

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ
ΚΕΝΤΡΑ.**

**ΤΗΣ
ΜΠΕΤΑΒΑΤΖΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑΣ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΠΟΥ ΥΠΟΒΑΛΛΕΤΑΙ ΣΤΟ ΤΜΗΜΑ
ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ**

Επιβλέπων καθηγητής: ΚΟΥΘΟΥΡΗΣ ΧΑΡΗΣ

ΤΡΙΚΑΛΑ : ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 1999



..... / T

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000048134

ΠΑΡΑΛΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΣΤΟΥΝ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ
ΚΕΝΤΡΑ



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

M

Αριθ. Εισ.: 1830/1
Ημερ. Εισ.: 20-9-2000
Δωρεά:
Ταξιθετικός Κωδικός: ΠΤ - ΤΕΦΑΑ
1999
ΜΠΕ

AD

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ Ε
ΖΗΤΗΣΗ

Επιλέγονται κομμάτια: ΚΟΥΘΟΥΡΗΣ ΧΑΡΗΣ

ΕΠΙΛΗΨΗ: ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 1999

**ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ
ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ**



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</u>	4
<u>ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ</u>	
Εισαγωγή - σκοπός της εργασίας	5
Παροχή υπηρεσιών και ποιότητα	5
Παράγοντες που επηρεάζουν και καθορίζουν τις προσδοκίες των τουριστών –χιονοδρόμων	7
Ορισμός ποιότητας και η σημασία της	8
Ικανοποίηση πελατών και ποιότητα	9
Μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών	9
Βασικοί παράγοντες ποιότητας	10
<u>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ</u>	12
<u>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ</u>	14
Αναλυτικοί πίνακες με τα περιγραφικά στατιστικά των απαντήσεων	15
Κατηγοριοποίηση των παραγόντων ποιότητας	23
Διαφορές στην ποιότητα των υπηρεσιών μεταξύ των 4 χιονοδρομικών κέντρων	24
<u>ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</u>	26
<u>ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ</u>	29
<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	30
<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ</u>	
α) Γενικά στοιχεία για τα 4 χιονοδρομικά κέντρα (Βασιλίτσα, Παρνασσός, Σέλι ,3-5 πηγάδια.)	31
β) Δείγμα ερωτηματολογίου	35

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας αυτής ήταν να ορισθούν και στη συνέχεια να κατηγοριοποιηθούν οι παράγοντες που χαρακτηρίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα. Συνολικά 301 επισκέπτες χιονοδρόμοι από 4 διαφορετικά κέντρα (Βασιλιτσά, Παρνασσός, Σέλι, 3-5 Πηγάδια) συμπλήρωσαν ερωτηματολόγια που κατέγραψαν: α) τις προσδοκίες των πελατών – χιονοδρόμων για άριστη ποιοτική παροχή υπηρεσιών σε χιονοδρομικά κέντρα καθώς και το βαθμό σημαντικότητας έκαστου παράγοντα εξ' αυτών β) τα πιστεύω τους ως προς τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των υπηρεσιών που προσφέρει το χιονοδρομικό κέντρο που βρέθηκαν την ημέρα της έρευνας και που βαθμολόγησαν. Τα αποτελέσματα μετά από ανάλυση συχνοτήτων οδήγησαν στην ομαδοποίηση των παραγόντων ποιότητας οι οποίοι συγκρινόμενοι με τους αντίστοιχους παράγοντες του φημισμένου ερωτηματολογίου SERVQUAL (Parasuraman, 1998), βρέθηκε ότι έχουν αρκετές ομοιότητες. Ακολούθησε η τροποποίηση των ερωτήσεων για κάθε παράγοντα ποιότητας του πρωτότυπου ώστε να προσαρμοστεί στις ανάγκες της αγοράς των Ελληνικών Χιονοδρομικών Κέντρων. Η συνεισφορά της εργασίας αυτής στο χώρο των υπαιθρίων δραστηριοτήτων και υπηρεσιών αναψυχής, θεωρείται σημαντική διότι: α) επιχειρεί για πρώτη φορά την εφαρμογή του SERVQUAL στον χώρο των χιονοδρομικών κέντρων. β) βοηθά μελλοντικά στην πληρέστερη κάλυψη των ποιοτικών προσδοκιών και αναγκών των ελλήνων χιονοδρόμων. γ) ενημερώνει τις διοικήσεις των χιονοδρομικών κέντρων για τις επιθυμίες των πελατών τους, συμβάλλοντας έτσι στον περιορισμό παραλείψεων, στη βελτίωση του επιπέδου των υπηρεσιών και τελικά στην μελλοντική τους κερδοφορία.

ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Εισαγωγή - σκοπός της εργασίας

Επιλέξαμε το θέμα μας με την πεποίθηση ότι στον χώρο αγοράς της Αναψυχής, ο παράγων της ποιότητας αποτελεί νευραλγικό σημείο στην παροχή υπηρεσιών. Καθ' ότι λοιπόν, στη χώρα μας τώρα αναπτύσσεται η βιομηχανία της Αναψυχής, η παρακάτω έρευνα προσφέρει γνώση και ερεθίσματα για εφαρμογή όχι μόνο στα χιονοδρομικά κέντρα αλλά και σε οποιαδήποτε άλλη αγορά όπως γυμναστήρια, αθλητικά κέντρα κ.α.

Ο προγραμματισμός και ο έλεγχος παροχής ποιοτικών υπηρεσιών είναι ένα δύσκολο επιχείρημα για τη διοίκηση κάθε εταιρίας, αλλά καθοριστικό για το μέλλον της ειδικά στον ευμετάβλητο τομέα του Υπαίθριου Αναψυχικού Τουρισμού στην Ελλάδα. Έτσι η παρούσα εργασία σκοπό έχει να καταγράψει και να αξιολογήσει τους παράγοντες ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται στα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα και κατα συνέπεια να βοηθήσει στην ποιοτικότερη κάλυψη των αναγκών, των πελατών-χιονοδρόμων από τις διοικήσεις των κέντρων.

Παροχή υπηρεσιών και ποιότητα

Οι αθλητικές δραστηριότητες και οι δραστηριότητες αναψυχής τείνουν να γίνουν αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας. Οι λόγοι είναι κοινωνικοί, ψυχολογικοί, οικονομικοί όπως ο αυτοματισμός, η μονοτονία της εργασίας, η αστικοποίηση, η αύξηση του εισοδήματος, η υποκινητικότητα. Σαν αποτέλεσμα λοιπόν της έλλειψης φυσικής δραστηριότητας στους χώρους εργασίας και στο σπίτι και εξαιτίας της μείωσης του διαθέσιμου χώρου που είναι απαραίτητος για τις καθημερινές ανάγκες του πολίτη στην αστικοποιημένη κοινωνία, τα σπορ και οι φυσικές δραστηριότητες έχουν κερδίσει μία φυσική ελκυστικότητα. Μία παγκόσμια βιομηχανία Αναψυχής έχει αναδυθεί με πολλούς εξειδικευμένους κλάδους, η οποία φροντίζει για ένα καλά διαφημιζόμενο και διαρκώς επεκτεινόμενο κομμάτι της αγοράς.

Κυρίαρχο θέμα στην αγορά της Αναψυχής είναι πλέον, η απαίτηση των πελατών για υψηλότερη ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες. Η προσπάθεια κάλυψης των προσδοκιών του πελάτη, οδηγεί κάθε εταιρία στην καθιέρωση της «ποιότητας» ως αιχμή του δόρατός της στον ανταγωνισμό. (Bateson, 1992). Ακόμη το οικονομικό κόστος μιας εταιρίας να κρατήσει τον υπάρχοντα πελάτη, ικανοποιώντας τις ανάγκες του, είναι μικρότερο, από το κόστος για την εξεύρεση νέου αγοραστή των υπηρεσιών της. (Lovelock, 1988). Η ποιότητα είναι η αρχή της διατήρησης του πελατειακού δυναμικού κάθε εταιρίας

Στην εποχή μας όπως είναι ήδη γνωστό υπάρχει πληθώρα εταιριών που προσφέρουν σχεδόν τις ίδιες υπηρεσίες, συνεπώς ο ανταγωνισμός μεταξύ τους είναι μεγάλος. Για να επιβιώσει και να προβληθεί μία εταιρία ανάμεσα στις άλλες πρέπει να προσφέρει ποιότητα στις υπηρεσίες της. Η περίοδος που οι τουριστικές επιχειρήσεις, έπρεπε να προσφέρουν μόνο μεταφορά, στέγαση και τροφή έχει πλέον περάσει ανεπιστρεπτί. Οι διοικήσεις αυτών πρέπει να προσαρμόσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στις καινούργιες συνθήκες αγοράς. Συνεπακόλουθα και η μοντέρνα τεχνολογία έχει βοηθήσει σημαντικά στη δημιουργία ενός αθλητικού – αναψυχικού πεδίου για τον σύγχρονο και απαιτητικό τουρίστα.

Μέρος του φάσματος της Αναψυχής είναι και ο Χειμερινός Τουρισμός με κύριο εκπρόσωπο του τα ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα. Ετησίως συγκεντρώνουν πλήθος ελλήνων πελατών αλλά και αρκετών τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα και προσελκύονται από τη φυσική ομορφιά που προσφέρουν τα χιονοδρομικά της κέντρα. Ο σύγχρονος τουρίστας είναι περισσότερο κρητικός και απαιτητικός. Οι απαιτήσεις του επικεντρώνονται κυρίως στις προσφερόμενες διευκολύνσεις (facilities), πράγμα που πρέπει να προσέξουν ιδιαίτερα οι διοικήσεις. Όπως γνωρίζουμε, όλα τα χιον. κέντρα διαθέτουν -χιόνι, πίστες, αναβατήρες- στοιχεία που είναι απαραίτητα για τη λειτουργία τους. Από εκεί και πέρα όμως το καθένα προσπαθεί να προσφέρει εκείνες τις ιδιαίτερες υπηρεσίες, που θα προσελκύσουν όσο δυνατόν περισσότερους πελάτες και ιδιαίτερα τουρίστες. Οι ενέργειες αυτές στόχο έχουν να ανεβάσουν τον τουρισμό και κατά συνέπεια την οικονομία της χώρας μας. Γίνονται σημαντικές προσπάθειες από αρκετά ελληνικά χιονοδρομικά κέντρα να προσεγγίσουν σε οργάνωση και λειτουργία τα μεγάλα ξένα κέντρα που αποτελούν εστίες τουρισμού της κάθε χώρας (π.χ. Ελβετία, Αυστρία).

Πριν προχωρήσουμε σε περαιτέρω ανάλυση του όρου <ποιότητα> είναι σημαντικό: Να εξετάσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν και καθορίζουν τις προσδοκίες των τουριστών – χιονοδρόμων.

Παράγοντες που επηρεάζουν και καθορίζουν τις προσδοκίες των τουριστών – χιονοδρόμων

- | | |
|--|---|
| 1. ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ
(PAST EXPERIENCE) | <ul style="list-style-type: none">• Εμπειρίες από το ίδιο χιονοδρομικό κέντρο• Εμπειρίες από άλλα χιονοδρομικά κέντρα• Εμπειρίες από συναφή σπορ |
| 2. ΓΝΩΜΕΣ ΑΛΛΩΝ
(WORD OF MOUTH) | <ul style="list-style-type: none">• Γνώμες φίλων και γνωστών• Πίεση από τους γονείς και από άλλα σημαντικά πρόσωπα |
| 3. ΑΝΑΓΚΕΣ
(NEEDS) | <ul style="list-style-type: none">• Φυγή από την πόλη και τη καθημερινότητα• Άθληση• Κοινωνικές γνωριμίες• Υγεία και καλή φυσική κατάσταση• Σκι και Snowboard• Τουρισμός• Εμπειρίες |
| 4. ΜΕΣΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
(EXTERNAL COMMUNICATION) | <ul style="list-style-type: none">• Τηλεόραση / ραδιόφωνο• Έντυπα• Διαφημίσεις• Promotional events |

• Συμπερασματικά, οι παραπάνω παράγοντες αποτελούν τα βασικά κίνητρα για χιλιάδες τουρίστες - χιονοδρόμους που καταφεύγουν στα χειμερινά σπορ. Ο κύριος λόγος είναι να ξεφύγουν από τη καθημερινή ρουτίνα της πόλης. Κριτήρια για την επιλογή κάποιου χιονοδρομικού κέντρου είναι η τυχόν ευχάριστη εμπειρία που είχαν οι ίδιοι, οι γνώμες φίλων και γνωστών αλλά και η διαφήμιση που γίνεται γύρω απ' το όνομά του. Αυτούς τους παράγοντες πρέπει να λάβουν υπόψη τους οι διοικήσεις για εξασφαλίσουν ποιότητα στις υπηρεσίες τους και να προβάλλουν σωστά το κέντρο τους.

Ορισμός της ποιότητας και η σημασία της

Συνεπώς ως ποιότητα ορίζουμε τη συνεχή προσπάθεια για την κάλυψη των προσδοκιών των πελατών ενός οργανισμού ή εταιρίας. Η σημασία της ποιότητας στη σύγχρονη αγορά υπηρεσιών της Αναψυχής δημιουργήθηκε λόγω του ότι:

α) Υπάρχει πληθώρα ανταγωνιστών εταιριών που προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες. Για να μπορέσει η διοίκηση μιας τουριστικής επιχείρησης ή συγκεκριμένα ενός χιονοδρομικού κέντρου να διατηρήσει την επιχείρησή της ανταγωνιστική θα πρέπει να είναι σε θέση «να γνωρίζει» τους πελάτες της. Η γνώση των φάσεων απ' τις οποίες περνάει η αγοραστική διαδικασία απόφασης του πελάτη-χιονοδρόμου είναι η διαφορά στη ποιότητα. Η ποιότητα είναι υπεύθυνη για να διατηρηθεί μια επιχείρηση υπηρεσιών, στη σημερινή εποχή στην πρώτη γραμμή της επιχειρησιακής δράσης στο χώρο της.

β) Η συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής είναι προαιρετική.

Αυτός είναι ένας λόγος παραπάνω για να προσφέρουν οι εταιρίες ποιότητα στους πελάτες. Ο πελάτης αν δεν μείνει ικανοποιημένος απ' τις παρεχόμενες υπηρεσίες είναι σίγουρο ότι δεν θα ξαναέρθει, αλλά θα προτιμήσει κάποια άλλη εταιρία ή στην προκειμένη περίπτωση κάποιο άλλο χιονοδρομικό κέντρο. Το χειρότερο είναι ότι θα αποτρέψει και άλλους γνωστούς και φίλους του να επισκεφτούν το συγκεκριμένο κέντρο. Αυτό βέβαια είναι πολύ επιζήμιο για το ίδιο, γιατί εκτός του ότι θα χάνει συνεχώς τους πελάτες του, θα χαλάσει και το όνομα και τη φήμη του.

γ) Οι προσφερόμενες υπηρεσίες κοστίζουν.

Ο επισκέπτης – χιονοδρόμος όταν αποφασίζει να επισκεφτεί ένα χιονοδρομικό κέντρο είναι πρόθυμος να ξοδέψει κάποια χρήματα για την αναψυχή του. Γι' αυτό το λόγο απαιτεί να τηρούνται όλες οι απαραίτητες προδιαγραφές που θα του εξασφαλίσουν μία ευχάριστη και διαφορετική ημέρα. Έχει λοιπόν την απαίτηση να υπάρχει πληθώρα



αναβατήρων για τη καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση του. Επίσης είναι απαραίτητο να λειτουργούν σωστά και να είναι καλά συντηρημένοι. Όταν νοικιάζει εξοπλισμό, απαιτεί τα χιονοπέδιλα να είναι σχετικά καινούργια και να του παρέχουν την απαιτούμενη ασφάλεια. Πέρα από τις βασικές υπηρεσίες, η απαίτηση για υψηλότερη ποιότητα κυριαρχεί στο χώρο της αναψυχής. Ερεθίσματα στους πελάτες θα δοθούν μέσα από καινούργιες εγκαταστάσεις και δραστηριότητες, με αναβάθμιση της ποιότητας της προσφερόμενης στέγασης και των τεχνολογικών μηχανημάτων. Γενικά ο επισκέπτης – χιονοδρόμος πρέπει να μείνει ικανοποιημένος απ' τις παρεχόμενες υπηρεσίες του κέντρου που επέλεξε για την αναψυχή του και να νιώθει την ανάγκη να το ξαναεπισκεφτεί. Έτσι η διοίκηση του κέντρου θα καταφέρει να έχει ευχαριστημένους πελάτες άρα και μελλοντική κερδοφορία.

Ικανοποίηση των πελατών και ποιότητα

Γίνεται μια διάκριση μεταξύ της ικανοποίησης των πελατών (**customer satisfaction**) και της ποιότητας. Η ικανοποίηση είναι το αποτέλεσμα της αξιολόγησης που κάνει ο πελάτης πάνω σε κάθε συγκεκριμένη, επιτυχή διεκπεραίωση. Ποιότητα είναι πιο γενική έννοια, προκύπτει από τη περιεκτική αξιολόγηση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Οι πελάτες αξιολογούν τις υπηρεσίες, συγκρίνοντας τις προσφερόμενες υπηρεσίες με τις πραγματικές τους προσδοκίες. Εάν οι προσφερόμενες υπηρεσίες είναι στο ίδιο επίπεδο ή υπερτερούν από τις προσδοκώμενες υπηρεσίες, τότε είναι ικανοποιημένοι. Αντίθετα ο πελάτης θα δυσαρεστηθεί εάν οι προσφερόμενες υπηρεσίες είναι σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από αυτές που πραγματικά θα ήθελαν να είναι.

Μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών

Η πιο καλή μέθοδος μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών είναι το ερωτηματολόγιο SERQUAL το οποίο συνέταξε ο Parasuraman (1988) όπου η ποιότητα προσδιορίζεται ως η διαφορά μεταξύ των προσδοκιών που έχει ο πελάτης για τις παρεχόμενες υπηρεσίες και την αντίληψη που διαμορφώνει από τη πραγματική εκτέλεση. Ο Parasuraman, ο Zeithaml, ο Berry (1984, 1985, 1986, 1988) και ο Zeithaml (1990, 1991) συνέθεσαν μία σειρά από εμπειρικές μελέτες για να προσδιορίσουν τους παράγοντες ποιότητας που θεωρούν σημαντικοί οι πελάτες στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Ένα τεστ από 97 ζεύγη ερωτήσεων, προσδοκιών και απόψεων πάνω στην ποιότητα υπηρεσιών αναλύθηκαν εκτενέστερα μέσω πολύπλοκων αναλύσεων (multivariate analysis). Τα αποτελέσματα παρουσίασαν 10 βασικούς παράγοντες ποιότητας. Αυτοί ήταν: η εμφάνιση (tangibility), η αξιοπιστία (reliability), η ανταπόκριση (responsiveness), η επικοινωνία (communication), η πιστότητα (credibility), η ασφάλεια (security), η ικανότητα (competence), η αβροφροσύνη (courtesy), η κατανόηση, (understanding / knowing costumers), η πρόσβαση (access). Ύστερα από κάποιες περαιτέρω μελέτες και αναλύσεις που έγιναν το SERVQUAL μειώθηκε σε 22 ζεύγη ερωτήσεων, τα αποτελέσματα των οποίων ομαδοποιούνται σε 5 βασικούς παράγοντες ποιότητας.

Βασικοί παράγοντες ποιότητας

Αυτοί είναι: η εμφάνιση (tangibles), η αξιοπιστία (reliability), η ανταπόκριση (responsiveness), η ασφάλεια (assurance) και η φροντίδα (embathy).

Με τον όρο **εμφάνιση (tangibles)**, εννοούμε το τρόπο με τον οποίο παρουσιάζεται μία επιχείρηση ή συγκεκριμένα ένα χιονοδρομικό κέντρο, την εξωτερική του εικόνα. Αυτά είναι η ποιότητα του εξοπλισμού, η εμφάνιση του προσωπικού, η ποιότητα του τεχνολογικού μηχανισμού, η σχεδίαση των προγραμμάτων, η ώρες λειτουργίας της επιχείρησης, η ύπαρξη και η ποιότητα της προσφερόμενης στέγασης και σίτισης κλπ. Γενικά, είναι όλα αυτά τα που μπορεί να δει ο πελάτης (**χειροπιαστά**) ακόμη και τις φωτεινές επιγραφές και τις πινακίδες σήμανσης κατά την επίσκεψή του στον αντίστοιχο χώρο.

Η αξιοπιστία (reliability) είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες ποιότητας που καθορίζει το βαθμό ικανοποίησης των πελατών (customer satisfaction). Η επιχείρηση βεβαιώνει ότι δεν θα υπάρξουν «δυσάρεστες εκπλήξεις» και πραγματοποιεί όλα όσα υπόσχεται απ' τη πρώτη στιγμή. Οι πελάτες προσδοκούν οι παρεχόμενες βασικές υπηρεσίες να αξίζουν τα λεφτά που ξόδεψαν. Π.χ. για να είναι συγκεκριμένα ένα χιονοδρομικό κέντρο αξιόπιστο πρέπει η διοίκηση να καθορίζει με σαφήνεια το ωράριο λειτουργίας, το περιεχόμενο του προγράμματος και να παρέχει στους πελάτες της ενημερωτικά φυλλάδια με τους κανονισμούς και τις ακριβείς λεπτομέρειες λειτουργίας του κέντρου. Επίσης πολύ σημαντικό είναι να δίνονται σωστές πληροφορίες απ' το τηλέφωνο τόσο για το ωράριο λειτουργίας όσο και για τις καιρικές συνθήκες που

επικρατούν και γενικά για ότι άλλο θελήσει να μάθει ο πελάτης. Οι πληροφορίες που δίνονται απ' το τηλέφωνο και τα ενημερωτικά φυλλάδια πρέπει να αντιπροσωπεύουν την πραγματικότητα και να μην αλλάζουν συνεχώς. Η αξιοπιστία άλλωστε των παρεχόμενων υπηρεσιών κρίνεται, απ' τους πελάτες και είναι αυτή που περιγράφει το υπηρεσιακό αποτέλεσμα (service outcome).

Φροντίδα (empathy) είναι η προσοχή και η κατανόηση που δείχνει το προσωπικό στα ιδιαίτερα προβλήματα και στις απαιτήσεις των πελατών τους. Είναι βασικό χρέος για μια επιχείρηση να διαθέτει στελέχη άξια, ευρηματικά, που συμμαρίζονται τα προβλήματα των πελατών τους και είναι πρόθυμα να βρουν μια λύση. Γενικά το προσωπικό πρέπει να είναι «κοντά» στους πελάτες και να έχει τη διάθεση να τους εξυπηρετήσει όποτε αυτό είναι αναγκαίο. Άλλωστε αυτός ο παράγοντας έχει μεγάλη σημασία γιατί οι πελάτες κρίνουν και εκτιμούν ιδιαίτερα τέτοιες κινήσεις. Την παραμικρή αδιαφορία που θα εντοπίσει ο πελάτες στη συμπεριφορά του συνοδού ίσως έχει αρνητικά αποτελέσματα για την επιχείρηση που κινδυνεύει να χαλάσει την «εικόνα» της.

Η **ασφάλεια (assurance)** αποτελεί πολύ βασικό παράγοντα ποιότητας στις παρεχόμενες υπηρεσίες μιας επιχείρησης γιατί έχει να κάνει με τη σωματική ακεραιότητα και υγεία των πελατών και αυτό αποτελεί μεγάλη ευθύνη. Η επιχείρηση πρέπει να λαμβάνει μέτρα και να είναι πάντα σε ετοιμότητα για έκτατα περιστατικά κατά τη διάρκεια της δράσης. Οι πελάτες θέλουν κατά τη διάρκεια της δραστηριότητας να νιώθουν ότι η σωματική τους ακεραιότητα και η υγεία τους βρίσκεται σε σίγουρα και ασφαλή χέρια. Αυτό σημαίνει ότι μια επιχείρηση όπως είναι τα χιονοδρομικά κέντρα πρέπει να διαθέτει ικανούς και επαρκώς καταρτισμένους δασκάλους σκι. Επίσης να παρέχουν ασφάλεια στις πίστες, και να υπάρχει οπωσδήποτε στο κέντρο γιατρός και ασθενοφόρο.

Πολύ σημαντικός παράγοντας ικανοποίησης των πελατών είναι η **ανταπόκριση (responsiveness)** δηλαδή η προθυμία και η διάθεση των συνοδών να προσφέρουν στους πελάτες. Το προσωπικό πρέπει να δείχνει ενδιαφέρον, να βρίσκεται κοντά στους πελάτες και να τους δίνει οδηγίες, σε δύσκολες περιπτώσεις χωρίς πάντα αυτοί να τη ζητήσουν. Χρειάζεται να είναι ευγενικοί και φιλικοί, έτοιμοι να ζητήσουν συγνώμη αν κάτι στις παρεχόμενες υπηρεσίες πάει στραβά και αντίθετα με τις προσδοκίες



ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για την καταγραφή και την αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών βασιστήκαμε α) στο γνωστό SERVQUAL (Parasuraman, 1989), β) σε γνώμες και εμπειρίες επαγγελματιών του χώρου.

Αρχικά προηγήθηκε πιλοτική εργασία για τον εντοπισμό παραγόντων ποιότητας με δείγμα χιονοδρόμους. Οι πελάτες συμπλήρωσαν ένα αρχικό ερωτηματολόγιο πιλότο το οποίο μοιράστηκε σε 4 χιονοδρομικά κέντρα, τη Βασιλίτσα, τον Παρνασσό, το Σέλι και τα τρία – πέντε πηγάδια. Στη συνέχεια όμως οδηγηθήκαμε στη κατασκευή ενός νέου ερωτηματολογίου που ήταν μία τροποποιημένη φόρμα του SERVQUAL. Το νέο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε για τη καταγραφή και αξιολόγηση:

α) Των «πιστεύω» των χιονοδρόμων έναντι της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

β) Της καταγραφής των θετικών και αρνητικών υπηρεσιών έκαστου χιονοδρομικού κέντρου.

- Αναλυτικότερα, κατασκευάστηκε μια λίστα με ορισμένους παράγοντες ποιότητας που θεωρήσαμε εμείς σημαντικούς για τη σωστή λειτουργία οποιουδήποτε χιονοδρομικού κέντρου. Ζητήθηκε λοιπόν απ' τους χιονοδρόμους να αξιολογήσουν σε πενταβάθμια κλίμακα LIKERT, το βαθμό σημαντικότητας του καθενός. Σκοπός αυτής της αξιολόγησης είναι να εντοπίσουμε ποιους παράγοντες θεωρούν σημαντικούς οι χιονοδρόμοι και στη συνέχεια να τους κατηγοριοποιήσουμε με ποσοστιαία προσέγγιση σε σειρά σημαντικότητας.

- Μετά την ανάλυση της σημαντικότητας των προτεινόμενων παραγόντων κατασκευάστηκε το τελικό ερωτηματολόγιο που περιείχε 20 μεταβλητές σε πενταβάθμια κλίμακα LIKERT. Η εσωτερική συνοχή του ερωτηματολογίου ήταν ικανοποιητική.

(Cronbach, $\alpha = 0,85$)

- Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε 1000 περίπου άτομα με βαθμό ανταπόκρισης 30%
- Η έρευνα διήρκεσε 2 μήνες κατά τη διάρκεια του χειμώνα 1999.
- Τελικά συνελέγησαν 301 ερωτηματολόγια.

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου ζητήθηκε στους επισκέπτες χιονοδρόμους να καταγράψουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του συγκεκριμένου χιονοδρομικού κέντρου που είχαν επιλέξει για την αναψυχή τους. Επίσης θεωρήσαμε σημαντικό να συμπληρώσουν κάποια δημογραφικά τους στοιχεία όπως το φύλο, την ηλικία εάν έχουν προηγούμενες εμπειρίες και εάν προτιμούν το σκι ή το Snowboard. Κι' αυτό γιατί οι παράγοντες ποιότητας διαμορφώνονται σύμφωνα με την ομάδα στόχο (target group). Επιχειρείται δηλαδή τμηματοποίηση της αγοράς και καθορίζονται οι ομάδες των πελατών με σκοπό να διευκολυνθεί η διοίκηση κάθε επιχείρησης στο να μάθει τις ιδιαίτερες προσδοκίες κάθε ομάδας και να τις ικανοποιήσει όσο γίνεται καλύτερα. Είναι σημαντικό γι' αυτήν να γνωρίζει τις διαφορές στις ποιοτικές προσδοκίες μεταξύ άντρα – γυναίκας, νέου – μεσήλικα, έμπειρου – αρχάριου. Άλλωστε, διαφορετικά πράγματα επιζητά ένας νέος 15-20 ετών κατά την επίσκεψή τους σ' ένα κέντρο αναψυχής ή συγκεκριμένα σ' ένα χιονοδρομικό κέντρο και άλλα ένας μεσήλικας 45 ετών.

Σημ.: δείγμα του ερωτηματολογίου απεικονίζεται στα παραρτήματα της εργασίας (σελ.35).

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

⇒ Αναλυτικά επεστράφησαν:

Από το χιονοδρομικό κέντρο Βασιλίτσας 70 ερωτηματολόγια.

Από το χιονοδρομικό κέντρο Παρνασσού 80 ερωτηματολόγια.

Από το χιονοδρομικό κέντρο Σελίου 71 ερωτηματολόγια.

Από το χιονοδρομικό κέντρο 3-5 πηγαδιών 80 ερωτηματολόγια.

• Ύστερα από ανάλυση των συχνοτήτων τα αποτελέσματα έδειξαν ότι απ' τους ερωτηθέντες χιονοδρόμους το 58% ήταν άντρες και το 42% γυναίκες. Όπως φαίνεται στους πίνακες:

- ένα ποσοστό 20% είναι μικρότεροι των 20 ετών
- // // 50% είναι στην ηλικία των 20-29 ετών
- // // 20% // // // 30-45 ετών
- // // 10% // // // 50 ετών και πάνω

• Επίσης γίνεται ένας επιπλέον διαχωρισμός των πελατών σε αυτούς που κάνουν σκι – Snowboard και σε εκείνους που είναι απλοί επισκέπτες. Απ' τους ερωτηθέντες λοιπόν:

- ένα ποσοστό 55% είναι χιονοδρόμοι
- // // 35% είναι snowboarders
- // // 10% είναι απλοί επισκέπτες, που έρχονται στο χιονοδρομικό κέντρο για κάποιον άλλο λόγο και όχι για να κάνουν σκι .

• Τέλος οι έμπειροι χιονοδρόμοι είναι:
ένα ποσοστό 72%, ενώ το υπόλοιπο 28% δεν είχαν προηγούμενες εμπειρίες.

⇒ Οι παρακάτω πίνακες δείχνουν περιγραφικά στατιστικά στις απαντήσεις των χιονοδρόμων στο κάθε παράγοντα ποιότητας ξεχωριστά. (βλέπε σελ 27, ερωτηματολόγ.)

Frequency Table

Οδικό δίκτυο

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	127	42,1	42,2	42,2
	Poly	98	32,5	32,6	74,8
	Adiaforo	30	9,9	10,0	84,7
	Ligo	36	11,9	12,0	96,7
	Katholou	10	3,3	3,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Πίστες (αριθμός & ποικιλία)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	105	34,8	34,9	34,9
	Poly	153	50,7	50,8	85,7
	Adiaforo	15	5,0	5,0	90,7
	Ligo	25	8,3	8,3	99,0
	Katholou	3	1,0	1,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ασφάλεια

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	173	57,3	57,5	57,5
	Poly	94	31,1	31,2	88,7
	Adiaforo	12	4,0	4,0	92,7
	Ligo	12	4,0	4,0	96,7
	Katholou	10	3,3	3,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ανταπόκριση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	107	35,4	35,5	35,5
	Poly	105	34,8	34,9	70,4
	Adiaforo	47	15,6	15,6	86,0
	Ligo	31	10,3	10,3	96,3
	Katholou	11	3,6	3,7	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Οργάνωση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	107	35,4	35,5	35,5
	Poly	76	25,2	25,2	60,8
	Adiaforo	73	24,2	24,3	85,0
	Ligo	29	9,6	9,6	94,7
	Katholou	16	5,3	5,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Τιμές

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	141	46,7	46,8	46,8
	Poly	103	34,1	34,2	81,1
	Adiaforo	17	5,6	5,6	86,7
	Ligo	31	10,3	10,3	97,0
	Katholou	9	3,0	3,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Πληροφόρηση

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	117	38,7	38,9	38,9
	Poly	107	35,4	35,5	74,4
	Adiaforo	44	14,6	14,6	89,0
	Ligo	24	7,9	8,0	97,0
	Katholou	9	3,0	3,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Κτιριακές εγκαταστάσεις

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	151	50,0	50,2	50,2
	Poly	84	27,8	27,9	78,1
	Adiaforo	28	9,3	9,3	87,4
	Ligo	25	8,3	8,3	95,7
	Katholou	13	4,3	4,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Φιλική συμπεριφορά

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	117	38,7	38,9	38,9
	Poly	115	38,1	38,2	77,1
	Adiaforo	30	9,9	10,0	87,0
	Ligo	27	8,9	9,0	96,0
	Katholou	12	4,0	4,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ιατρική περίθαλψη

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	219	72,5	72,8	72,8
	Poly	50	16,6	16,6	89,4
	Adiaforo	7	2,3	2,3	91,7
	Ligo	15	5,0	5,0	96,7
	Katholou	10	3,3	3,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ικανοποίηση παραπόνων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	36	11,9	12,0	12,0
	Poly	119	39,4	39,5	51,5
	Adiaforo	71	23,5	23,6	75,1
	Ligo	59	19,5	19,6	94,7
	Katholou	16	5,3	5,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Αριθμός αναβατήρων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	119	39,4	39,5	39,5
	Poly	120	39,7	39,9	79,4
	Adiaforo	13	4,3	4,3	83,7
	Ligo	42	13,9	14,0	97,7
	Katholou	7	2,3	2,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Αποδοτικότητα χιονοστρωτήρων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	124	41,7	41,2	41,2
	Poly	120	39,7	39,9	81,1
	Adiaforo	19	6,3	6,3	87,4
	Ligo	31	10,3	10,3	97,7
	Katholou	7	2,3	2,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Επαγγελματικότητα δασκάλων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	144	47,7	47,8	47,8
	Poly	73	24,2	24,3	72,1
	Adiaforo	50	16,6	16,6	88,7
	Ligo	16	5,3	5,3	94,0
	Katholou	18	6,0	6,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ευχάριστη ατμόσφαιρα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	116	38,4	38,5	38,5
	Poly	119	39,4	39,5	78,1
	Adiaforo	34	11,3	11,3	89,4
	Ligo	23	7,6	7,6	97,0
	Katholou	9	3,0	3,0	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Εξειδίκευση προσωπικού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	105	34,8	34,9	34,9
	Poly	103	34,1	34,2	69,1
	Adiaforo	48	15,9	15,9	85,0
	Ligo	35	11,6	11,6	96,7
	Katholou	10	3,3	3,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Φυσικό περιβάλλον

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	167	55,3	55,5	55,5
	Poly	94	31,1	31,2	86,7
	Adiaforo	15	5,0	5,0	91,7
	Ligo	21	7,0	7,0	98,7
	Katholou	4	1,3	1,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Διοργάνωση αγώνων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	52	17,2	17,3	17,3
	Poly	102	33,8	33,9	51,2
	Adiaforo	86	28,5	28,6	79,7
	Ligo	51	16,9	16,9	96,7
	Katholou	10	3,3	3,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ποιότητα & ποσότητα χιονιού

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	204	67,5	67,8	67,8
	Poly	67	22,2	22,3	90,0
	Adiaforo	14	4,6	4,7	94,7
	Ligo	12	4,0	4,0	98,7
	Katholou	4	1,3	1,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Νυχτερινή ζωή

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Para Poly	56	18,5	18,6	18,6
	Poly	108	35,8	35,9	54,5
	Adiaforo	63	20,9	20,9	75,4
	Ligo	58	19,2	19,3	94,7
	Katholou	16	5,3	5,3	100,0
	Total	301	99,7	100,0	
Missing	System	1	,3		
Total		302	100,0		

Ο ακόλουθος πίνακας δείχνει συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα που βγήκαν ύστερα από περιγραφική στατιστική ανάλυση των απαντήσεων και παρουσιάζει το μέσο όρο και τη τυπική απόκλιση ξεχωριστά του κάθε παράγοντα.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SNOW	301	1,00	5,00	1,4884	,8626
Doctor	301	1,00	5,00	1,4950	,9987
Assurance	301	1,00	5,00	1,6445	,9746
Nature	301	1,00	5,00	1,6744	,9488
Price	301	1,00	5,00	1,8837	1,0938
WC	301	1,00	5,00	1,8870	1,1433
Slopes	301	1,00	5,00	1,8970	,9015
Ratrak	301	1,00	5,00	1,9269	1,0463
Atmosphere	301	1,00	5,00	1,9701	1,0372
Teachers	301	1,00	5,00	1,9734	1,1829
Lifts	301	1,00	5,00	1,9967	1,1000
Inform	301	1,00	5,00	2,0066	1,0614
Friendly	301	1,00	5,00	2,0100	1,1000
Road	301	1,00	5,00	2,0166	1,1415
Empathy	301	1,00	5,00	2,1163	1,1149
Staff	301	1,00	5,00	2,1429	1,1208
Organize	301	1,00	5,00	2,2392	1,1871
Games	301	1,00	5,00	2,5515	1,0653
NIGHT	301	1,00	5,00	2,5681	1,1516
Complains	301	1,00	5,00	2,6678	1,0844
Valid (listwise)	301				

Κατηγοριοποίηση των παραγόντων ποιότητας

Η περιγραφική στατιστική ανάλυση των απαντήσεων κατηγοριοποιούσε τους παράγοντες ποιότητας σε 5 ομάδες με την ακόλουθη σειρά σημαντικότητας για κάθε παράγοντα:

- A. Κατηγορία** ποσοστό **89,7%** θεωρεί πιο σημαντικό παράγοντα ποιότητας την ποσότητα και τη ποιότητα του χιονιού
ποσοστό **89,1%** την Ιατρική Περίθαλψη
86,4% το Φυσικό Περιβάλλον
- B. Κατηγορία** ποσοστό **85,5%** ο Αριθμός και ποικιλία πιστών
80,8% η προσιτότητα στις τιμές
77,8% η ύπαρξη κτιριακών εγκαταστάσεων
- Γ. Κατηγορία** ποσοστό **80,8%** θεωρεί σημαντική την αποδοτική εργασία των χιονοστροωτήρων
79,1% τον αριθμό και την κατάσταση των αναβατήρων
77,8% τη γενική εμφάνιση του Χ.Κ.
- Δ. Κατηγορία** ποσοστό **76,8%** θεωρεί σημαντική τη φιλική συμπεριφορά του προσωπικού
74,1% την ακριβή πληροφόρηση
74,1% την κατάσταση του οδικού δικτύου και την ύπαρξη πάρκινγκ
71,9% την επαγγελματικότητα των δασκάλων
60,6% την γενική οργάνωση του Χ.Κ.
- Ε. Κατηγορία** ποσοστό **54,3%** θεωρεί σημαντική τη νυχτερινή ζωή στο κέντρο
51,3% θεωρεί σημαντική την ανταπόκριση στα παράπονα των πελατών
50 % τη διοργάνωση αγώνων

Διαφορές στην Ποιότητα των Υπηρεσιών μεταξύ των 4 χιονοδρομικών κέντρων

⇒ Όπως είδαμε το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τις απαντήσεις των ερωτηθέντων για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα έκαστου χιονοδρομικού κέντρου. Μέσα λοιπόν απ' τις απαντήσεις εντοπίσαμε και καταγράψαμε τις διαφορές στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρει το καθένα

* Εδώ θα δούμε αναλυτικά τα αποτελέσματα που βγήκαν ύστερα από ανάλυση των συχνοτήτων στις απαντήσεις των χιονοδρόμων. Η ακόλουθη λίστα παρουσιάζει τα 3 σημαντικότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της **ΒΑΣΙΛΙΤΣΑΣ** σύμφωνα με τις απόψεις τους.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Το φυσικό περιβάλλον
2. Ο αριθμός και η ποικιλία πιστών
3. Η ποσότητα και η ποιότητα του χιονιού

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Η κατάσταση του οδικού δικτύου
2. Η έλλειψη χώρων διασκέδασης μέσα στο Χ.Κ
3. Η έλλειψη γιατρού και ασθενοφόρου

* Ακολουθεί μια λίστα με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του **ΠΑΡΝΑΣΣΟΥ** σύμφωνα με τις απαντήσεις των χιονοδρόμων.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Ο αριθμός και η ποικιλία πιστών
2. Ο μεγάλος αριθμός αναβατήρων
3. Διοργάνωση αγώνων και άλλων εκδηλώσεων

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Πολυκοσμία στις πίστες και γενικά στο κέντρο
2. Η ακριβή κοστολόγηση των υπηρεσιών
3. Το Φυσικό περιβάλλον



* Παρακάτω βλέπουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του ΣΕΛΙΟΥ σύμφωνα με τους επισκέπτες χιονοδρόμους.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Η κατάσταση οδικού δικτύου
2. Το φυσικό Περιβάλλον
3. Πίστες, ιδανικές για οικογένειες και αρχαρίους

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Οι μη επαρκής εγκαταστάσεις
2. Ο μη επαρκής αριθμός αναβατήρων
3. Η γενική οργάνωση του Χ.Κ.

* Τέλος ο ακόλουθος πίνακας παρουσιάζει τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των 3-5 ΠΗΓΑΔΙΩΝ σύμφωνα με τις απαντήσεις των χιονοδρόμων.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Το φυσικό Περιβάλλον
2. Υψηλός βαθμός δυσκολίας στις πίστες κατάλληλες και για snowboarders
3. Καλή οργάνωση Χ.Κ/ εξειδικευμένο και φιλικό προσωπικό/ επαρκείς εγκαταστάσεις

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Ο μη επαρκής αριθμός αναβατήρων
2. Έλλειψη σε πίστες αρχαρίων και μετρίου βαθμού δυσκολίας
3. Κατάσταση του οδικού δικτύου.

3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εφαρμογή του SERVQUAL στην αγορά της αναψυχής απεδείχθη ένα χρήσιμο εργαλείο, για τη διαχείριση, εκτίμηση και έλεγχο της προσφερόμενης ποιότητας των υπηρεσιών.

⇒ Η διοίκηση συγκεκριμένα ενός Χ.Κ. για να εξασφαλίσει ποιότητα στις παρεχόμενες υπηρεσίες της και για να φτάσει στο επιθυμητό επίπεδο ικανοποίησης των πελατών (customer satisfaction) πρέπει πρώτα να γνωρίσει τους πελάτες της και να μάθει τις πραγματικές τους προσδοκίες. Η διοίκηση λοιπόν οφείλει να μάθει τι θέλει ο πελάτης. Η πρόκληση άλλωστε, είναι στο να μελετάμε τους πελάτες μας, να τους ακούμε, να τους παρατηρούμε, και μετά να προσπαθούμε να τους καταλάβουμε. Ταυτόχρονα όμως πρέπει να είναι ανοιχτή σε νέες ιδέες και έτοιμη να πάρει ρίσκα. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν προνόμια για την επιχείρηση που μπαίνει δυναμικά στο πεδίο του ανταγωνισμού.

⇒ Οι παράγοντες ποιότητας διαφοροποιούνται σύμφωνα με την ομάδα στόχο (target group), που διαμορφώνεται από την ηλικία, το φύλο την οικονομική κατάσταση τις εμπειρίες και τις ικανότητες των πελατών – χιονοδρόμων. Συγκεκριμένα ύστερα από μία συγκριτική μελέτη στις απαντήσεις των ερωτηθέντων βγάλαμε τα εξής συμπεράσματα:

- Οι νέοι κατά την επίσκεψη τους σε ένα χιονοδρομικό κέντρο, επιζητούν δύσκολες και αρκετά επικίνδυνες πίστες, κι' αυτό γιατί έχουν καλύτερη φυσική κατάσταση και πιο ανεπτυγμένη την αίσθηση του κινδύνου απ' τους μεσήλικες. Επίσης τους αρέσει η δυνατή μουσική, η ύπαρξη χώρων αναψυχής (π.χ μπαρ, καφετέρια) και γενικά η νυχτερινή ζωή. Η διασκέδαση, η επαφή με το κόσμο, οι καινούργιες γνωριμιές , η συμμετοχή σε αγώνες και «extreme» καταστάσεις είναι στοιχεία που προσελκύουν τους νέους στα χιονοδρομικά κέντρα.
- Η φυγή από τη πόλη, τη μονοτονία της εργασίας και η επαφή με το φυσικό περιβάλλον είναι βασικά κίνητρα της επίσκεψης των μεσήλικων στα χιονοδρομικά κέντρα. Τους αρέσει να υπάρχει ποικιλία πιστών και δίνουν μεγάλη σημασία στη παρεχόμενη ασφάλεια. Τους χώρους αυτούς άλλωστε επισκέπτονται οικογένειες, γι' αυτό οι γονείς θέλουν να διαθέτει το κέντρο πίστες αρχαρίων, πίστες για παιδιά και babylift. Επιζητούν χώρους ξεκούρασης, χωρίς δυνατή μουσική, φασαρία και

πολυκοσμία Τέλος οι επαρκής εγκαταστάσεις, οι όμορφοι και καθαροί χώροι για διαμονή και διατροφή, είναι από τις βασικές τους απαιτήσεις.

Τέλος γίνεται ένας διαχωρισμός των χιονοδρόμων σε έμπειρους και αρχάριους.

- Οι **έμπειροι** επιζητούν ποικίλες, δύσκολες πίστες, καθώς και συμμετοχή σε αγώνες. Δίνουν μεγάλη σημασία στην αξιοπιστία και τη προθυμία του προσωπικού και γενικά στις προδιαγραφές των υπηρεσιών τους.
- Οι **αρχάριοι** επιζητούν πιο εύκολες πίστες, γενικά το «fun» και τη πολυκοσμία.

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

- Βασικό προτέρημα της **Βασιλίτσας** είναι το πανέμορφο φυσικό περιβάλλον, η ποικιλία πιστών και η ποιότητα του χιονιού. Θεώρεται το λίκνο του snowboard στη χώρα μας. Το σημείο που πρέπει να προσέξει ιδιαίτερα η διοίκηση του κέντρου, είναι η κατάσταση του οδικού δικτύου. Βασικό μέλημα της πρέπει να είναι η βελτίωση της σήμανσης και ο συχνός καθαρισμός του οδοστρώματος από το χιόνι. Εξίσου σημαντικό στοιχείο είναι η ύπαρξη γιατρού και ασθενοφόρου καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας του κέντρου. Το ιατρικό προσωπικό πρέπει να βρίσκεται πάντα παρόν και σε ετοιμότητα για έκτακτες καταστάσεις. Τέλος η Βασιλίτσα υστερεί και σε χώρους διασκέδασης, παράγοντας για τον οποίο πρέπει να φροντίσει η διεύθυνση.
- 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 snowboarders. Συγκεκριμένα η πίστα 'Φίλιππος' και η πίστα 10χλμ. είναι εγκεκριμένες για διεθνείς αγώνες, γι' αυτό και η Εθνική μας ομάδα κάνει εκεί τις προπονήσεις της. Επίσης περιλαμβάνει επαρκής εγκαταστάσεις με καταφύγια, ξενώνες, γυμναστήριο, πισίνα, σάουνα και εστιατόριο καθώς και μηχάνημα τεχνητής χιόνωσης. 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.

4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

- Η εργασία μπορεί να επεκταθεί σε μεγαλύτερο δείγμα χιονοδρόμων για πλέον ακριβή αποτελέσματα καθώς και σε όλα τα χιονοδρομικά κέντρα.
- Πρέπει να καθορισθούν οι ομάδες πελατών (τμηματοποίηση της αγοράς), σύμφωνα με : την ηλικία τους την οικονομική κατάσταση τους, την εμπειρία τους στο βουνό και τις προσωπικές τους προσδοκίες , ώστε να καθορισθούν οι παράγοντες ποιότητας για κάθε μία ομάδα ξεχωριστά.
- Να ερωτηθούν οι διοικήσεις των χιονοδρομικών κέντρων εάν γνωρίζουν (και από που?)τις προσδοκίες των πελατών τους και εάν στην συνέχεια ενδιαφέρονται να τις καλύψουν.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

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



α) Γενικά στοιχεία για τα 4 χιονοδρομικά κέντρα

ΒΑΣΙΛΙΤΣΑ

Βρίσκεται στην Κεντροδυτική Μακεδονία

Το βουνό ονομάζεται Βασιλίτσα

Η τοποθεσία είναι το Διάσελο Βασιλίτσας

Έχει υψόμετρο 1.750μ.

Ο αριθμός των πιστών και η υψομετρική

διαφορά καταβάσεων: έχει συνολικά 3 πίστες,

δύο των 1.100μ. και 1 των 350 μ. Επιπλέον έχει μια πίστα αντοχής των 5 χλμ. Τέλος

υπάρχουν 2 συρόμενοι αναβατήρες. Ο ένας έχει μήκος 1.100 μ. με υψηλότερη διαφορά

260μ. και ο άλλος έχει μήκος 350 μ. Πρόσφατα προστέθηκαν δύο εναέριοι , ο διθέσιος

έχει μήκος 930 μ, και 970μ. ο τριθέσιος , με δυνατότητα μεταφοράς και οι δύο μαζί

2.500 ατόμων την ώρα. Κάθε Παρασκευή και Σάββατο βράδυ η κεντρική πίστα του

κέντρου φωτίζεται (η μοναδική στην Ελλάδα) εφόσον το επιτρέπει ο καιρός ,

προσφέροντας ένα μοναδικό θέαμα και μια μοναδική ευκαιρία στους φίλους του σκι και

του snowboard.

Σημείωση : λειτουργεί και σχολή σκι και ενοικιάσεις σκι, σαλέ, φαγητού και ύπνου.

Προσπέλαση : απ' τα Γρεβενά 45 χλμ. (30 χλμ. άσφαλτος και 15 χλμ. χαλικόδρομος).



ΠΑΡΝΑΣΣΟΣ

Βρίσκεται στη Θεσσαλία

Το βουνό ονομάζεται Παρνασσός

Η τοποθεσία είναι τα Κελλάρια – Φτερόλακα

Το υψόμετρο στα Κελλάρια είναι 1.750μ. / ο

Φτερόλακος έχει υψόμετρο 1.950μ.

Αριθμός πιστών και υψομετρική διαφορά:

υπάρχουν 16 πίστες από 600μ. έως 4 χλμ. Η υψομετρική διαφορά είναι από 150μ. έως 650μ.

Δρόμοι αντοχής: 1-5 χλμ. Υπάρχει μια τηλεκαμπίνα (αβγό), 4 3θέσιοι εναέριοι αναβατήρες, 1 2θέσιος εναέριος και 7 συρόμενοι αναβατήρες.

Υπάρχει Σαλέ, φαγητού, ύπνου.

Snowboard park: είναι το μοναδικό Snowboard park που υπάρχει σε χιονοδρομικό κέντρο στην Ελλάδα. Βρίσκεται στα Κελλάρια Παρνασσού, είναι περίπου 10 στρέμματα και είναι περιφραγμένο.

Προσπέλαση : από Αράχωβα 24χλμ.. από Αμφίκλεια 17χλμ



ΣΕΛΙ

Βρίσκεται στη Κεντροδυτική Μακεδονία και είναι το πρώτο χιονοδρομικό κέντρο της Ελλάδας. Το βουνό ονομάζεται Βέρμιο

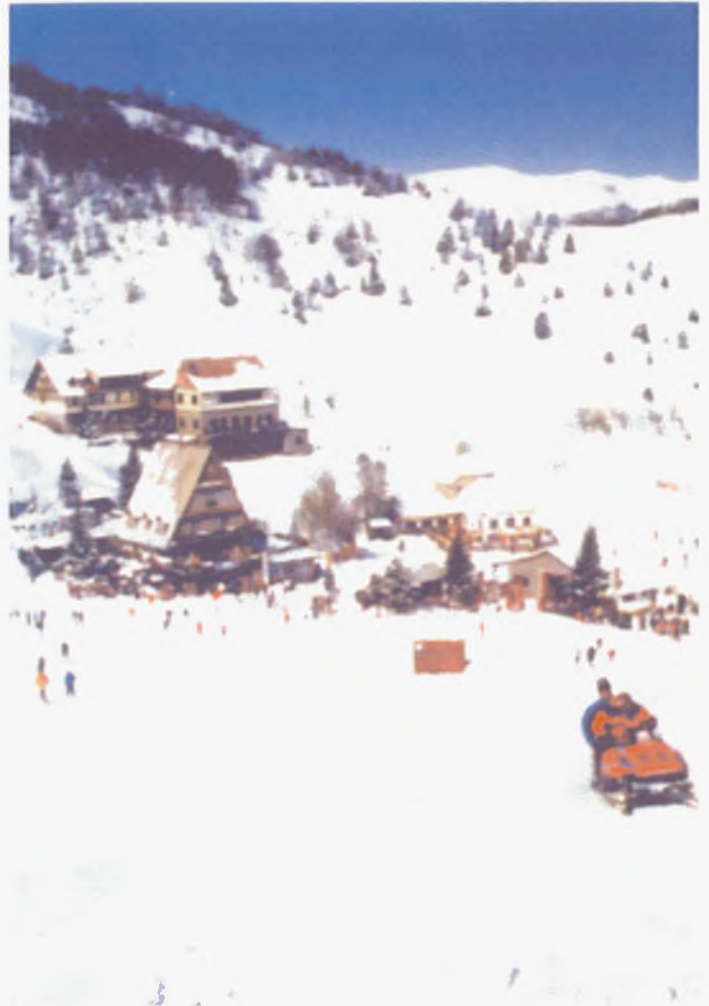
Η τοποθεσία είναι το ΣΕΛΙ. Το υψόμετρο είναι 1.520 μ.

Ο αριθμός των πιστών: έχει 12 πίστες καταβάσεων και δυο πίστες δρόμων αντοχής (LANG –LAUF) 5.000μ. η καθεμιά. Υπάρχουν 3 συρόμενοι αναβατήρες: i) συρόμενος (άγκυρα) μήκος 800μ. ii) συρόμενος (άγκυρα) μήκος 600 μ. iii) συρόμενος (πιατάκι) μήκος 1200μ. Επίσης υπάρχει και ένας εναέριος (μονή καρέκλα) μήκους 1.200μ. Τέλος λειτουργούν και 3 BABY lift.

Υπάρχει Σαλέ φαγητού και ύπνου, υπάρχει καταφύγιο του ΣΧΟ Βέροιας. Υπάρχουν σχολές ενοικιάσεων σκι (ιδιωτικές).

Προσπέλαση: απο Βέροια 24 χλμ, 20χλμ απο Νάουσα και απο Θεσσαλονίκη 95χλμ

Το κέντρο λειτουργεί καθημερινά από τις 9:00 π.μ. έως 16:30 μ.μ.



3-5 ΠΗΓΑΔΙΑ

Βρίσκεται στη Κεντροδυτική Μακεδονία

Το βουνό ονομάζεται Βέρμιο

Η τοποθεσία είναι τα 3- 5 Πηγάδια, μία δασώδης έκταση με οξιές και έλατα.

Το υψόμετρο είναι 1.420μ. – 2005μ. Υπάρχουν 3 πίστες: ο «Φίλιππος» με εναλλαγές κόκκινης- μαύρης, μήκους 2χλμ. και υψομετρικής διαφοράς 520 μέτρων, ο «Αριστοτέλης», κόκκινη, μήκους 1800μ. και υψομετρικής διαφοράς 548μ. και η πίστα «Παράδεισος» κόκκινη- μπλέ, μήκους 2,6χλμ.και υψομετρικής διαφοράς 548μ. Τέλος διαθέτει πίστες δρόμων αντοχής 3,5χλμ. και 10χλμ.

Προβλέπεται η δημιουργία μιας πίστας μέτριας δυσκολίας και ένας συρόμενος αναβατήρας. Από μηχανολογικό εξοπλισμό διαθέτει ένα μεγάλο διθέσιο εναέριο αναβατήρα, 1500μ, δυο συρόμενα baby lift 200 μ. , δυο συρόμενοι αναβατήρες, ενώ για την διάστρωση των πιστών υπάρχουν 3 ειδικά μηχανήματα. Το μηχανολογικό εξοπλισμό συμπληρώνει η εγκατάσταση τεχνητής χιόνωσης στην πίστα αρχαρίων. Το χιονοδρομικό κέντρο λειτουργεί σε όλη τη διάρκεια του χρόνου και δίκαια ονομάστηκε το κέντρο 4 εποχών. Διαθέτει πάρκινγκ για 800 αυτοκίνητα. Υπάρχουν Σαλέ φαγητού και ύπνου, γυμναστήριο και σάουνα.

Προσπέλαση : από Νάουσα 17 χλμ., μέσω επαρχιακού δικτύου με ασφαλτοστρωμένο δρόμο.

Από Θεσσαλονίκη 110 χλμ.



ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΤΕΦΑΑ

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αγαπητοί φίλοι επισκέπτες

Συμπληρώνοντας την παρακάτω λίστα, θα βοηθήσετε στην έρευνα που στόχο έχει να καθορίσει την σημαντικότητα των ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ στις υπηρεσίες που προσφέρονται στα Ελληνικά Χιονοδρομικά Κέντρα.

- Στην παρακάτω λίστα ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΤΕ όσους ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ θεωρείτε εσείς ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΥΣ για την άριστη λειτουργία οποιουδήποτε Χιονοδρομικού Κέντρου στην Ελλάδα, ως :

ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ

ΠΟΛΥ

ΑΔΙΑΦΟΡΟΣ

ΛΙΓΟ

ΚΑΘΟΛΟΥ
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΣ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΟΣ				
Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΟΔΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ & ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΩΝ ΧΙΟΝΔΡ/ΜΩΝ ΣΤΙΣ ΠΙΣΤΕΣ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Ο ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ ΧΙΟΝΟΔΡ/ΚΩΝ, ΠΙΣΤΩΝ & Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΔΥΣΚΟΛΙΑΣ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΣΤΑ ΑΤΟΜΙΚΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΣΩΣΤΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΠΡΟΣΙΤΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΤΙΜΕΣ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΣΩΣΤΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΟΤΑΝ ΠΑΙΡΝΕΙΣ ΤΗΛΕΦΩΝΟ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΥΠΑΡΞΗ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ WC & ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΩΝ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΠΡΟΘΥΜΗ ΚΑΙ ΦΙΛΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΥΠΑΡΞΗ ΓΙΑΤΡΟΥ & ΑΣΘΕΝΟΦΟΡΟΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΟΣ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Η ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ & ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Ο ΕΠΑΡΚΗΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ LIFTS	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΧΙΟΝΣ/ΤΗΡΩΝ(RATRAK)	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΔΑΣΚΑΛΩΝ ΤΟΥ ΣΚΙ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΕΥΧΑΡΙΣΤΗ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΕΝΗ ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΑ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΥΠΑΡΞΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ, ΚΑΙ ΤΟ ΦΥΣΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΓΩΝΩΝ & ΑΛΛΩΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΣΤΟ Χ.Κ..	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΧΙΟΝΙΟΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>
Η ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΒΡΑΔΙΝΗΣ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΠΟΛΥ <input type="checkbox"/>	ΑΔΙΑΦΟΡΟ <input type="checkbox"/>	ΛΙΓΟ <input type="checkbox"/>	ΚΑΘΟΛΟΥ <input type="checkbox"/>

*Ειδικά για το Χιονοδρομικό Κέντρο **ΤΟΥ ΣΕΛΙΟΥ**
Αναφέρετε σε ποιους **ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**
ΥΠΕΡΤΕΡΕΙ και σε ποιους **ΥΣΤΕΡΕΙ***

ΥΠΕΡΤΕΡΕΙ	ΥΣΤΕΡΕΙ
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.
5.	5.

ΦΥΛΟ ΑΡΡΕΝ ΘΥΛΗ **ΗΛΙΚΙΑ:** 15-20, 20-29, 30-39, 40-49, 50<

ΚΑΝΕΤΕ ΣΚΙ: ΝΑΙ ΟΧΙ **ΚΑΝΕΤΕ SNOWBOARD:** ΝΑΙ ΟΧΙ

ΕΧΕΤΕ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙ ΑΛΛΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ & ΕΑΝ ΝΑΙ ΠΟΙΑ:-----
