περίοδο 1998-1999 ισχύουν οι παρακάτω τιμές στα εισιτήρια του Ε.Χ.Κ. Σελίου.

1

1.	-	Ημερήσια αργιών	3.500 δρχ.
2.	-	Ημερήσια αργιών Φοιτητική-Μαθητική	2.500 δρχ.
3.	-	Ημερήσια καθημερινή	2.000 δρχ.
4.	-	Ημερήσια Παιδική αργιών	2.000 δρχ.
5.	-	Εισιτήριο μιας διαδρομής (πεζών)	1.000 δρχ.
6.	-	Εισιτήριο μαθητικό μιας διαδρομής	500 δρχ.
7.	-	Ετήσια διαρκείας	40.000 δρχ.

Σε οργανωμένα γκρουπ – αθλητικές ομάδες γίνονται ειδικές τιμές.

ΣΧΟΛΕΣ ΣΚΙ :

Στον χώρο του Ε.Χ.Κ. Σελίου λειτουργούν οκτώ οργανωμένες σχολές με ενοικιάσεις σκι, αγορά υλικών του Σκι κ.λ.π. Οι σχολές αυτές είναι ιδιωτικές και λειτουργούν καθημερινά.

ΔΙΑΜΟΝΗ – ΔΙΑΤΡΟΦΗ :

Στο Ε.Χ.Κ. Σελίου υπάρχουν δύο καταφύγια διαμονής χιονοδρόμων, οργανωμένα (θέρμανση, ζεστό νερό, σάουνα, εστιατόριο, μπαρ.)

α) Το καταφύγιο του Συλλόγου Χιονοδρόμων-Ορειβατών Βεροίας, με δυναμικότητα 120 κλινών, τηλ. 0331. 26-970, 49-297.

β) Το καταφύγιο του Ε.Ο.Σ. Θεσ/νίκης, δυναμικότητας 60 κλινών, τηλ. 0331. 49-234.

Λειτουργούν και δύο Εστιατόρια-Μπαρ τηλ. 0331. 49-223, 49-201.

Όλα ανήκουν σε ιδιώτες επαγγελματίες.

ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ:

Λειτουργεί καθημερινά από τις 9⁰⁰ έως 16³⁰ με δυνατότητα παράτασης του ωραρίου.

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ :

ΕΘΝΙΚΟ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΣΕΛΙΟΥ

ΤΗΛΕΦΩΝΑ 0331- 49.226, 49.021, ΚΙΝΗΤΑ : 094 253437-38

ΒΕΡΟΙΑ : Γραφεία Μητροπόλεως 20 Α 59100

Τηλέφωνο : 0331. 26-237 και 49-226 FAX : 49021 Ε.Χ.Κ.

ΣΕΛΙΟΥ

ΥΠΕΥΘ. : ΚΥΠΑΡΙΣΟΠΟΥΛΟΣ ΘΑΝΑΣΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΝΑΟΥΣΑΣ

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ 3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Το Χιονοδρομικό – Αθλητικό Κέντρο των 3-5 Πηγαδιών βρίσκεται στην βορεινή πλευρά του όρους Βέρμιο και σε υψόμετρο από 1430 μ. βάση μέχρι 2005 μ. κορυφή.

Διαθέτει ένα σύγχρονο ξενοδοχείο 15 δωματίων με πισίνα γυμναστήριο και 2 Σάουνα έναν παραδοσιακό ξενώνα με 16 δωμάτια εξάκλινα στον 1^ο όροφο και τετράκλινα στον 2^ο όροφο και ένα ορειβατικό καταφύγιο του Ε.Ο.Σ. Νάουσας.

Από μηχανολογικό εξοπλισμό διαθέτει ένα μεγάλο διαθέσιμο εναέριο αναβατήρα το μεγαλύτερο σε μήκος στον Ελλαδικό χώρο δύο συρόμενοι αναβατήρες και 2 baby-lift, ενώ για την διάστρωση των πιστών υπάρχουν 3 ειδικά μηχανήματα. Το μηχανολογικό εξοπλισμό συμπληρώνει η εγκατάσταση τεχνητής χιονοσεικής στην πίστα αρχαρίων.

Το χιονοδρομικό – Αθλητικό Κέντρο λειτουργεί από το 1974 επίσημα ως Νομικό Πρόσωπο του Δήμου Νάουσας από το 1983 και λειτουργεί από

τις αρχές του Δεκέμβρη μέχρι τις αρχές του Απρίλη ανάλογα με την χιονόση, από τις 8:00πμ έως τις 4:00μμ.

Το Χιονοδρομικό Κέντρο βρίσκεται σε δασώδη έκταση κατά βάση οξιάς και ένα μέρος ελάτων, σε ποσοστό δασωμένης κάλυψης 95%.

Στο Χιονοδρομικό – Αθλητικό Κέντρο των 3-5 Πηγαδιών υπάρχουν 2 Νομικά πρόσωπα το ένα το «Χιονοδρομικό Κέντρο» που είναι Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου και έχει την ευθύνη και λειτουργία του μηχανολογικού εξοπλισμού του Κέντρου ενώ το άλλο η Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Βερμίου (ΔΕΤΑΒ) είναι Νομικό πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου και έχει την ευθύνη λειτουργίας των κτιριακών εγκαταστάσεων και του χειμερινού κάμπινγκ τροχόσπιτων αποτελούμενο από 75 τροχόσπιτα.

Το Χιονοδρομικό – Αθλητικό Κέντρο λειτουργεί σε όλη τη διάρκεια του χρόνου και δίκαια ονομάστηκε το κέντρο των τεσσάρων εποχών.

Οι επισκέπτες του μπορούν να κάνουν σκι κατάβασης snowboard, snowmobil ορειβατικό σκι και δρόμων αντοχής, πεζοπορία αφού από εμάς διέρχεται μέρος του διεθνούς ορειβατικού μονοπατιού E4, παραπέντε, αλεξίπτωτο πλαγιάς, ποδηλασία, ορειβασία, να παίζουν ποδόσφαιρο στο γήπεδο από χλοοτάπητα, πικ νικ στο δάσος, τζόκινγκ, να γυμναστούν στο γυμναστήριο, να χαλαρώσουν στη Σάουνα και φυσικά να απολαύσουν ένα πολύ ωραίο γεύμα στο εστιατόριο του ξενοδοχείου.

Λειτουργούν οι πίστες Αρχαρίων 200μ πράσινη, Παράδεισος 2.600μ μπλε, Αριστοτέλης 1.800μ κόκκινη, Φίλιππος 2.000μ με εναλλαγές μαύρης, κόκκινης και μπλε και μια πίστα δρόμων αντοχής 3,5 και 10 χιλ.

Η προσπέλαση για το Χιονοδρομικό –Αθλητικό Κέντρο γίνεται μέσω του επαρχιακού δικτύου Νάουσας 3-5 Πηγάδια με ασφαλτοστρωμένο δρόμο και η διάνοιξη του τους χειμερινούς μήνες γίνεται με ιδιόκτητο αποχιονιστικό μηχάνημα ενώ υπάρχει πάρκινγκ για 800 αυτοκίνητα.

Στο Χιονοδρομικό-Αθλητικό Κέντρο είναι υπό εγκατάσταση ένας ακόμη συρόμενος αναβατήρας και η διάνοιξη μιας ακόμη πίστας για μέτριους χιονοδρόμους ενώ στο ξενοδοχείο υπάρχει μελέτη επέκτασης εντεταγμένη στο κοινοτικό πρόγραμμα LEADER II

Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Βερμίου – Πηγάδια, ΤΚ 592 00 Νάουσα τηλ. & FAX 0332 44981-5, 44446,, 26990 (Λογιστήριο) .

Πίνακας 1 Μοντέλο Ποιότητας Υπηρεσιών (Parasuraman, 1985).

ΠΕΛΑΤΕΣ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ
ΑΠΟ ΣΤΟΜΑ ΣΕ ΣΤΟΜΑ

ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ
ΑΝΑΓΚΕΣ

ΠΡΟΤΕΡΕΣ
ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΚΕΝΟ 5

ΑΝΤΙΛΗΠΤΕΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΚΕΝΟ 4

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ
ΕΚ ΤΩΝ ΕΞΩΘΕΝ

ΚΕΝΟ 3

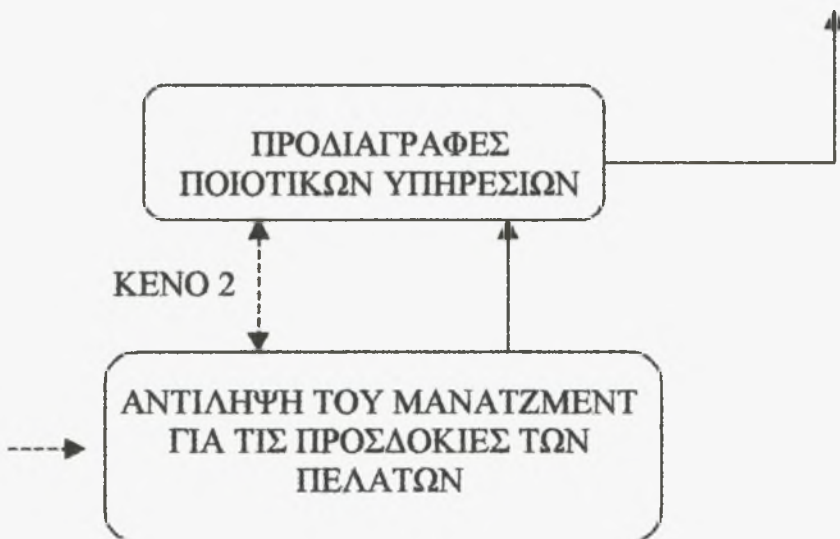
ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ
ΠΟΙΟΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΚΕΝΟ 1

ΚΕΝΟ 2

ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ
ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ
ΠΕΛΑΤΩΝ

Μεθοδολογία



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Gary Howat, et al. (1996), "Measuring customer Service Quality in sports and leisures centers", *Managing Leisure* 1, 77-89.
2. Kouthouris, Ch, (1998) "Delevering Service Ouality in the Greek Activity Holiday Market" Project in MSc Recreation Management, Loughborough University
3. Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1985): "A conseptual Model of Service Quality and Itw Implications for Future Research", *Journal of Marketing* 49 (fall), 41-50.
4. Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*. 64 (spring), 12-40.
5. Parasuraman, A, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. (1991). "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale" *Journal of Retailing*. 67(winter)