



Αξιολόγηση του Προγράμματος «Αθλητισμός Για Όλους» στην Κύπρο και Ικανοποίηση των Μελών – Πελατών

Αλεξανδρής, Κ.¹, Παπακώστα, Ε.², Ροδαφηνός, Α.¹, Τζωρτζή, Ν.² & Ντοβόλη, Α.¹

¹Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

²Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Frederick University

Περίληψη

Στόχος της εργασίας ήταν η μελέτη των αντιλήψεων των ασκούμενων, των γυμναστών και της διοίκησης στα προγράμματα Αθλητισμού του Κυπριακού Οργανισμού Αθλητισμού (ΚΟΑ) προκειμένου να διερευνηθούν τα κενά στην ποιότητα των υπηρεσιών και να σχεδιαστούν στρατηγικές για την αύξηση της ικανοποίησης των συμμετεχόντων. Συλλέχθηκαν ποσοτικά δεδομένα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου από α) τους ασκούμενους (ενήλικες και παιδιά) και β) τους επαγγελματίες οι οποίοι απασχολούνταν στους χώρους άθλησης. Επίσης συλλέχθηκαν ποιοτικά δεδομένα, με τη χρήση ημι-δομημένων συνεντεύξεων από τους εκπροσώπους της κεντρικής Διοίκησης του Αθλητισμού Για Όλους (ΑΓΟ) και της Επαρχιακής Διοίκησης Λευκωσίας, Λεμεσού, Λάρνακας, Πάφου και Αμμοχώστου. Στο σύνολο, οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν τα προγράμματα θετικά. Το ανθρώπινο δυναμικό έλαβε την υψηλότερη αξιολόγηση από τους ασκούμενους. Σχετικά χαμηλή βαθμολόγηση έλαβαν τα αποδυτήρια, οι εγκαταστάσεις, η καθαριότητα, η ανανέωση του εξοπλισμού και η επικοινωνία/μάρκετινγκ των υπηρεσιών. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των συνεντεύξεων έδειξαν ότι οι εκπρόσωποι της κεντρικής διοίκησης είναι γνώστες των προβλημάτων, σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Οι πιο βασικές ευκαιρίες που εντοπίζουν τα διοικητικά στελέχη είναι η αξιοποίηση ψηφιακών μέσων επικοινωνίας, η επέκταση στη θεραπευτική αγορά και η αξιοποίηση της πλατφόρμας μελών και μετά την πανδημία για την καλύτερη προώθηση των προγραμμάτων.

Λέξεις κλειδιά: Αθλητισμός Για Όλους, Κυπριακός Οργανισμός Αθλητισμού, ικανοποίηση ασκούμενων, αξιολόγηση ποιότητας προγραμμάτων άσκησης.

Εισαγωγή

Η έρευνα στο χώρο της ποιότητας των αθλητικών υπηρεσιών της ικανοποίησης των πελατών και της πιστότητας στα προγράμματα Αθλητισμού για Όλους είναι περισσότερο από κάθε άλλη φορά επιτακτική σήμερα (Pradeep, Vadakepat, & Rajasenan, 2020, Yoshida, 2017). Αν γίνει μια σύγκριση των αθλητικών υπηρεσιών πριν από μια δεκαετία με σήμερα, θα δούμε ότι υπάρχουν τεράστιες διαφορές ως προς τις προσδοκίες των συμμετεχόντων, τα προσφερόμενα προγράμματα την διαδικασία λήψης απόφασης για συμμετοχή και τον ανταγωνισμό (Howat and Assaker, 2016).

Ο ανταγωνισμός στην αθλητική αγορά είναι αυξανόμενος, ενώ υπάρχει μεγάλο πρόβλημα στη διατηρησιμότητα των συμμετεχόντων στα προγράμματα. Κάποια από τα στατιστικά που αναφέρθηκαν στη διεθνή βιβλιογραφία προτείνουν ότι τα γυμναστήρια στην Αμερική κατά μέσο όρο χάνουν 40% από τους πελάτες τους κάθε χρόνο (Alexandris, Zahariadis, Tsozbatzoudis, & Grouios, 2004a). Επιπλέον, το 50% των ατόμων που ξεκινούν να συμμετέχουν σε αθλητικά προγράμματα σταματούν τους πρώτους έξι μήνες (Gerson, 1999). Πιο υψηλά ποσοστά εγκατάλειψης έχουν αναφερθεί στην Ελλάδα (Alexandris & Balaska, 2016; Alexandris, Kenanidis, Balaska, & Ntovoli, 2020).

Τα πρόσφατα ποσοστά συμμετοχής του πληθυσμού σε προγράμματα φυσικής δραστηριότητας όπως αποτυπώνονται από την τελευταία έρευνα της Eurostat (2018) καταδεικνύουν επίσης την ανάγκη περαιτέρω προώθησης του μαζικού αθλητισμού και συνεπώς την ανάγκη αξιολόγησης και βελτίωσης των προγραμμάτων προ της προώθησης (Ντοβόλη, 2021). Η Κύπρος είναι μεταξύ της ομάδας των χωρών με ιδιαίτερα χαμηλά ποσοστά συμμετοχής σε προγράμματα φυσικής δραστηριότητας, καθώς πάνω από το 50% δεν ασκείται καθόλου στον ελεύθερο χρόνο του (Eurostat 2018). Όπως έχει τονίσει ο Alexandris και οι συνεργάτες του (2020), ο ρόλος των προγραμμάτων Αθλητισμός για Όλους είναι καθοριστικός προς την κατεύθυνση της αύξησης των ποσοστών συμμετοχής. Η ποιότητα των προγραμμάτων αυτών όμως είναι ένα βασικό θέμα που πρέπει να διερευνηθεί (Alexandris & Funk, 2016).

Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να αξιολογηθεί το Πρόγραμμα «Αθλητισμός Για Όλους» στην Κύπρο, να διερευνηθεί η ποιότητα των προγραμμάτων και τα επίπεδα ικανοποίησης των συμμετεχόντων.

Ορισμοί Εννοιών

Ως αντίληψη ποιότητα ορίζεται μια συνολική εκτίμηση του χρήστη σχετικά με την ανωτερότητα μιας υπηρεσίας σε σύγκριση με κάποιες σταθερές / νόρμες (Αλεξανδρής, 2017), μέσω μια γνωστικής διαδικασίας. Οι σταθερές αυτές αναπτύσσονται βάση της προηγούμενης εμπειρίας του χρήστη ή της διαφήμισης και επικοινωνίας. Στην περίπτωση των προγραμμάτων άσκησης χρησιμοποιείται πάντα ο όρος «αντιλήψιμη ποιότητα», καθώς οι ασκούμενοι κρίνουν βάση υποκειμενικών κριτηρίων.

Από την άλλη πλευρά η ικανοποίηση των πελατών είναι ένας διαφορετικός όρος. Η αξιολόγηση γίνεται βάση των προσωπικών προσδοκιών μετά τη χρήση μια υπηρεσίας και αρκετές φορές δεν είναι μια γνωστική διαδικασία αλλά μια συναισθηματική διαδικασία λόγω της σύγκρισης με τις προσωπικές προσδοκίες. Η προσωπική εμπειρία από τη χρήση της υπηρεσίας στην περίπτωση αυτή είναι απαραίτητη (Αλεξανδρής, 2011).

Σχέση μεταξύ Ποιότητας και Ικανοποίησης.

Οι όροι «ποιότητα» και «ικανοποίηση» σχετίζονται αλλά δεν είναι ταυτόσημοι (Oliver, 1997). Η υψηλή ποιότητα υπηρεσιών συνήθως οδηγεί σε ικανοποιημένους πελάτες και η χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών σχετίζεται αρνητικά με την ικανοποίηση (Αλεξανδρής, 2017), επειδή οι αξιολογήσεις σχετικά με την ικανοποίηση γίνονται βάσει των προσωπικών προσδοκιών. Το μάντζμεντ των προσδοκιών είναι συνεπώς μια σημαντική λειτουργία για τις διοικήσεις των γυμναστηρίων. Καταναλωτές με υψηλές προσδοκίες είναι δυνατόν να μη μείνουν

ικανοποιημένοι ακόμη και με σχετικά καλή ποιότητα υπηρεσιών. Δεν θα πρέπει συνεπώς οι διοικήσεις να υπόσχονται υπηρεσίες και διαδικασίες τις οποίες δεν μπορούν να εγγυηθούν.

Οι δυσαρεστημένοι πελάτες είναι η πιο σημαντική πηγή αρνητικής ανεπίσημης επικοινωνίας, η οποία λόγω του διαδικτύου μπορεί να εξαπλωθεί ταχύτατα. Η αντίδραση ενός δυσαρεστημένου πελάτη μπορεί ποικίλει. Έτσι μπορεί α) να σταματήσει τη χρήση της υπηρεσίας / γυμναστήριο χωρίς να κάνει κανένα παράπονο, το οποίο είναι απίθανο σήμερα, β) να συνεχίσει τη χρήση της υπηρεσίας αλλά να κάνει παράπονα στο χώρο του γυμναστηρίου ή εκτός, και γ) να σταματήσει τη χρήση της υπηρεσίας / γυμναστήριο και ταυτόχρονα να διασπείρει αρνητικά προφορικά σχόλια ή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στην τελευταία περίπτωση η δυσφήμιση θα είναι ταχύτερη και πολύ σημαντική.

Η ικανοποίηση των πελατών μπορεί να επηρεαστεί από μια σειρά παράγοντες που σχετίζονται ή και όχι με τη διοίκηση του γυμναστηρίου. Έτσι πέρα από την ποιότητα των προγραμμάτων και των εγκαταστάσεων μπορεί να επηρεαστεί από την τιμή της συνδρομής, τους συνασκούμενους, το ανθρώπινο δυναμικό και τη συμπεριφορά του, την προσωπική διάθεση ενός ασκούμενου, την παρακίνηση, αλλά και πιθανά προβλήματα υγείας και τραυματισμούς που μπορούν να συμβούν κατά την άσκηση (Günel, & Duyan, 2020).

Καταναλωτική αφοσίωση

Όπως αναλύει ο Αλεξανδρής (2011) και σύμφωνα με τους Zeithaml και Bitner (2003) αφοσιωμένος πελάτης είναι αυτός που κάνει χρήση των υπηρεσιών για μεγάλο χρονικό διάστημα επιδεικνύοντας συνέπεια στη συμπεριφορά. Επίσης, αναπτύσσει συναισθηματική ταύτιση που συνοδεύεται από θετικές στάσεις προς το γυμναστήριο και ανάπτυξη θετικής ανεπίσημης επικοινωνίας. Τέλος, είναι πρόθυμος να δώσει ανατροφοδότηση στη διοίκηση για θέματα που αφορούν τη λειτουργία του γυμναστηρίου. Η ανάπτυξη αφοσιωμένων πελατών είναι πιο δύσκολη από την προσέλκυση, καθώς προϋποθέτει ικανοποιημένους πελάτες. Κοστίζει όμως και λιγότερο καθώς είναι έξι φορές πιο ακριβή η διαδικασία προσέλκυσης νέων πελατών από τη διατήρηση των υφισταμένων (Cronin, Brady & Hult, 2000; McDougall & Levesque, 2000).

Τέλος, η ανάπτυξη πιστών πελατών συνεπάγεται και βελτίωση της επικοινωνίας με την επιχείρηση (Parasuraman κ.α., 1988 & Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2006). Συνεπώς, είναι πιο εύκολο για την επιχείρηση να γνωρίσει καλύτερα τους πελάτες της, τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά τους και ώστε να ικανοποιήσει τις προσδοκίες τους.

Μέτρηση της Ποιότητας Αθλητικών Υπηρεσιών

Διάφορα μοντέλα έχουν προταθεί στη βιβλιογραφία του μάρκετινγκ υπηρεσιών για τη μέτρηση της ποιότητας των αθλητικών υπηρεσιών. Το πιο διαδεδομένο είναι το SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988), το οποίο στο χώρο των αθλητικών υπηρεσιών στην Ελλάδα τροποποιήθηκε από τους Alexandris κ.ά. (2004α). Το τελικό μοντέλο προτείνει τη μέτρηση της ποιότητας με πέντε παράγοντες, ως εξής:

Ανθρώπινο δυναμικό: Περιλαμβάνει παράγοντες όπως είναι οι γνώσεις, η κατάρτιση, η συμπεριφορά του προσωπικού και η αλληλεπίδραση με τους πελάτες.

Αξιοπιστία. Ορίζεται ως ο βαθμός στον οποίο η διοίκηση τηρεί τις υποσχέσεις οι οποίες δίνονται επίσημα (π.χ. πωλήσεις και ιστοσελίδα) αλλά και ανεπίσημα (καθημερινή επικοινωνία).

Από στοιχείο. Υπάρχουν στοιχεία που μπορεί να δει και να αγγίξει ο πελάτης, όπως οι εγκαταστάσεις, τα όργανα γυμναστικής, ο σχεδιασμός των αιθουσών, τα αποδυτήρια, η εμφάνιση του προσωπικού κλπ.

Αναπόκριση. Ορίζεται ως ο βαθμός στον οποίο το προσωπικό και η διοίκηση του γυμναστηρίου είναι πρόθυμοι να λύσουν άμεσα όποια προβλήματα αναφέρουν οι πελάτες.

Προσδοκώμενα αποτελέσματα. Περιλαμβάνει παράγοντες που σχετίζονται με την ικανοποίηση των προσδοκιών των πελατών. Παραδείγματα τέτοιων προσωπικών προσδοκιών των πελατών γυμναστηρίων είναι η υγεία, η κοινωνικοποίηση, η διασκέδαση, η βελτίωση της φυσικής κατάστασης, η ευεξία κτλ.

Δήλωση του Προβλήματος

Σύμφωνα με την παραπάνω βιβλιογραφική ανασκόπηση, η διερεύνηση των αντιλήψεων των συμμετεχόντων στα προγράμματα του ΚΟΑ είναι απαραίτητη, προκειμένου να διερευνηθούν τα κενά και να σχεδιαστούν στρατηγικές για την ικανοποίηση των συμμετεχόντων. Τέτοια στοιχεία δεν υπάρχουν ως σήμερα σε επίπεδο πρωτογενούς έρευνας.

Για το λόγο αυτό, η παρούσα έρευνα είχε τους παρακάτω στόχους:

α) Την αξιολόγηση της ποιότητας όλων των προγραμμάτων άθλησης, των υποδομών και χώρων διεξαγωγής των προγραμμάτων άθλησης, και του εξοπλισμού που χρησιμοποιείται για την διεξαγωγή των προγραμμάτων άθλησης, βάση αντικειμενικών κριτηρίων και προδιαγραφών.

β) Την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των μελών – πελατών του προγράμματος «Αθλητισμός Για Όλους».

Μεθοδολογία

Δείγμα

Τα δεδομένα της έρευνας συγκεντρώθηκαν με ποσοτική δημοσκόπηση στους ασκούμενους στα προγράμματα ΑΓΟ. Συλλέχθηκαν δεδομένα από τους ασκούμενους του προγράμματος ΑΓΟ. Με δεδομένο ότι στο Πρόγραμμα ΑΓΟ, σε 500 Αθλητικά κέντρα, προσφέρονται 1500 Προγράμματα Γενικής Άθλησης, Εξειδικευμένα Προγράμματα, Αθλητισμός Γυναίκα – Άνδρας, Προγράμματα Τρίτης Ηλικίας καθώς και Προγράμματα για άτομα με Ειδικές Ικανότητες, και λαμβάνουν μέρος 16.000 χιλιάδες μέλη όλων των ηλικιών (<https://ago.org.cy/archiki-selida/ago/>), το ιδανικό δείγμα με επίπεδο εμπιστοσύνης 95% και περιθώριο σφάλματος 5% είναι περίπου 376 συμμετέχοντες¹. Τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν συνολικά ήταν 709. Η συλλογή δεδομένων πραγματοποιήθηκε σε όλες τις επαρχίες και το δείγμα ήταν αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού που συμμετέχει στα προγράμματα ΑΓΟ. Ένα μικρό ποσοστό (<1%) δεν συναίνεσε και τα δεδομένα τους δεν συμπεριλήφθηκαν στις αναλύσεις.

Το ερωτηματολόγιο συμπλήρωσαν 438 *ενήλικα* άτομα. Σύμφωνα με τα δεδομένα, η συντριπτική πλειοψηφία των ασκούμενων είναι γυναίκες (372 ή 86%) και 58 (14%) άνδρες. Οι ασκούμενες είναι σημαντικά μεγαλύτερες σε ηλικία (ΜΟ = 50,1 έτη, ΤΑ = 0,6) σε σχέση με τους άντρες (ΜΟ = 43,8 έτη, ΤΑ = 1,8). Από τους, οι 347 (81%) ήταν παντρεμένοι. Πτυχίο/δίπλωμα πανεπιστημίου/κολλεγίου κατείχαν οι 170 (39%), μεταπτυχιακό τίτλο οι 130 (30%), ενώ οι 124 (24%) ήταν απόφοιτοι λυκείου. Από άποψη επαγγελματικής κατάστασης οι 144 (33%) ήταν δημόσιοι υπάλληλοι, οι 153 (36%) ιδιωτικοί υπάλληλοι, ενώ 42 άτομα (10%) δήλωσαν ως ενασχόληση τα «οικιακά». Σε ερώτηση σχετικά με την τρέχουσα οικονομική τους κατάσταση, 205 άτομα (48%) απάντησαν μέτρια, ενώ 202 άτομα (42%) άνω του μετρίου.

Διαδικασία και Όργανα μέτρησης

Ποσοτικά Δεδομένα

Η συλλογή ποσοτικών δεδομένων έγινε μέσω ερωτηματολογίου, με κλίμακες τύπου Likert. Το ερωτηματολόγιο ετοιμάστηκε σε ηλεκτρονική μορφή χρησιμοποιώντας Google forms. Η συλλογή των δεδομένων έγινε με αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων, αλλά και τους χώρους άθλησης του δήμου ή/και στα γραφεία που υλοποιούνται τα προγράμματα με κοινοποίηση του σχετικού ηλεκτρονικού συνδέσμου στους συμμετέχοντες. Το ερωτηματολόγιο περιείχε τη φόρμα συναίνεσης και τις απαραίτητες οδηγίες για την συμπλήρωσή του.

¹ <https://www.qualtrics.com/uk/experience-management/research/determine-sample-size/?rid=ip&prevsite=en&newsite=uk&geo=GR&geomatch=uk>

Της συλλογής δεδομένων προηγήθηκε πιλοτική μελέτη, για να διαπιστωθεί εάν το κείμενο και οι ερωτήσεις ήταν κατανοητά ή αν υπήρχαν λάθη ή παραλείψεις. Τα ερωτηματολόγια συμπλήρωσαν και έλεγξαν, ως προς την κατανόηση, το περιεχόμενο και την αναγνωσιμότητα, 10 ενήλικες και 3 διοικητικά στελέχη/γυμναστές. Στη συνέχεια, με βάση τις προτάσεις τους, έγιναν μικροδιορθώσεις για τη βελτίωση του κειμένου.

Για την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των Μελών – Πελατών του Προγράμματος «Αθλητισμός Για Όλους», χρησιμοποιήθηκαν τροποποιημένα α) η κλίμακα Ποιότητας Αθλητικών Υπηρεσιών Alexandris κ.ά. (2004) η οποία περιλαμβάνει την αξιολόγηση προσωπικού, εγκαταστάσεων, αλληλεπίδρασης και προσδοκώμενου αποτελέσματος,

Ποιοτικά δεδομένα

Όσον αφορά την αξιολόγηση της ποιότητας των προγραμμάτων, του εξοπλισμού, του ανθρώπινου δυναμικού και των υποδομών, η συλλογή δεδομένων έγινε μέσω προσωπικών συνεντεύξεων και ομάδων εστίασης της διοίκησης του ΑΓΟ σε Επαρχιακό (Λευκωσία, Λεμεσός, Πάφος, Αμμόχωστος, Λάρνακα) και Ανώτερο επίπεδο (Προϊστάμενη και Λειτουργοί ΑΓΟ στον ΚΟΑ). Στόχος της ποιοτικής συλλογής δεδομένων ήταν η κατανόηση του τρόπου λειτουργίας του ΑΓΟ και η σε βάθος ανάλυση των πρακτικών που ακολουθεί η Επαρχιακή και η Ανώτερη διοίκηση του προγράμματος. Η αλληλεπίδραση μεταξύ των συμμετεχόντων/ουσών βοήθησε στην κατανόηση των δυνατών στοιχείων και αδυναμιών του προγράμματος καθώς και στην αναγνώριση πιθανών τρόπων βελτίωσής του.

Περιγραφή Πρωτοκόλλου συνέντευξης.

Για την αξιολόγηση των *υποδομών και χώρων διεξαγωγής* των προγραμμάτων άθλησης χρησιμοποιήθηκε το παρακάτω πρωτόκολλο: κατηγοριοποίηση χώρων, ασφάλεια υποδομών, καταλληλότητα ανάλογα με το πρόγραμμα ΑΓΟ, διοικητική λειτουργία χώρων, υλικοτεχνική υποδομή, προσβασιμότητα χώρου, εμφάνιση χώρου, ποσοστιαία πληρότητα χώρου σε σχέση με ασκούμενους, συντήρηση χώρων (χρόνος, συντηρητής κλπ.).

Για την αξιολόγηση του *εξοπλισμού* που χρησιμοποιείται για την διεξαγωγή των προγραμμάτων άθλησης χρησιμοποιήθηκε το παρακάτω πρωτόκολλο: ανταπόκριση χώρου προς τη συγκεκριμένη δραστηριότητα ΑΓΟ, εξοπλισμός διεθνών προδιαγραφών (εγκεκριμένο από διεθνείς ομοσπονδίες), συντήρηση / αντικατάσταση εξοπλισμού.

Οι συνεντεύξεις ήταν ημι-δομημένες και για τη διεξαγωγή τους χρησιμοποιήθηκαν οδηγοί συζήτησης προσαρμοσμένοι στις ανάγκες της κάθε ομάδας. Βάση του πιο πάνω πρωτοκόλλου, τα θέματα που καλύφθηκαν στο πλαίσιο των οδηγιών συζήτησης ήταν τα ακόλουθα: προγράμματα άσκησης και ποιότητα, εξοπλισμός, χώροι άσκησης, πλαίσιο λειτουργίας (κανονισμοί), ανθρώπινο δυναμικό, μάρκετινγκ και επικοινωνία, πλεονεκτήματα ΑΓΟ, προκλήσεις και αδυναμίες, το μέλλον του ΑΓΟ.

Η μέση διάρκεια των συνεντεύξεων ήταν 90'. Οι συνεντεύξεις ηχογραφήθηκαν με τη σύμφωνη γνώμη των συμμετεχόντων/ουσών για σκοπούς διευκόλυνσης της ανάλυσης δεδομένων. Για σκοπούς ηθικής διαχείρισης των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων, τα ψηφιακά αρχεία ήχου θα διαγραφούν με την αποπεράτωση της ανάλυσης δεδομένων και της συγγραφής της τελικής έκθεσης.

Η ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων έγινε με τη χρήση «θεματικής ανάλυσης περιεχομένου». Συγκεκριμένα υιοθετήθηκε το πλαίσιο «Φάσεων θεματικής ανάλυσης» των Braun και Clarke (2006).

Ηθική Δεοντολογία

Ακολουθήθηκαν οι γενικές αρχές Ηθικής και Δεοντολογίας στην Έρευνα του «European Code of Conduct for Research Integrity» (ECCRI), που έχει ετοιμαστεί από το European Federation of Academies of Sciences and Humanities.

Αποτελέσματα

Ποσοτική Έρευνα

Τα αποτελέσματα σχετικά με την Αξιολόγηση των Εγκαταστάσεων και του Εξοπλισμού παρουσιάζονται στον Πίνακα 1. Οι τιμές της Αξιολόγησης των Εγκαταστάσεων και Εξοπλισμού είναι πάνω από τον μέσο όρο, δεν είναι όμως ιδιαίτερα υψηλές (όλες είναι κάτω από το 4). Ιδιαίτερα χαμηλή είναι η αξιολόγηση στην Καθαριότητα και την Επάρκεια των Αποδυτηρίων. Χαμηλές επίσης είναι και οι τιμές στην Ανανέωση του Εξοπλισμού και στην Συνολική ποιότητα του Αθλητικού Εξοπλισμού.

Πίνακας 1 Αξιολόγηση Εγκαταστάσεων και Εξοπλισμού

	M.O.	T.A.
Λειτουργικότητα των χώρων άσκησης	3.56	1.1
Συνολική ποιότητα του χώρου άσκησης	3.53	1.1
Επάρκεια του αθλητικού εξοπλισμού	3.29	1.3
Συντήρηση του αθλητικού εξοπλισμού	3.24	1.3
Καθαριότητα των χώρων άσκησης	3.21	1.2
Συνολική ποιότητα αθλητικού εξοπλισμού	3.13	1.3
Ανανέωση του αθλητικού εξοπλισμού (π.χ. σύγχρονος)	3.11	1.3
Καθαριότητα των αποδυτηρίων	2.93	1.3
Επάρκεια των αποδυτηρίων (π.χ. ικανοποιητικός αριθμός)	2.91	1.3

Τα αποτελέσματα σχετικά με την αξιολόγηση της Ποικιλίας / Προδιαγραφών των προγραμμάτων άσκησης παρουσιάζονται στον Πίνακα 2. Οι τιμές είναι οριακά κάτω από το 4, το οποίο σημαίνει ότι οι προσδοκίες των ασκούμενων σε μεγάλο βαθμό ικανοποιήθηκαν

Πίνακας 2: Αξιολόγηση Ποικιλίας / Προδιαγραφών Προγραμμάτων Άσκησης

	M.O.	T.A.
Ποικιλία των προγραμμάτων άσκησης	3.97	1.2
Ανανέωση των προγραμμάτων άσκησης (π.χ. σύγχρονα προγράμματα)	3.90	1.2
Συνολική ποιότητα των προγραμμάτων άσκησης	3.95	1.1

Τα αποτελέσματα ως προς την αξιολόγηση Θεμάτων Υγιεινής και Ασφάλειας παρουσιάζονται στον Πίνακα 3. Οι τιμές είναι οριακά κάτω από το 4, το οποίο φανερώνει ότι τα γυμναστήρια τηρούν ικανοποιητικά το πρωτόκολλα υγιεινής και ασφάλειας. Υπάρχουν όμως περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης προκειμένου να ικανοποιηθούν πλήρως οι προσδοκίες των ασκούμενων.

Πίνακας 3: Αξιολόγηση Θεμάτων Υγιεινής και Ασφάλειας

Υγιεινή	M.O.	T.A.
Τήρηση των πρωτοκόλλων για τον COVID-19	3.97	1.2
Τήρηση κανόνων ασφαλείας κατά την άσκηση	3.94	1.1
Τήρηση των κανόνων υγιεινής	3.87	1.2

Τα αποτελέσματα ως προς την αξιολόγηση των Γυμναστών παρουσιάζονται στον Πίνακα 4. Οι τιμές είναι ικανοποιητικές (>4). Οι προσδοκίες των ασκούμενων από τη συμπεριφορά και τις γνώσεις των

γυμναστών ικανοποιούνται σε μεγάλο βαθμό. Ιδιαίτερα ικανοποιημένοι είναι οι ασκούμενοι με τη συμπεριφορά των γυμναστών.

Πίνακας 4: Αξιολόγηση Γυμναστών

	M.O.	T.A.
Συμπεριφορά των γυμναστών	4.22	1.2
Οδηγίες που δίνουν κατά την άσκηση	4.13	1.2
Επιτήρηση κατά την άσκηση	4.10	1.2
Προσοχή στον ασκούμενο	4.06	1.2
Αμεσότητα με την οποία επιλύουν τα τυχόν προβλήματα	4.04	1.1
Εμπιστοσύνη που εμπνέουν	4.02	1.1
Αμεσότητα με την οποία επιλύουν τα τυχόν προβλήματα	3.94	1.0

Τα αποτελέσματα ως προς την αξιολόγηση των Χαρακτηριστικών των Προγραμμάτων Άσκησης παρουσιάζονται στον Πίνακα 5. Οι τιμές σχετικά με τη συνέπεια, την τάξη και την άνεση των προγραμμάτων είναι πάνω από 4. Συνεπώς οι ασκούμενοι είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένοι από τα παραπάνω χαρακτηριστικά των προγραμμάτων.

Πίνακας 5: Αξιολόγηση των Χαρακτηριστικών των Προγραμμάτων Άσκησης

	M.O.	T.A.
Συνέπεια στην τήρηση του ωραρίου έναρξης και λήξης των προγραμμάτων άσκησης	4.18	1.2
Τάξη που επικρατεί κατά την άσκηση	4.14	1.2
Άνεση κατά την άσκηση (Κοινωνική ατμόσφαιρα)	4.13	1.2

Τα αποτελέσματα ως προς την αξιολόγηση της επικοινωνίας / προβολής παρουσιάζονται στον Πίνακα 6. Οι τιμές της αξιολόγησης που σχετίζονται με την επικοινωνία και την προβολή δεν είναι υψηλές – πάνω όμως από τον μέσο όρο. Συνεπώς απαιτείται βελτίωση σε θέματα ενημέρωσης, στην ιστοσελίδα, τα έντυπα και την τήρηση των υποσχέσεων στην επικοινωνία.

Πίνακας 6 Αξιολόγηση της Επικοινωνίας / Προβολής

	M.O.	T.A.
Ενημέρωση για τα προγράμματα	3.89	1.2
Συνέπεια της διοίκησης σε όσα υπόσχεται	3.79	1.2
Ιστοσελίδα των προγραμμάτων	3.62	1.2
Πληροφοριακά έντυπα	3.57	1.3

Τα αποτελέσματα ως προς την αξιολόγηση της προσβασιμότητας έδειξαν ότι οι ασκούμενοι είναι σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένοι από τη γενική προσβασιμότητα των χώρων άσκησης. Χαμηλότερη αξιολόγηση (κοντά στον μέσο όρο) αποδόθηκε στην προσβασιμότητα των χώρων από ΑΜΕΑ / άτομα με κινητικά προβλήματα.

Τα αποτελέσματα σχετικά με την επίτευξη προσωπικών οφελών παρουσιάζονται στον Πίνακα 7. Η επίτευξη των προσωπικών οφελών (ψυχοσωματικά οφέλη) εμφάνισε τους υψηλότερους μέσους όρους. Οι προσδοκίες των ασκούμενων ως προς τα ψυχοσωματικά οφέλη ικανοποιούνται σε μεγάλο βαθμό.

Πίνακας 7: Αξιολόγηση των Αποτελεσμάτων της Άσκησης / Επίτευξης Οφελών

Η συμμετοχή μου στα προγράμματα ΑΓΟ με βοήθησε να:	M.O.	T.A.
Βελτιώσω τη φυσική μου κατάσταση	4.26	.90

Βελτιώσω τη διάθεση μου	4.26	.90
Βελτιώσω την υγεία μου	4.21	.95
Αυξήσω την ενέργεια μου	4.20	.91

Ως προς την ανάπτυξη ανεπίσημης επικοινωνίας τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ασκούμενοι είναι σε μεγάλο βαθμό πρόθυμοι να πούνε καλά λόγια για τα προγράμματα σε φίλους τους. Επίσης εμφανίζονται σε μεγάλο βαθμό θετικοί να συνεχίσουν την άσκηση τους στα προγράμματα. Και τελικά αισθάνονται σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένοι από την απόφασή τους να συμμετάσχουν στα προγράμματα (Πίνακας 8).

Πίνακας 8: Ανάπτυξη Θετικής Στάσης, Πρόθεσης Συμμετοχής και Συνολικής Ικανοποίησης

	M.O.	T.A.
Θα ήμουν πολύ πρόθυμος/η να προτείνω στους φίλους μου τα προγράμματα «ΑΓΟ»	4.14	1.1
Είναι πολύ πιθανό να συνεχίσω να γυμνάζομαι στα προγράμματα «ΑΓΟ»	4.10	1.1
Αισθάνομαι πολύ ικανοποιημένος/η με την απόφαση μου να συμμετάσχω στα προγράμματα	4.04	1.2

»

Ανάλυση Ποιοτικών Δεδομένων

Μέσα από τις συνεντεύξεις με τους διοικητικούς προέκυψαν οι ακόλουθες θεματικές ενότητες:

Θεματική 1: Προγράμματα Άσκησης

Η γενική άποψη για τα προγράμματα άσκησης ήταν πολύ θετική με τους συμμετέχοντες να υπερτονίζουν το γεγονός ότι το ΑΓΟ, λόγω της μακράς διάρκειας υλοποίησής του, έχει προσδώσει σημαντική εμπειρία η οποία βοηθά στην παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών στους ασκούμενους και στη συνεχή εξέλιξη των προγραμμάτων άσκησης.

«Έχουμε ένα πρόγραμμα που λειτουργεί εδώ και 35 χρόνια... κάτω από τη σκέπη της ανώτατης αρχής, του ΚΟΑ... αυτό είναι πολύ σημαντικό» (Ανώτερη Διοίκηση)

«Το πρόγραμμα είναι πολύ αξιόλογο. Συνεχώς αλλάζει και υιοθετεί καινοτομίες» (Επαρχιακή Διοίκηση).

Ο κυριότερος παράγοντας που συμβάλλει, σύμφωνα με όλους τους συμμετέχοντες, στη δυνατότητα του ΑΓΟ να προσφέρει υψηλής ποιότητας προγράμματα είναι το ανθρώπινο δυναμικό, δηλαδή οι γυμναστές και οι γυμναστίες. Αυτό διαφάνηκε από το γεγονός ότι σε όλες τις υπό συζήτηση θεματικές που αφορούσαν την ποιότητα του ΑΓΟ, τα προσφερόμενα προγράμματα και τις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ φορέων και ασκούμενων οι συμμετέχοντες έκαναν συγκεκριμένη αναφορά στο επίπεδο, τις γνώσεις και την αφοσίωση των γυμναστών. Ειδική αναφορά έγινε από την πλειοψηφία και στις ικανότητες και τις γνώσεις των γυμναστών σε θέματα πρώτων βοηθειών.

«Θεωρώ ότι το πιο σημαντικό στοιχείο είναι το ανθρώπινο δυναμικό. Οι γυμναστές του προγράμματος είναι οι πλέον καταρτισμένοι επαγγελματίες που υπάρχουν στο χώρο...ο Οργανισμός επενδύει στην επιμόρφωση τους» (Ανώτερη Διοίκηση).

Πέρα από την επίδραση του ανθρώπινου δυναμικού στην ποιότητα των προγραμμάτων έγινε αναφορά και στη συνεχή ανανέωση των προγραμμάτων άσκησης. Οι συμμετέχοντες ανέφεραν ότι υπάρχει συνεχής παρακολούθηση των τάσεων στον τομέα της άθλησης και όπου παρατηρείται ζήτηση για νέα προγράμματα γίνεται εκπαίδευση των γυμναστών και δημιουργούνται νέα τμήματα, π.χ. Kangoo, κανό.

«Παρακολουθούμε συνεχώς τις τάσεις, όταν εντοπίσουμε μια νέα τάση στην άθληση, όπως το Kangoo, φροντίζουμε να γίνει η κατάλληλη εκπαίδευση έτσι ώστε να το εισάγουμε στα προγράμματα μας» (Επαρχιακή Διοίκηση).

Μια σημαντική πτυχή που συζητήθηκε από όλους ανεξαιρέτως τους συμμετέχοντες σε σχέση με τη δυνατότητα του ΑΓΟ να προσφέρει υψηλής ποιότητας προγράμματα ήταν το θέμα της διαθεσιμότητας χώρων άθλησης. Ενώ υπάρχει η γνώση και η δυνατότητα από πλευράς γυμναστών να προσφέρουν μεγάλο εύρος,

υψηλής ποιότητας προγραμμάτων, εντούτοις υπάρχει σημαντικός περιορισμός λόγω έλλειψης κατάλληλων χώρων. Ενδεικτική ήταν η αναφορά που έγινε από τη Διοίκηση του ΑΓΟ:

«Ό,τι άθλημα ή είδος γυμναστικής μας ζητηθεί να προσφέρουμε είμαστε διατεθειμένοι να το προσφέρουμε... έχουμε γυμναστές με τις απαραίτητες γνώσεις και τον ενθουσιασμό για να τα οργανώσουν, αλλά έχουμε πρόβλημα με τους χώρους».

Θεματική 2: Εξοπλισμός και υποδομές

Γενικά σε σχέση με τους χώρους, όλοι ανεξαιρέτως οι συμμετέχοντες/ -ουσες δήλωσαν ότι υπάρχει πρόβλημα. Ενώ υπάρχει εξαιρετικής ποιότητας ανθρώπινο δυναμικό, ιδέες για νέα προγράμματα και ζήτηση αυτά δεν μπορούν να προχωρήσουν λόγω έλλειψης χώρων ή και ακαταλληλότητας των ωρών που είναι διαθέσιμοι οι χώροι.

«Μας δίνουν τους χώρους νωρίς το απόγευμα που είναι η ώρα που τα παιδιά θα σχολάσουν για να πάν να φάνε και να διαβάσουν. Μετά που είναι ώρα για τις δραστηριότητές τους η ώρα 4:30 -5:00 στους χώρους μπαίνουν τα Σωματεία και εμείς χάνουμε την ευκαιρία με αυτά τα παιδιά» (Επαρχιακή Διοίκηση).

«Υπάρχει πρόβλημα... θέλουμε να κάνουμε τους δικούς μας χώρους» (Ανώτερη Διοίκηση).

Θεματική 3: Ασφάλεια

Σύμφωνα με όλους τους συμμετέχοντες τα επίπεδα ασφάλειας στο χώρο είναι πολύ ψηλά. Υπάρχουν πρωτόκολλα τα οποία τηρούνται αυστηρά σε όλη τη διάρκεια διεξαγωγής των αθλητικών προγραμμάτων. Ειδική αναφορά έγινε στα πρωτόκολλα και το εγχειρίδιο για τη COVID-19 και στη χρήση της ψηφιακής τεχνολογίας για τη διεξαγωγή διαδικτυακών μαθημάτων με κύριο γνώμονα την ασφάλεια των ασκούμενων αλλά και των γυμναστών. Τα πρωτόκολλα και τα εγχειρίδια ανανεώνονται ανάλογα με τις περιστάσεις.

«Έχουμε πρωτόκολλα και οδηγίες για τους γυμναστές και τους ασκούμενους. Δίνουμε στους ασκούμενους τις οδηγίες για να ξέρουν τι να κάνουν».

Επίσης, αναφορά έγινε και στη σημαντικότητα της άρτιας εκπαίδευσης των γυμναστών, οι οποίοι στο πλαίσιο των μαθημάτων τους προσαρμόζουν την άσκηση ανάλογα με τις συγκεκριμένες ανάγκες και τη φυσική κατάσταση των ασκούμενων, αλλά είναι και έτοιμοι/-ες να αντιμετωπίσουν έκτακτα περιστατικά λόγω της γνώσης πρώτων βοηθειών που έχουν.

Τέλος, όλοι οι γυμναστές και τα μέλη καλύπτονται με ασφάλεια τόσο στο χώρο διεξαγωγής του προγράμματος όσο και στις μετακινήσεις τους προς τους χώρους άθλησης.

Θεματική 4: Επικοινωνία και Μάρκετινγκ

Όλοι οι συμμετέχοντες τόνισαν ότι υπάρχει πολύ καλή εσωτερική επικοινωνία. Αυτό βοηθά στην εύρυθμη λειτουργία του προγράμματος αλλά και στην αντιμετώπιση προβλημάτων σε όλα τα επίπεδα.

«Αν ένας γυμναστής αντιμετωπίζει πρόβλημα θα πάρει τηλέφωνο την ίδια ώρα τον επιθεωρητή και θα το αντιμετωπίσει άμεσα. Ο γυμναστής θα πάρει τον επιθεωρητή και ο επιθεωρητής εμάς» (Ανώτερη Διοίκηση).

Η επικοινωνία με τα διάφορα κοινά/ακροατήρια στόχους γίνεται κεντρικά. Βασικότερος τρόπος προώθησης και προβολής του προγράμματος είναι τα βιβλιαράκια που δίνονται στα παιδιά μέσω των σχολείων. Υπάρχει, επίσης, η επίσημη ιστοσελίδα του προγράμματος την οποία διαχειρίζεται η διοίκηση του προγράμματος σε συνεργασία με εταιρεία που αναλαμβάνει την τεχνική υποστήριξη του προγράμματος.

Μαζί με την ιστοσελίδα έχει δημιουργηθεί και ψηφιακή πλατφόρμα που περιλαμβάνει στοιχεία του προγράμματος καθώς και άλλα στοιχεία για την προαγωγή της υγείας των ασκούμενων όπως συμβουλές διατροφής. Η πλατφόρμα αυτή ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο εργαλείο την περίοδο επιβολής lockdown λόγω της πανδημίας. Η γυμναστές χρησιμοποιούσαν την πλατφόρμα για να προσφέρουν τα μαθήματά τους ηλεκτρονικά ή για να αναρτήσουν βιντεοσκοπημένα προγράμματα άσκησης, βοηθώντας έτσι τους ασκούμενους να μη στερηθούν την άσκησή τους, να παραμείνουν πιο υγιείς και να κοινωνικοποιηθούν.

«Η πλατφόρμα ήταν καίριας σημασίας την περίοδο του lockdown. Τα μέλη μας συνέχισαν να αθλούνται παρακολουθώντας online ή βιντεοσκοπημένα μαθήματα» (Ανώτερη Διοίκηση).

«Η πλατφόρμα έχει και άλλα στοιχεία μέσα, για παράδειγμα, έχουμε συμβουλές από διατροφολόγους από τους οποίους πήραμε συνεντεύξεις» (Ανώτερη Διοίκηση).

Συμπληρωματικά έχει δημιουργηθεί και ηλεκτρονική πλατφόρμα εγγραφής και αφορά κυρίως τα μέλη του ΑΓΟ. Τα μέλη ανταποκρίνονται πολύ θετικά σε σχέση με τη χρήση τόσο της πλατφόρμας εγγραφής όσο και της πλατφόρμας πληροφόρησης.

Κύριο ρόλο στην προβολή και προώθηση παίζουν και τα κοινωνικά δίκτυα, συγκεκριμένα το ΑΓΟ διαχειρίζεται λογαριασμούς στο Facebook και το Instagram. Σε αυτούς αναρτώνται πληροφορίες για τα προγράμματα και τις εκδηλώσεις του ΑΓΟ. Οι γυμναστές βοηθούν στην κινητικότητα μέσω των κοινωνικών δικτύων αφού μοιράζονται πληροφορίες με τα μέλη τους και βοηθούν στην διάδοση του προγράμματος.

Βασικό στοιχείο του μείγματος προώθησης του προγράμματος σύμφωνα με όλους τους συμμετέχοντες είναι και οι προγραμματισμένες εκδηλώσεις του ΑΓΟ. Αυτές χωρίζονται σε:

Ετήσιες εκδηλώσεις σε χώρους του ΚΟΑ («το αποτέλεσμα της δουλειάς των γυμναστών και των μελών»).

Ειδικές εκδηλώσεις που οργανώνουν οι γυμναστές για τα μέλη τους, για να δείξουν τη δουλειά τους.

Εκδηλώσεις της εβδομάδας αθλητισμού (#Be active). Διοργανώνει το ΑΓΟ 6-7 εκδηλώσεις ενώ συμμετέχει και σε αρκετές ως συν διοργανωτής.

Χορηγούμενες εκδηλώσεις με συμμετοχή του ΑΓΟ.

Τοπικές εκδηλώσεις με τη συμμετοχή δήμων και κοινοτήτων.

Σύμφωνα με όλους τους συμμετέχοντες, τα στάδια και οι χώροι εκδηλώσεων «είναι κατάμεστα όποτε οργανωθούν εκδηλώσεις του ΑΓΟ», πράγμα που δείχνει τη βαρύτητα αυτού του τρόπου επικοινωνίας.

«Στο “Ελευθερία” όποτε έχουμε εκδηλώσεις δεν μένει χώρος να κάτσεις - ή στη Λεμεσό όλοι οι χώροι είναι πάντα γεμάτοι».

Τα ΜΜΕ αποτελούν σύμφωνα με τους συμμετέχοντες/ -ουσες βασική πηγή προβολής του προγράμματος. Συγκεκριμένη αναφορά έγινε στη συνεργασία που είχε το ΑΓΟ με τον ΟΠΑΠ (μέγας χορηγός ΑΓΟ) στο πλαίσιο της οποίας δημιουργήθηκαν προωθητικά φιλμάκια τα οποία προβλήθηκαν στα ΜΜΕ βοηθώντας την ενδυνάμωση της εικόνας του ΑΓΟ.

Συζήτηση και Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας έρευνας ήταν να εφαρμοστεί το θεωρητικό μοντέλο που αναπτύχθηκε από τους Alexandris κ.ά. (2004α) για τη μελέτη των προγραμμάτων ΑΓΟ. Η εφαρμογή του μοντέλου κρίνεται ικανοποιητική καθώς προέκυψαν ποικίλα συμπεράσματα. Κατ' αρχήν, σύμφωνα με τις απόψεις των ενηλίκων ασκούμενων η καθαριότητα, η επάρκεια των αποδυτηρίων έλαβαν τις χαμηλότερες τιμές στην αξιολόγηση. Ο εξοπλισμός αξιολογήθηκε σχετικά υψηλότερα, αλλά πάλι κάτω από τον μέσο όρο, χρήζει δηλαδή βελτίωσης. Παρόμοια προβλήματα αναφέρθηκαν και σε έρευνες που έγιναν στην Ελλάδα, ειδικά στα δημοτικά αθλητικά προγράμματα (Alexandris & Balaska, 2016; Alexandris, κ.ά., 2020, Ntonoli, 2021).

Ός προς την αξιολόγηση ποικιλίας και προδιαγραφών προγραμμάτων άσκησης, παιδιά, ενήλικες και γυμναστές συμφωνούν σε τιμές οριακά κάτω από το 4, το οποίο σημαίνει ότι οι προσδοκίες των ασκούμενων σε μεγάλο βαθμό ικανοποιήθηκαν, ενώ υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω βελτίωσης. Όσο αφορά την ανανέωση των προγραμμάτων άσκησης, οι ασκούμενοι είναι αρκετά ευχαριστημένοι ενώ οι γυμναστές θεωρούν ότι χρειάζεται βελτίωση. Για την ανανέωση των προγραμμάτων είναι σημαντικό να παρακολουθούνται οι τάσεις στην άσκηση όπως παρουσιάζονται κάθε χρόνο από το ACSM (Ntonoli, 2021).

Παρόμοια, ως προς την αξιολόγηση χαρακτηριστικών των προγραμμάτων άσκησης και του προσωπικού, η βαθμολόγηση των ασκούμενων, ενηλίκων και παιδιών, για τα θέματα υγιεινής είναι οριακά κάτω από το 4, το οποίο φανερώνει ότι οι γυμναστές τηρούν ικανοποιητικά τα πρωτόκολλα υγιεινής και

ασφάλειας. Στην μετά-covid εποχή τα θέματα υγιεινής είναι πολύ σημαντικά για την ανάπτυξη της εμπιστοσύνης με το γυμναστήριο και την διοίκηση (Alexandris, Karagiorgos, Ntovoli, και Zourladani, 2021).

Όσο αφορά τους γυμναστές και τον τρόπο που διαχειρίζονται τα μαθήματα τους, οι προσδοκίες ενήλικων και παιδιών σχετικά με τη συμπεριφορά, τις γνώσεις των γυμναστών καθώς και με τη συνέπεια, την τάξη και την άνεση των προγραμμάτων άσκησης είναι ικανοποιημένες. Σε πρόσφατη έρευνα στην Ελλάδα αναδείχτηκε ο σημαντικός ρόλος του ανθρώπινου δυναμικού στην ανάπτυξη καταναλωτικής εμπιστοσύνης και αφοσίωσης (Glaveli, Papadimitriou, Karagiorgos, και Alexandris, 2021).

Ως προς την ανάπτυξη επικοινωνίας στόμα με στόμα, οι ασκούμενοι είναι σε μεγάλο βαθμό πρόθυμοι να πούνε καλά λόγια για τα προγράμματα σε φίλους τους. Επίσης, εμφανίζονται σε μεγάλο βαθμό θετικοί να συνεχίσουν την άσκησή τους στα προγράμματα. Και τελικά αισθάνονται σε μεγάλο βαθμό ικανοποιημένοι από την απόφασή τους να συμμετάσχουν στα προγράμματα. Όπως έχει τονιστεί η ανεπίσημη επικοινωνία είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας προβολής των προγραμμάτων άσκησης και ανάπτυξης αφοσίωσης με αυτά (Zeithaml & Bitner, 2003).

Προτάσεις

Εξεύρεση χώρων άθλησης: Σε σχέση με την *εξεύρεση χώρων άθλησης* οι συμμετέχοντες/ -ουσες εισηγήθηκαν τη δημιουργία μόνιμων κέντρων για το ΑΓΟ που θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν και ενδεχομένως από άλλους. Σύμφωνα με όσα λέχθηκαν, η επίλυση αυτού του προβλήματος θα φέρει και τη λύση σε σειρά από άλλα προβλήματα όπως, για παράδειγμα, το πρόβλημα ακυρώσεων χώρων εκ μέρους σχολείων. Πέρα από τα πρακτικά οφέλη, η δημιουργία χώρων θεωρείται ότι θα είναι παράγοντας περαιτέρω βελτίωσης της εικόνας και της ανταγωνιστικότητας του προγράμματος.

Χρήση τεχνολογίας: Οι συμμετέχοντες/ -ουσες ανέφεραν την εμπειρία προσαρμογής του ΑΓΟ στα δεδομένα των περιορισμών που τέθηκαν από την κυβέρνηση λόγω της πανδημίας. Σε όλες τις ομάδες έγινε αναφορά στην ανάγκη εξέλιξης και συνέχισης της χρήσης της ηλεκτρονικής πλατφόρμας για την εξυπηρέτηση ατόμων που δυσκολεύονται να μεταβούν στους χώρους άθλησης λόγω προβλημάτων υγείας ή έκτακτων περιστάσεων όπως η πανδημία. Ενδεικτικό της επιτυχίας της χρήσης της πλατφόρμας είναι το γεγονός ότι μέχρι και σήμερα υπάρχουν ομάδες που συνεχίζουν να αθλούνται διαδικτυακά λόγω φόβου. Σε αυτό το σημείο αναγνωρίστηκαν οι προκλήσεις μιας τέτοιας εξέλιξης και η ανάγκη για περισσότερη μελέτη σε σχέση με τον τρόπο εφαρμογής της.

Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, η χρήση της πλατφόρμας μπορεί να οδηγήσει σε εξοικονόμηση χρόνου και κόπης, ειδικά για τους ασκούμενους, αλλά και να διευκολύνει προκλήσεις που έχουν να κάνουν με την άμεση χρήση χώρων, όπως για παράδειγμα την αναπλήρωση μαθημάτων λόγω ακύρωσης αιθουσών από τα σχολεία.

Επέκταση στη θεραπευτική αγορά: Μία επιπλέον εισήγηση ήταν η επέκταση στη θεραπευτική αγορά και η άθληση ηλικιωμένων. Βασικές προϋποθέσεις για αυτό είναι, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, η δημιουργία ιδιόκτητων χώρων στους οποίους θα υπάρχει εξειδικευμένος εξοπλισμός και σεμινάρια επιμόρφωσης των γυμναστών. Πέρα από τους χώρους και τον εξοπλισμό, για να μπορέσουν να λειτουργήσουν προγράμματα στη θεραπευτική αγορά θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία και με άλλα υπουργεία όπως το Υπουργείο Υγείας.

Επικοινωνία και μάρκετινγκ: Σε όλες τις ομάδες συζήτησης αναφέρθηκε η ανάγκη για επέκταση της επικοινωνίας σε ότι αφορά την αξία του προγράμματος. Ιδιαίτερη αναφορά έγινε στη χρήση πιο σύγχρονων μεθόδων επικοινωνίας για καλύτερη ανταπόκριση του κοινού. Σε αυτό το πλαίσιο έγιναν και συγκεκριμένες εισηγήσεις, ως ακολούθως.

Προτάθηκε η αύξηση προωθητικών ενεργειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για στόχευση ακροατηρίων στόχων. Οι προωθητικές ενέργειες να γίνονται με την ίδια ένταση και να δημιουργηθούν βίντεο

διάρκειας 5 δευτερολέπτων. Επίσης προτάθηκε η μείωση χαρτιού με τη χρήση QR codes σε φυλλάδια. Επιπρόσθετα, προτάθηκε να γίνονται επαφές με δήμους για να γίνουν παρουσιάσεις σε κατοίκους των περιοχών τους. Σε αυτό το πλαίσιο να προβληθούν σύντομα φιλμ όπου θα γίνεται ταυτόχρονη προβολή των Δήμων και του προγράμματος.

Τέλος, τονίστηκε η ανάγκη εκπαίδευσης του προσωπικού για το πως να επικοινωνούν το πρόγραμμα προς τα έξω και προτάθηκε η ανάπτυξη συνεργασιών για την εξεύρεση πόρων μέσω προσέλκυσης χορηγιών.

Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Τα δεδομένα της παρούσας έρευνας επικεντρώθηκαν σε θέματα ικανοποίησης των συμμετεχόντων στα προγράμματα ΑΓΟ. Στο παρόν άρθρο δεν παρουσιάζονται συγκρίσεις ανάμεσα στα επίπεδα ικανοποίησης και σε δημογραφικές μεταβλητές. Επίσης, δεν έγιναν συγκρίσεις ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών με ιδιωτικά κέντρα άσκησης. Η σύγκριση μεταξύ ιδιωτικών και κρατικών προγραμμάτων θα μπορούσε να δώσει χρήσιμα συμπεράσματα ως προς τις τάσεις στην αγορά της Κύπρου και τον ανταγωνισμό στους δύο τομείς (ιδιωτικό και κρατικό). Επίσης, δεν συγκεντρώθηκαν δεδομένα σχετικά με την επωνυμία των προγραμμάτων και τη σημασία της ανάπτυξης επώνυμων αθλητικών υπηρεσιών στην ανάπτυξη της καταναλωτικής αφοσίωσης. Τέλος, λαμβάνοντας υπόψη τον αυξανόμενο ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να επικεντρωθούν στα πιο αποτελεσματικά δίκτυα επικοινωνίας σε συνάρτηση με δημογραφικά στοιχεία.

Footnotes

Ευχαριστίες στον κ. Χαρίλαο Φιλιππίδη για την βοήθεια στον σχεδιασμό της έρευνας και τη συλλογή των δεδομένων.

Βιβλιογραφικές Αναφορές

Alexandris, K., & Funk, D. (2016). Marketing Sport Participation, in Chadwick, S., Chanavat, N., Desbordes, M. (Eds.) Routledge Handbook of Sports Marketing. London: Routledge.

Alexandris K., & Balaska, P. (2016). Private Sport Sector in Greece. In H. Vehmas (Ed). Private Sport Sector in Europe. London: Routledge.

Alexandris, K., & Balaska, P. (2016). Sport clubs in Greece, In Breuer, Hoekman, Nagel Werff (eds) Sport Clubs in Europe. Springer Publications.

Alexandris, K., Karagiorgos, Th., Ntovoli, A. and Zourladani, S., (2021). Using The Theories of Planned Behavior and Leisure Constraints to study Fitness Club Members' Intention to return to the Clubs with end of the Covid19 Lockdown. Leisure Studies

Alexandris K., Kenanidis, T., Balaska P., Ntovoli A. (2020). The Impact of the Economic Crisis on the Private Fitness Sector in Greece. In J., Scheerder, H., Vehmas, K., Helsen (Eds.). The Rise and Size of the Fitness Industry in Europe: Fit for the Future? (pp. 241-257). Switzerland: McMillan.

Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004a). An empirical investigation into the role of the outcome dimension in measuring perceived service quality in a health club context. *International Journal of Sport Management*, 5, 281-294. <https://doi.org/10.1080/16184740408737466>

Alexandris, K., Zahariadis, P., Tsorbatzoudis, C., & Grouios, G. (2004b). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4, 36-52.

Alexandris, K. & Carroll, B. (1997). An analysis of leisure constraints based on different recreational sport participation levels: Results from a study in Greece. *Leisure Sciences*, 19(1), 1-15. <https://doi.org/10.1080/01490409709512236w>

Brady, M. K., & Cronin, J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193–218.

Eurostat (2018). Special Eurobarometer 472, Sport and Physical Activity, EU.

Gerson, R. (1999) *Members for life: Proven service and retention strategies for health – fitness and sports clubs*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.

Glaveli, N., Papadimitriou, D., Karagiorgos, T., & Alexandris, K. (2021). Exploring the role of fitness instructors' interaction quality skills in building customer trust in the service provider and customer satisfaction. *European Sport Management Quarterly*, 1–22.

Günel, İ., & Duyan, M. (2020). The Effect of Service Quality on Athlete Satisfaction: An Empirical Results From Sports Facilities. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 51–65.

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*, 19, 520-535

McDougall, G.H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with service: Putting perceived value into equation. *Journal of Service Marketing*, 14(5), 392-410.

Oliver, R. (1996). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw Hill, New York. NY.

Ντοβόλη, Α., (2021). Η Αγορά του Fitness. Στο Ν. Θεοδωράκης (Επιμ.), Αθλητική Βιομηχανία: Οργανισμοί, Επιχειρήσεις και Υπηρεσίες. (σελ. 228-259). Λευκωσία: Broken Hill Publishers LTD.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Pradeep, S., Vadakepat, V., & Rajasenan, D. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction in fitness firms. *Management Science Letters*, 10(9), 2011–2020.

Yoshida, M. (2017). Consumer experience quality: A review and extension of the sport management literature. *Sport Management Review*, 20, 427–442.