



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία:

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΕ
ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ ΤΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΤΟΥ

ΜΑΣΤΡΟΓΙΑΝΝΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

κα ΓΚΟΤΖΑΜΑΝΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού

διπλώματος ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2020

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οφείλω να ευχαριστήσω τους ανθρώπους που συνέβαλαν στην ολοκλήρωση αυτής της διπλωματικής.

Καταρχάς, θα ήθελα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτρια, κα Κατερίνα Γκοτζαμάνη, για την πολύτιμη βοήθειά της.

Και, τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου, και ιδιαίτερα στην σύζυγό μου και την αδερφή μου, για την πολύτιμη βοήθειά τους στο κομμάτι της στατιστικής ανάλυσης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΣΚΟΠΟΣ: Η παρούσα ερευνητική εργασία έχει ως σκοπό τη διερεύνηση της αντίληψης της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών. Η αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων διερευνήθηκε με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών, όπως φύλο, ηλικία, τόπος διαμονής κλπ., καθώς και με βάση κάποιες παραμέτρους που αφορούν την χρήση των υπηρεσιών αυτών, όπως είναι η επισκεψιμότητα στο γυμναστήριο και ο τρόπος προπόνησης που ακολουθούν.

ΜΕΘΟΔΟΣ: Για τους σκοπούς της εργασίας, χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, γραμμένο στην ελληνική γλώσσα και ελεγμένο για τις ψυχομετρικές του ιδιότητες, το οποίο χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων των Τρικάλων (Πατρώνη, 2003). Το ερωτηματολόγιο αυτό διανεμήθηκε διαδικτυακά και τα αποτελέσματά του υπέστησαν τόσο περιγραφική, όσο και επαγωγική στατιστική ανάλυση με το πρόγραμμα SPSS 22.0

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ: Στην έρευνα ανταποκρίθηκαν 248 υποκείμενα, που καλύπτουν όλο το εύρος των δημογραφικών χαρακτηριστικών της έρευνας. Η ανάλυση των απαντήσεών τους έδειξε ότι δεν υπάρχουν διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας ανάλογα με το φύλο, τον τόπο διαμονής και το επίπεδο εκπαίδευσης των χρηστών των υπηρεσιών αυτών.

Αντιθέτως, στατιστικά σημαντικές διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας παρατηρήθηκαν μεταξύ των δύο ηλικιακών ομάδων άνω και κάτω των 35 ετών. Επίσης, διαφορές παρατηρήθηκαν και αναλογικά με την οικογενειακή κατάσταση, το επάγγελμα, τα συνολικά χρόνια άσκησης, τον τρόπο προπόνησης και, κυρίως, τη συχνότητα προπόνησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ: Τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατάλληλα από τις διοικήσεις των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης, έτσι ώστε να γίνει η κατάλληλη εκτίμηση των προβλημάτων που υπάρχουν και η καλύτερη αντιμετώπισή τους, καθώς επίσης και η στόχευση στις ομάδες που θεωρούν ότι λαμβάνουν χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών. Με τις κατάλληλες παρεμβάσεις, είναι δυνατό να βελτιωθεί η αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών που παρέχουν από τους πελάτες των εν λόγω επιχειρήσεων. Περαιτέρω έρευνα μπορεί να διεξαχθεί, με σκοπό τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της αντιλαμβανόμενης και προσδοκώμενης ποιότητας των

υπηρεσιών από τους ασκούμενους, καθώς και η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών, την ικανοποίηση των πελατών και την ψυχολογική δέσμευσή τους προς το γυμναστήριο στο οποίο έχουν συνδρομή, οι οποίες έχουν άμεση σχέση με την κερδοφορία των επιχειρήσεων αυτών.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Ανασκόπηση της Βιβλιογραφίας

1.1 Η άσκηση και η επίδρασή της στην ποιότητα ζωής	1
1.2 Ποιότητα υπηρεσιών	2
1.2.1 Ορισμός και χαρακτηριστικά της ποιότητας υπηρεσιών	3
1.2.2 Διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών.....	5
1.3 Ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια	7
1.4 Μοντέλα (ερωτηματολόγια) αξιολόγησης ποιότητας υπηρεσιών σε γυμναστήρια.....	8
1.5 Ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια στην Ελλάδα.....	13
1.6 Σκοπός της έρευνας και διατύπωση των ερευνητικών υποθέσεων	15

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

2.1 Εισαγωγή.....	17
2.2. Εργαλείο Μέτρησης – Ερωτηματολόγιο.....	17
2.3 Προϋποθέσεις συμμετοχής στην έρευνα	18
2.4 Πιλοτική φάση της έρευνας.....	18
2.5 Δείγμα - Διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας	18
2.6 Στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων	19

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Στατιστική Ανάλυση των Αποτελεσμάτων της Έρευνας

3.1 Εισαγωγή.....	22
3.2 Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση	22
3.3 Επαγωγική Στατιστική Ανάλυση.....	27
3.3.1 Φύλο.....	27
3.3.2 Ηλικία άνω και κάτω των 35 ετών	29
3.3.3 Τόπος Διαμονής	32
3.3.4 Επίπεδο Εκπαίδευσης	33
3.3.5 Οικογενειακή Κατάσταση	35
3.3.6. Επάγγελμα.....	37
3.3.7 Συχνότητα Συμμετοχής	39
3.3.8 Συνολικά Χρόνια Άσκησης	46
3.3.9 Τρόπος Προπόνησης	48

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Συζήτηση των Αποτελεσμάτων

4.1 Ανάλυση-Ερμηνεία των αποτελεσμάτων και σύγκριση με άλλες έρευνες	51
4.2 Δυνάμεις και αδυναμίες της έρευνας	54
4.3 Προτάσεις προς τις διοικήσεις των γυμναστηρίων	55
4.4 Συμπεράσματα - Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	57

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 3.1: Δημογραφικά περιγραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Πίνακας 3.2: Περιγραφικά χαρακτηριστικά συχνότητας και τρόπου εκγύμνασης

Πίνακας 3.3: Περιγραφικά χαρακτηριστικά των απαντήσεων στις μεταβλητές ποιότητας

Πίνακας 3.4: Mann-Whitney U test με βάση το φύλο

Πίνακας 3.5: Mann-Whitney U test με βάση την ηλικία άνω και κάτω των 35 ετών

Πίνακας 3.6: Kruskal-Wallis H test με βάση τον τόπο διαμονής

Πίνακας 3.7: Kruskal-Wallis H test με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης

Πίνακας 3.8: Kruskal-Wallis H test με βάση την οικογενειακή κατάσταση

Πίνακας 3.9: Kruskal-Wallis H test με βάση το επάγγελμα

Πίνακας 3.10: Kruskal-Wallis H test με βάση τη συχνότητα συμμετοχής

Πίνακας 3.11: Post-hoc ανάλυση για τη μεταβλητή «συχνότητα συμμετοχής»

Πίνακας 3.12: Kruskal-Wallis H test με βάση τα συνολικά χρόνια άσκησης

Πίνακας 3.13: Post-hoc ανάλυση για τη μεταβλητή «συνολικά χρόνια άσκησης»

Πίνακας 3.14: Kruskal-Wallis H test με βάση τον τρόπο προπόνησης

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάγκη της σημερινής ελληνικής κοινωνίας να βιώσει τα οφέλη της γυμναστικής έχει οδηγήσει σε αλματώδη αύξηση του αριθμού των γυμναστηρίων στη χώρα. Η συνέπεια αυτής της αύξησης έχει ως αποτέλεσμα τον αυξανόμενο ανταγωνισμό μεταξύ των γυμναστηρίων για την απόκτηση ολοένα και μεγαλύτερου μεριδίου της αγοράς. Η επιθυμία επίτευξης του στόχου αυτού οδήγησε τα ελληνικά γυμναστήρια να διευρύνουν το προσφερόμενο προϊόν τους πέρα από την παραδοσιακή γυμναστική, βελτιώνοντας τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό τους, και αυξάνοντας το φάσμα των υπηρεσιών τους (σάουνα, μασάζ, αισθητική, διατροφή κ.λπ.) (Terzoglou et al.,2012), σε μία προσπάθεια να βελτιώσουν το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών τους.

Η ποιότητα των υπηρεσιών καθορίζεται από τα αποτελέσματα της σύγκρισης που κάνει ένας πελάτης μεταξύ των προσδοκιών και των αντιλήψεών του για τις υπηρεσίες που του παρέχονται (Berry et al., 1988). Η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών προς τους πελάτες είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία ενός γυμναστηρίου, επειδή ένας δυσαρεστημένος πελάτης θα διαμαρτυρηθεί σε τουλάχιστον επτά άλλα άτομα (Terzoglou et al.,2012). Αντιθέτως, η ύπαρξη ικανοποιημένων και αφοσιωμένων πελατών φαίνεται να διαδραματίζει ουσιαστικό ρόλο στην επίτευξη σημαντικών οργανωτικών στόχων, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας εσόδων και της ανάπτυξης θετικής φήμης για την επιχείρηση (Tsitskari et al., 2014).

Η αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων έχει μελετηθεί εκτενώς από τους ερευνητές, ωστόσο λίγες μελέτες εξέτασαν τη σχέση μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών των γυμναστηρίων και των δημογραφικών χαρακτηριστικών των πελατών τους (Terzoglou et al.,2012).

Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν η αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης και η εξακρίβωση της σχέσης της με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών τους. Στο πρώτο κεφάλαιο θα γίνει μία ανασκόπηση της βιβλιογραφίας πάνω στο θέμα και θα τεθούν οι ερευνητικοί στόχοι. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλυθεί η μεθοδολογία η οποία ακολουθήθηκε για την επίτευξη της έρευνας και την ανάλυση των αποτελεσμάτων. Στο τρίτο κεφάλαιο θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα της έρευνας και τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο θα δοθεί η ερμηνεία των αποτελεσμάτων και η σύγκρισή τους με αποτελέσματα παρόμοιων ερευνών, θα αναλυθούν οι δυνάμεις και οι αδυναμίες της έρευνας, και θα γίνουν προτάσεις προς τις διοικήσεις των γυμναστηρίων και προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Ανασκόπηση της Βιβλιογραφίας

1.1 Η άσκηση και η επίδρασή της στην ποιότητα ζωής

Τα πλεονεκτήματα της φυσικής άσκησης για τη φυσική κατάσταση και ευημερία είναι ευρέως αναγνωρισμένα, και ως εκ τούτου, δεδομένα. Ανάμεσα στα πολλά πλεονεκτήματα της φυσικής άσκησης συμπεριλαμβάνεται η πρόληψη και καταπολέμηση των καταθλιπτικών συνδρομών, αλλά και η μείωση του ποσοστού των αιφνιδίων θανάτων (Bailey and Collins, 2013).

Επιπλέον, τα άτομα που αθλούνται έχουν μειωμένο κίνδυνο να αναπτύξουν παθήσεις, όπως ο διαβήτης, η στεφανιαία νόσος και η υπέρταση. Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ σωματικής και ψυχικής ευεξίας, αυτό που προτείνεται είναι ότι η σωματική άθληση μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέρος της παραδοσιακής και συντηρητικής θεραπείας ψυχολογικών παθήσεων (Ngceba, 2017). Επιπλέον, η σωματική άσκηση αποτελεί ένα επιτυχημένο μέσο ελαχιστοποίησης των αρνητικών συναισθημάτων και συνεπώς συντελεί σε μεγαλύτερη ψυχολογική ευημερία και σε μη κλινικούς πληθυσμούς (Hyde et al., 2013).

Σύμφωνα με το (Ngceba, 2017), τα γυμναστήρια προωθούν έναν πιο δυναμικό τρόπο ζωής, παρέχοντας στους αθλούμενους τις απαραίτητες εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό και τη δυνατότητα να επιτυγχάνουν καλύτερη φυσική κατάσταση και ευεξία.

Και ενώ, υπάρχουν αρκετές έρευνες που δείχνουν ότι η άσκηση βελτιώνει την υγεία σε συγκεκριμένες ασθένειες, είναι περιορισμένη η έρευνα σε ότι αφορά τα γυμναστήρια και τη θετική τους επίδραση στη γενική ευεξία του οργανισμού. Οι Gilles-Corti and Donovan, (2002), ωστόσο βεβαιώνουν ότι η συμμετοχή σε ένα κέντρο αθλητισμού και αναψυχής βελτιώνει το επίπεδο κίνησης κατά 2,5 φορές.

Χωρίς κέντρα ευεξίας και γυμναστικής, είναι φυσιολογικό να υπάρχουν χαμηλότερα επίπεδα φυσικής κατάστασης και ευημερίας. Το γεγονός αυτό εξηγεί την ραγδαία εξάπλωσή τους σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά και στον ελληνικό χώρο. Η ραγδαία εξάπλωσή τους, με τη σειρά της, εξηγεί το εκτεταμένο ενδιαφέρον των ερευνητών παγκοσμίως σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν οι εν λόγω επιχειρήσεις.

1.2 Ποιότητα υπηρεσιών

Στον επιχειρηματικό κόσμο, μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις είναι η διατήρηση των πελατών. Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός για την απόκτηση περισσότερων καταναλωτών οδήγησε τις εταιρείες να βελτιώσουν ή να προσφέρουν επιπλέον αξία στις υπηρεσίες που παρέχουν, ώστε να καταφέρουν να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους. Σύμφωνα με μια μελέτη που διεξήχθη από το Ινστιτούτο Περιβαλλοντικής Έρευνας, (1990), μόνο το 4% των μη ικανοποιημένων πελατών θα παραπονεθούν για την κακή εξυπηρέτηση που λαμβάνουν. Ωστόσο, από το 96% που, ενώ είναι δυσαρεστημένοι, δεν παραπονιούνται, το 90% θα σταματήσει να λαμβάνει υπηρεσίες από τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Ακόμα πιο σημαντικό είναι το γεγονός ότι κάθε δυσαρεστημένος πελάτης θα μιλήσει σε τουλάχιστον επτά ανθρώπους για την κακή του εμπειρία (Rintiemä, 1998).

Μερικοί ερευνητές εξετάζουν τις άμεσες και έμμεσες συνδέσεις μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών, της ικανοποίησης των πελατών, της αντιλαμβανόμενης αξίας και του σκοπού επαναγοράς της υπηρεσίας. Για παράδειγμα, ο Woodruff (1997) τονίζει ότι η ποιότητα των υπηρεσιών είναι ένα αξιοσημείωτο προαπαιτούμενο για την ικανοποίηση των μελών, τη διαμόρφωση της αντιλαμβανόμενης αξίας και την πιθανότητα επαναγοράς της υπηρεσίας. Οι Chang and Wildt (1994, που αναφέρεται στο Yu et al., 2014) αναφέρουν επιπλέον ότι η αντιλαμβανόμενη ποιότητα των υπηρεσιών έχει ισχυρή και θετική επιρροή στην αντιλαμβανόμενη αξία της παρεχόμενης υπηρεσίας.

Η ποιότητα της υπηρεσίας είναι πολύ σημαντική για ένα γυμναστήριο – αθλητικό κέντρο που πραγματικά ενδιαφέρεται να διατηρήσει την πελατεία του και να προσελκύσει νέα μέλη. Σύμφωνα με τους Parks and Zanger (1990, που αναφέρονται στο Yu et al., 2014), ο αριθμός των μελών που επισκέπτονται ξανά ένα συγκεκριμένο γυμναστήριο εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Μάλιστα, η παρακολούθηση της ικανοποίησης / δυσαρέσκειας των μελών, βοηθά το γυμναστήριο να προσδιορίσει αποτελεσματικά τους παράγοντες που μπορεί να βοηθήσουν στην προώθηση των βασικών αρχών του σχεδίου μάρκετινγκ.

Στη διερεύνηση της αποτελεσματικότητας της ποιότητας των υπηρεσιών, ως πρότυπο για την οργανωσιακή ανάπτυξη και εξέλιξη, οι Johnston και Kong, (2011), υποστηρίζουν ότι οι οργανισμοί εφαρμόζουν ποιότητα υπηρεσιών με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες και τους οργανωσιακούς στόχους τους. Έτσι, η ποιότητα των υπηρεσιών ποικίλλει από οργανισμό σε οργανισμό. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένοι παράγοντες που ξεχωρίζουν ως καθολικά αποδεκτά κίνητρα για αποτελεσματική εφαρμογή της ποιότητας της υπηρεσίας: η εκπλήρωση των επιθυμιών των ενδιαφερόμενων μερών,

η κατάκτηση της αφοσίωσής τους στην επιχείρηση και στις υπηρεσίες που παρέχει, καθώς και το χτίσιμο ισχυρών συναισθηματικών δεσμών με τα μέλη – πελάτες της επιχείρησης.

1.2.1 Ορισμός και χαρακτηριστικά της ποιότητας υπηρεσιών

Οι ορισμοί της ποιότητας υπηρεσιών περιστρέφονται κυρίως γύρω από την ιδέα ότι είναι το αποτέλεσμα της σύγκρισης που κάνουν οι πελάτες μεταξύ των προσδοκιών τους για μια υπηρεσία και της αντίληψής τους για τον τρόπο με τον οποίο έχουν λάβει την υπηρεσία (Caruana et al., 2000; Lehtinen and Lehtinen, 1991; Parasuraman et al., 1985, 1988; Gronroos, 1984). Η ποιότητα υπηρεσιών αποτελεί σημαντικό θέμα στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ, καθώς οι αντιλήψεις για την ποιότητα των υπηρεσιών σχετίζονται με την ικανοποίηση των πελατών, αλλά και την διατήρηση των πελατών (Alexandris et al., 2004; Zeithaml and Bitner, 2003; Zeithaml et al., 1996). Μια παρόμοια τάση είναι επίσης εμφανής και στη βιβλιογραφία που αφορά τον αθλητισμό.

Παρόλο που η ποιότητα αφορά τόσο τα αγαθά όσο και τις υπηρεσίες, οι υπηρεσίες έχουν μοναδικά χαρακτηριστικά, όσον αφορά την αξιολόγηση της ποιότητάς τους (Lehtinen and Lehtinen, 1991; Zeithaml et al., 1988, 1990; Gronroos, 1984). Οι υπηρεσίες διαφέρουν από τα υλικά αγαθά όχι μόνο όσον αφορά τον τρόπο παραγωγής τους, αλλά και τον τρόπο κατανάλωσης και αξιολόγησής τους. Οι υπηρεσίες έχουν τέσσερα ειδικά χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τα υλικά αγαθά και που, ουσιαστικά, επηρεάζουν τον τρόπο σχεδίασης και πώλησής τους. Οι υπηρεσίες είναι: άυλες, ετερογενείς, παράγονται και καταναλώνονται ταυτόχρονα και δεν έχουν ιδιοκτήτη (Chelladurai and Chang, 2000; Kotler, 1996, 1997).

Οι υπηρεσίες είναι άυλες και για αυτό σπάνια μπορούν να οριστούν ομοιόμορφες προδιαγραφές ποιότητας, σε αντίθεση με τα υλικά αγαθά, τα οποία είναι αντικείμενα με συγκεκριμένες προδιαγραφές κατασκευής, οι οποίες μπορούν να μετρηθούν, να απογραφούν, να εξεταστούν πριν από την πώληση, προκειμένου να ελεγχθεί η ομοιόμορφη ποιότητά τους. Είναι ετερογενείς επειδή η απόδοσή τους συνήθως ποικίλλει μεταξύ διαφορετικών παραγωγών, πελατών και χρόνου παροχής, με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο να διασφαλιστεί μία ομοιόμορφη ποιότητα. Στις υπηρεσίες θεωρείται ότι λαμβάνει χώρα ταυτόχρονα η παραγωγή και η κατανάλωση, επειδή η παροχή υπηρεσιών πραγματοποιείται ως αλληλεπίδραση μεταξύ ενός πελάτη και ενός εργαζομένου. Επίσης, η υπηρεσία θεωρείται φθαρτή, διότι ολοκληρώνεται μόλις τελειώσει η αλληλεπίδραση πελάτη-εργαζομένου, σε αντίθεση με την απόκτηση υλικών αγαθών, τα οποία ο πελάτης μπορεί να τα διατηρήσει έστω και για λίγο μετά την αγορά του (Parasuraman et al., 1985).

Σύμφωνα με τους Zeithaml et al., (1990), η διαφορά μεταξύ των επιθυμιών, των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών είναι γνωστή ως το «κενό» των υπηρεσιών (service gap). Τα τέσσερα κύρια κενά στην ποιότητα των υπηρεσιών που εντοπίστηκαν από αυτούς τους ερευνητές είναι ότι δεν γνωρίζουν τι περιμένουν οι πελάτες από την υπηρεσία, χρησιμοποιούν λανθασμένες προδιαγραφές ποιότητας υπηρεσιών, υπάρχει χάσμα στην απόδοση των υπηρεσιών, και οι υποσχέσεις σχετικά με την υπηρεσία δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά εξηγούν τις άκαρπες ερευνητικές προσπάθειες για την ανάπτυξη αντικειμενικών μέτρων, ώστε να πραγματοποιηθεί αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών σε διάφορους τομείς. Αυτό ανάγκασε τους ερευνητές να καταλάβουν ότι η ποιότητα των υπηρεσιών είναι μια σύνθετη έννοια και ότι, ως τέτοια, μπορεί να απαιτήσει τη λήψη πολλαπλών μεθόδων μέτρησης προκειμένου να εκτιμηθεί αποτελεσματικά (Paradimitriou and Karteroliotis, 2000). Η σύλληψη και η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών εξακολουθεί να είναι ένα αμφιλεγόμενο θέμα στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ που αφορά τις υπηρεσίες. (Brady and Cronin, 2001; Buttle, 1995).

Έχουν προταθεί μια ποικιλία μοντέλων για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών, με αυτό των Parasuraman et al., (1988) να είναι το κυρίαρχο. Οι Parasuraman et al., (1988) ουσιαστικά, ανέπτυξαν το μοντέλο των πέντε παραγόντων SERVQUAL. Ο Gronroos (1984, 1990) πρότεινε ένα τρισδιάστατο μοντέλο, ενώ οι Dabholkar et al., (1996) πρότειναν ένα μοντέλο ποιότητας υπηρεσιών πολλαπλών επιπέδων. Οι Brady and Cronin, (2001) πρότειναν επίσης ένα νέο μοντέλο, το οποίο αντιλαμβάνεται την ποιότητα των υπηρεσιών με βάση τρεις κύριες διαστάσεις.

Η έρευνα για την ποιότητα των υπηρεσιών στον επιχειρηματικό κόσμο εμφανίστηκε από τις αρχές της δεκαετίας του 1980, αλλά μετά από 20 περίπου χρόνια οι πάροχοι ψυχαγωγικών και αθλητικών υπηρεσιών άρχισαν να αναγνωρίζουν τη σημασία της. Η ποιότητα των υπηρεσιών είναι ένα θέμα που προσέλκυσε πρόσφατα την προσοχή των ερευνητών στη βιβλιογραφία αθλητικού μάρκετινγκ (Alexandris et al., 2001, 2004; Costa et al., 2004; Chelladurai and Chang, 2000; Howat et al., 1999; Kelley and Turley, 2001).

1.2.2 Διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών

Οι Parasuraman et al., (1988) εξέφρασαν την έννοια του SERVQUAL με 22 αναγνωρίσιμα στοιχεία, τα οποία περιλαμβάνονται στις εξής πέντε διαστάσεις:

- Εμπράγματα στοιχεία (tangibles) (φυσικές εγκαταστάσεις, καθαριότητα, λειτουργία εξοπλισμού, ρουχισμός και εμφάνιση του προσωπικού, κ.ά.).
- Αξιοπιστία (reliability) (αξιόπιστη εκτέλεση καθηκόντων – εκπλήρωση των προσδοκιών του πελάτη).
- Ανταποκρισιμότητα (responsiveness) (άμεση ανταπόκριση στις ανάγκες των μελών με ευγένεια και προθυμία).
- Ασφάλεια – σιγουριά (assurance) (καθησυχασμός των πελατών όσον αφορά την σίγουρη ικανοποίηση των αναγκών τους).
- Ενσυναίσθηση (φροντίδα για τους πελάτες σε διαπροσωπικό επίπεδο).

Οι διαστάσεις αυτές αποτελούν τη βάση σύμφωνα με την οποία σχηματίζουν τα μέλη ενός αθλητικού κέντρου γνώμη σχετικά με την ποιότητα υπηρεσιών που τους προσφέρεται, ώστε να μπορούν να λάβουν τις εκείνες τις αποφάσεις που θα μεγιστοποιήσουν το όφελός τους, κατά την αγορά ενός συγκεκριμένου προϊόντος ή την επιλογή μιας υπηρεσίας.

Συνηθέστερα, τα μέλη χρησιμοποιούν όλες αυτές τις διαστάσεις για τον καθορισμό των υπηρεσιών τους, την αντίληψη της ποιότητας και την ικανοποίηση από την χρήση της υπηρεσίας (Ngceba, 2017).

Ακολουθεί μία σύντομη περιγραφή των 5 αυτών διαστάσεων:

1) Εμπράγματα στοιχεία (tangibles)

Τα εμπράγματα στοιχεία αναφέρονται στην παρουσία εγκαταστάσεων, υλικού εξοπλισμού και υλικού επικοινωνίας (Lotz, 2009). Δεδομένου ότι τα απτά και οπτικά στοιχεία είναι αυτά που αφορούν, στη βάση της, την παραγωγικότητα και τη γενική εντύπωση της εταιρείας και του

εμπορικού της σήματος, οι εταιρείες και οι οργανισμοί χρησιμοποιούν τα φυσικά περιουσιακά τους στοιχεία για να βελτιώσουν τα αποτελέσματά τους, και να ακολουθήσουν μια πιο αποδοτική στρατηγική ποιότητας υπηρεσιών (Zeithaml et al., 2006).

2) Αξιοπιστία (*reliability*)

Οι Zeithaml et al., (2006) ορίζουν την αξιοπιστία ως την ικανότητα αναπαραγωγής μιας εγγυημένης υπηρεσίας με ακρίβεια και συνέπεια. Αναφέρουν ότι ο καθοριστικός παράγοντας της αξιοπιστίας αποτελεί σημαντική διάσταση της ποιότητας των υπηρεσιών. Όσον αφορά τους Kim and Kim, (1995) και Dhurup et al., (2006), η αξιοπιστία θα μπορούσε να αναφέρεται στην ικανότητα του προσωπικού να παρέχει στα μέλη ενός αθλητικού κέντρου τα υποσχόμενα οφέλη, με ακρίβεια και συνέπεια. Η Lotz, (2009) θεωρεί ότι αξιοπιστία για τον ίδιο τον έμπορο (το αθλητικό κέντρο – γυμναστήριο) είναι η ικανότητα παροχής της εγγυημένης απόδοσης στο μέγιστο επίπεδο.

3) Ανταποκρισιμότητα (*responsiveness*)

Η ικανότητα των εργαζομένων να βοηθούν τους πελάτες - μέλη ενός γυμναστηρίου να αντιλαμβάνονται τα οφέλη που αποκομίζουν από τη χρήση της υπηρεσίας είναι σύμφωνα με τους Zeithaml et al., (2006) αυτό που χαρακτηρίζει την ανταποκρισιμότητα. Αυτή η διάσταση επικεντρώνεται στην ανταπόκριση απέναντι στα αιτήματα των μελών, στην αναζήτηση πληροφοριών, στις διαμαρτυρίες τους, και σε κάθε ζήτημα που τους απασχολεί. Για τις εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες, συνιστάται, άλλωστε, να δείχνουν δυναμικό προφίλ, να είναι έτοιμες να βοηθήσουν τα μέλη τους, και να παρέχουν άμεση εξυπηρέτηση. Συνεπώς, πρέπει να είναι πιο προσαρμόσιμες σε ζητήματα και απαιτήσεις που μπορεί να προκύψουν.

Έχει προταθεί από τους Kim and Kim, (1995) και Dhurup et al., (2006) ότι η ανταποκρισιμότητα, επίσης, περιλαμβάνει και την έγκαιρη εκτίμηση και ικανότητα του προσωπικού να βοηθήσει κάθε χρήστη της υπηρεσίας. Οι Bruhn and Georgi, (2006) θεωρούν ότι, όσον αφορά τα αθλητικά κέντρα - γυμναστήρια, η ανταπόκριση αφορά και την ικανότητα να αντιδράσουν άμεσα στην ικανοποίηση των αιτημάτων των μελών τους. Οι Blouse et al., (2014) τονίζουν ότι η διαπροσωπική συνεργασία φαίνεται να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών.

4) Ασφάλεια – σιγουριά (*assurance*)

Σύμφωνα με τους Zeithaml et al., (2006) η ασφάλεια αφορά την εκπαίδευση των εργαζομένων και την ευγενική και πρόθυμη συμπεριφορά τους, ώστε να είναι σε θέση να καθησυχάζουν τους πελάτες και να τους βεβαιώνουν ότι τα αιτήματά τους θα εκπληρωθούν. Οι Bruhn και Georgi, (2006) υποστηρίζουν ότι η ασφάλεια αφορά την ικανότητα των παρόχων των υπηρεσιών να παράγουν τα επιθυμητά αποτελέσματα, ιδιαίτερα στο βαθμό που αφορά τις πληροφορίες που δίνουν οι υπάλληλοί τους, τη συμπεριφορά τους και την ικανότητά τους να εμπνέουν εμπιστοσύνη στους πελάτες.

5) Ενσυναίσθηση (*empathy*)

Η Lotz, (2009) περιγράφει την ενσυναίσθηση ως την κατανόηση, το ενδιαφέρον και την εξατομικευμένη προσοχή που δίνεται στα μέλη. Αυτή η διάσταση αφορά τη συναισθηματική κατανόηση και την προσωποποιημένη φροντίδα για την παροχή περισσότερων διευκολύνσεων και κάλυψη ειδικών αναγκών που εκφράζονται μεμονωμένα από νέα και παλιά μέλη. Επίσης αφορά και την δυνατότητα αναβάθμισης των υπηρεσιών, στα πλαίσια της εξατομικευμένης φροντίδας, ακόμη κι αν απαιτηθούν εξαιρέσεις στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης.

1.3 Ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια

Την τελευταία δεκαετία, σε πολλές χώρες, πολλαπλασιάστηκαν τα αθλητικά κέντρα και τα γυμναστήρια. Αυτό οδήγησε στους παρόχους αθλητικών υπηρεσιών να δίνουν ολοένα και μεγαλύτερη έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών και την αποτελεσματική λειτουργία των επιχειρήσεών τους, προκειμένου να παραμείνουν κερδοφόρες (Papadimitriou and Karteroliotis, 2000). Ταυτόχρονα, τόσο οι αθλητές, όσο και οι θεατές αυξάνουν τις προσδοκίες τους για περισσότερα οφέλη από τη συμμετοχή τους στον αθλητισμό, αλλά και τις προσδοκίες τους για υψηλότερη ποιότητα σε αθλητικά προϊόντα και υπηρεσίες (Howat et al., 1996; Mawson, 1993). Με βάση αυτή τη φιλοσοφία, η οργανωσιακή επιτυχία συνδέεται εγγενώς με την ικανότητα του αθλητικού κέντρου παροχής υπηρεσιών να εντοπίζει και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του κοινού, αλλά και με την ικανότητά του να επηρεάζει αυτό που θεωρείται ως αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών από το τμήμα της αγοράς στο οποίο στοχεύει (Papadimitriou and Karteroliotis, 2000).

1.4 Μοντέλα (ερωτηματολόγια) αξιολόγησης ποιότητας υπηρεσιών σε γυμναστήρια

Παρόμοια με τα γενικά μοντέλα ποιότητας υπηρεσιών, τα πρώτα μοντέλα ποιότητας υπηρεσιών για τον αθλητισμό και την αναψυχή δημιουργήθηκαν με τη μορφή κλιμάκων, ώστε να επιτευχθεί η μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών με ποσοτικό τρόπο. Τα μοντέλα αυτά υιοθέτησαν εννοιολογικές και δομικές ιδέες από τους προκατόχους τους (όπως είναι π.χ. οι θεματικοί τομείς ποιότητας υπηρεσιών, τα χαρακτηριστικά της ποιότητας υπηρεσιών), αλλά δέχτηκαν και ουσιώδεις επιρροές από προσεγγίσεις όπως το SERVQUAL, που επίσης είχαν αντίκτυπο στην ανάπτυξη στη μέτρηση της ποιότητας που αφορά τον αθλητισμό και τη γυμναστική. Μετά από εμπειρική και εννοιολογική έρευνα προτάθηκαν νέα ή προσαρμοσμένα μοντέλα ποιότητας υπηρεσιών για τη βιομηχανία παροχής υπηρεσιών γυμναστικής (Polyakova and Mirza, 2016).

Οι Chelladurai et al., (1987) πρωτοπόρησαν και πρότειναν την πρώτη κλίμακα μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών σε γυμναστήρια, και συγκεκριμένα, την κλίμακα μέτρησης των χαρακτηριστικών των υπηρεσιών γυμναστικής (Scale of Attributes of Fitness Services - SAFS). Η κλίμακα μέτρησης SAFS περιλάμβανε πέντε διαστάσεις: τις επαγγελματικές υπηρεσίες, τις καταναλωτικές υπηρεσίες, τις περιφερικές υπηρεσίες, τις διευκολύνσεις και τον εξοπλισμό, και τις δευτερεύουσες υπηρεσίες (Lagrosen and Lagrosen, 2007). Αργότερα, αυτή η κλίμακα αναβαθμίστηκε σε κλίμακα ποιότητας στις υπηρεσίες φυσικής κατάστασης (Scale of Quality in Fitness Services - SQFS) από τους Chang και Chelladurai (2003).

Ο Hartshorn, (1990) διερεύνησε τις διαφορές στον τρόπο με τον οποίο η διοίκηση των κέντρων φυσικής κατάστασης καθορίζουν την ποιότητα των υπηρεσιών. Η ποιότητα των υπηρεσιών μετρήθηκε χρησιμοποιώντας το όργανο SERVQUAL. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι παρόλο που οι διευθυντές της βιομηχανίας των υπηρεσιών εκγύμνασης και από τους τρεις τομείς (δημόσιος, ιδιωτικός και εθελοντικός τομέας) συμφωνούν για τον ορισμό της ποιότητας των υπηρεσιών, ο ιδιωτικός τομέας έδειξε μεγαλύτερη ανησυχία με την ποιότητα των υπηρεσιών από ότι ο δημόσιος τομέας. Ο εθελοντικός τομέας εμφάνισε αποτελέσματα παρόμοια με τον ιδιωτικό τομέα.

Καθώς τη δεκαετία του 1990 άρχισε να ασκείται έντονη κριτική στο μοντέλο SERVQUAL (το οποίο άρχισε να θεωρείται ανεπαρκές για συγκεκριμένες βιομηχανίες), οι Kim and Kim, (1995), ανέπτυξαν την κλίμακα αριστείας της ποιότητας για τα αθλητικά κέντρα (QUESC - Quality Excellence of Sports Centres), η οποία αποτελούνταν από 33 στοιχεία. Αρχικά, η μέθοδος QUESC αποτελούνταν από 45 στοιχεία εκ των οποίων παρέμειναν τα 33, στην τελική έκδοση της κλίμακας. Αυτά τα 33 στοιχεία ταξινομούνται σε 11 διαστάσεις, οι οποίες προσδιορίστηκαν κατόπιν διερευνητικής

παραγοντικής ανάλυσης. Ωστόσο, τρεις από τις 11 διαστάσεις (η τιμή, τα προνόμια, το κίνητρο) περιελάμβαναν μόνο ένα στοιχείο. Επίσης, οι Lam et al., (2005) αμφισβήτησαν τη στατιστική σταθερότητα των διαστάσεων της μεθόδου QUESC που περιελάμβαναν μόνο ένα στοιχείο, και αμφισβήτησαν την ικανότητα της κλίμακας να γενικευθεί, λόγω του μοναδικού και ιδιαίτερου τρόπου λειτουργίας των κορεατικών γυμναστηρίων. Οι Afthinos et al., (2005) εφάρμοσαν το μοντέλο QUESC στα ελληνικά κέντρα φυσικής κατάστασης στην έρευνά τους, ωστόσο δεν άσκησαν κριτική στη συγκεκριμένη μέθοδο.

Ο Rintjema, (1998) διερεύνησε τη μέτρηση της ποιότητας υπηρεσιών ενός ιδιωτικού οργανισμού αναψυχής, χρησιμοποιώντας ένα ερωτηματολόγιο με τροποποιημένες ερωτήσεις, από ένα εργαλείο μέτρησης που βασίζεται στο SERVQUAL. Ο ερευνητής υπογράμμισε τη σημασία της διεξαγωγής ερευνών ποιότητας υπηρεσιών, καθώς οι πελάτες αναζητούν εξατομικευμένη εξυπηρέτηση από την εκάστοτε επιχείρηση. Επιθυμούν, μάλιστα, η υπηρεσία που λαμβάνουν να είναι υψηλής ποιότητας και αξίας, για την αντίστοιχη τιμή που πληρώνουν.

Την επόμενη χρονιά, οι Chelladurai and Chang, (1999) πρότειναν ένα πλαίσιο για την ανάλυση της ποιότητας στα κέντρα γυμναστικής. Το σχέδιό τους, στο στάδιο εισαγωγής, αποτελείται από τρεις διαστάσεις: τη δέσμευση της διοίκησης για την ποιότητα των υπηρεσιών, την ανάπτυξη κλίματος υπηρεσιών και το σχεδιασμό βασικών υπηρεσιών. Στο στάδιο διεκπεραίωσης παρουσιάζονται οι πέντε διαστάσεις: η διαπροσωπική αλληλεπίδραση με τους υπαλλήλους, η αλληλεπίδραση εργασίας με υπαλλήλους, το φυσικό περιβάλλον, η επαφή με άλλους πελάτες, και η αποτυχία και ανάκτηση της υπηρεσίας. Τέλος, ως εξερχόμενη μεταβλητή υπάρχει μία μόνο διάσταση: η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών.

Ο Lam, (2000) ανέπτυξε την Κλίμακα Αξιολόγησης Ποιότητας Υπηρεσίας (SQAS - Service Quality Assessment Scale) προκειμένου να προσδιορίσει τη διάσταση της ποιότητας υπηρεσιών των γυμναστηρίων. Ο ερευνητής ανακάλυψε ότι υπάρχουν πέντε παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των πελατών για την παρεχόμενη ποιότητα υπηρεσίας ενός γυμναστηρίου: το προσωπικό, το πρόγραμμα, τα αποδυτήρια, οι εγκαταστάσεις και η προπόνηση.

Οι Chang and Chelladurai, (2003), επίσης, ανέπτυξαν το SQFS. Το SQFS περιελάμβανε στοιχεία από προηγούμενα μοντέλα και στοιχεία που εισήχθησαν από τους ίδιους τους συγγραφείς. Η εγκυρότητα του περιεχομένου των στοιχείων τα οποία ανήκουν σε διαφορετικές διαστάσεις αξιολογήθηκε από μια ομάδα 15 εμπειρογνομώνων και 4 ακαδημαϊκών. Οι εννέα διαστάσεις επιβεβαιώθηκαν μέσω επιβεβαιωτικής παραγοντικής ανάλυσης και αποδείχθηκαν ανεξάρτητες η μία

από την άλλη. Καθώς το SAFS (1987) αποτέλεσε τη βάση για την ανάπτυξη του SQFS, οι Lam et al., (2005) επέκριναν το SAFS ως προς τη μεθοδολογική αυστηρότητα της ανάπτυξης της κλίμακας του, και ιδίως για την έλλειψη ποιοτικής έρευνας καθώς και την έλλειψη στατιστικών διαδικασιών στην εξέταση της παραγοντικής δομής του. Παρόλο που, η έκδοση του SQFS (2003) απασχολεί μια ομάδα εμπειρογνομόνων και ακαδημαϊκών, υπάρχει ακόμη έλλειψη ποιοτικής έρευνας όσον αφορά την αντίληψη των πελατών για την ποιότητα των υπηρεσιών. Αυτό το μεγάλο και σοβαρό μειονέκτημα της κλίμακας του SAFS, αναγνωρίστηκε από τους ίδιους τους Chang and Chelladurai, (2003), οι οποίοι πρότειναν ότι η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να περιλαμβάνει και μέλη γυμναστηρίου και να προστεθούν οι αντίστοιχες διαστάσεις ποιότητας.

Μια άλλη κλίμακα με έξι διαστάσεις - κλίμακα αξιολόγησης ποιότητας υπηρεσιών (SQAS - service quality assessment scale) - αναπτύχθηκε από τους Lam et al., (2005) μέσω αυστηρών μεθοδολογικών διαδικασιών. Οι Lam et al., (2005) συνέστησαν σε άλλους ερευνητές να επανεξετάσουν το SQAS χρησιμοποιώντας διαφορετικά δείγματα με σκοπό να μελετήσουν περαιτέρω τη δομή των παραγόντων του ερωτηματολογίου. Η σύγκριση με μια άλλη κλίμακα έχει προταθεί εφόσον η κλίμακα αυτή αναπτύχθηκε με τον ίδιο βαθμό έμφασης στην κατασκευή της και με εξειδίκευση στο περιβάλλον των γυμναστηρίων, ώστε να μπορεί να διαπιστωθεί η συγκλίνουσα εγκυρότητα του ερωτηματολογίου (Lam et al., 2005). Ωστόσο, η κλίμακα δεν προσφέρει τη μέτρηση της συνολικής αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των γυμναστηρίων (Martinez and Martinez, 2010) ή τη μέτρηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας της κάθε μεμονωμένης διάστασης. Το μοντέλο επίσης δεν περιλαμβάνει την ποιότητα των αποτελεσμάτων που προτείνουν οι Brady and Cronin, (2001) και Ko and Pastore, (2004).

Επίσης, και οι Ko and Pastore, (2005) χρησιμοποίησαν διάφορες πτυχές της εργασίας των Brady and Cronin, (2001) και των Dabholkar et al., (1996) στο πλαίσιο του ψυχαγωγικού αθλητισμού, το οποίο οδήγησε στην ανάπτυξη της κλίμακας της ποιότητας των υπηρεσιών στον ψυχαγωγικό αθλητισμό (SSQRS). Το εργαλείο αυτό περιλάμβανε διαστάσεις, όπως είναι η ποιότητα του προγράμματος, η ποιότητα αλληλεπίδρασης, η ποιότητα αποτελέσματος και η ποιότητα του φυσικού περιβάλλοντος. Μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας σχετικά με την ποιότητα των υπηρεσιών, οι ερευνητές δημιούργησαν ένα αρχικό σύνολο 77 στοιχείων που εξηγούσαν τις 11 υποδιαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών.

Για κάθε μία από τις υποδιαστάσεις εφαρμόστηκαν πολλαπλές μετρήσεις, και οι υποδιαστάσεις αναπτύχθηκαν και τροποποιήθηκαν από τα στοιχεία υφιστάμενων κλιμάκων (π.χ. (Brady and Cronin, 2001; Crompton et al., 1991; Howat et al., 1996; Kim and Kim, 1995; Parasuraman et al., 1988). Οι

στατιστικές δοκιμές υποστήριξαν το μοντέλο και έχει συμφωνηθεί ότι το SSQRS καλύπτει τα κενά στην έννοια της ποιότητας υπηρεσιών στην ψυχαγωγική αθλητική βιομηχανία (Brady and Cronin, 2001). Ωστόσο, ο κύριος περιορισμός είναι η γενικευσιμότητα της κλίμακας. Οι Ko and Pastore, (2005) πρότειναν τη διενέργεια περαιτέρω ανάλυσης των αντικειμένων σε διαφορετικούς κλάδους της βιομηχανίας προκειμένου να προσδιοριστεί η αξιοπιστία και η εγκυρότητα της κλίμακας. Επιπλέον, η δυνατότητα εφαρμογής του εννοιολογικού πλαισίου σε άλλους αθλητικούς τομείς και κλάδους, δεν έχει ακόμη δοκιμαστεί.

Με την πάροδο του χρόνου, τα μοντέλα έχουν βελτιώσει την έννοια της ποιότητας των υπηρεσιών και των διαστάσεών της. Όλα τα παραπάνω μοντέλα διαθέτουν αρκετές διαστάσεις ποιότητας υπηρεσιών και, ως εκ τούτου, ορίζονται ως πολυδιάστατα (Martinez and Martinez, 2010). Στην πράξη, αυτές οι διαστάσεις αντιπροσωπεύουν ένα εργαλείο μέτρησης της ποιότητας υπηρεσιών.

Μερικές άλλες μελέτες (π.χ. Lagrosen and Lagrosen, 2007; Moxham and Wiseman, 2009) χρησιμοποίησαν μελέτες περιπτώσεων (case studies) για να διερευνήσουν την ποιότητα των υπηρεσιών. Ωστόσο, η προσέγγιση της μελέτης περίπτωσης οδήγησε σε περιορισμούς όσον αφορά τη γενίκευση των ευρημάτων της. Η πιο πρόσφατη μελέτη από τον Yildiz, (2011) πρότεινε την εφαρμογή της Κλίμακας Ποιότητας Υπηρεσιών για Γυμναστήρια (SQS-FC - service quality scale for fitness centres). Η μελέτη χρησιμοποίησε μια μεθοδολογία δύο σταδίων που περιελάμβανε τεχνικές ποιοτικής έρευνας (συνεντεύξεις σε βάθος) και την εφαρμογή ποσοτικής κλίμακας. Ο κύριος περιορισμός του μοντέλου είναι το σχετικά μικρό δείγμα που προέρχεται από ένα ιδιωτικό γυμναστήριο στην Τουρκία. Ο Yildiz, (2011) αναφέρει ότι η τουρκική αγορά είναι αναδυόμενη, επομένως τα αποτελέσματα της μελέτης ενδέχεται να μην μπορούν να γενικευτούν σε γυμναστήρια ευρωπαϊκών ή ασιατικών αγορών ή σε συλλόγους άλλων τομέων (πχ. μη κερδοσκοπικούς συλλόγους). Επίσης, η κλίμακα του Yildiz, (2011) δεν λαμβάνει υπόψη την ποιότητα του αποτελέσματος και τα στοιχεία της ποιότητας αλληλεπίδρασης μεταξύ των μελών. Συνολικά, τα στοιχεία του SQS-FC μοιάζουν πολύ με αυτά του SQAS, που προτάθηκε από τους Lam et al., (2005), με την κύρια διαφορά να βρίσκεται στην ανάλυση των διαστάσεων. Ωστόσο, η κλίμακα των Lam et al., (2005) χρησιμοποιεί μία πιο ολοκληρωμένη μεθοδολογία, που περιλαμβάνει πχ. ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, παρατηρήσεις σε πραγματικό περιβάλλον, συνεντεύξεις, τροποποιημένη εφαρμογή της τεχνικής Delphi, πιλοτική μελέτη και διερευνητική παραγοντική ανάλυση.

Ο Yildiz (2016) χρησιμοποίησε το SFC-PSQS που αναπτύχθηκε από τον Ucan το 2007. Το SFC-PSQS έχει τη δομή τύπου likert με 5 στοιχεία που αποτελούνται από 31 αντικείμενα και 6 υποδιαστάσεις. Η δυνατότητα βαθμολογίας δεν είναι διαθέσιμη για αυτήν την κλίμακα.

Ο Ugurlu (2018) χρησιμοποίησε το SFCS που λήφθηκε από τη μελέτη ανάπτυξης μετρήσεων που διεξήγαγε ο Yildirim (2017). Το SFCS αποτελείται από 8 υποδιαστάσεις. Η μελέτη εγκυρότητας και αξιοπιστίας πραγματοποιήθηκε από τον Yildirim (2017).

Τα αποτελέσματα της έρευνας των Walker et al., (2017) τεκμηριώνουν το SQAS-19 ως ένα από τα καταλληλότερα εργαλεία μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών στα γυμναστήρια και αποδεικνύουν ότι η ποιότητα των υπηρεσιών είναι πολυδιάστατη.

Οι Yusof et al., (2018) στην έρευνα τους χρησιμοποίησαν ερωτηματολόγιο που περιελάμβανε στοιχεία που βασίζονται στην κλίμακα SQAS, η οποία αναπτύχθηκε από τους Lam et al., (2005). Επίσης και σε άλλη έρευνα του Yusof, (2018) χρησιμοποιήθηκε το SQAS για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών του γυμναστηρίου στο Mahasarakham University από τους φοιτητές για μελλοντική χρήση. Ακριβώς η ίδια έρευνα με το SQAS έγινε και στο πανεπιστήμιο Putra της Μαλαισίας από τους Yusof et al., (2018).

Οι Ferraz et al., (2017) για τη μελέτη τους χρησιμοποίησαν μια προσαρμογή του κλασικού μοντέλου SERVQUAL για την αξιολόγηση των προσδοκιών και των αντιλήψεων των πελατών, ενισχυμένο από το μοντέλο QUESC, το οποίο είναι ένα όργανο που εφαρμόζεται ειδικά στη αξιολόγηση ποιότητας στις υπηρεσίες φυσικής κατάστασης.

Οι Gill et al., (2019) για την έρευνα τους ανέπτυξαν ένα ερωτηματολόγιο για τη μελέτη των περιγραφικών στατιστικών, των κινήτρων και την ικανοποίηση των πελατών χρησιμοποιώντας το SERVQUAL που αναπτύχθηκε από Parasuraman et al., (1988).

Ο στόχος της μελέτης των Maksimovic et al., (2017) ήταν να προσδιορίσει τις διαφορές μεταξύ της αναμενόμενης και αντιληπτής ποιότητας της υπηρεσίας, καθώς και τη σχέση μεταξύ των διαστάσεων της ποιότητας της υπηρεσίας, της ικανοποίησης των πελατών και των αγοραστικών προθέσεων των χρηστών σε γυμναστήρια. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκε το SERVQUAL. Το SERVQUAL επίσης χρησιμοποιήθηκε από τους Grigaliunaite and Pileliene, (2013) για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών των γυμναστηρίων στην πόλη του Κάουνας.

Οι συγγραφείς των παραπάνω εργασιών πρότειναν διάφορες διαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών που οδήγησαν σε διαφορετικούς τρόπους ερμηνείας της έννοιας της ποιότητας. Παρ' όλα αυτά, τα μοντέλα αυτά περιλαμβάνουν παραδοσιακές αντιλήψεις που παρουσιάζουν την ποιότητα υπηρεσιών ως ένα σύνολο αμετάβλητων διαστάσεων. Όπως συμβαίνει και με τα μοντέλα ποιότητας υπηρεσιών σε άλλους κλάδους, η ανάπτυξη ποιοτικών μοντέλων για τα γυμναστήρια έχει επηρεαστεί

από τη θετικιστική προσέγγιση της μέτρησης της ποιότητας. Ωστόσο κανένα από τα μοντέλα δεν διαθέτει τη δική του φιλοσοφική θέση (Polyakova και Mirza, 2015).

1.5 Ποιότητα υπηρεσιών σε γυμναστήρια στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια, η (κυρίως ιδιωτική) βιομηχανία φυσικής κατάστασης στην Ελλάδα, γνώρισε σημαντικές αλλαγές στην παροχή υπηρεσιών και, συνεπώς, παρουσίασε τεράστια ανάπτυξη (Tsitskari et al., 2006). Πλέον, τα μεγάλα και πιο μοντέρνα γυμναστήρια και κέντρα αθλητικής αναψυχής, έχουν την τάση να αντικαθιστούν τα οικογενειακού τύπου γυμναστήρια. Αυτό οδήγησε και στην σημαντική αύξηση των προσδοκιών των Ελλήνων καταναλωτών σχετικά με τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες αθλητισμού και φυσικής κατάστασης (Paradimitriou and Karteroliotis, 2000).

Οι Paradimitriou and Karteroliotis, (2000) προσπάθησαν να επανεξετάσουν την υποκείμενη δομή του εργαλείου μέτρησης της αριστείας ποιότητας των αθλητικών κέντρων (QUESC) που πρότειναν οι Kim and Kim, (1995). Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Ελλάδα, στην πόλη της Πάτρας. Τα αποτελέσματά τους απέτυχαν να υποστηρίξουν τη σταθερότητα της δομής των 11 διαστάσεων του QUESC, το οποίο βασίζεται σε δείγμα Κορεατών ερωτηθέντων, όσον αφορά τις προσδοκίες για την ποιότητα των υπηρεσιών. Αντ' αυτού, η μελέτη πρότεινε ένα μοντέλο τεσσάρων παραγόντων (FITSSQ) για να περιγράψει τις προσδοκίες ποιότητας των υπηρεσιών εκγύμνασης. Οι τέσσερις παράγοντες που εξήχθησαν ήταν: η ποιότητα του εκπαιδευτή, η ελκυστικότητα και η λειτουργία των εγκαταστάσεων, η διαθεσιμότητα και ο τρόπος υλοποίησης των προγραμμάτων γυμναστικής και άλλες υπηρεσίες.

Οι Afthinos et al., (2001) χρησιμοποίησαν, επίσης, το όργανο QUESC (Kim and Kim, 1995) για τη μέτρηση της ποιότητας των υπηρεσιών σε ελληνικά κέντρα γυμναστικής (δύο δημόσια και τέσσερα ιδιωτικά), στην πόλη της Αθήνας. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι Έλληνες πελάτες αθλητικών κέντρων θεωρούσαν την «καθαριότητα» ως την πιο σημαντική πτυχή της ποιότητας των υπηρεσιών. Ακολούθησαν οι «επαρκείς γνώσεις και δεξιότητες των εργαζομένων», η «ανταπόκριση των εργαζομένων», η «ευγένεια των εργαζομένων» και οι «διαδικασίες έκτακτης ανάγκης». Τα λιγότερο σημαντικά στοιχεία ποιότητας για τους Έλληνες ήταν: η παροχή των απολύτως αναγκαίων, οι επισκέψεις από άτομα που δεν είναι μέλη και μπορεί να έχουν προσκληθεί στο γυμναστήριο, τα οικογενειακά προγράμματα, η διατήρηση καλών αρχείων πελατών και η πρόσβαση σε ποτά.

Τέλος, οι Alexandris et al., (2004) δοκίμασαν τη δυνατότητα εφαρμογής μιας απλοποιημένης έκδοσης του μοντέλου ποιότητας υπηρεσιών που πρότειναν οι Brady and Cronin, (2001) στα πλαίσια ενός κέντρου φυσικής κατάστασης. Το μοντέλο βασίζεται σε τρεις διαστάσεις (την ποιότητα αλληλεπίδρασης, την ποιότητα φυσικού περιβάλλοντος και την ποιότητα αποτελεσμάτων) και σε εννέα υποδιαστάσεις της ποιότητας υπηρεσιών. Σε αντίθεση με το μοντέλο των Brady and Cronin (2001), εδώ αποκλείστηκαν τρεις υποδιαστάσεις, χωρίς να δοθεί εξήγηση από τους συγγραφείς. Οι υποδιαστάσεις που αποκλείστηκαν είναι εκείνες του χρόνου αναμονής, των εμπράγματων στοιχείων και του σθένους. Αντιθέτως, η τελευταία διάσταση («ποιότητα αποτελεσμάτων») αποδείχθηκε σημαντική στο πλαίσιο των αθλητικών υπηρεσιών και πρέπει να συμπεριληφθεί σε μελέτες αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών.

Η δομή των στοιχείων του ερωτηματολογίου που προτάθηκαν από τους Alexandris et al., (2004) δεν αντικατοπτρίζει κάποιο στοιχείο αξιοπιστίας, κάποιο στοιχείο ανταποκρισιμότητας ή κάποιο στοιχείο ενσυναίσθησης, όπως προτείνονται από τους Brady and Cronin, (2001). Επιπλέον, δεν εφάρμοσαν τεχνικές ποιοτικής έρευνας για να ανακαλύψουν νέα στοιχεία και δεν χρησιμοποιήθηκαν επιβεβαιωτικές πρακτικές (όπως πχ. η λήψη γνώμης κάποιων εμπειρογνομόνων). Επίσης, το μοντέλο δεν λαμβάνει υπόψη τη συνολική μέτρηση των μεμονωμένων διαστάσεων ή τη συνολική ποιότητα υπηρεσιών. Οι Alexandris et al., (2004) αναγνώρισαν τους περιορισμούς του μοντέλου σε σχέση με το δείγμα (175 μέλη ενός μόνο ιδιωτικού γυμναστηρίου στην Ελλάδα) και πρότειναν τη δοκιμή του μοντέλου με μεγαλύτερο δείγμα και από διαφορετικά αθλητικά κέντρα. Επομένως, υπάρχουν προβλήματα με τη στατιστική εγκυρότητα των παραγόντων δεύτερης τάξης (υποδιαστάσεις) και της δυνατότητας καθολικής γενίκευσης του μοντέλου.

Εκτός από τις μελέτες ανάπτυξης μοντέλων (ερωτηματολογίων) αξιολόγησης ποιότητας υπηρεσιών εκγύμνασης, στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν και μελέτες αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών. Δύο από αυτές τις μελέτες είναι η μελέτη της Πατρώνη, (2003) που εξέτασε την ποιότητα των υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια της πόλης των Τρικάλων, η μελέτη του Ζείκου, (2011) και η μελέτη των Terzoglou et al., (2012), που εξέτασαν την ποιότητα των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Ανατολικής Θεσσαλονίκης, τα αποτελέσματα των οποίων συγκρίνονται στην πορεία με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας.

1.6 Σκοπός της έρευνας και διατύπωση των ερευνητικών υποθέσεων

Παρόλη την εκτεταμένη έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί κατά καιρούς από διάφορους ερευνητές ανά την υφήλιο, με σκοπό την ανάπτυξη ερευνητικών εργαλείων αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών εκγύμνασης, οι έρευνες της αξιολόγησης των υπηρεσιών αυτών από τους πελάτες των γυμναστηρίων είναι αναλογικά αρκετά λιγότερες. Επίσης, είναι ελλιπής η συσχέτιση της αξιολόγησης της ποιότητας των υπηρεσιών αυτών σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών και των χαρακτηριστικών που αφορούν την εκγύμνασή τους, όπως είναι η συχνότητα συμμετοχής τους και ο τρόπος προπόνησής τους.

Για παράδειγμα, από τις ελάχιστες μελέτες που εξέτασαν τη σχέση δημογραφικών χαρακτηριστικών και αντίληψη της ποιότητας ήταν αυτή της Πατρώνη, (2003), στα ιδιωτικά γυμναστήρια των Τρικάλων, η οποία ανακάλυψε διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας ανάλογα με το φύλο, με τις γυναίκες να θεωρούν ότι η ύπαρξη σύγχρονων προγραμμάτων άσκησης και η κάλυψη της χρηματικής αξίας του προγράμματος είναι σημαντικοί παράγοντες που προσδιοριστικοί της ποιότητας των υπηρεσιών που λαμβάνουν. Διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών ανακάλυψε και ο Uğurlu, (2018), η έρευνα του οποίου είχε ως αντικείμενο την ικανοποίηση των πελατών 12 αθλητικών κέντρων στην πόλη του Elazığ, στην Τουρκία. Ο ίδιος ερευνητής ανακάλυψε διαφορές και ανάλογα με το επίπεδο εκπαίδευσης. Ο Ζείκος, (2011), ερεύνησε την αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών, την ικανοποίηση των πελατών και την αφοσίωση στις υπηρεσίες που παρέχονται από 3 γυμναστήρια της ίδιας αλυσίδας στη Θεσσαλονίκη. Ανακάλυψε ότι οι παραπάνω μεταβλητές επηρεάζονται από δημογραφικά χαρακτηριστικά των υποκειμένων της έρευνας, όπως είναι η οικογενειακή τους κατάσταση και το μορφωτικό τους επίπεδο. Τέλος, οι Terzoglu et al., (2012), εξέτασαν την ποιότητα των υπηρεσιών σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τη συχνότητα συμμετοχής και την πρόθεση επαναγοράς της υπηρεσίας των χρηστών των γυμναστηρίων της Ανατολικής Θεσσαλονίκης. Η έρευνά τους δεν αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάλογα με το επάγγελμα και το επίπεδο εκπαίδευσης των υποκειμένων της έρευνας, αλλά αποκάλυψε διαφορές που αφορούσαν τη συχνότητα προπόνησής τους.

Όπως γίνεται φανερό από τα παραπάνω, όσον αφορά την πόλη της Θεσσαλονίκης, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της πόλης και της συσχέτισής της με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών και τα χαρακτηριστικά της εκγύμνασής τους. Αυτό το κενό καλείται να καλύψει η παρούσα έρευνα, για να διαπιστωθεί αν οι χρήστες των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων αντιλαμβάνονται την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών διαφορετικά σε σχέση με τα δημογραφικά τους

χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά εκγύμνασής τους. Μία τέτοια πληροφορία θα ήταν χρήσιμη στις διοικήσεις των επιχειρήσεων αυτών, διότι θα μπορούσαν να εξατομικεύσουν τις υπηρεσίες τους με βάση τα χαρακτηριστικά των πελατών, ώστε αυτοί να θεωρούν ότι οι υπηρεσίες που τους παρέχονται έχουν καλύτερη ποιότητα και να έχουν πιο θετικότερη στάση απέναντι στο γυμναστήριο στο οποίο έχουν συνδρομή, με ότι αυτό συνεπάγεται για την κερδοφορία της επιχείρησης. Ειδικότερα, όσον αφορά την ηλικία, επιλέχθηκε να ερευνηθούν οι διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας μεταξύ των ομάδων άνω και κάτω των 35 ετών, διότι τα 35 έτη σηματοδοτούν το πέρασμα από τη νεότητα στη μέση ηλικία. Επομένως, για τους σκοπούς της έρευνας, διατυπώθηκαν οι εξής μηδενικές (H_0) και εναλλακτικές υποθέσεις (H_1) προς διερεύνηση:

Ειδικά, όσον αφορά την πόλη της Θεσσαλονίκης, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία για την αξιολόγηση της ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της πόλης και της συσχέτισής της με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών και τα χαρακτηριστικά της εκγύμνασής τους. Αυτό το κενό καλείται να καλύψει η παρούσα έρευνα. Για το σκοπό αυτό, διατυπώθηκαν οι εξής μηδενικές (H_0) και εναλλακτικές υποθέσεις (H_1) προς διερεύνηση:

1. H_0 : Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το φύλο
 H_1 : Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το φύλο
2. H_0 : Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς την ηλικία
 H_1 : Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς την ηλικία
3. H_0 : Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τον τόπο διαμονής
 H_1 : Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τον τόπο διαμονής
4. H_0 : Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης

H₁: Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης

5. H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς την οικογενειακή κατάσταση

H₁: Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς την οικογενειακή κατάσταση

6. H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το επάγγελμα

H₁: Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς το επάγγελμα

7. H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τη συχνότητα συμμετοχής

H₁: Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τη συχνότητα συμμετοχής

8. H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τα συνολικά χρόνια άσκησης

H₁: Υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τα συνολικά χρόνια άσκησης

9. H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τον τρόπο προπόνησης

H₀: Δεν υπάρχουν διαφορές στην αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς τον τρόπο προπόνησης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Μεθοδολογία Έρευνας

2.1 Εισαγωγή

Η έρευνα είχε περιγραφικό, ποσοτικό και συγχρονικό (cross-sectional) χαρακτήρα, και είχε ως σκοπό την διερεύνηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών των ιδιωτικών γυμναστηρίων της ευρύτερης περιοχής της Θεσσαλονίκης από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών. Η συλλογή των δεδομένων έγινε με τη χρήση ενός ερωτηματολογίου, το οποίο διανεμήθηκε διαδικτυακά στα υποκείμενα της έρευνας.

2.2. Εργαλείο Μέτρησης – Ερωτηματολόγιο

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες της έρευνας έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια της διδακτορικής διατριβής του Χαρίλαου Κουθούρη, το 2000 (Κουθούρης, 2000). Το ερωτηματολόγιο αυτό είναι βασισμένο στο μοντέλο SERVQUAL και σχεδιάστηκε για να μετρήσει την ποιότητα των υπηρεσιών σε υπαίθριες δραστηριότητες. Τροποποιήθηκε από την Φωτεινή Πατρώνη (2003), στα πλαίσια της μεταπτυχιακής της διατριβής για να μετρήσει την αντιλαμβανόμενη ποιότητα σε ιδιωτικά γυμναστήρια και παρουσιάστηκε και σε συνέδριο.

Το εν λόγω ερωτηματολόγιο επιλέχθηκε ανάμεσα σε άλλα για τους εξής λόγους. Πρώτον, μετράει την αντιλαμβανόμενη ποιότητα σε ιδιωτικά γυμναστήρια, που αποτελεί και το αντικείμενο της παρούσας έρευνας. Δεύτερον, είναι σύντομο και περιεκτικό, οπότε μεγιστοποιούνται οι πιθανότητες να απαντηθεί στο σύνολό του και να είναι αξιόπιστες οι απαντήσεις. Τρίτον, είναι γραμμένο στα ελληνικά, οπότε δε χρειάζεται μετάφραση, διαπολιτισμική προσαρμογή και έλεγχο των ψυχομετρικών του ιδιοτήτων, και τέταρτον, έχει ελεγχθεί για την εσωτερική του συνοχή και έχει βρεθεί πολύ αξιόπιστο (Cronbach's $\alpha=0.92$) κατά την έρευνα της Πατρώνη το 2003.

Το ερωτηματολόγιο (Παράρτημα – Μέρος Α) περιέχει αρχικά ερωτήσεις που αφορούν τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, καθώς επίσης και ερωτήσεις που αφορούν τη διάρκεια και τη συχνότητα εκγύμνασής τους. Από την αρχική μορφή της Πατρώνη (2003) αποκλείστηκαν οι ερωτήσεις που αφορούσαν τον αριθμό των γυμναστηρίων που άλλαξαν οι συμμετέχοντες και τον κύριο λόγο επιλογής του συγκεκριμένου γυμναστηρίου. Αντιθέτως, προστέθηκαν ερωτήσεις που αφορούν τη συχνότητα εκγύμνασης σε μέρες ανά βδομάδα, τη διάρκεια άσκησης σε ώρες ανά

προπόνηση, τον προτιμητέο τρόπο προπόνησης και τις συνηθέστερες ώρες προσέλευσης στο γυμναστήριο, διότι θεωρήθηκε ότι θα προσέθεταν στην πληρότητα του ερωτηματολογίου.

Στο δεύτερο σκέλος του περιέχει 18 ερωτήσεις 10βάθμιας κλίμακας τύπου Likert (1-χαμηλό επίπεδο, 10-άριστο επίπεδο) που αφορούν μεταβλητές προσδιοριστικές της ποιότητας του γυμναστηρίου που αξιολογεί το κάθε υποκείμενο της έρευνας. Παρ' όλες τις προσθαφαιρέσεις που έγιναν στο πρώτο σκέλος του ερωτηματολογίου, δεν έγινε καμία παρέμβαση στις 18 ερωτήσεις που αφορούν την ποιότητα παροχής υπηρεσιών για να μην επηρεαστούν οι ψυχομετρικές ιδιότητες του ερωτηματολογίου.

Το εν λόγω ερωτηματολόγιο επιλέχθηκε ανάμεσα σε άλλα για τους εξής λόγους:

1. Μετράει την αντιλαμβανόμενη ποιότητα σε ιδιωτικά γυμναστήρια, που αποτελεί και το αντικείμενο της παρούσας έρευνας

2. Είναι σύντομο και περιεκτικό, οπότε μεγιστοποιούνται οι πιθανότητες να απαντηθεί στο σύνολό του και να είναι αξιόπιστες οι απαντήσεις

3. Είναι γραμμένο στα ελληνικά, οπότε δε χρειάζεται μετάφραση, διαπολιτισμική προσαρμογή και έλεγχο των ψυχομετρικών του ιδιοτήτων

4. Έχει ελεγχθεί για την εσωτερική του συνοχή και έχει βρεθεί πολύ αξιόπιστο (Cronbach's $\alpha=0.92$) κατά την έρευνα της Πατρώνη το 2003.

2.3 Προϋποθέσεις συμμετοχής στην έρευνα

Οι προϋποθέσεις συμμετοχής στην έρευνα ήταν δύο: η συναίνεση των συμμετεχόντων και το να έχουν υπάρξει πελάτες ιδιωτικού γυμναστηρίου την τελευταία 5ετία στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης.

2.4 Πιλοτική φάση της έρευνας

Αρχικά το ερωτηματολόγιο δόθηκε σε 10 ερωτηθέντες με σκοπό να ελεγχθεί η σαφήνιά του και ο χρόνος που απαιτούνταν για τη συμπλήρωσή του. Οι συμμετέχοντες ενθαρρύνθηκαν να πουν ανοιχτά τη γνώμη τους σχετικά με τη σαφήνεια και την ευστοχία των ερωτήσεων, και το κατά πόσον χρονοβόρα είναι η συμπλήρωσή του. Από την πιλοτική έρευνα διαπιστώθηκε ότι το ερωτηματολόγιο απαιτούσε μόλις 5 λεπτά χρόνου συμπλήρωσης, και ήταν σε ικανοποιητικό βαθμό σαφές και εύστοχο. Ως εκ τούτου, δε χρειάστηκε να γίνει κάποια περαιτέρω αλλαγή.

2.5 Δείγμα - Διαδικασία διεξαγωγής της έρευνας

Το δείγμα της έρευνας ήταν δείγμα ευκολίας.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε με τη μορφή των Φορμών Google διαδικτυακά και με τη βοήθεια των κοινωνικών μέσων δικτύωσης (facebook, viber, messenger, e-mail, Linked In), κατά τα πρότυπα των Ilina, (2015), Lewis, (2013) García-Fernández et al., (2014), Gill et al., (2019) και Howat and Assaker, (2016). Μέσω Facebook κοινοποιήθηκε σε άτομα από τον ευρύτερο κοινωνικό περίγυρο του συγγραφέα που είναι συνδρομητές σε γυμναστήρια και κοινοποιήθηκε επίσης σε σελίδες Facebook του νομού Θεσσαλονίκης με μεγάλη επισκεψιμότητα.

Επίσης, ζητήθηκε από 5 γυμναστήρια της πόλης της Θεσσαλονίκης να εγκρίνουν τη διανομή του ερωτηματολογίου μέσω των προφίλ τους στο Facebook, ωστόσο, μόνο 2 από αυτά ανταποκρίθηκαν θετικά στην πρόσκληση. Αυτά ήταν το Oxygen Gym στους Αμπελόκηπους και το Spartacus στον Εύοσμο, που κοινοποίησαν το ερωτηματολόγιο στη σελίδα τους στο Facebook και στο viber αντίστοιχα. Επίσης, το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε και στους φοιτητές του Πανεπιστημίου Μακεδονίας μέσω της γραμματείας του πανεπιστημίου, που το κοινοποίησε στη σελίδα της στο Facebook (<https://www.facebook.com/mbauom/?ref=bookmarks>), αλλά και στο Linked in (<https://www.linkedin.com/in/mba-program-university-of-macedonia-4b2a3913a/detail/recent-activity/>).

Στην περίπτωση της παρούσας έρευνας, η κοινοποίηση του ερωτηματολογίου μέσω διαδικτύου ήταν η μόνη εφικτή λύση, διότι η έρευνα πραγματοποιήθηκε εν μέσω καραντίνας, λόγω του covid-19, από τα μέσα του Απριλίου 2020 μέχρι το τέλος του Ιουνίου 2020. Στο εν λόγω διάστημα, όλα τα γυμναστήρια της χώρας ήταν κλειστά βάσει υπουργικής απόφασης, αλλά και όταν άνοιξαν στα τέλη του Ιουνίου 2020, η προσέλευση του κόσμου είναι αξιοσημείωτα μειωμένη.

2.6 Στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων

Για την αποτελεσματικότερη και επαρκέστερη ανάλυση των αποτελεσμάτων χρησιμοποιήθηκαν οι αρχές τόσο της περιγραφικής στατιστικής, όσο και της επαγωγικής στατιστικής (στατιστική συμπερασματολογία).

Όλες οι μεταβλητές του ερωτηματολογίου (δημογραφικές και μεταβλητές ποιότητας) ανήκουν στην κατηγορία των ποιοτικών μεταβλητών. Για την περιγραφική ανάλυση των μεταβλητών που είναι ονομαστικές (όπως το φύλο και ο τόπος διαμονής) χρησιμοποιήθηκαν οι έννοιες του συνόλου των δεδομένων, του ποσοστού %, της διαμέσου (όπου ήταν εφικτό) και της επικρατούσας τιμής. Για την περιγραφική ανάλυση των μεταβλητών που είναι διατάξιμες (όπως είναι οι μεταβλητές ποιότητας και οι μεταβλητές συμμετοχής στο γυμναστήριο) χρησιμοποιήθηκαν οι έννοιες του μέσου όρου, της τυπικής απόκλισης, του εύρους των τιμών, της διαμέσου, της ελάχιστης και μέγιστης τιμής και της επικρατούσας τιμής.

Για την εξαγωγή συμπερασμάτων και τον έλεγχο των υποθέσεων της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν τα τεστ Mann-Whitney U test και Kruskal-Wallis H test. Η επιλογή των μη παραμετρικών αυτών τεστ έγινε λόγω της ποιοτικής φύσης των υπό εξέταση δημογραφικών μεταβλητών και μεταβλητών ποιότητας, καθώς και λόγω της μη κανονικής κατανομής των δεδομένων σε μία ή περισσότερες μεταβλητές που εξετάστηκαν ανά ομάδες (Uğurlu, 2018). Το Mann-Whitney U test ανιχνεύει τις διαφορές μεταξύ δύο ομάδων (πχ. μεταξύ ανδρών και γυναικών) σε μία συνεχή ή διατάξιμη εξαρτημένη μεταβλητή και το Kruskal-Wallis H test ανιχνεύει τις διαφορές μεταξύ τριών ή και περισσότερων ομάδων (πχ. μεταξύ των διαφόρων επιπέδων μόρφωσης) σε μία συνεχή ή διατάξιμη εξαρτημένη μεταβλητή.

Για να μπορούν να χρησιμοποιηθούν αυτά τα δύο τεστ, θα πρέπει να πληρούνται οι εξής τέσσερις προϋποθέσεις, από τις οποίες οι πρώτες τρεις σχετίζονται με την επιλογή του σχεδίου της έρευνας, ενώ η τελευταία αφορά τη φύση των δεδομένων:

- Η εξαρτημένη μεταβλητή που ερευνάται κάθε φορά είναι μοναδική και μετρείται σε συνεχή κλίμακα ή κλίμακα διάταξης (όπως πχ. είναι η κλίμακα Likert).
- Η ανεξάρτητη μεταβλητή που ερευνάται κάθε φορά είναι επίσης μοναδική και περιλαμβάνει δύο (οπότε και χρησιμοποιείται το Mann-Whitney test), ή τρεις και περισσότερες (οπότε και χρησιμοποιείται το Kruskal-Wallis test) ομάδες που ανήκουν στις κατηγορικές μεταβλητές (πχ. φύλο, οικογενειακή κατάσταση) και είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους.
- Θα πρέπει να υπάρχει ανεξαρτησία των παρατηρήσεων, δηλαδή δε θα πρέπει να υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των παρατηρήσεων που πάρθηκαν από μία υποομάδα της ανεξάρτητης μεταβλητής ή μεταξύ των παρατηρήσεων που πάρθηκαν από άλλες

υποομάδες της ανεξάρτητης μεταβλητής (πχ. όποιος ανήκει στην ηλικιακή ομάδα μέχρι 35 ετών, δε μπορεί να ανήκει ταυτόχρονα και στην ηλικιακή ομάδα άνω των 35 ετών).

- Θα πρέπει να διευκρινιστεί αν οι κατανομές των δεδομένων για την κάθε υπό εξέταση ομάδα της εξαρτημένης μεταβλητής έχουν το ίδιο ή διαφορετικό σχήμα. Αν κριθεί ότι το σχήμα τους είναι το ίδιο (συμπεριλαμβανομένης της διασποράς τους), τότε μπορούμε να κρίνουμε αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των υπό εξέταση ομάδων. Στην περίπτωση αυτή η μηδενική υπόθεση και η εναλλακτική υπόθεση και για τα δύο τεστ έχει ως εξής:

H_0 : η κατανομή των αποτελεσμάτων για τις υπό εξέταση ομάδες είναι ίδια

H_1 : η κατανομή των αποτελεσμάτων για τις υπό εξέταση ομάδες δεν είναι ίδια, ή εναλλακτικά

H_1 : οι διάμεσοι για τις υπό εξέταση ομάδες δεν είναι ίσες,

- Αν κριθεί ότι το σχήμα τους δεν είναι το ίδιο, τότε μπορούμε μόνο να πούμε αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις κατανομές των υπό εξέταση ομάδων, και πιο συγκεκριμένα, αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στους μέσους ιεράρχησης ή κατάταξης (mean ranks) των υπό εξέταση ομάδων. Στην περίπτωση αυτή η μηδενική υπόθεση και η εναλλακτική υπόθεση και για τα δύο τεστ έχει ως εξής:

H_0 : η κατανομή των αποτελεσμάτων για τις υπό εξέταση ομάδες είναι ίδια

H_1 : η κατανομή των αποτελεσμάτων για τις υπό εξέταση ομάδες δεν είναι ίδια, ή εναλλακτικά

H_1 : οι μέσοι ιεράρχησης ή κατάταξης (mean ranks) για τις υπό εξέταση ομάδες δεν είναι ίσοι

Οι τρεις πρώτες προϋποθέσεις σχετίζονται με το σχέδιο της παρούσας έρευνας και πληρούνται απολύτως. Η τέταρτη εξαρτάται από τη φύση των δεδομένων που προέκυψαν από την έρευνα. Στην περίπτωση που οι κατανομές των υπό εξέταση δεδομένων έχουν παρόμοιο σχήμα, γίνεται σύγκριση των διαμέσων των υπό εξέταση ομάδων. Στην περίπτωση που οι κατανομές των υπό εξέταση δεδομένων έχουν διαφορετικά σχήματα, γίνεται σύγκριση των μέσων κατάταξης των υπό εξέταση ομάδων. Η σύγκριση των σχημάτων των εν λόγω κατανομών γίνεται βάσει της οπτικής απεικόνισής τους και της σύγκρισης των διασπορών τους. Στο Παράρτημα δίνεται ένα αναλυτικό παράδειγμα στατιστικής ανάλυσης και ερμηνείας των Mann-Whitney και Kruskal-Wallis τεστ.

Ως καταλληλότερο πρόγραμμα στατιστικής επεξεργασίας και ανάλυσης των αποτελεσμάτων επιλέχθηκε το SPSS 22.0.

Τέλος, η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου, όσον αφορά την εσωτερική συνοχή του, ελέγχθηκε με το συντελεστή Cronbach's alpha.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Στατιστική Ανάλυση των Αποτελεσμάτων της Έρευνας

3.1 Εισαγωγή

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 248 ερωτηθέντες, οι οποίοι απάντησαν σε όλες τις ερωτήσεις, οπότε δεν είχαμε απύουσες τιμές (missing values). Η αξιοπιστία του ερωτηματολογίου, όσον αφορά την εσωτερική συνοχή του, εξετάστηκε με τον συντελεστή Cronbach's alpha, και βρέθηκε ιδιαίτερα υψηλή (Cronbach's alpha = 0,965). Στην παράγραφο 3.2 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης των απαντήσεων που λήφθηκαν, και στην παράγραφο 3.3 δίδονται οι σχέσεις μεταξύ των ανεξάρτητων και των εξαρτημένων μεταβλητών του ερωτηματολογίου, με βάση τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις που τέθηκαν στο πρώτο κεφάλαιο.

3.2 Περιγραφική Στατιστική Ανάλυση

Στον παρακάτω πίνακα (πίνακας 3.1) δίδονται τα δημογραφικά περιγραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος της έρευνάς μας:

Πίνακας 3.1: Δημογραφικά περιγραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

		Αριθμός συμμετεχόντων	Συχνότητα % στο σύνολο των ερωτηθέντων	Αθροιστική συχνότητα %	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή
Φύλο	Άνδρες	117	47,18	47,18		
	Γυναίκες	131	52,82	100		Ναι
	Σύνολο	248	100			
Ηλικία	<18 ετών	5	2,02	2,02		
	18-25	34	13,71	15,73		
	26-35	73	29,44	45,17		
	36-45	103	41,53	86,7	Ναι	Ναι
	46-55	23	9,27	95,97		
	>55 ετών	10	4,03	100		

	Σύνολο	248	100			
Ηλικία <35 ετών	<35	112	45,16	45,16		
	>35	136	54,84	100		Ναι
	Σύνολο	248	100			
Τόπος διαμονής	Ανατολική Θεσσαλονίκη	85	34,27	34,27		
	Δυτική Θεσσαλονίκη	92	37,1	71,37		Ναι
	Κέντρο Θεσσαλονίκης	42	16,94	88,31		
	Περίχωρα Θεσσαλονίκης	29	11,69	100		
	Σύνολο	248	100			
Επίπεδο εκπαίδευσης	Λύκειο	30	12,1	12,1		
	ΙΕΚ	17	6,85	18,95		
	Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ	108	43,55	62,5		Ναι
	Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	84	33,87	96,37		
	Άλλο	9	3,63	100		
	Σύνολο	248	100			
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμος/η	130	52,42	52,42		Ναι
	Παντρεμένος/η	102	41,13	93,55		
	Διαζευγμένος/η – Σε διάσταση	14	5,65	99,2		
	Χήρος/α	2	0,81	100		
	Σύνολο	148	100			
Επάγγελμα	Μαθητής/Φοιτητής	26	10,48	10,48		
	Άνεργος/η	12	4,84	15,32		
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	107	43,15	58,47		Ναι
	Δημόσιος Υπάλληλος	44	17,74	76,21		

	Ελεύθερος Επαγγελματίας	43	17,34	93,55		
	Άλλο	16	6,45	100		
	Σύνολο	248	100			

Στον πίνακα 3.2 δίδονται τα περιγραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος που αφορούν την συχνότητα και τον τρόπο εκγύμνασης των ερωτηθέντων:

Πίνακας 3.2: Περιγραφικά χαρακτηριστικά συχνότητας και τρόπου εκγύμνασης

		Αριθμός συμμετεχόντων	Συχνότητα % στο σύνολο των ερωτηθέντων	Αθροιστική συχνότητα %	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή
Συχνότητα συμμετοχής στο γυμναστήριο	0-1 μέρες την εβδομάδα	40	16,13	16,13		
	2-3 μέρες την εβδομάδα	109	43,95	60,08	Ναι	Ναι
	4-5 μέρες την εβδομάδα	87	35,08	95,16		
	6-7 μέρες την εβδομάδα	12	4,84	100		
	Σύνολο	248	100			
Χρόνια άσκησης στο τελευταίο γυμναστήριο	0-1 χρόνο	108	43,55	43,55		Ναι
	2-5 χρόνια	92	37,1	80,65	Ναι	
	6-10 χρόνια	22	8,87	89,52		
	>10 χρόνια	26	10,48	100		
	Σύνολο	248	100			
Συνολικά χρόνια άσκησης σε ιδιωτικά γυμναστήρια	0-1 χρόνο	25	10,08	10,08		
	2-5 χρόνια	86	34,68	44,76		Ναι
	6-10 χρόνια	59	23,79	68,55	Ναι	
	>10 χρόνια	78	31,45	100		
	Σύνολο	248	100			
Τρόπος προπόνησης	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	47	18,95	18,95		

	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	98	39,52	58,47	Ναι	Ναι
	Personal Training	22	8,87	67,34		
	Συνδυασμός των παραπάνω	81	32,66	100		
	Σύνολο	248	100			
Διάρκεια άσκησης	<1 ώρα	86	34,68	34,68		
	1-2 ώρες	147	59,27	93,95	Ναι	Ναι
	2-3 ώρες	13	5,24	99,19		
	>3 ώρες	2	0,81	100		
	Σύνολο	248	100			
Ώρες επίσκεψης στο γυμναστήριο	9πμ - 12 το μεσημέρι	54	21,77	21,77		
	12 το μεσημέρι - 3μμ	14	5,65	27,42		
	3μμ-6μμ	26	10,48	37,9		
	6μμ-9μμ	154	62,1	100	Ναι	Ναι
	Σύνολο	248	100			

Στον πίνακα 3.3 δίνονται τα περιγραφικά χαρακτηριστικά των απαντήσεων των ερωτηθέντων στις ερωτήσεις που αφορούν τις μεταβλητές ποιότητας των υπηρεσιών των γυμναστηρίων στα οποία έχουν συνδρομή.

Πίνακας 3.3: Περιγραφικά χαρακτηριστικά των απαντήσεων στις μεταβλητές ποιότητας

	Μέσος όρος	Διάμεσος	Επικρατούσα τιμή	Τυπική απόκλιση	Εύρος τιμών	Ελάχιστη τιμή	Μέγιστη τιμή
Κατάσταση εξοπλισμού	7,27	7,50	8	1,803	9	1	10
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	7,15	8,00	8	2,183	9	1	10
Περιβάλλον και λοιποί χώροι	6,24	7,00	5	2,587	9	1	10

του γυμναστηρίου							
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	7,39	8,00	8	2,223	9	1	10
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	7,54	8,00	8	1,887	9	1	10
Εξυπηρέτηση	7,94	8,00	10	1,923	9	1	10
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	7,32	8,00	8	2,132	9	1	10
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	7,91	8,00	10	2,005	9	1	10
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	7,75	8,00	9	2,112	9	1	10
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	7,31	8,00	8	2,192	9	1	10
Αίσθηση ασφάλειας	7,69	8,00	8 ^a	1,952	9	1	10
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	7,88	8,00	8	1,938	9	1	10
Επικοινωνία με τους πελάτες	7,92	8,00	8	1,860	8	2	10
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	7,20	8,00	8	2,249	9	1	10

Αντίληψη των αναγκών των πελατών	7,21	8,00	7	2,295	9	1	10
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	7,72	8,00	8 ^a	2,062	9	1	10
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	7,69	8,00	10	2,025	9	1	10
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	7,86	8,00	10	1,967	8	2	10

3.3 Επαγωγική Στατιστική Ανάλυση

Παρακάτω δίδονται τα αποτελέσματα της επαγωγικής στατιστικής ανάλυσης που σχετίζονται με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά εκγύμνασης του δείγματος.

3.3.1 Φύλο

Διεξήχθη ένα τεστ Mann-Whitney U για να προσδιοριστεί εάν υπήρχαν διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών. Οι κατανομές των βαθμολογιών στις 18 μεταβλητές της ποιότητας για άνδρες και γυναίκες ήταν παρόμοιες, όπως εκτιμήθηκε με οπτική επιθεώρηση και έλεγχο ομοσκεδαστικότητας. Οι διάμεσοι των βαθμολογιών για τους άνδρες και τις γυναίκες δεν ήταν στατιστικά σημαντικά διαφορετικές, όπως προέκυψε από μια ακριβή κατανομή δειγματοληψίας για το U (Dineen & Blakesley, 1973). (Πίνακας 3.4)

Πίνακας 3.4: Mann-Whitney U test με βάση το φύλο

	Διάμεσος (άνδρες)	Διάμεσος (γυναίκες)	Mann-Whitney U test	z	p
Κατάσταση εξοπλισμού	8,00	7,00	6.822,000	-1,513	,130
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	8,00	7,00	7.162,500	-0,899	,369
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	7,00	6,00	6.675,500	-1,765	,078
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	8,00	8,00	7.976,500	,563	,574
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	8,00	8,00	7.875,500	0,382	,703
Εξυπηρέτηση	8,00	8,00	7.411,500	-0,456	,649
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	8,00	8,00	7.439,5	-0,402	,688
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	8,00	8,00	7.775,000	0,201	,840
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	8,00	8,00	7.839,500	0,317	,751
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	8,00	8,00	7.910,500	0,444	,657
Αίσθηση ασφάλειας	8,00	8,00	7.322,500	-0,614	,539

Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	8,00	8,00	7.875,500	0,383	,701
Επικοινωνία με τους πελάτες	8,00	8,00	7.614,500	-0,089	,929
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	7,00	8,00	8.389,000	1,303	,193
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	7,00	8,00	8.161,500	0,894	,371
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	8,00	8,00	7.288,500	-0,676	,499
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	8,00	8,00	7.127,000	-0,966	,334
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	8,00	8,00	6.951,500	-1,285	,199

3.3.2 Ηλικία άνω και κάτω των 35 ετών

Διεξήχθη ένα τεστ Mann-Whitney U για να προσδιοριστεί εάν υπήρχαν διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας μεταξύ των ηλικιακών ομάδων άνω και κάτω των 35 ετών. Οι κατανομές των βαθμολογιών, όπως εκτιμήθηκε με οπτική επιθεώρηση και έλεγχο ομοσκεδαστικότητας, ήταν παρόμοιες στις δύο ηλικιακές ομάδες σε 13 μεταβλητές της ποιότητας του πίνακα. Μετά από μια ακριβή κατανομή δειγματοληψίας για το U (Dineen & Blakesley, 1973), προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές για τις μεταβλητές «Κατάσταση εξοπλισμού», «Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες», με την ομάδα άνω των 35 ετών να αντιλαμβάνεται ως υψηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που της παρέχεται.

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών, συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων», «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», «Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα», «Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών» εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις ομάδες ανδρών και γυναικών. Επομένως, για αυτές τις 5 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Mann-Whitney, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως έγινε παραπάνω τις υπόλοιπες μεταβλητές. Όπως, επομένως, φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα, δεν προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στους μέσους κατάταξης των 5 κατανομών που αναφέρονται παραπάνω.

Πίνακας 3.5: Mann-Whitney U test με βάση την ηλικία άνω και κάτω των 35 ετών

	Διάμεσος (<35 ετών)	Διάμεσος (>35 ετών)	Μέσος κατάταξης (<35 ετών)	Μέσος κατάταξης (>35 ετών)	Mann-Whitney U test	z	p
Κατάσταση εξοπλισμού	7,00	8,00			9.287,000	3,014	0,003
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	7,00	8,00	116,87	130,79	8.471,000	1,538	0,124
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	5,00	7,00			9.381,500	3,163	0,002
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	8,00	8,00	116,85	130,80	8.473,000	1,545	0,122
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	8,00	8,00	121,77	126,75	7.922,000	0,553	0,580
Εξυπηρέτηση	8,00	8,00			8.363,000	1,355	0,176
Ικανότητα τροποποίησης	8,00	8,00			7.693,000	0,139	0,890

του προγράμματος							
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	8,00	8,00			7.976,000	0,653	0,514
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	8,00	9,00			8.938,000	2,392	0,017
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	7,00	8,00	121,71	126,80	7.928,500	0,563	0,573
Αίσθηση ασφάλειας	8,00	8,00			7.955,500	0,613	0,540
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	8,00	8,00	123,25	125,53	7.756,500	0,255	0,799
Επικοινωνία με τους πελάτες	8,00	8,00			7.899,500	0,514	0,607
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	7,00	8,00			8.167,500	0,993	0,321
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	7,00	8,00			7.774,000	0,284	0,776
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	8,00	8,00			8,712,000	1,982	0,047
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	8,00	8,00			7.730,500	0,207	0,836
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις	8,00	9,00			8.651,000	1,873	0,061

προσφερόμενες υπηρεσίες							
-------------------------	--	--	--	--	--	--	--

3.3.3 Τόπος Διαμονής

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου», «Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος» και «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις 4 ομάδες του τόπου διαμονής. Επομένως, για αυτές τις 3 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων κατάταξης των τριών μεταβλητών που αναφέρθηκαν παραπάνω. Επίσης αποκάλυψε ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των υπόλοιπων μεταβλητών ποιότητας, σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (Πίνακας 3.6)

Πίνακας 3.6: Kruskal-Wallis H test με βάση τον τόπο διαμονής

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(3)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	5,444	0,142
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	4,217	0,239
<i>Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου</i>	2,315	0,510
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	4,002	0,261
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	5,479	0,140
Εξυπηρέτηση	1,602	0,659
<i>Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος</i>	1,036	0,792
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	0,962	0,810

Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	6,927	0,074
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	1,202	0,753
Αίσθηση ασφάλειας	0,869	0,833
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	5,785	0,123
Επικοινωνία με τους πελάτες	4,625	0,201
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	1,857	0,603
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	3,925	0,270
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	5,426	0,143
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	4,892	0,180
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	5,923	0,115

3.3.4 Επίπεδο Εκπαίδευσης

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι η μεταβλητή ποιότητας «Επικοινωνία με τους πελάτες», εμφανίζει διαφορετικού σχήματος κατανομές στις 5 ομάδες του επιπέδου εκπαίδευσης. Επομένως, για αυτή τη μεταβλητή θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής της, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τη διάμεσό της, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων κατάταξης της μεταβλητής «Επικοινωνία με τους πελάτες». Επίσης αποκάλυψε ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των υπόλοιπων μεταβλητών ποιότητας σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. (Πίνακας 3.7)

Πίνακας 3.7: Kruskal-Wallis H test με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(4)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	7,637	0,106
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	6,118	0,191

Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	1,677	0,795
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	2,859	0,582
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	6,684	0,154
Εξυπηρέτηση	5,235	0,264
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	1,747	0,782
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	1,425	0,840
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	2,814	0,589
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	2,923	0,571
Αίσθηση ασφάλειας	1,451	0,835
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	3,292	0,510
<i>Επικοινωνία με τους πελάτες</i>	3,469	0,483
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	4,539	0,338
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	4,136	0,388
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	4,379	0,357
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	4,334	0,363
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	1,426	0,840

3.3.5 Οικογενειακή Κατάσταση

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων», «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», «Εξυπηρέτηση», «Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος», «Προθυμία και διάθεση των γυμναστών», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών» και «Επικοινωνία με τους πελάτες», εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις 4 ομάδες της οικογενειακής κατάστασης. Επομένως, για αυτές τις 8 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων κατάταξης των οκτώ μεταβλητών που αναφέρθηκαν παραπάνω. Επίσης αποκάλυψε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των μεταβλητών ποιότητας «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», «Αντίληψη των αναγκών των πελατών», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του», «Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες», σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (Πίνακας 3.8)

Πίνακας 3.8: Kruskal-Wallis H test με βάση την οικογενειακή κατάσταση

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(3)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	7,208	0,066
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	4,565	0,207
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	2,971	0,212
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	2,971	0,396
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	4,928	0,177
Εξυπηρέτηση	2,958	0,398
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	3,488	0,322
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	5,740	0,125
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	6,203	0,102
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	2,435	0,487
Αίσθηση ασφάλειας	3,193	0,363
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	5,334	0,149
Επικοινωνία με τους πελάτες	6,304	0,098
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	9,143	0,027
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	9,220	0,027
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	10,486	0,015

Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	8,374	0,039
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	9,923	0,019

Στις 5 μεταβλητές ποιότητας για τις οποίες δεν μπορούσε να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση του τεστ, διεξήχθησαν περαιτέρω ανά ζεύγη συγκρίσεις με βάση τη διαδικασία του Dunn (1964), χρησιμοποιώντας την διόρθωση Bonferroni για πολλαπλές συγκρίσεις. Η post hoc ανάλυση αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων των παντρεμένων (119,89) και των διαζευγμένων (174,36) ($p=0,42$) στη μεταβλητή «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης» και μεταξύ των ομάδων των παντρεμένων (119,41) και των διαζευγμένων (173,18) ($p=0,45$) στη μεταβλητή «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του». Και στις δύο παραπάνω μεταβλητές, οι παντρεμένοι φαίνεται να αντιλαμβάνονται ως χαμηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχεται σε σχέση με τους διαζευγμένους. Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, στις υπόλοιπες ανά ζεύγη συγκρίσεις.

3.3.6. Επάγγελμα

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι όλες οι μεταβλητές ποιότητας εμφανίζουν παρόμοιου σχήματος κατανομές στις 6 ομάδες του επαγγέλματος. Επομένως, για όλες τις μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά τις διαμέσους τους με βάση την εξέταση Kruskal-Wallis.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των μεταβλητών ποιότητας «Επικοινωνία με τους πελάτες», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες», σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (Πίνακας 3.9)

Πίνακας 3.9: Kruskal-Wallis H test με βάση το επάγγελμα

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(5)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	5,241	0,387

Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	6,706	0,243
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	5,451	0,363
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	10,887	0,054
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	6,527	0,258
Εξυπηρέτηση	8,374	0,137
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	8,332	0,139
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	10,640	0,059
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	8,710	0,121
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	5,461	0,362
Αίσθηση ασφάλειας	5,440	0,365
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	7,787	0,168
Επικοινωνία με τους πελάτες	11,134	0,049
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	8,052	0,153
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	10,868	0,054
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	12,665	0,027
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	3,378	0,642
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	12,628	0,027

Στις 3 μεταβλητές ποιότητας για τις οποίες δεν μπορούσε να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση του τεστ, διεξήχθησαν περαιτέρω ανά ζεύγη συγκρίσεις με βάση τη διαδικασία του Dunn (1964), χρησιμοποιώντας την διόρθωση Bonferroni για πολλαπλές συγκρίσεις. Η post hoc ανάλυση αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων των ιδιωτικών υπαλλήλων (130,66) και της ομάδας «Άλλο» (νοικοκυρές, εισοδηματίες, άεργοι, κλπ.) (72,03) ($p=0,028$) και μεταξύ των ομάδων των δημοσίων υπαλλήλων (134,52) και της ομάδας «Άλλο» (72,03) ($p=0,035$) στη μεταβλητή «Επικοινωνία με τους πελάτες», μεταξύ των ομάδων των δημοσίων υπαλλήλων (153,17) και της ομάδας «Άλλο» (88,59) ($p=0,026$) στη μεταβλητή «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και μεταξύ των ομάδων των δημοσίων υπαλλήλων (149,55) και της ομάδας «Άλλο» (85,94) ($p=0,03$) στη μεταβλητή «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες». Στις παραπάνω, ανά ζεύγη συγκρίσεις, φαίνεται ότι οι χρήστες που ανήκουν στην επαγγελματική ομάδα «Άλλο»

(νοικοκυρές, εισοδηματίες, άεργοι, κλπ.) αντιλαμβάνονται ως χαμηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρεται σε σχέση με τους παντρεμένους και τους διαζευγμένους, στις αντίστοιχες μεταβλητές ποιότητας που αναφέρονται παραπάνω. Δεν παρατηρήθηκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, στις υπόλοιπες ανά ζεύγη συγκρίσεις.

3.3.7 Συχνότητα Συμμετοχής

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης» και «Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης», εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις 4 ομάδες της συχνότητας συμμετοχής. Επομένως, για αυτές τις 3 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων κατάταξης των τριών μεταβλητών που αναφέρθηκαν παραπάνω, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Επίσης αποκάλυψε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους όλων των υπόλοιπων μεταβλητών ποιότητας, εκτός από τις μεταβλητές «Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου» και «Προθυμία και διάθεση των γυμναστών» (Πίνακας 3.10).

Πίνακας 3.10: Kruskal-Wallis H test με βάση τη συχνότητα συμμετοχής

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(3)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	16,974	0,001
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	13,003	0,005
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	5,144	0,162
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	7,986	0,046
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	13,934	0,003

Εξυπηρέτηση	11,880	0,008
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	14,770	0,002
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	6,745	0,080
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	7,884	0,048
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	15,367	0,002
Αίσθηση ασφάλειας	15,294	0,002
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	11,320	0,010
Επικοινωνία με τους πελάτες	16,752	0,001
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	10,019	0,018
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	8,432	0,038
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	19,391	0,000
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	16,936	0,001
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	16,743	0,001

Στις 16 μεταβλητές ποιότητας για τις οποίες δεν μπορούσε να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση του τεστ, διεξήχθησαν περαιτέρω ανά ζεύγη συγκρίσεις με βάση τη διαδικασία του Dunn (1964), χρησιμοποιώντας την διόρθωση Bonferroni για πολλαπλές συγκρίσεις. Η post hoc ανάλυση αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές στα παρακάτω ζεύγη (Πίνακας 3.11). Όπως φαίνεται στον πίνακα 3.11, η ομάδα που γυμνάζεται 0-1 μέρες/ βδομάδα αντιλαμβάνεται ως χαμηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που της παρέχεται σε 16 μεταβλητές ποιότητας, σε σχέση με αυτούς που προσέρχονται συχνότερα στο γυμναστήριο:

Πίνακας 3.11: Post-hoc ανάλυση για τη μεταβλητή «συχνότητα συμμετοχής»

Μεταβλητή ποιότητας	Ζεύγος ομάδων	p value
Κατάσταση εξοπλισμού	0-1 μέρες/βδομάδα (83,79) – 2-3 μέρες/βδομάδα (128,70)	0,004

	0-1 μέρες/βδομάδα (83,79) – 4-5 μέρες/βδομάδα (134,32)	0,001
	0-1 μέρες/βδομάδα (83,79) – 6-7 μέρες/βδομάδα (150,83)	0,024
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	0-1 μέρες/βδομάδα (90,28) – 2-3 μέρες/βδομάδα (125,17)	0,047
	0-1 μέρες/βδομάδα (90,28) – 4-5 μέρες/βδομάδα (139,05)	0,002
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	0-1 μέρες/βδομάδα (87,68) – 2-3 μέρες/βδομάδα (131,04)	0,005
	0-1 μέρες/βδομάδα (87,68) – 4-5 μέρες/βδομάδα (129,61)	0,011
	0-1 μέρες/βδομάδα (87,68) – 6-7 μέρες/βδομάδα (150,83)	0,040

Εξυπηρέτηση	0-1 μέρες/βδομάδα (87,68) – 4-5 μέρες/βδομάδα (128,61)	0,027
	0-1 μέρες/βδομάδα (87,68) – 6-7 μέρες/βδομάδα (150,83)	0,022
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	0-1 μέρες/βδομάδα (89,29) – 4-5 μέρες/βδομάδα (138,46)	0,002
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	0-1 μέρες/βδομάδα (97,56) – 2-3 μέρες/βδομάδα (132,14)	0,048
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	0-1 μέρες/βδομάδα (85,06) – 2-3 μέρες/βδομάδα (130,14)	0,003
	0-1 μέρες/βδομάδα (85,06) – 4-5 μέρες/βδομάδα (132,56)	0,003
Αίσθηση ασφάλειας	0-1 μέρες/βδομάδα (87,80) – 2-3 μέρες/βδομάδα (124,34)	0,031

	0-1 μέρες/βδομάδα (87,80) – 4-5 μέρες/βδομάδα (142,25)	0,001
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	0-1 μέρες/βδομάδα (92,08) – 2-3 μέρες/βδομάδα (128,74)	0,029
	0-1 μέρες/βδομάδα (92,08) – 4-5 μέρες/βδομάδα (130,30)	0,027
Επικοινωνία με τους πελάτες	0-1 μέρες/βδομάδα (88,75) – 4-5 μέρες/βδομάδα (139,07)	0,001
	0-1 μέρες/βδομάδα (88,75) – 6-7 μέρες/βδομάδα (157,06)	0,019
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	0-1 μέρες/βδομάδα (96,00) – 4-5 μέρες/βδομάδα (134,89)	0,024
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	0-1 μέρες/βδομάδα (95,75) – 4-5 μέρες/βδομάδα (131,49)	0,050

Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	0-1 μέρες/βδομάδα (81,14) – 2-3 μέρες/βδομάδα (128,47)	0,002
	0-1 μέρες/βδομάδα (81,14) – 4-5 μέρες/βδομάδα (135,79)	0,000
	0-1 μέρες/βδομάδα (81,14) – 6-7 μέρες/βδομάδα (151,12)	0,015
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	0-1 μέρες/βδομάδα (87,29) – 2-3 μέρες/βδομάδα (126,48)	0,016
	0-1 μέρες/βδομάδα (87,29) – 4-5 μέρες/βδομάδα (133,20)	0,004
	0-1 μέρες/βδομάδα (87,29) – 6-7 μέρες/βδομάδα (167,50)	0,003
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	0-1 μέρες/βδομάδα (86,66) – 2-3 μέρες/βδομάδα (124,30)	0,023

	0-1 μέρες/βδομάδα (86,66) – 4-5 μέρες/βδομάδα (138,29)	0,001
	0-1 μέρες/βδομάδα (86,66) – 6-7 μέρες/βδομάδα (152,46)	0,027

3.3.8 Συνολικά Χρόνια Άσκησης

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι όλες οι μεταβλητές ποιότητας εμφανίζουν παρόμοιου σχήματος κατανομές στις 6 ομάδες των συνολικών χρόνων άσκησης. Επομένως, για όλες τις μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά τις διαμέσους τους με βάση την εξέταση Kruskal-Wallis.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις διαμέσους των μεταβλητών ποιότητας «Κατάσταση εξοπλισμού», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες», σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (Πίνακας 3.12).

Πίνακας 3.12: Kruskal-Wallis H test με βάση τα συνολικά χρόνια άσκησης

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(5)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	12,926	0,005
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	5,483	0,140
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	6,733	0,081
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	1,107	0,775

Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	2,387	0,496
Εξυπηρέτηση	3,940	0,268
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	1,206	0,752
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	3,323	0,344
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	11,527	0,009
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	1,680	0,641
Αίσθηση ασφάλειας	7,202	0,066
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	3,541	0,316
Επικοινωνία με τους πελάτες	4,538	0,209
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	7,914	0,048
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	4,964	0,174
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	9,555	0,023
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	7,471	0,058
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	15,022	0,002

Στις 5 μεταβλητές ποιότητας για τις οποίες δεν μπορούσε να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση του τεστ, διεξήχθησαν περαιτέρω ανά ζεύγη συγκρίσεις με βάση τη διαδικασία του Dunn (1964), χρησιμοποιώντας την διόρθωση Bonferroni για πολλαπλές συγκρίσεις. Η post hoc ανάλυση αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές στα παρακάτω ζεύγη. Όπως φαίνεται από τον πίνακα 3.13, αυτοί που γυμνάζονται για περισσότερα από 10 έτη θεωρούν ως υψηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν, όσο αφορά τις μεταβλητές ποιότητας «Κατάσταση εξοπλισμού», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες» από αυτούς που γυμνάζονται για λιγότερο καιρό. :

Πίνακας 3.13: Post-hoc ανάλυση για τη μεταβλητή «συνολικά χρόνια άσκησης»

Μεταβλητή ποιότητας	Ζεύγος ομάδων	p value
---------------------	---------------	---------

Κατάσταση εξοπλισμού	0-1 χρόνος (97,66) – >10 χρόνια (146,60)	0,016
	6-10 χρόνια (114,19) – >10 χρόνια (146,60)	0,048
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	6-10 χρόνια (105,91) – >10 χρόνια (144,98)	0,008
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	0-1 χρόνος (90,18) – >10 (134,40) χρόνια	0,040
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	6-10 χρόνια (105,55) – >10 χρόνια (148,70)	0,002

3.3.9 Τρόπος Προπόνησης

Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών (boxplots), συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», «Εξυπηρέτηση», «Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα», «Αίσθηση ασφάλειας», «Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών» «Επικοινωνία με τους πελάτες» και «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις 4 ομάδες του τρόπου προπόνησης. Επομένως, για αυτές τις 8 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Το τεστ Kruskal-Wallis αποκάλυψε, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα, ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των μέσων κατάταξης των οκτώ μεταβλητών που αναφέρθηκαν παραπάνω. Επίσης αποκάλυψε ότι υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές στις

διαμέσους των μεταβλητών ποιότητας «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», και «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», σε επίπεδο σημαντικότητας 5% (Πίνακας 3.14)

Πίνακας 3.14: Kruskal-Wallis H test με βάση τον τρόπο προπόνησης

	Kruskal-Wallis H Test ($\chi^2(3)$)	p
Κατάσταση εξοπλισμού	2,901	0,407
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	4,105	0,250
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	6,526	0,089
<i>Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών</i>	12,897	0,005
<i>Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής</i>	7,907	0,048
Εξυπηρέτηση	3,366	0,339
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	2,355	0,502
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	6,501	0,090
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	3,777	0,287
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	7,242	0,065
Αίσθηση ασφάλειας	2,495	0,476
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	4,667	0,198
Επικοινωνία με τους πελάτες	2,928	0,403
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	6,689	0,082
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	6,605	0,086
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	2,343	0,504
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	1,234	0,745
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	2,054	0,561

Στις 2 μεταβλητές ποιότητας για τις οποίες δεν μπορούσε να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση του τεστ, διεξήχθησαν περαιτέρω ανά ζεύγη συγκρίσεις με βάση τη διαδικασία του Dunn (1964),

χρησιμοποιώντας την διόρθωση Bonferroni για πολλαπλές συγκρίσεις. Η post hoc ανάλυση αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ αυτών που προπονούνται με ελεύθερα βάρη (104,62) και αυτών που συνδυάζουν όλες τις μορφές γυμναστικής (136,56) ($p=0,016$), και μεταξύ αυτών που προπονούνται με ελεύθερα βάρη (104,62) και αυτών που ακολουθούν ομαδικά προγράμματα (140,29) ($p=0,027$) στη μεταβλητή «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών». Συγκεκριμένα, από την post hoc ανάλυση διαπιστώθηκε ότι αυτοί που γυμνάζονται με ελεύθερα βάρη αντιλαμβάνονται ως χαμηλότερη, σε σχέση με τις δύο παραπάνω ομάδες, την ποιότητα των υπηρεσιών που τους παρέχονται στην μεταβλητή ποιότητας «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Συζήτηση των Αποτελεσμάτων

4.1 Ανάλυση-Ερμηνεία των αποτελεσμάτων και σύγκριση με άλλες έρευνες

Όπως προέκυψε από τα αποτελέσματα του τρίτου κεφαλαίου, σε κάποιες περιπτώσεις η μηδενική μας υπόθεση μπορούσε να γίνει δεκτή και σε κάποιες έπρεπε να απορριφθεί. Παρακάτω αναφέρονται αναλυτικά τα αποτελέσματα για κάθε ανεξάρτητη μεταβλητή της έρευνας.

Όσον αφορά το φύλο, το δείγμα της έρευνας ήταν αντιπροσωπευτικό και των δύο φύλων (47% άνδρες και 53% γυναίκες). Όπως προέκυψε από το Mann-Whitney test, δεν προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε καμία από τις μεταβλητές ποιότητας μεταξύ των δύο φύλων. Στο ίδιο αποτέλεσμα κατέληξε και ο Ζείκος, (2011), ο οποίος πραγματοποίησε έρευνα σε 3 γυμναστήρια της ίδιας αλυσίδας στη Θεσσαλονίκη. Ωστόσο, το αποτέλεσμα αυτό δε συνάδει με το αποτέλεσμα της Πατρώνη, (2003), η έρευνα της οποίας στα γυμναστήρια των Τρικάλων απέδειξε ότι οι γυναίκες, σε αντίθεση με τους άνδρες, αντιλαμβάνονται τον παράγοντα «ύπαρξη σύγχρονων προγραμμάτων άσκησης» ως σημαντικό παράγοντα προσδιοριστικό της ποιότητας υπηρεσιών. Διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών ανακάλυψε και ο Uğurlu, (2018), με τις γυναίκες να σκοράρουν χαμηλότερα απ' ότι οι άνδρες στο εργαλείο μέτρησης που τους δόθηκε. Ωστόσο, ο ερευνητής εξέτασε την ικανοποίηση των πελατών με βάση το φύλο, κι όχι την αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών αυτή καθ' αυτή.

Όσον αφορά την ηλικία, το δείγμα της έρευνας ήταν επίσης αντιπροσωπευτικό των δύο ομάδων άνω και κάτω των 35 ετών (45% < 35 ετών, 55% > 35 ετών). Το Mann-Whitney test αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των δύο ομάδων σε 5 μεταβλητές ποιότητας («Κατάσταση εξοπλισμού», «Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες») με την ομάδα άνω των 35 ετών να αντιλαμβάνεται υψηλότερη την ποιότητα των υπηρεσιών που της παρέχεται. Σε αυτήν την περίπτωση, η μηδενική μας υπόθεση απορρίπτεται. Το αποτέλεσμα της παρούσας έρευνας έρχεται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα του Ζείκου, (2011), ο οποίος δε βρήκε στατιστικά σημαντικές διαφορές σε κανένα παράγοντα ποιότητας με βάση την ηλικία.

Όσον αφορά τον τόπο διαμονής, υπήρξε περίπου ίση ανταπόκριση από την Ανατολική και Δυτική Θεσσαλονίκη (34% και 37% αντίστοιχα) και μικρότερη από το κέντρο της πόλης και τα περίχωρα (17% και 12% αντίστοιχα). Το Kruskal-Wallis test που διεξήχθη υποστήριξε τη μηδενική

υπόθεση, διότι δε φανέρωσε στατιστικά σημαντική διαφορά σε καμία από τις εξαρτημένες μεταβλητές ποιότητας της έρευνας.

Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχει ανώτερες και ανώτατες σπουδές (44% Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ και 34% Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό), ενώ το υπόλοιπο 22% έχει μέχρι μεταλυκειακή εκπαίδευση. Το Kruskal-Wallis τεστ δε φανέρωσε καμία στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των ανωτέρω ομάδων, οπότε και σε αυτήν την περίπτωση υποστηρίζεται η μηδενική μας υπόθεση. Το αποτέλεσμα αυτό συνάδει απόλυτα με το αποτέλεσμα της έρευνας των Terzoglou et al., (2012) στα ιδιωτικά γυμναστήρια της Ανατολικής Θεσσαλονίκης, οι οποίοι βρήκαν ότι το επίπεδο μόρφωσης των αθλουμένων δεν επηρεάζει τον τρόπο αντίληψης της ποιότητας των υπηρεσιών εκγύμνασης που λαμβάνουν. Αντιθέτως, ο Ζείκος, (2011) βρήκε στατιστικά σημαντική διαφορά στον παράγοντα «εγκαταστάσεις» μεταξύ των αποφοίτων Δημοτικού και των πτυχιούχων πανεπιστημίου. Επίσης, ο Uğurlu, (2018), ανακάλυψε ότι όσοι ήταν απόφοιτοι λυκείου θεωρούσαν τον παράγοντα «ατμόσφαιρα» ως τον παράγοντα που μείωνε την συνολική τους ικανοποίηση από τις υπηρεσίες που λάμβαναν.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν άγαμοι με ποσοστό 53%, ακολουθούν οι έγγαμοι με ποσοστό 41%, και ένα μικρό ποσοστό αποτελούν οι διαζευγμένοι (6%) και οι εν χηρεία (1%). Το Kruskal-Wallis τεστ αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μεταβλητές ποιότητας «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», «Αντίληψη των αναγκών των πελατών», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του», «Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες», μεταξύ των 4 ομάδων της ανεξάρτητης μεταβλητής «Οικογενειακή κατάσταση». Περαιτέρω έλεγχος (post hoc ανάλυση) αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων των παντρεμένων και των διαζευγμένων, με τους διαζευγμένους να σκοράρουν υψηλότερα απ' ότι οι παντρεμένοι. Διαφορές στην αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών ανάλογα με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων ανακάλυψε και ο Ζείκος, (2011), ο οποίος βρήκε οι άγαμοι είχαν υψηλότερο μέσο όρο στους παράγοντες «προσωπικό» και «προγράμματα» έναντι των εγγάμων. Βέβαια, σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημάνουμε ότι οι έγγαμοι αποτελούσαν το 41% του δείγματός μας και οι διαζευγμένοι, μόλις το 6%, τουτέστιν 14 άτομα σε δείγμα 248 ατόμων.

Όσον αφορά το επάγγελμα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (43%). Ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι και οι ελεύθεροι επαγγελματίες σε ίσα περίπου ποσοστά (18% και 17% αντίστοιχα), οι άνεργοι σε ποσοστό 5% και τέλος, όσοι ανήκουν στην ομάδα «Άλλο» (πχ. άεργοι, εισοδηματίες, νοικοκυρές, κλπ) σε ποσοστό 6,5%. Το Kruskal-Wallis τεστ αποκάλυψε

στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μεταβλητές «Επικοινωνία με τους πελάτες», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες». Περαιτέρω ανάλυση των αποτελεσμάτων αποκάλυψε ότι υπήρξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ της ομάδας «Άλλο» (νοικοκυρές, εισοδηματίες, άεργοι, κλπ.) και μεταξύ των δημοσίων και ιδιωτικών υπαλλήλων στις παραπάνω μεταβλητές, με την ομάδα «Άλλο» να βαθμολογεί χαμηλότερα την ποιότητα που αντιλαμβάνεται από τις υπηρεσίες που της παρέχονται. Το αποτέλεσμα έρχεται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα των ερευνών των Terzoglou et al., (2012) και του Ζείκου, (2011), οι οποίοι δε βρήκαν στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τη επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων.

Όσον αφορά τη συχνότητα συμμετοχής, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων προσέρχεται στο γυμναστήριο 2-3 μέρες την εβδομάδα (44%). Ένα μεγάλο ποσοστό προσέρχεται 4-5 μέρες την εβδομάδα (35%) και ακολουθούν αυτοί που γυμνάζονται 0-1 μέρες την εβδομάδα με ποσοστό 16% και αυτοί που προπονούνται 6-7 μέρες την εβδομάδα με 5%. Το Kruskal-Wallis τεστ αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές σε όλες τις εξαρτημένες μεταβλητές ποιότητας πλην των μεταβλητών «Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου» και «Προθυμία και διάθεση των γυμναστών». Όπως φανερώνει ο Πίνακας 3.11 του κεφαλαίου 3, η post-hoc ανάλυση αποκάλυψε ότι η ομάδα που προπονείται 0-1 μέρες την εβδομάδα αντιλαμβάνεται την ποιότητα των υπηρεσιών που της προσφέρονται σε σημαντικά χαμηλότερο βαθμό απ' ότι οι υπόλοιπες ομάδες της μεταβλητής «Συχνότητα συμμετοχής». Το αποτέλεσμα αυτό έρχεται σε πλήρη αντίθεση με το αποτέλεσμα της έρευνας του Ζείκου, (2011), σύμφωνα με την οποία δεν υπήρξε καμία στατιστικά σημαντική διαφορά στην αντίληψη της ποιότητας υπηρεσιών των ερωτηθέντων με βάση τη συχνότητα άσκησής τους.

Όσον αφορά τα συνολικά χρόνια άσκησης, το 10% των ερωτηθέντων ασκείται λιγότερο από έτος, το 35% ασκείται από 2 ως 5 έτη, το 24% από 6 έως 10 έτη και το 32% περισσότερο από 10 έτη. Το Kruskal-Wallis τεστ αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων στις μεταβλητές ποιότητας «Κατάσταση εξοπλισμού», «Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης», «Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» και «Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες». Η post-hoc ανάλυση αποκάλυψε ότι όσοι γυμνάζονται περισσότερο από 10 έτη θεωρούν ότι λαμβάνουν σημαντικά υψηλότερη ποιότητα υπηρεσιών από τους υπολοίπους, όπως φανερώνει ο Πίνακας 3.13 του τρίτου κεφαλαίου.

Όσον αφορά τον τρόπο προπόνησης, η πλειοψηφία ασκείται με ελεύθερα βάρη σε ποσοστό 39,5%, ακολουθούν αυτοί που συνδυάζουν όλους τους τρόπους προπόνησης με ποσοστό 33%, έπειτα αυτοί που γυμνάζονται αποκλειστικά σε αίθουσα με ποσοστό 19% και το 9% λαμβάνει personal

training. Το Kruskal-Wallis τεστ αποκάλυψε στατιστικά σημαντικές διαφορές στις μεταβλητές ποιότητας «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», και «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής». Η περαιτέρω post hoc ανάλυση αποκάλυψε ότι αυτοί που προπονούνται με ελεύθερα βάρη αντιλαμβάνονται χαμηλότερη ποιότητα υπηρεσιών από αυτούς που ακολουθούν ομαδικά προγράμματα και αυτούς που συνδυάζουν όλες τις μορφές γυμναστικής αναφορικά με τη μεταβλητή «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών».

Κατά τη γνώση του συγγραφέα, δεν υπάρχουν μελέτες που να έχουν ερευνήσει την αντίληψη των αθλουμένων όσον αφορά την ποιότητα υπηρεσιών που λαμβάνουν από τα ιδιωτικά γυμναστήρια της Θεσσαλονίκης με βάση τον τόπο διαμονής τους, τα συνολικά χρόνια άσκησης και τον τρόπο προπόνησης. Ως εκ τούτου, δεν υπάρχουν στοιχεία με τα οποία να μπορούν να συγκριθούν τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας.

Τα παραπάνω δημογραφικά χαρακτηριστικά και χαρακτηριστικά εκγύμνασης συνθέτουν το προφίλ του κάθε χρήστη των υπηρεσιών που προσφέρουν τα ιδιωτικά γυμναστήρια της Θεσσαλονίκης. Οι λόγοι για τους οποίους υπάρχουν αυτές οι διαφορές αποτελούν αντικείμενο μελέτης άλλων επιστημών, και κυρίως, της ψυχολογίας. Το γεγονός, όμως, ότι αυτές οι διαφορές είναι υπαρκτές, είναι πολύ σημαντικό να το γνωρίζουν οι διοικήσεις των εν λόγω επιχειρήσεων, έτσι ώστε να μπορούν να εξατομικεύσουν τις υπηρεσίες τους και να προσφέρουν καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών στους πελάτες τους, ενισχύοντας, κατά αυτόν τον τρόπο, τη δέσμευση των πελατών προς την επιχείρησή τους και αυξάνοντας, συνεπώς, την κερδοφορία της.

4.2 Δυνάμεις και αδυναμίες της έρευνας

Όπως συμβαίνει σε όλες τις ερευνητικές εργασίες, έτσι και την παρούσα υπήρξαν δυνατά και αδύνατα σημεία, τα οποία θα αναλυθούν παρακάτω.

Το δείγμα της παρούσας έρευνας (248 υποκείμενα) ήταν αρκετά μεγάλο και θεωρήθηκε ικανό και αρκετά αντιπροσωπευτικό, ώστε να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα. Το ότι εφαρμόστηκε ο τρόπος της online διανομής του ερωτηματολογίου έχει υπέρ και κατά.

Ένα από τα υπέρ είναι ότι κατέστη εφικτή η συλλογή ενός αρκετά μεγάλου αριθμού ερωτηματολογίων, και μάλιστα εν μέσω καραντίνας, λόγω της πανδημίας του κορονοϊού Covid-19,

εξαιτίας της οποίας τα γυμναστήρια παρέμειναν κλειστά καθ' όλη την περίοδο συλλογής των ερωτηματολογίων.

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου καθιστούσε υποχρεωτική την συμπλήρωση όλων των ερωτήσεων, ειδικά το σύστημα δεν επέτρεπε την υποβολή του. Με αυτόν τον τρόπο, αποφεύχθει ο κίνδυνος της ύπαρξης αναπάντητων ερωτήσεων και κατ' επέκταση, απώλειας δεδομένων.

Ωστόσο, το δείγμα ήταν δείγμα ευκολίας, πράγμα που σημαίνει ότι περιορίζεται η γενίκευση των αποτελεσμάτων του (Howat and Assaker, 2016). Μία από τις αιτίες είναι ότι ο διαδικτυακός τρόπος αποστολής συμπλήρωσης απέκλειε όσους δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, και όσους δεν έχουν γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή. Επίσης απέκλειε τη φυσική παρουσία του ερευνητή και την άμεση υποβολή τυχόν ερωτήσεων προς αυτόν, αν και τα στοιχεία του ερευνητή αναφέρονταν στη φόρμα, ώστε όποιος ερωτηθείς είχε κάποια απορία μπορούσε να επικοινωνήσει με τον ερευνητή μέσω τηλεφώνου και e-mail.

Επίσης, ένας από τους λόγους που χρησιμοποιήθηκε το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο, είναι ότι ήταν σύντομο και περιεκτικό. Αυτό σημαίνει ότι ήταν πιθανότερο να συμπληρωθεί από περισσότερους ερωτηθέντες, αυξάνοντας έτσι την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος. Ωστόσο, για να μετρηθεί, όσον το δυνατό πιο έγκυρα, η αντιλαμβανόμενη ποιότητα υπηρεσιών, το ιδανικό θα ήταν να προστεθούν και άλλοι παράγοντες που την επηρεάζουν, αν και σε αυτή την περίπτωση, το δείγμα θα ήταν, ενδεχομένως, σημαντικά μικρότερο (García-Fernández et al., 2014; Howat and Assaker, 2016).

Τέλος, ο συγχρονικός (cross-sectional) χαρακτήρας της έρευνας αποκλείει την αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ποιότητας των υπηρεσιών σε βάθος χρόνου και τις ενδεχόμενες αλλαγές στην αντίληψη των υποκειμένων, στερώντας από την έρευνα, αλλά και από τις διοικήσεις των ιδιωτικών γυμναστηρίων, πολύτιμες πληροφορίες.

4.3 Προτάσεις προς τις διοικήσεις των γυμναστηρίων

Είναι ευρέως αναγνωρισμένο στη διεθνή βιβλιογραφία ότι ο προσδιορισμός αποτελεσμάτων που αφορούν διαφορετικές ομάδες πελατών προσφέρει στους παρόχους των υπηρεσιών που προσφέρονται στους πελάτες αυτούς το πλεονέκτημα να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους σε ομάδες-στόχους (Howat and Assaker, 2016; García Fernández et al., 2014).

Επιπλέον, φαίνεται ότι η συχνότητα άσκησης και συμμετοχής σχετίζεται άμεσα με την αξιολόγηση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Καλύτερη ποιότητα σημαίνει περισσότερο ευσυνείδητοι και αφοσιωμένοι πελάτες (Terzoglou et al., 2012).

Για τους παραπάνω λόγους είναι χρήσιμη η γνώση των δημογραφικών χαρακτηριστικών και των χαρακτηριστικών άσκησης των πελατών των ιδιωτικών γυμναστηρίων και η αντίληψη της ποιότητας των υπηρεσιών που τους προσφέρεται με βάση τα χαρακτηριστικά αυτά.

Η έρευνά μας αποκάλυψε ότι οι νέοι (κάτω των 35 ετών) αντιλαμβάνονται ως χαμηλότερη την ποιότητα υπηρεσιών που τους παρέχεται, όσον αφορά τον εξοπλισμό, το περιβάλλον και τους λοιπούς χώρους του γυμναστηρίου, τα σύγχρονα προγράμματα προπόνησης και τη σχέση προσφοράς υπηρεσιών και χρηματικής αξίας. Δεδομένου ότι οι νέοι θα αποτελέσουν τη μελλοντική πελατεία των ιδιωτικών γυμναστηρίων, θα πρέπει οι διοικήσεις των εν λόγω επιχειρήσεων να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα στον κατάλληλο εξοπλισμό, την καθαριότητα και την αισθητική του χώρου τους, την εισαγωγή νέων προγραμμάτων και τρόπων προπόνησης και τον επαναπροσδιορισμό της κοστολόγησης των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.

Επίσης, από την έρευνα προέκυψε ότι οι έγγαμοι, καθώς και όσοι ανήκουν στην επαγγελματική κατηγορία «Άλλο» (πχ. άεργοι, εισοδηματίες, νοικοκυρές, κλπ.) παρουσιάζουν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε μεταβλητές ποιότητας που αφορούν την ενσυναίσθηση («Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης», «Αντίληψη των αναγκών των πελατών», «Επικοινωνία με τους πελάτες») και τη σχέση προσφοράς υπηρεσιών και χρηματικής αξίας. Επομένως, πέρα από τον επαναπροσδιορισμό της κοστολόγησης των προσφερόμενων υπηρεσιών τους, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσφέρουν την ανάλογη εκπαίδευση στους υπαλλήλους τους, ώστε να δείχνουν το απαιτούμενο επίπεδο ενσυναίσθησης, ιδίως προς τις ανωτέρω ομάδες.

Το πιο ενδιαφέρον εύρημα αφορά τη συχνότητα συμμετοχής-άσκησης. Όσοι δήλωσαν ότι ασκούνται 0-1 μέρες ανά βδομάδα έχουν σημαντικά χαμηλότερη αντίληψη σχεδόν σε όλες τις μεταβλητές της ποιότητας των υπηρεσιών που τους προσφέρεται, σε σχέση με αυτούς που ασκούνται συχνότερα. Το γεγονός αυτό εγείρει το ερώτημα μήπως και η χαμηλή αντίληψη που έχουν για την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών είναι η αιτία της περιορισμένης προσέλευσής τους στο γυμναστήριο. Αυτό σημαίνει ότι οι διοικήσεις των ιδιωτικών γυμναστηρίων θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη βαρύτητα σε αυτήν την πελατειακή ομάδα και να αφουγκραστούν τις ανάγκες τους, σε μία προσπάθεια να αυξήσουν τη συχνότητα συμμετοχής τους και, κατ' επέκταση, την κατανάλωση των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Τέλος, αυτοί που ασκούνται με ελεύθερα βάρη, οι οποίοι αποτελούν και την πλειοψηφία σε ποσοστό 40% περίπου, έχει αποδειχθεί ότι έχουν χαμηλότερη αντίληψη της ποιότητας στην μεταβλητή «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών» και «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής». Αυτό σημαίνει ότι οι διοικήσεις των γυμναστηρίων θα πρέπει να φροντίζουν για τη διαρκή κατάρτιση και να εκπαιδεύουν ανάλογα το προσωπικό τους, ώστε να δίνουν έμφαση στις ανάγκες των αθλουμένων με ελεύθερα βάρη και να εφαρμόζουν πιστά τα προγράμματα γυμναστικής που τους αφορούν.

4.4 Συμπεράσματα - Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η παρούσα έρευνα εξέτασε την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν τα ιδιωτικά γυμναστήρια της Θεσσαλονίκης, όπως αυτή γίνεται αντιληπτή από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών, και μάλιστα με βάση τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά εκγύμνασής τους, καλύπτοντας έτσι ένα σημαντικό κενό στη σχετική βιβλιογραφία.

Ωστόσο, για να είναι όσο το δυνατό ακριβέστερη η γενίκευση των αποτελεσμάτων αυτών, θα ήταν επιθυμητό να πραγματοποιηθεί μία μεγαλύτερης κλίμακας παρόμοια έρευνα, που να περιλαμβάνει μεγαλύτερο δείγμα και περισσότερες πόλεις της Ελλάδας ή και άλλες χώρες. Σε συνδυασμό, θα ήταν επιθυμητή η χρήση ενός εργαλείου μέτρησης που θα περιελάμβανε περισσότερες μεταβλητές ποιότητας, με σκοπό την εξαγωγή ακριβέστερων συμπερασμάτων (García-Fernández et al., 2018).

Επίσης, για να μπορούν να εξαχθούν αποτελέσματα σε βάθος χρόνου και να οριστεί με ακριβέστερο τρόπο η αντίληψη της ποιότητας από τα εξεταζόμενα υποκείμενα, θα προτεινόταν το μοντέλο της «σε βάθος χρόνου» (longitudinal) έρευνας, με σκοπό τη σύγκριση των αποτελεσμάτων των ίδιων πελατών σε βάθος χρόνου, αλλά και τη σύγκριση των σχέσεων μεταξύ των εξεταζομένων μεταβλητών ποιότητας (García-Fernández et al., 2018)

Επιπρόσθετα, θα προτεινόταν η διαζώσης συμπλήρωση του ερωτηματολογίου σε γυμναστήρια που θα επέτρεπαν τη διεξαγωγή της έρευνας, παρουσία του ερευνητή, ο οποίος θα μπορούσε να δώσει οδηγίες και να απαντήσει σε τυχόν απορίες σε πραγματικό χρόνο.

Μία άλλη πρόταση θα ήταν να ερευνηθεί το κενό μεταξύ της αντιλαμβανόμενης και της προσδοκώμενης ποιότητας των υπηρεσιών στο πληθυσμό των πελατών των ιδιωτικών γυμναστηρίων

της Θεσσαλονίκης, ώστε να προσδιοριστεί καθ' αυτόν τον τρόπο η ποιότητα παροχής των υπηρεσιών των εν λόγω επιχειρήσεων και να γίνουν οι ανάλογες διορθώσεις από τις διοικήσεις τους. Στα πλαίσια αυτά, θα μπορούσε επίσης να ερευνηθεί η σχέση μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών, της ικανοποίησης των πελατών και της ψυχολογικής τους δέσμευσης με το γυμναστήριο στο οποίο έχουν συνδρομή.

Με βάση τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, θα προτεινόταν να γίνουν διασταυρώσεις (Crosstabulations) μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών και των χαρακτηριστικών προπόνησης των υποκειμένων της έρευνας, ώστε να αποκαλυφθεί το προφίλ των υποκειμένων που αντιλαμβάνονται ως χαμηλή την ποιότητα των υπηρεσιών που τους προσφέρεται και να γίνουν οι ανάλογες διορθωτικές κινήσεις.

Τέλος, θα μπορούσε η έρευνα να επεκταθεί και σε άλλους χώρους εκγύμνασης (πχ. δημοτικά γυμναστήρια) ή αθλητικούς συλλόγους και να εξεταστεί και σε αυτούς τους χώρους η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, ή και ακόμη, να γίνουν συγκρίσεις μεταξύ τους.

ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ

Afthinos Y., (2001). "Assessing service quality in public and private fitness centres in Greece", *Proceedings of the Ninth Congress of the European Association for Sport Management*, Vitoria-Gasteiz, Spain.

Afthinos, Y., Theodorakis, N.D. and Nassis, P., (2005), "Customers' expectations of service in Greek fitness centers: gender, age, type of sport center, and motivation differences", *Managing Service Quality*, Vol. 15(3), pp. 245-258.

Alexandris, K., Dimitriadis, N., & Kasiara, A., (2001). "Behavioural consequences of perceived service quality: an exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece", *European Sport Management Quarterly*, Vol. 1(4), pp. 251–280.

Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C. and 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*, Vol 4(1), pp. 36-52.

Bailey, R. and Collins, D., (2013). "The standard model of talent development and its discontents". *Kinesiology Review*. Vol. 1(2), pp. 248-259.

Berry, L.L., Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A., (1988). "The service - quality puzzle". *Business Horizons*, Vol. 31(5), pp. 35-43.

Brady, M. K. and Cronin Jr, J. J., (2001). "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach". *Journal of marketing*, Vol. 65(3), pp. 34-49.

Bruhn, M. and Georgi, D., (2006). "Services marketing: Managing the service value chain". Harlow: Pearson Education.

Buttle, F., (1995). "SERVQUAL: Review, critique, research agenda", *European Journal of Marketing*, Vol. 30(1), pp. 8–32.

Caruana, A., Money, A.H. and Berthon, P.R., (2000). "Service quality and satisfaction- the moderating role of value". *European Journal of Marketing*, Vol 34(11/12), pp. 1338-1352.

Chang, K. and Chelladurai, P., (2003), "System-based quality dimensions in fitness services: development of the scale of quality", *The Service Industries Journal*, Vol. 23(5), pp. 65-83.

Chang, T.-Z. and Wildt, A. R., (1994). "Price, product information, and purchase intention: An empirical study". *Journal of the academy of marketing science*, Vol. 22 (1), pp. 16-27.

Chelladurai, P. and Chang, K., (2000). "Targets and standards of quality in sport services". *Sport Management Review*, Vol. 3(1), pp.1-22.

Chelladurai, P., Scott F. L., & Haywood-Farmer J., (1987). "Dimensions of fitness services: development of a model", *Journal of Sport Management*, Vol. 1, pp. 159–172.

Costa, G., Tsitskari, E., Tzetzis, G., & Goudas, M., (2004). "The factors for evaluating service quality in athletic camps: a case study", *European Sport Management Quarterly*, Vol. 4, pp. 22–35.

Dabholkar, P. Thorpe, D. I., & Rentz, J. O., (1996). "A measure of service quality in retail stores", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, pp. 3–16.

Dhurup, M., Singh, P. C. and Surujlal, J., (2006). "Members service quality at commercial health and fitness centres". *South African journal for research in sport, physical education and recreation*, Vol. 28(2), pp. 39-54.

Edwards, J.R., and Bagozzi, R.P., (2000). "On the Nature and Direction of Relationships between Constructs and Measures," *Psychological Methods*, Vol 5(2), pp. 155-174.

Ferraz, N. A, Melo, F. J. C., Jerônimo, T. B., Albuquerque, A. P. G., Medeiros, D. D., (2017). "Evaluation of quality of service: real case in the hotel fitness center", *Braz. J. Tour. Res.* Vol. 12(1), pp. 1–27

García-Fernández, J., Fernández Gavira, J. and García, A. (2014). "La percepción de calidad y fidelidad en clientes de centros de fitness low cost", *Suma Psicológica*, Vol. 21(2), pp. 123-130

García-Fernández, J., Galvez-Ruiz, P., Fernández-Gavira, J., Velez-Colon, L., Pitts, B. and Bernal-Garcia, A., (2018). "The effects of service convenience and perceived quality on perceived value, satisfaction and loyalty in low-cost fitness centers", *Sport Management Review*, Vol.21, pp. 250-262

Giles-Corti, B. and Donovan, R. J., (2002). "The relative influence of individual, social and physical environment determinants of physical activity". *Social science & medicine*, Vol. 54(12), pp. 1793-1812.

Gill, K., Kalra, J., & Singh, D., (2019). "Measuring and Analysing the Perception and Service Quality of Various Fitness Studios in Delhi NCR", *MANTHAN: Journal Of Commerce And Management*, Vol. 6(2), pp. 1-24.

Grigaliūnaitė, V., Pilelienė, L., (2013) "GYMS' service quality evaluation in Kaunas city, LASE journal of sport science". Riga, Latvia : Latvian academy of sport education, Vol. 4(2), pp. 98-109

Gronroos, C., (1984). "A service quality model and its marketing implication", *European Journal of Marketing*, Vol. 18 (4), pp. 36–44.

Gronroos, C., (1988). "Service quality: the six criteria of good perceived service quality", *Review of Business*, Vol. 9, pp. 10–13.

Hartshorn, C. S., (1990). "Service quality as perceived by public, private and voluntary sector managers of the leisure fitness industry" (A dissertation for the partial fulfilment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy presented to the Faculty of Recreation of Indiana University.)

Howat, G., Assaker, G. (2016). "Outcome quality in participant sport and recreation service quality models: Empirical results from public aquatic centres in Australia", *Sport Management Review*, Vol. 19, p.p. 520-535

Howat, G., Murray, D., & Crilley, G., (1996). "Measuring customer service quality in sports and leisure centres", *Managing Leisure*, Vol. 1, pp. 77–89.

Howat, G., Murray, D., & Crilley, G., (1999). "The relationship between service problems and perceptions of service quality, satisfaction and behavioural intentions of Australian public sports and leisure center customers", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol. 17(2), pp. 42–64.

Hyde, A. L., Maher, J. P. and Elavsky, S., (2013). "Enhancing our understanding of physical activity and wellbeing with a lifespan perspective". *International Journal of Wellbeing*, Vol. 3(1), pp. 98-115.

Jeevarathnam, P. G., Veerasamy, D. and Noel, D. T., (2014). "The Service Quality Experience of International Students: The Case of a Selected Higher Education Institution in South Africa". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5(8), pp. 465.

Johnston, R., & Kong, X., (2011). "The Customer Experience: A Road Map for Improvement". *Managing Service Quality*, Vol. 21, pp. 5-24.

Kelley, S. W. & Turley, L. W., (2001). "Consumer perceptions of service quality attributes at sporting events", *Journal of Business Research*, Vol. 54(2), pp. 161–166.

Kim, D. and Kim, S. Y., (1995). "QUESC: an instrument for assessing the service quality of sport centers in Korea". *Journal of Sport Management*, Vol. 9(2), pp. 208-220.

Ko, Y.J. and Pastore, D.L., (2004), "Current issues and conceptualizations of service quality in the recreation sport industry", *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 13(3), pp. 158-166.

Ko, Y.J. and Pastore, D.L., (2005), "A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry", *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 14(2), pp. 84-97.

Kotler, P., (1996). "Principles of Marketing". The European Edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kotler, P., (1997). "Marketing Management". International Edition, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Lagrosen, S. and Lagrosen, Y. (2007), "Exploring service quality in the health and fitness industry", *Managing Service Quality*, Vol. 17(1), pp. 41-53

Lam, E. T. C. (2000). "Service quality assessment scale: an instrument for evaluating service quality of health fitness clubs" (A dissertation for the partial fulfilment of the requirements for the degree Doctor of Philosophy presented to the Faculty of the College of Education, University of Houston.)

Lam, E. T. C., Zhang, J. J., & Jensen, B. E. (2005). "Service Quality Assessment Scale(SQAS): An instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs". *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, Vol.9(2), pp. 79–111.

Lam, E.T.C., Zhang, J.J. and Jensen, B.E. (2005), "Service quality assessment scale (SQAS): an instrument for evaluating service quality of health-fitness clubs", *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, Vol. 9(2), pp. 79-111.

Lehtinen, U. & Lehtinen, J. R., (1991) "Two approaches and service quality dimensions", *The Service Industry Journal*, Vol. 11, pp. 287–303.

Lotz, C., (2009). "Members service quality at selected commercial health and fitness centres in Kwazulu-Natal: Master's Degree in Technology" (Marketing), Durban University of Technology.

Maksimović N., Matić R., Tovilović S., Popovoc 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 and Recreation*, Vol. 39(3), pp. 67 – 78.

Martinez J. A. and Martinez L. (2010), "Some insights on conceptualizing and measuring service quality", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 17, pp. 29-42

Martinez, J. A. G. and Martinez, L. C. (2010). "Rethinking perceived service quality: An alternative to hierarchical and multidimensional models". *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 21(1), pp. 93-118.

Martinez, J.A.G. and Martinez, L.C., (2010), "Rethinking perceived service quality: an alternative to hierarchical and multidimensional models", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 21(1), pp. 93-118.

Mawson, M. L., (1993). "Total quality management: perspectives for sport managers", *Journal of Sport Management*, Vol. 7(2), pp. 101–106.

Moxham, C. and Wiseman, F., (2009), "Examining the development, delivery and measurement of service quality in the fitness industry: a case study", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 20(5), pp. 467-482.

Ngceba, A., (2017). "Service Quality at Selected Health and Fitness Centres in Townships in the Greater Durban Area". In fulfilment of the requirements of the degree Masters in Management Sciences. Durban University of technology, pp 1-153.

Papadimitriou, D. A. & Karteliotis, K., (2000). "The service quality expectations in private sport and fitness centers: a re-examination of the factor structure", *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 9(3), pp. 158-164.

Papadimitriou, D. A. and Karteroliotis, K., (2000). "The service quality expectations in private sport and fitness centers: a re-examination of the factor structure". *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 9 (3), pp. 157-164.

Papadimitriou, D. A. and Karteroliotis, K., (2000). "The Service Quality Expectations in Private Sport and Fitness Centers: A Reexamination of the Factor Structure". *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 9(3), pp. 157-164.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L., (1988). "Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception". *Journal of retailing*, Vol. 64(1), pp. 12.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research". *The Journal of Marketing*, pp. 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L., (1988). "SERVQUAL". *Journal of retailing*, Vol. 64(1), pp. 12-40.

Parks, J. B. and Zanger, B. R., (1990). *Sport & fitness management: Career strategies and professional content*. ERIC.

Polyakova, O. and Mirza, M.T. (2016), "Service quality models in the context of the fitness industry", *Sport, Business and Management: An International Journal*, Vol. 6(3), pp. 360-382.

Rintjema, J. M. (1998). "An evaluation of service quality at a private fitness club" (A report submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Arts, Sports and Recreation Administration to the Graduate Academic Unit of Kinesiology of the University of New Brunswick.)

Rintjema, J. M., (1998). "An evaluation of service quality at a private fitness club" (A report submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Arts, Sports and Recreation Administration to the Graduate Academic Unit of Kinesiology of the University of New Brunswick.)

Terzoglou, M., Papadopoulos, P., Koronas, V., Matsaridis, A., (2012). "Quality assessment of private fitness centers in eastern Thessaloniki", *Studies in Physical Culture and Tourism*, Vol. 19(4), pp. 196-200.

Tsitskari, E. , Tsiotras, D., & Tsiotras, G., (2006). "Measuring service quality in sport services", *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 17(5), pp. 623-631.

Tsitskari, E., Antoniadis, Ch. & Costa, G., (2014). "Investigating the relationship among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in Cyprian fitness centres". *Journal of Physical Education & Sport*, Vol. 14(4), pp. 514-520.

Uğurlu, F.M., (2018). "Satisfaction Levels of Individuals Who Go to Fitness Centers". *Universal Journal of Educational Research*, Vol. 6, pp. 2266-2270.

Walker, J.T., Farren, G.L., Dotterweich, A.R., Gould, J., & Walker, L.S., (2017). "Fitness Center Service Quality Model Confirmation SQAS-19". *Journal of park and recreation administration*, Vol. 35, pp. 49-58.

Woodruff, R. B., (1997). "Members value: the next source for competitive advantage". *Journal of the academy of marketing science*, Vol. 25(2), pp. 139-153.

Yıldırım, M. (2017). "Sports Facilities Customer Satisfaction Measures Development: Validity and Reliability Study", *Journal of Education and Society in the 21st Century*, Vol.6 (16), pp. 157-176.

Yildiz K., Polat E., Sonmezoglu U., (2016). "An analysis on the determinants of service quality perceived by members of the fitness center", *Niğde University Journal of Physical Education And Sport Sciences*, Vol 10(3), pp 453 -464

Yildiz, S.M. (2011), "An importance-performance analysis of fitness center service quality: empirical results from fitness centers in Turkey", *African Journal of Business Management*, Vol. 5(16), pp. 7031-7041.

Yu, H. S., Zhang, J. J., Kim, D. H., Chen, K. K., Henderson, C., Min, S. D. and Huang, H., (2014). "Service quality, perceived value, members' satisfaction, and behavioral intention among fitness center

members aged 60 years and over”. *Social Behavior and Personality: an international journal*, Vol. 42(5), pp. 757-767.

Yusof, A. (2018), “Perceptions of service quality of recreational fitness center users in Thailand”, 4th Asean Conference on Physical Education & Sport, Universiti Putra Malaysia

Yusof, A., Popa, A., & Geok, S. K.. (2018). “Perceptions of Service Quality and Behaviour Intentions of Campus Fitness Center Users in Malaysia and Thailand”. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 8(12), pp. 187–197.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J., (2003). “Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm”, New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman A., (1988). “Communication and control processes in the delivery of service quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp. 35–48.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman A., (1990). “Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations”, New York: Free Press.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., Parasuraman A., (1996). “The behavioural consequences of service quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp. 31–46.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. and Gremler, D.D., (2006). “Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm”. 4th Edition. New York: McGraw- Hill.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κουθούρης Χ. (2000), «Η επίδραση της ποιότητας υπηρεσιών προγραμμάτων υπαίθριων δραστηριοτήτων αναψυχής στην συμπεριφορά των συμμετεχόντων», Διδακτορική Διατριβή.

Πατρώνη Φ., (2003), «Ποιότητα υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια της πόλης των Τρικάλων», Διπλωματική Εργασία.

Ζείκος Α., (2011), «Ο ρόλος της ποιότητας των υπηρεσιών στην ανάπτυξη της αφοσίωσης των πελατών των ιδιωτικών γυμναστηρίων», Μεταπτυχιακή Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Τμήμα Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού

Ερωτηματολόγιο – Γυμναστήρια

Το παρόν ερωτηματολόγιο διερευνά την αντίληψη των μελών ιδιωτικών γυμναστηρίων της Θεσσαλονίκης ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν.

Το ερωτηματολόγιο είναι ΑΝΩΝΥΜΟ και τα στοιχεία που θα συλλεχθούν, θα χρησιμοποιηθούν ΜΟΝΟ για τους σκοπούς της διπλωματικής εργασίας "Αξιολόγηση ποιότητας υπηρεσιών σε ιδιωτικά γυμναστήρια της Θεσσαλονίκης" που διεξάγεται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας από το Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA) του Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Η παρούσα έρευνα δεν περιλαμβάνει ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα. Όλες οι απαντήσεις θα παραμείνουν απολύτως εμπιστευτικές, δεν θα παραχωρηθούν σε τρίτους και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς. Για περισσότερες πληροφορίες / ερωτήσεις μπορείτε να απευθυνθείτε στον υπεύθυνο έρευνας Μαστρογιάννη Γεώργιο (mbx19024@uom.edu.gr).

Η εκτιμώμενη διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου είναι 5 λεπτά.

Ευχαριστούμε εκ των προτέρων.

*** Απαιτείται**

1. Διάβασα τα παραπάνω και Συμφωνώ να συμμετέχω στην παρούσα έρευνα, καθώς έχω υπάρξει πελάτης ιδιωτικού γυμναστηρίου την τελευταία 5ετία στη Θεσσαλονίκη. *

Ναι

2. Είμαι κάτοικος *

- Ανατολικής Θεσσαλονίκης
 Δυτικής Θεσσαλονίκης Κέντρου
 Θεσσαλονίκης Περιχώρων
 Θεσσαλονίκης

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Φύλο *

- Άνδρας Γυναίκα

3. Ηλικία *

- κάτω των 18
 18 - 25
 26 - 35
 36 - 45
 46 - 55
 56 και άνω

4. Μορφωτικό επίπεδο *

- Λύκειο
 ΙΕΚ
 Πανεπιστήμιο / Τ.Ε.Ι
 Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό
 Άλλο

5. Οικογενειακή κατάσταση *

- Άγαμος/η Παντρεμένος/η
 Διαζευγμένος - Σε διάσταση
 Χήρος/α

6. Επάγγελμα *

- Μαθητής / Φοιτητής Άνεργος/η
- Ιδιωτικός υπάλληλος Δημόσιος
- Υπάλληλος Ελεύθερος
- επαγγελματίας Άλλο
-

7. Συχνότητα συμμετοχής στο γυμναστήριο *

- 0-1 μέρες την εβδομάδα 2--
- 3 μέρες την εβδομάδα 4-5
- μέρες την εβδομάδα 6-7
- μέρες την εβδομάδα

8. Πόσα χρόνια άσκησης έχετε στο γυμναστήριο που έχετε συνδρομή αυτή τη στιγμή; *

- 0-1 χρόνο
- 2--5 χρόνια
- 6-10 χρόνια
- πάνω από 10 χρόνια
-

9. Πόσα χρόνια άσκησης σε ιδιωτικά γυμναστήρια έχετε συνολικά; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 0-1 χρόνο
- 2--5 χρόνια
- 6-10 χρόνια
- πάνω από 10 χρόνια
-

10. Ποιον τρόπο προπόνησης προτιμάτε; *

- Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα Ελεύθερα
- βάρη - ατομική προπόνηση Personal Training
- Συνδυασμός των παραπάνω
-

11. Πόση ώρα ασκείστε κάθε φορά; *

- έως 1 ώρα
- 1-2 ώρες
- 2-3 ώρες
- πάνω από 3 ώρες
-

12. Ποιες ώρες συνηθίζετε να πηγαίνετε στο γυμναστήριο; *

- 9πμ-12 το μεσημέρι
- 12 το μεσημέρι-3μμ
- 3μμ-6μμ
- 6μμ-9μμ

Παρακαλώ βαθμολογείστε την ποιότητα των υπηρεσιών που θεωρείτε ότι λαμβάνετε στο γυμναστήριό σας από το 1 έως το 10. Το 1 αντιστοιχεί σε χαμηλό επίπεδο υπηρεσιών, ενώ το 10 στο άριστο.

1. Η κατάσταση του εξοπλισμού (μηχανήματα, βάρη αίθουσες) *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

2. Η κατάσταση των τουαλετών και αποδυτηρίων *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

3. Γενικά το περιβάλλον και οι υπόλοιποι χώροι του γυμναστηρίου (πχ parking, bar...) *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

4. Η εκπαίδευση και τα προσόντα των γυμναστών *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

5. Η οργάνωση και η εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

6. Η εξυπηρέτηση από το προσωπικό του γυμναστηρίου *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

7. Η ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος όταν το απαιτούν οι περιστάσεις *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

8. Η προθυμία και διάθεση των γυμναστών *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

9. Η ύπαρξη σύγχρονων προγραμμάτων άσκησης (tae-bo, yoga, κτλ.) *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

10. Η παρουσία και του στοιχείου της ψυχαγωγίας κατά την δραστηριότητα. *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

11. Η αίσθηση ασφάλειας από τους πελάτες *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

12. Η εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

13. Η επικοινωνία γυμναστών με τους πελάτες *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

14. Η αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι πελάτης *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

15. Η ικανότητα των γυμναστών να αντιλαμβάνονται τις ανάγκες των πελατών *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

16. Η αίσθηση ότι το πρόγραμμα του γυμναστηρίου αξίζει τα χρήματά του *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

17. Η τήρηση όλων όσων υπόσχεται η Διεύθυνση του γυμναστηρίου *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

18. Η κάλυψη της χρηματικής αξίας του προγράμματος από τις προσφερόμενες υπηρεσίες *

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Χαμηλό επίπεδο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστο επίπεδο

ΜΕΡΟΣ Β: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Mann-Whitney test

ΗΛΙΚΙΑ <>35 ετών

ΈΛΕΓΧΟΣ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑΣ (KOLMOGOROV-SMIRNOV)

Tests of Normality

	Ηλικία <>35 ετών	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Κατάσταση εξοπλισμού	Μέχρι 35 ετών	,133	112	,000	,957	112	,001
	Άνω των 35 ετών	,177	136	,000	,933	136	,000
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	Μέχρι 35 ετών	,138	112	,000	,940	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,204	136	,000	,898	136	,000
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	Μέχρι 35 ετών	,118	112	,001	,950	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,135	136	,000	,931	136	,000
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	Μέχρι 35 ετών	,168	112	,000	,902	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,188	136	,000	,899	136	,000
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	Μέχρι 35 ετών	,166	112	,000	,914	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,160	136	,000	,916	136	,000
Εξυπηρέτηση	Μέχρι 35 ετών	,149	112	,000	,898	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,207	136	,000	,857	136	,000
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	Μέχρι 35 ετών	,162	112	,000	,919	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,174	136	,000	,918	136	,000
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	Μέχρι 35 ετών	,165	112	,000	,894	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,207	136	,000	,847	136	,000
	Μέχρι 35 ετών	,169	112	,000	,897	112	,000

Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	Άνω των 35 ετών	,210	136	,000	,846	136	,000
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	Μέχρι 35 ετών	,152	112	,000	,901	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,180	136	,000	,919	136	,000
Αίσθηση ασφάλειας	Μέχρι 35 ετών	,140	112	,000	,914	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,174	136	,000	,889	136	,000
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	Μέχρι 35 ετών	,185	112	,000	,876	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,212	136	,000	,879	136	,000
Επικοινωνία με τους πελάτες	Μέχρι 35 ετών	,158	112	,000	,889	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,234	136	,000	,856	136	,000
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	Μέχρι 35 ετών	,133	112	,000	,929	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,173	136	,000	,906	136	,000
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	Μέχρι 35 ετών	,142	112	,000	,908	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,176	136	,000	,911	136	,000
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	Μέχρι 35 ετών	,174	112	,000	,911	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,204	136	,000	,859	136	,000
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	Μέχρι 35 ετών	,129	112	,000	,911	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,185	136	,000	,892	136	,000
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	Μέχρι 35 ετών	,186	112	,000	,914	112	,000
	Άνω των 35 ετών	,216	136	,000	,853	136	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι οι κατανομές των δεδομένων της έρευνας αποτυγχάνουν να υποστηρίξουν την μηδενική υπόθεση των τεστ κανονικότητας (ότι δηλαδή η κατανομή τους μπορεί να χαρακτηριστεί ως κανονική) σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($p < 0,05$). Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την ποιοτική φύση των μεταβλητών της έρευνας συνηγορεί υπέρ της χρήσης μη παραμετρικών τεστ.

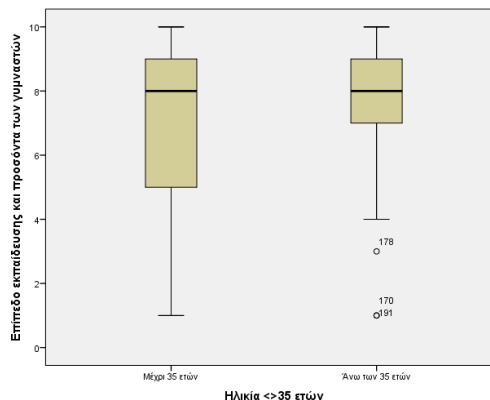
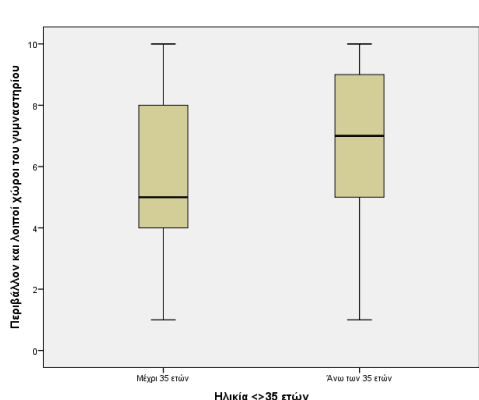
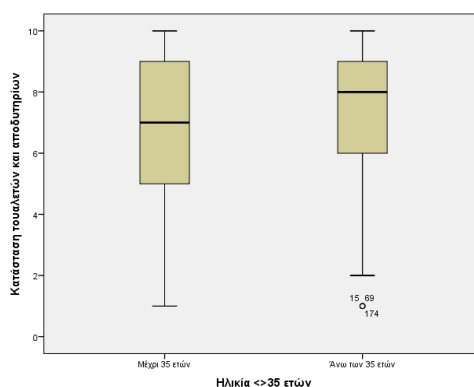
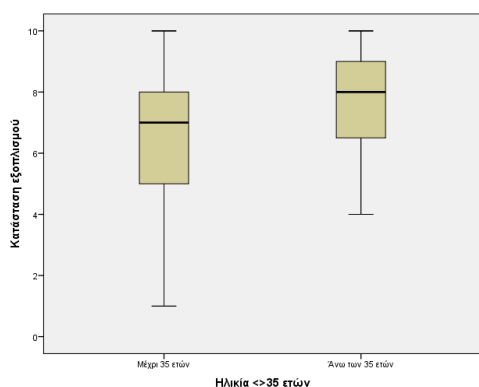
ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ (LEVENE TEST)

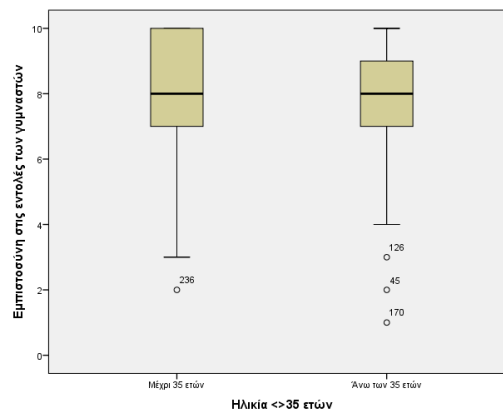
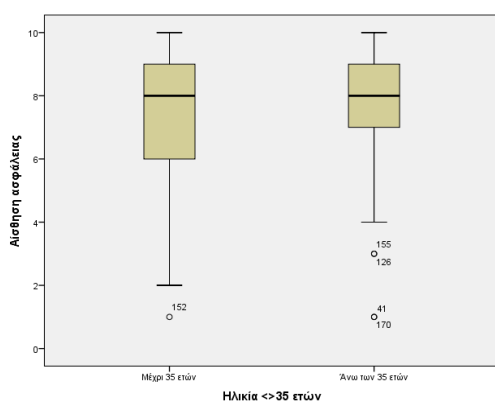
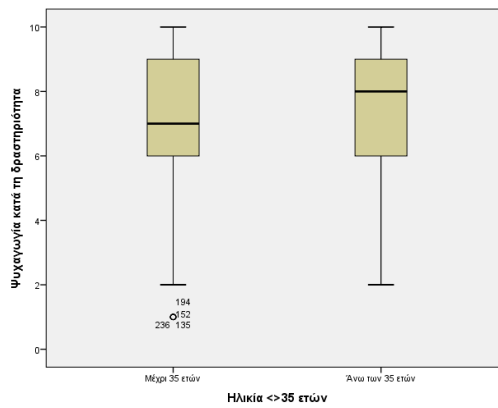
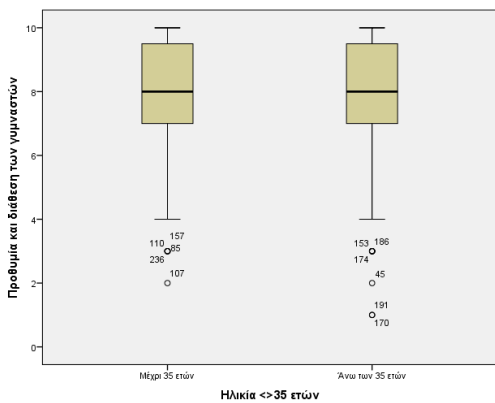
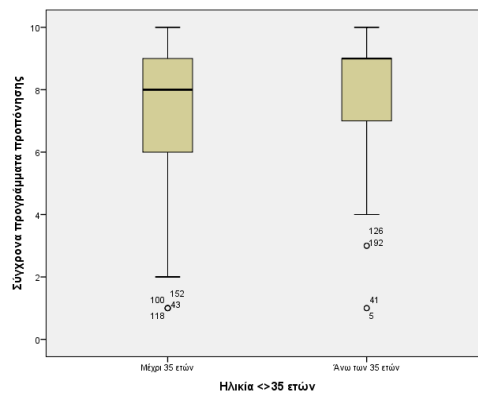
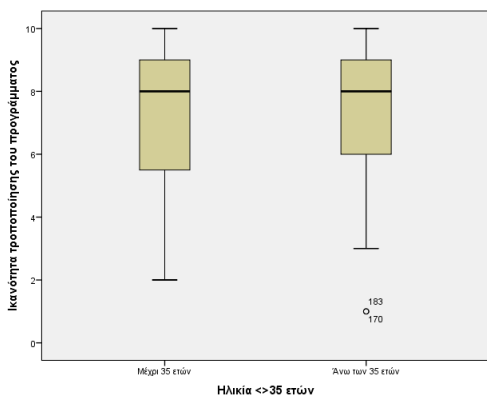
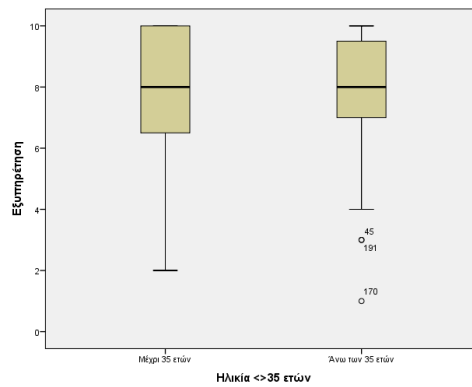
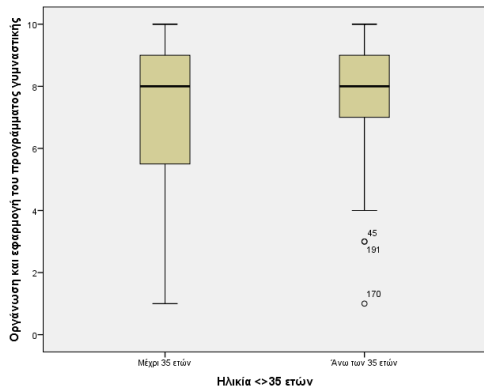
Test of Homogeneity of Variance

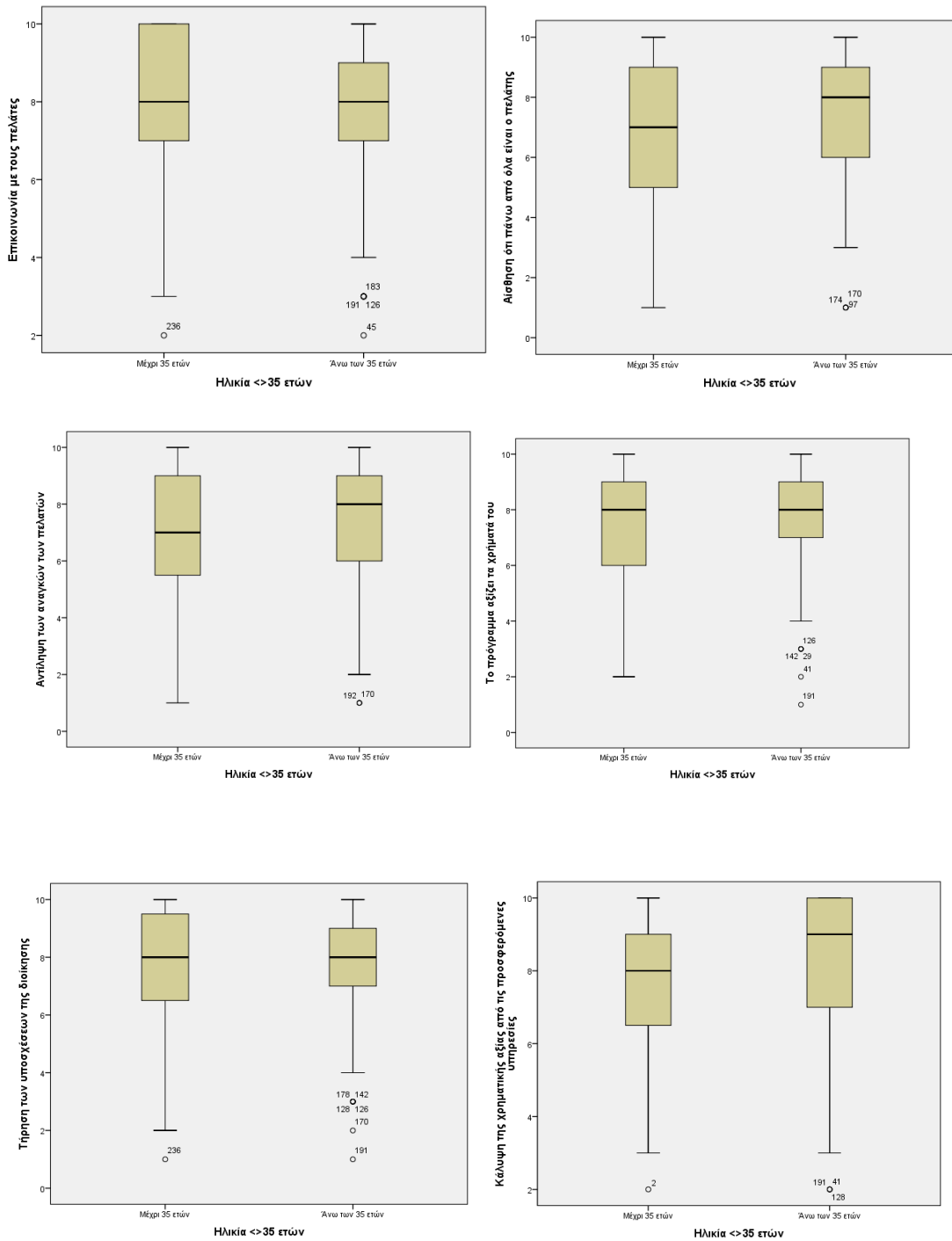
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Κατάσταση εξοπλισμού	Based on Median and with adjusted df	3,230	1	244,173	,074
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	Based on Median and with adjusted df	5,506	1	237,287	,020
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	Based on Median and with adjusted df	1,445	1	244,520	,230
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	17,291	1	221,639	,000
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	Based on Median and with adjusted df	10,093	1	232,715	,002
Εξυπηρέτηση	Based on Median and with adjusted df	2,273	1	245,931	,133
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	Based on Median and with adjusted df	1,234	1	245,996	,268
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	,025	1	242,611	,874
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	Based on Median and with adjusted df	3,165	1	245,855	,076
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	Based on Median and with adjusted df	4,182	1	244,856	,042
Αίσθηση ασφάλειας	Based on Median and with adjusted df	,990	1	245,957	,321
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	4,316	1	243,687	,039
Επικοινωνία με τους πελάτες	Based on Median and with adjusted df	,954	1	245,994	,330
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	Based on Median and with adjusted df	2,462	1	235,273	,118

Αντίληψη των αναγκών των πελατών	Based on Median and with adjusted df	3,444	1	244,532	,065
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	Based on Median and with adjusted df	,644	1	245,256	,423
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	Based on Median and with adjusted df	,063	1	243,766	,801
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	Based on Median and with adjusted df	,036	1	234,157	,851

Το τεστ ομοσκεδαστικότητας αποκαλύπτει ότι στις 5 από τις 18 μεταβλητές ποιότητας είναι ανέφικτο να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση της ομοσκεδαστικότητας (ίσης διακύμανσης) στα δεδομένα των υπό εξέταση ομάδων σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($p < 0,05$). Το γεγονός αυτό συνηγορεί υπέρ του διαφορετικού σχήματος των κατανομών τους, στο οποίο συμβάλλει και ο οπτικός έλεγχος των κατανομών τους, οι οποίες δίνονται παρακάτω:







Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών, συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων», «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», «Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα», «Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών» εμφανίζουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις ομάδες ανδρών και γυναικών. Επομένως, για αυτές τις 5 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Mann-Whitney, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Τα αποτελέσματα του Mann-Whitney τεστ για τη μεταβλητή «Ηλικία άνω και κάτω των 35 ετών» φαίνονται στους παρακάτω πίνακες και διαγράμματα:

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
10	The distribution of Ψυχολογία κατά τη δραστηριότητα is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,573	Retain the null hypothesis.
11	The distribution of Αίσθηση ασφάλειας is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,540	Retain the null hypothesis.
12	The distribution of Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,799	Retain the null hypothesis.
13	The distribution of Επικοινωνία με τους πελάτες is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,607	Retain the null hypothesis.
14	The distribution of Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,321	Retain the null hypothesis.
15	The distribution of Αντίληψη των αναγκών των πελατών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,776	Retain the null hypothesis.
16	The distribution of Το πρόγραμμα αξίζει να χρηματιστεί is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,047	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Κατάσταση ετοιμισμού is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,003	Reject the null hypothesis.
2	The distribution of Κατάσταση τουλάχιστον και αποδοτηρίων is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,124	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,002	Reject the null hypothesis.
4	The distribution of Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,122	Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,580	Retain the null hypothesis.
6	The distribution of Εξυπηρέτηση is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,176	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Ικανότητα προετοιμότητας του προγράμματος is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,890	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Προθυμία και διάθεση των γυμναστών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,514	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Σύγχρονα προγράμματα προετοιμότητας is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,017	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Κατάσταση ετοιμισμού is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,003	Reject the null hypothesis.
2	The distribution of Κατάσταση τουλάχιστον και αποδοτηρίων is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,124	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,002	Reject the null hypothesis.
4	The distribution of Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,122	Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,580	Retain the null hypothesis.
6	The distribution of Εξυπηρέτηση is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,176	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Ικανότητα προετοιμότητας του προγράμματος is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,890	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Προθυμία και διάθεση των γυμναστών is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,514	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Σύγχρονα προγράμματα προετοιμότητας is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,017	Reject the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

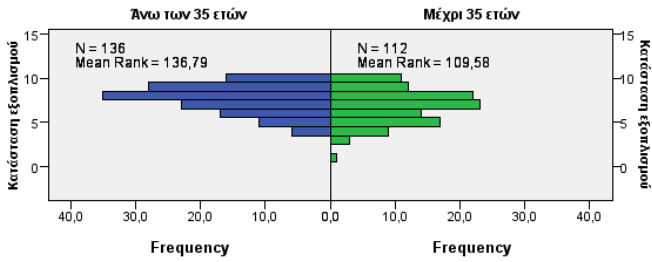
Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
17	The distribution of Τήρηση των υποχρέσεων της διοίκησης is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,836	Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες is the same across categories of Ηλικία <>35 ετών.	Independent-Samples Mann-Whitney U Test	,061	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

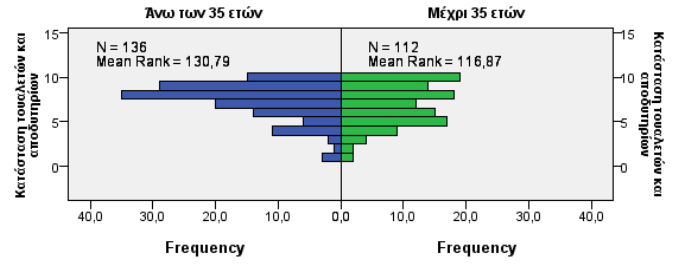
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	9.287,000
Wilcoxon W	18.603,000
Test Statistic	9.287,000
Standard Error	554,381
Standardized Test Statistic	3,014
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,003

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

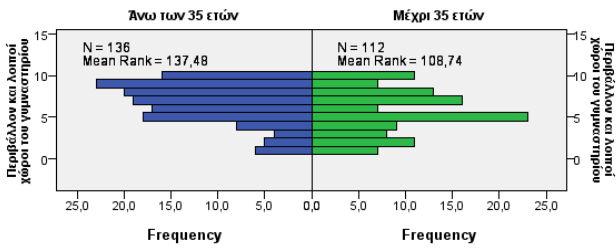
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	8.471,000
Wilcoxon W	17.787,000
Test Statistic	8.471,000
Standard Error	555,799
Standardized Test Statistic	1,538
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,124

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

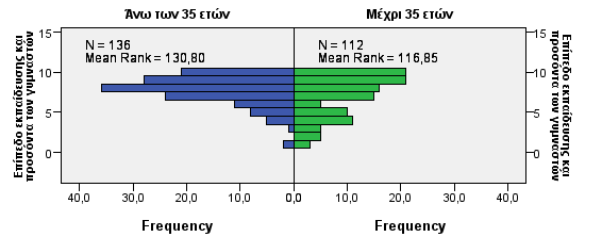
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	9.381,500
Wilcoxon W	18.697,500
Test Statistic	9.381,500
Standard Error	558,109
Standardized Test Statistic	3,163
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,002

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

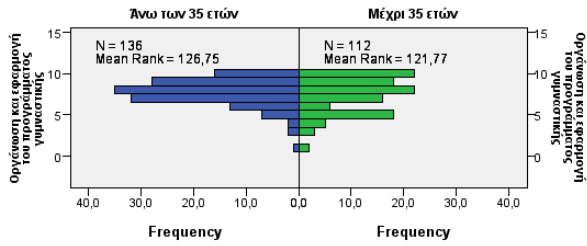
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	8.473,000
Wilcoxon W	17.789,000
Test Statistic	8.473,000
Standard Error	554,665
Standardized Test Statistic	1,545
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,122

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

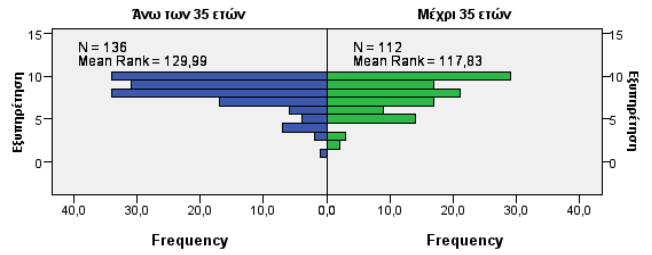
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.922,000
Wilcoxon W	17.238,000
Test Statistic	7.922,000
Standard Error	553,463
Standardized Test Statistic	,553
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,580

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

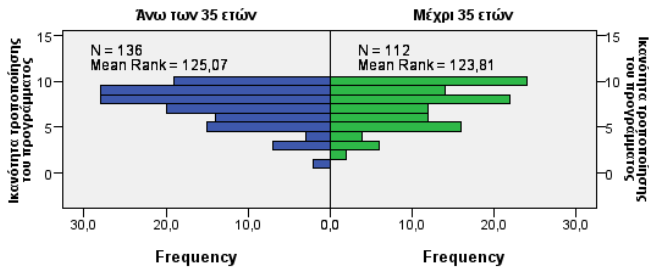
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	8.363,000
Wilcoxon W	17.679,000
Test Statistic	8.363,000
Standard Error	551,483
Standardized Test Statistic	1,355
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,176

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

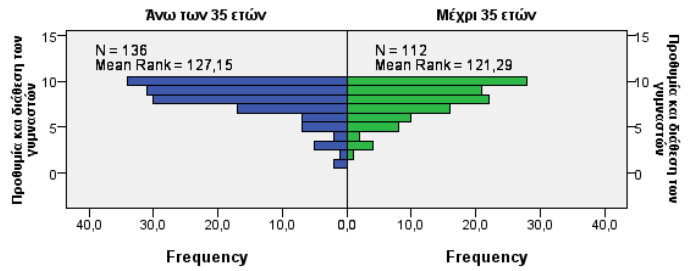
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.693,000
Wilcoxon W	17.009,000
Test Statistic	7.693,000
Standard Error	555,502
Standardized Test Statistic	,139
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,890

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

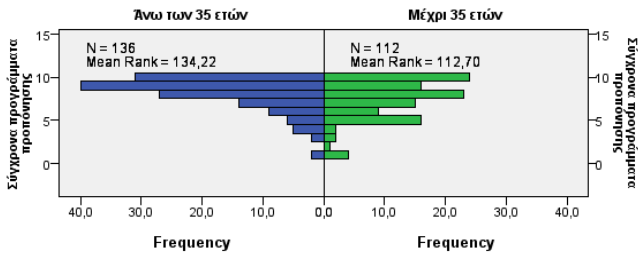
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.976,000
Wilcoxon W	17.292,000
Test Statistic	7.976,000
Standard Error	551,697
Standardized Test Statistic	,653
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,514

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

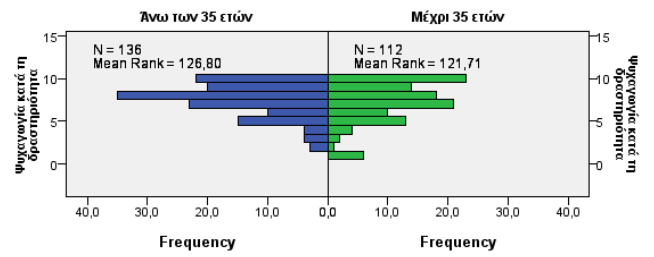
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	8.938,000
Wilcoxon W	18.254,000
Test Statistic	8.938,000
Standard Error	552,750
Standardized Test Statistic	2,392
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,017

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

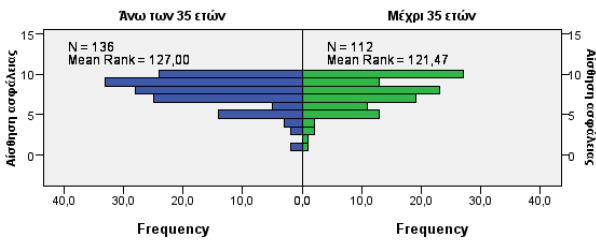
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.928,500
Wilcoxon W	17.244,500
Test Statistic	7.928,500
Standard Error	554,865
Standardized Test Statistic	,563
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,573

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

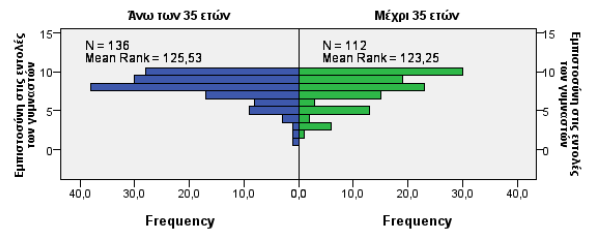
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.955,500
Wilcoxon W	17.271,500
Test Statistic	7.955,500
Standard Error	553,437
Standardized Test Statistic	,613
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,540

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

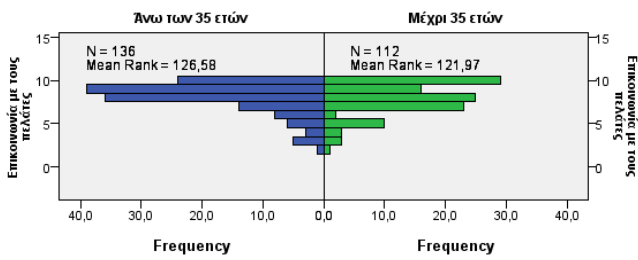
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.756,500
Wilcoxon W	17.072,500
Test Statistic	7.756,500
Standard Error	551,314
Standardized Test Statistic	,255
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,799

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

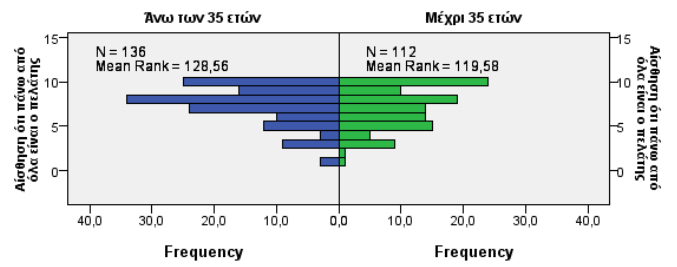
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.899,500
Wilcoxon W	17.215,500
Test Statistic	7.899,500
Standard Error	551,056
Standardized Test Statistic	,514
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,607

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

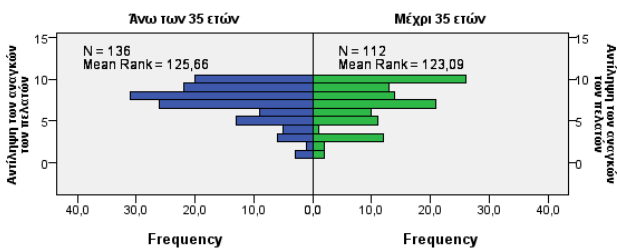
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	8.167,500
Wilcoxon W	17.483,500
Test Statistic	8.167,500
Standard Error	555,174
Standardized Test Statistic	,993
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,321

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

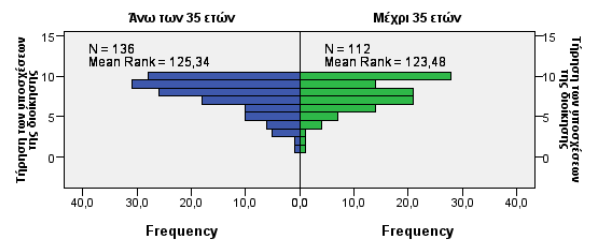
Ηλικία <>35 ετών



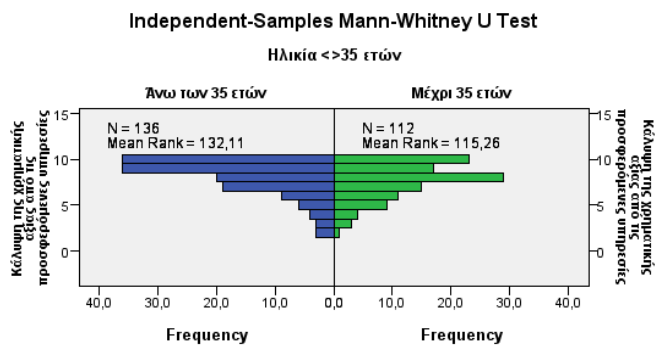
Total N	248
Mann-Whitney U	7.774,000
Wilcoxon W	17.090,000
Test Statistic	7.774,000
Standard Error	555,488
Standardized Test Statistic	,284
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,776

Independent-Samples Mann-Whitney U Test

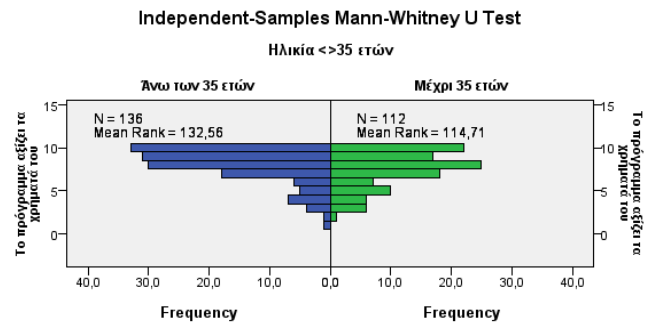
Ηλικία <>35 ετών



Total N	248
Mann-Whitney U	7.730,500
Wilcoxon W	17.046,500
Test Statistic	7.730,500
Standard Error	553,848
Standardized Test Statistic	,207
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,836



Total N	248
Mann-Whitney U	8.651,000
Wilcoxon W	17.967,000
Test Statistic	8.651,000
Standard Error	552,471
Standardized Test Statistic	1,873
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,061



Total N	248
Mann-Whitney U	8.712,000
Wilcoxon W	18.028,000
Test Statistic	8.712,000
Standard Error	552,932
Standardized Test Statistic	1,982
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,047

Με τον ίδιο τρόπο εξετάστηκαν και τα δεδομένα που αφορούν τη μεταβλητή «Φύλο». Η διατύπωση των αποτελεσμάτων και για τις δύο αυτές μεταβλητές βρίσκεται στο τρίτο Κεφάλαιο.

Kruskal-Wallis test

ΤΡΟΠΟΣ ΠΡΟΠΟΝΗΣΗΣ

ΈΛΕΓΧΟΣ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑΣ (ΚΟΛΜΟΓΟΡΟΒ-SMIRNOV)

Tests of Normality

	Τρόπος προπόνησης	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Κατάσταση εξοπλισμού	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,155	47	,007	,941	47	,020
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,183	98	,000	,942	98	,000
	Personal Training	,168	22	,106	,940	22	,195
	Συνδυασμός των παραπάνω	,174	81	,000	,928	81	,000
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,201	47	,000	,900	47	,001
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,234	98	,000	,898	98	,000
	Personal Training	,113	22	,200*	,940	22	,198
	Συνδυασμός των παραπάνω	,142	81	,000	,940	81	,001
Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,153	47	,007	,938	47	,015
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,115	98	,003	,947	98	,001
	Personal Training	,136	22	,200*	,924	22	,090
	Συνδυασμός των παραπάνω	,142	81	,000	,938	81	,001
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,207	47	,000	,852	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,176	98	,000	,919	98	,000
	Personal Training	,181	22	,059	,865	22	,006

	Συνδυασμός των παραπάνω	,187	81	,000	,879	81	,000
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,177	47	,001	,914	47	,002
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,150	98	,000	,936	98	,000
	Personal Training	,194	22	,031	,846	22	,003
	Συνδυασμός των παραπάνω	,191	81	,000	,876	81	,000
Εξυπηρέτηση	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,188	47	,000	,895	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,181	98	,000	,897	98	,000
	Personal Training	,209	22	,013	,840	22	,002
	Συνδυασμός των παραπάνω	,167	81	,000	,871	81	,000
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,181	47	,001	,900	47	,001
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,174	98	,000	,936	98	,000
	Personal Training	,208	22	,014	,807	22	,001
	Συνδυασμός των παραπάνω	,204	81	,000	,899	81	,000
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,201	47	,000	,846	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,200	98	,000	,863	98	,000
	Personal Training	,161	22	,142	,870	22	,008
	Συνδυασμός των παραπάνω	,179	81	,000	,883	81	,000
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,248	47	,000	,854	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,183	98	,000	,877	98	,000
	Personal Training	,222	22	,006	,862	22	,005
	Συνδυασμός των παραπάνω	,223	81	,000	,832	81	,000
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,196	47	,000	,917	47	,003
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,173	98	,000	,915	98	,000

	Personal Training	,222	22	,006	,821	22	,001
	Συνδυασμός των παραπάνω	,193	81	,000	,899	81	,000
Αίσθηση ασφάλειας	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,172	47	,001	,915	47	,002
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,147	98	,000	,897	98	,000
	Personal Training	,176	22	,075	,888	22	,017
	Συνδυασμός των παραπάνω	,166	81	,000	,908	81	,000
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,151	47	,009	,906	47	,001
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,188	98	,000	,895	98	,000
	Personal Training	,223	22	,006	,818	22	,001
	Συνδυασμός των παραπάνω	,197	81	,000	,870	81	,000
Επικοινωνία με τους πελάτες	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,218	47	,000	,863	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,197	98	,000	,879	98	,000
	Personal Training	,223	22	,006	,843	22	,003
	Συνδυασμός των παραπάνω	,186	81	,000	,874	81	,000
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,225	47	,000	,872	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,149	98	,000	,933	98	,000
	Personal Training	,203	22	,018	,863	22	,006
	Συνδυασμός των παραπάνω	,164	81	,000	,919	81	,000
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,171	47	,001	,925	47	,005
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,195	98	,000	,914	98	,000
	Personal Training	,224	22	,005	,859	22	,005
	Συνδυασμός των παραπάνω	,151	81	,000	,895	81	,000
	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,193	47	,000	,865	47	,000

Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,178	98	,000	,893	98	,000
	Personal Training	,185	22	,049	,864	22	,006
	Συνδυασμός των παραπάνω	,210	81	,000	,881	81	,000
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,174	47	,001	,910	47	,002
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,160	98	,000	,904	98	,000
	Personal Training	,189	22	,040	,888	22	,017
	Συνδυασμός των παραπάνω	,161	81	,000	,890	81	,000
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	,203	47	,000	,874	47	,000
	Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση	,159	98	,000	,885	98	,000
	Personal Training	,205	22	,017	,870	22	,008
	Συνδυασμός των παραπάνω	,213	81	,000	,859	81	,000

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι η πλειοψηφία των δεδομένων της έρευνας αποτυγχάνουν να υποστηρίξουν την μηδενική υπόθεση των τεστ κανονικότητας (ότι δηλαδή η κατανομή τους μπορεί να χαρακτηριστεί ως κανονική) σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($p < 0,05$).

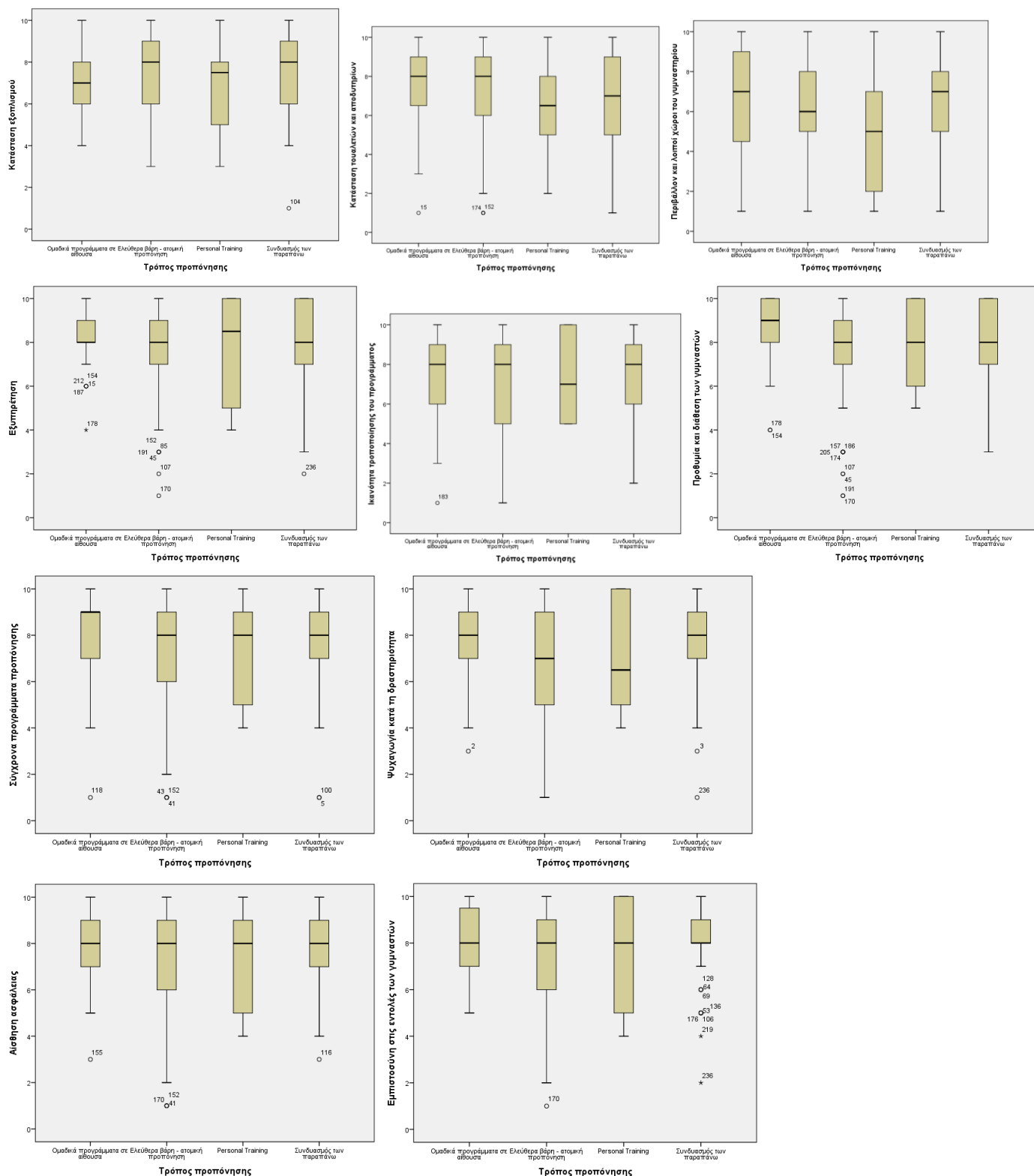
ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ (LEVENE TEST)

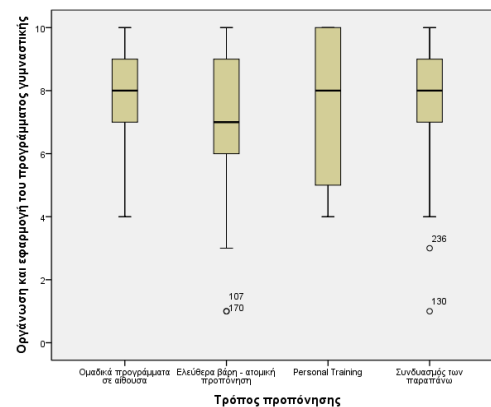
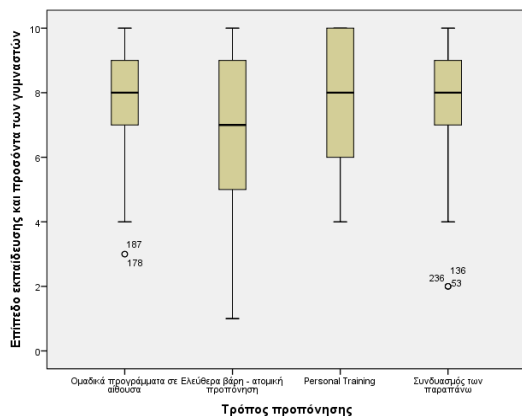
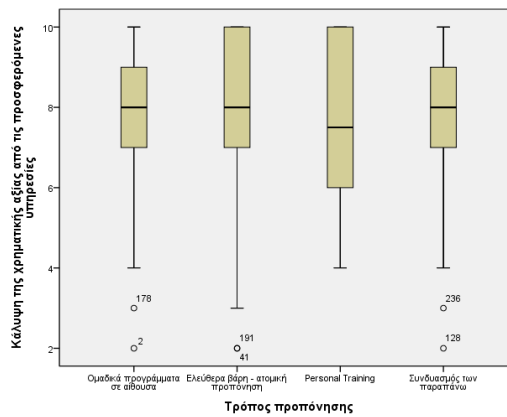
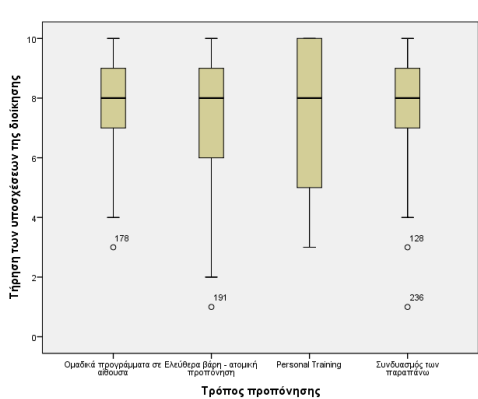
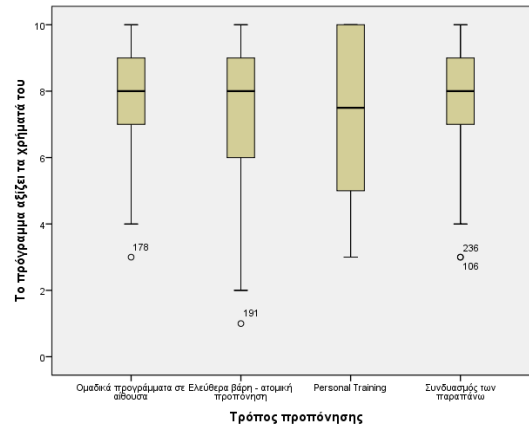
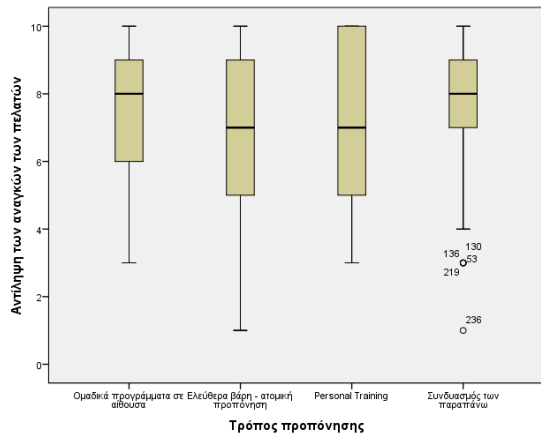
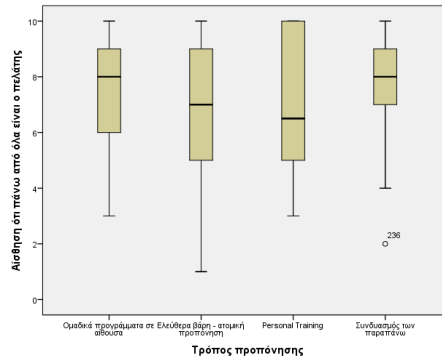
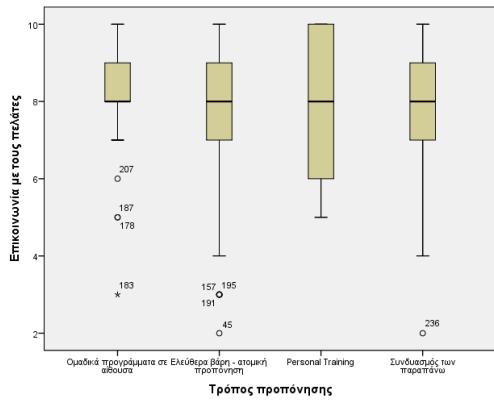
Test of Homogeneity of Variance

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Κατάσταση εξοπλισμού	Based on Median and with adjusted df	,209	3	241,045	,890
Κατάσταση τουαλετών και αποδυτηρίων	Based on Median and with adjusted df	,611	3	224,480	,609

Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου	Based on Median and with adjusted df	1,024	3	238,302	,383
Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	3,437	3	233,933	,018
Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής	Based on Median and with adjusted df	4,064	3	236,514	,008
Εξυπηρέτηση	Based on Median and with adjusted df	2,729	3	222,664	,045
Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος	Based on Median and with adjusted df	,285	3	235,806	,836
Προθυμία και διάθεση των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	1,920	3	211,655	,127
Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης	Based on Median and with adjusted df	,882	3	233,559	,451
Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα	Based on Median and with adjusted df	5,135	3	223,320	,002
Αίσθηση ασφάλειας	Based on Median and with adjusted df	2,853	3	216,036	,038
Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών	Based on Median and with adjusted df	4,738	3	208,386	,003
Επικοινωνία με τους πελάτες	Based on Median and with adjusted df	2,711	3	222,409	,046
Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης	Based on Median and with adjusted df	2,430	3	228,375	,066
Αντίληψη των αναγκών των πελατών	Based on Median and with adjusted df	1,801	3	235,416	,148
Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του	Based on Median and with adjusted df	5,851	3	220,918	,001
Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης	Based on Median and with adjusted df	1,798	3	235,545	,148
Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες	Based on Median and with adjusted df	1,831	3	237,270	,142

Το τεστ ομοσκεδαστικότητας αποκαλύπτει ότι στις 8 από τις 18 μεταβλητές ποιότητας είναι ανέφικτο να υποστηριχθεί η μηδενική υπόθεση της ομοσκεδαστικότητας (ίσης διακύμανσης) στα δεδομένα των υπό εξέταση ομάδων σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ($p < 0,05$). Το γεγονός αυτό συνηγορεί υπέρ του διαφορετικού σχήματος των κατανομών τους, στο οποίο συμβάλλει και ο οπτικός έλεγχος των κατανομών τους, οι οποίες δίνονται παρακάτω:





Από την εξέταση της ομοσκεδαστικότητας και τον οπτικό έλεγχο των απεικονίσεων των κατανομών, συμπεραίνουμε ότι οι μεταβλητές ποιότητας «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών», «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής», «Εξυπηρέτηση», «Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα», «Αίσθηση ασφάλειας»,

«Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών», «Επικοινωνία με τους πελάτες» και «Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του» έχουν διαφορετικού σχήματος κατανομές στις ομάδες των 4 διαφορετικών υπό εξέταση ομάδων. Επομένως, για αυτές τις 3 μεταβλητές θα εξαχθούν συμπεράσματα όσον αφορά το μέσο κατάταξής τους, μετά την εξέταση Kruskal-Wallis, και όχι για τις διαμέσους τους, όπως θα γίνει για όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Τα αποτελέσματα του Kruskal-Wallis τεστ για τη μεταβλητή «Τρόπος προπόνησης» φαίνονται στους παρακάτω πίνακες και διαγράμματα:

Hypothesis Test Summary

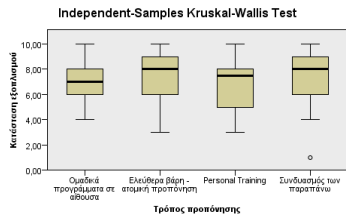
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Κατάσπαση εξοπλισμού is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,407	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Κατάσπαση τουαλετών και αποδυτηρίων is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,250	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Περιβάλλον και λοιποί χώροι του γυμναστηρίου is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,089	Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,005	Reject the null hypothesis.
5	The distribution of Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,048	Reject the null hypothesis.
6	The distribution of Εξυπηρέτηση is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,339	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Ικανότητα τροποποίησης του προγράμματος is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,502	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Προθυμία και διάθεση των γυμναστών is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,090	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Σύγχρονα προγράμματα προπόνησης is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,287	Retain the null hypothesis.
10	The distribution of Ψυχαγωγία κατά τη δραστηριότητα is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,065	Retain the null hypothesis.
11	The distribution of Αίσθηση ασφάλειας is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,476	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Hypothesis Test Summary

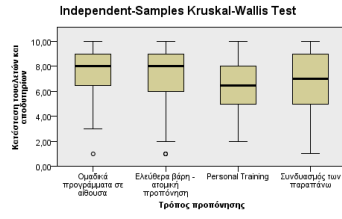
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
12	The distribution of Εμπιστοσύνη στις εντολές των γυμναστών is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,198	Retain the null hypothesis.
13	The distribution of Επικοινωνία με τους πελάτες is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,403	Retain the null hypothesis.
14	The distribution of Αίσθηση ότι πάνω από όλα είναι ο πελάτης is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,082	Retain the null hypothesis.
15	The distribution of Ανίληψη των αναγκών των πελατών is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,086	Retain the null hypothesis.
16	The distribution of Το πρόγραμμα αξίζει τα χρήματά του is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,504	Retain the null hypothesis.
17	The distribution of Τήρηση των υποσχέσεων της διοίκησης is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,745	Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Κάλυψη της χρηματικής αξίας από τις προσφερόμενες υπηρεσίες is the same across categories of Τρόπος προπόνησης.	Independent-Samples Kruskal-Wallis Test	,561	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.



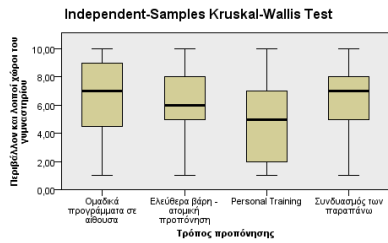
Total N	248
Test Statistic	2,901
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,407

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



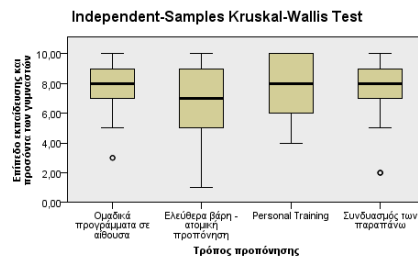
Total N	248
Test Statistic	4,105
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,250

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



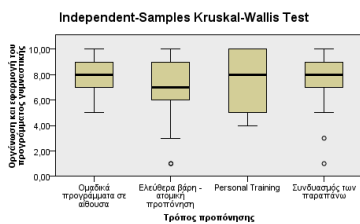
Total N	248
Test Statistic	6,526
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,089

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



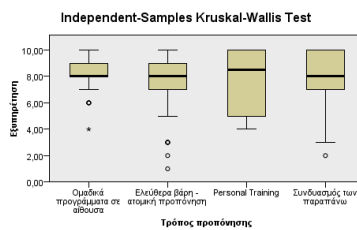
Total N	248
Test Statistic	12,897
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,005

1. The test statistic is adjusted for ties.



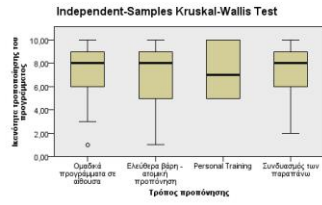
Total N	248
Test Statistic	7,907
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,048

1. The test statistic is adjusted for ties.



Total N	248
Test Statistic	3,366
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,339

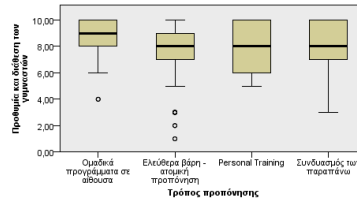
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



Total N	248
Test Statistic	2,355
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,502

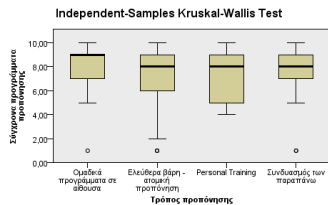
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.

Independent-Samples Kruskal-Wallis Test



Total N	248
Test Statistic	6,501
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,090

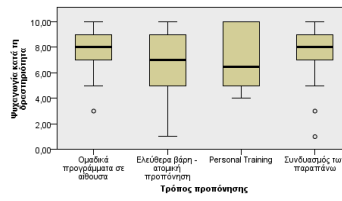
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



Total N	248
Test Statistic	3,777
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,287

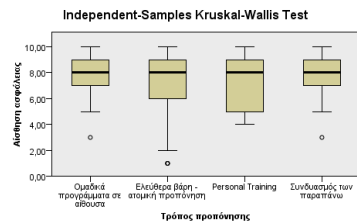
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.

Independent-Samples Kruskal-Wallis Test



Total N	248
Test Statistic	7,242
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,065

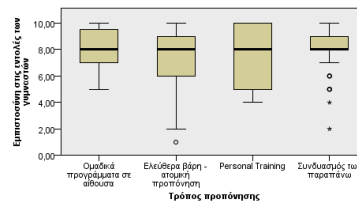
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



Total N	248
Test Statistic	2,495
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,476

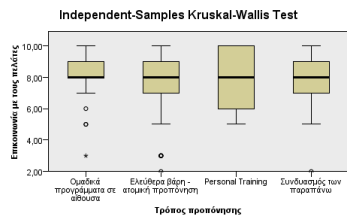
1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.

Independent-Samples Kruskal-Wallis Test



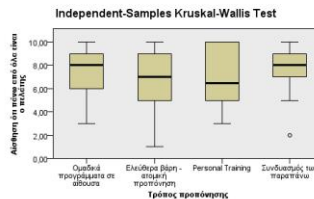
Total N	248
Test Statistic	4,667
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,198

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



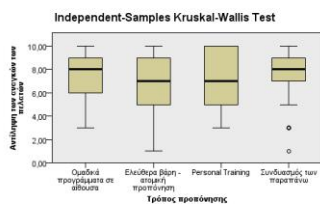
Total N	248
Test Statistic	2,928
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,403

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



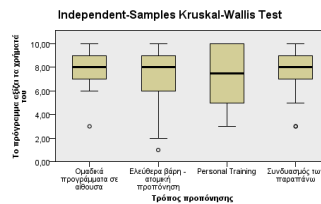
Total N	248
Test Statistic	6,689
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,062

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



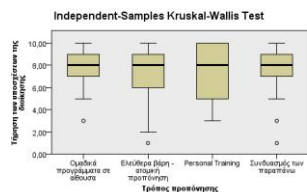
Total N	248
Test Statistic	6,605
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,086

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



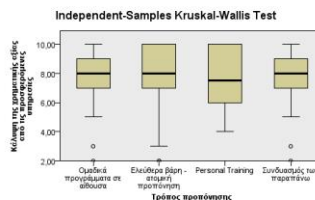
Total N	248
Test Statistic	2,343
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,504

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



Total N	248
Test Statistic	1,234
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,745

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.



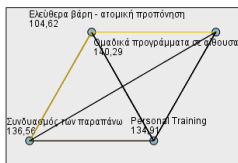
Total N	248
Test Statistic	2,054
Degrees of Freedom	3
Asymptotic Sig. (2-sided test)	,561

1. The test statistic is adjusted for ties.
2. Multiple comparisons are not performed because the overall test does not show significant differences across samples.

Από το τεστ Kruskal-Wallis που διεξήχθη παραπάνω, προέκυψαν στατιστικά σημαντικές διαφορές στους μέσους κατάταξης των μεταβλητών «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών» ($p=0,005$) και «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής» ($p=0,048$). Αυτές οι διαφορές επιβάλλουν την περαιτέρω διερεύνηση (post-hoc ανάλυση) για να διαπιστωθεί αν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των 4 ομάδων του τρόπου προπόνησης.

Για την μεταβλητή «Επίπεδο εκπαίδευσης και προσόντα των γυμναστών» έχουμε:

Pairwise Comparisons of Τρόπος προπόνησης



Each node shows the sample average rank of Τρόπος προπόνησης.

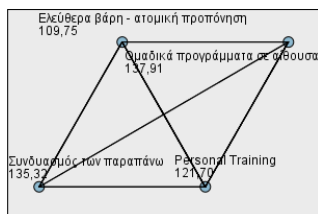
Sample1-Sample2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj.Sig.
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση- Personal Training	-30,287	16,697	-1,814	,070	,418
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση-Συνδυασμός των παραπάνω	-31,939	10,628	-3,005	,003	,016
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	35,665	12,557	2,840	,005	,027
Personal Training-Συνδυασμός των παραπάνω	-1,653	17,015	-,097	,923	1,000
Personal Training-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	5,378	18,283	,294	,769	1,000
Συνδυασμός των παραπάνω-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	3,726	12,978	,287	,774	1,000

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is ,05.

Η παραπάνω κατά ζεύγη σύγκριση των ομάδων του τρόπου προπόνησης φανέρωσε στατιστικά σημαντικές διαφορές στην αντίληψη των συμμετεχόντων για το επίπεδο εκπαίδευσης και τα προσόντα των γυμναστών μεταξύ της ομάδας των ατόμων που γυμνάζονται με ελεύθερα βάρη και αυτών που συνδυάζουν όλους τους τρόπους προπόνησης και μεταξύ αυτών που προπονούνται με ελεύθερα βάρη και αυτών που παρακολουθούν ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα.

Για την μεταβλητή «Οργάνωση και εφαρμογή του προγράμματος γυμναστικής» έχουμε:

Pairwise Comparisons of Τρόπος προπόνησης



Each node shows the sample average rank of Τρόπος προπόνησης.

Sample1-Sample2	Test Statistic	Std. Error	Std. Test Statistic	Sig.	Adj.Sig.
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση- Personal Training	-11,955	16,661	-,718	,473	1,000
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση-Συνδυασμός των παραπάνω	-25,571	10,605	-2,411	,016	,095
Ελεύθερα βάρη - ατομική προπόνηση-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	28,165	12,530	2,248	,025	,148
Personal Training-Συνδυασμός των παραπάνω	-13,616	16,978	-,802	,423	1,000
Personal Training-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	16,210	18,243	,889	,374	1,000
Συνδυασμός των παραπάνω-Ομαδικά προγράμματα σε αίθουσα	2,594	12,949	,200	,841	1,000

Each row tests the null hypothesis that the Sample 1 and Sample 2 distributions are the same. Asymptotic significances (2-sided tests) are displayed. The significance level is ,05.

Η παραπάνω κατά ζεύγη σύγκριση των ομάδων του τρόπου προπόνησης δε φανέρωσε στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ των ομάδων του τρόπου προπόνησης. Σε αυτήν την περίπτωση έχουμε ένα στατιστικά σημαντικό Kruskal-Wallis H test, αλλά μη στατιστικά σημαντικές κατά ζεύγη συγκρίσεις, πράγμα που είναι δυνατό να συμβεί.