



UNIVERZITET U NOVOM SADU

FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA

MASTER PROFESOR SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA

Procjena zadovoljstva klijenata kvalitetom fitnes usluge u fitnes centru „Adriatik“ u Herceg Novom

MASTER RAD

Mentor:

Doc. dr Matić Radenko

Kandidat:

Božidar Krivokapić

Novi Sad, 2022.

SADRŽAJ

1.0 UVOD	3
1.1 <i>Dosadašnja istraživanja</i>	4
1.2 <i>Definicija osnovnih pojmova</i>	5
2.0 PROBLEM, PREDMET, CILJ RADA	7
3.0 HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA	8
4.0 METOD	9
4.1 <i>Uzorak ispitanika</i>	9
4.2 <i>Uzorak mjernih instrumenata</i>	10
4.3 <i>Metod obrade podataka</i>	11
5.0 REZULTATI	12
5.1 <i>Fizička podrška</i>	12
5.2 <i>Zadovoljstvo fitnes uslugom</i>	16
5.3 <i>Očekivano i trenutno zadovoljstvo fitnes uslugom</i>	17
6.0 DISKUSIJA	19
7.0 ZAKLJUČAK	21
LITERATURA	22
Prilog 1: Uпитnik - VAŽNOST SUBDIMENZIJA FIZIČKE PODRŠKE I USLUŽNOG OSOBLJA ...	25

1.0 UVOD

U ranim počecima ljudske civilizacije kretanje i fizička aktivnost su bili najbitniji faktor za opstanak i preživljavanje čovjeka. Sve izraženija modernizacija društva i savremeni stilovi života danas donose negativan uticaj po čovjekovo zdravlje. Svjedoci smo sve učestalije primjene pametnih telefona, tableta, pasivnih prevoznih sredstava u svakodnevnom životu što posledično dovodi do zanemarivanja fizičke aktivnosti. Međutim, značaj fizičke aktivnosti u današnje vrijeme više nego ikad važan je preduslov za zdravo funkcionisanje čovjeka (Đorđević, 2009).

Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) definiše fizičku aktivnost kao bilo koji pokret koji je izveden pomoću lokomotornog aparata čovjeka. Takođe, fizička aktivnost predstavlja svakretanja koja dovode do povećanja energetske potrošnje kod čovjeka (Ostojić, Stojanović, Veljović, Stojanović, Međedović, Ahmetović, 2009). Vrlo često dolazi do poistovećivanja termina fizička aktivnost sa terminom vježbanja koje u osnovi predstavlja plansku i organizovanu aktivnost čiji je osnovni cilj unaprijeđenje fizičke forme čovjeka (Ostojić i sar., 2009). Pored prekomerne težine problem fizičke neaktivnosti uzrokuje velike zdravstveneprobleme i prisutan je širom svijeta. Nedostatak kretanja stručno se naziva hipokinezija (Jovović & Čanjak, 2015; Obadić i sar., 2017; Pavlović, 2012). Zbog sve češćeg prisustva hipokinezije uzemljama širom svijeta nastao je i sinonim za ovu pojavu pandemija neaktivnosti (Danilović, 2020). Direkto vođeni prisustvom ovog problema sve veći broj ljudi posjećuje fitness centre i koriste brojne programe unutar fitness centara kako bi vršili prevenciju nastanka bolesti koje hipokinezija može izazvati ili ubrzati. Jedna od mogućnosti za primjenu organizovane fizičke aktivnosti upravo jeste vježbanje u fitness centrima gdje na jednom mestu postoji više različitih vrsta treninga (Hrgetić i sar., 2016).

Povezano sa datom činjenicom, jeste pojava da u današnje doba postoji veliki broj fitness centara koji pružaju različite vrste treninga u fitness centrima u skladu sa željama i potrebama klijenata. Kvalitet usluge, zadovoljstvo kupca datom uslugom kao i lojalnost kupca generalno se smatra važnim kako u svim delatnostima tako i u sportu i fitnessu (Šime i Rude, 2019). Visok kvalitet i zadovoljstvo klijenata je najbolji način za pridobijanje novih klijenata, što je od izuzetnog značaja u oblasti fitnesa gdje sportske ustanove zavisi od redovnog i čestog ponavljanja posete od strane članova (Šime & Rude, 2019).

Izvještaj o evropskog tržištu oblasti zdravlja i fitnesa (Europe active & Deloitte, 2016) potvrđuje činjenicu o sve većoj traženosti i zainteresovanosti za fitnes centre, što potvrđuju podaci da sektor zdravlja i fitnesa broji preko 46 miliona klijenata, zaposlenih oko 400.000, sastoji se od približno 51.300 fitnes centara širom kontinenta i ostvaruje prihod od 26,7 milijardi evra.

Danas, kada su informacije lako dostupne putem interneta i drugih kanala, postoji sve veći broj korisnika i potencijalnih korisnika koji posjeduju veliki broj informacija o određenom fitnes centru, zato je vrlo važno za unaprijeđenje fitnes centra osluškivanje i praćenje potreba i želja kupaca odnosno korisnika fitnes usluga. Analiza različitih modela za procjenu kvaliteta usluge u fitnes industriji pokazuje da je SERVQUAL najuniverzalniji metod i ističe da je glavna prednost ove metode sveobuhvatnost informacija koje su dobijene ispitivanjem različitih dimenzija i subdimenzija uključujući i izračunavanje koeficijenta kvaliteta usluge (Jasinskas i sar., 2013).

1.1 Dosadašnja istraživanja

Chayomchai i Chanarpas (2021) u svom istraživanju imali su za cilj da ispituju pet karakteristikakvaliteta fitnes usluga. Istraživanje je sprovedeno u centru za razvoj u Tajlandu. Ukupan uzorakispitanika iznosio je 390 ispitanika, gdje su informacije sakupljane putem SERVQUAL upitnika. Rezultati rada sugerišu da se u fitnes centrima treba usresrediti na svih pet aspekata kvaliteta uslugeispitanih pomoću ovog upitnika. Ovakav fokus rada omogućava bolje planiranje strategije i poboljšanje zadovoljstva klijenta.

Vusić (2019) u istraživanju koje je sprovedeno u Hrvatskoj i bavi se problemom cijeneprograma u fitnes centrima, uslugom u određenim fitnes centrima i ponudom njihovih onlineprograma. Kroz istraživanje dolazi do zaključka da je fitnes sve popularniji u svetu, ali i u njenojzemlji, da se u fitnes centrima na teritoriji njene zemlje prate svi svjetski trendovi i vrše velikaulaganja u promociju i kontinuirano usavršavanje svih sportskih programa koje fitnes centri nude. Rezultati takođe prokazuju da internet vrši veliki uticaj na uspješno poslovanje fitnes centrima.

Struški i sar. (2018) na teritoriji grada Čakovec sproveli su istraživanje sa ciljem da utvrdezadovoljstvo korisnika fitnes centara na teritoriji pomenutog grada. U istraživanju su učestvovaliklijenti iz četiri teretane u ovom gradu. Istraživanje je sprovedeno pomoću upitnika u kojem su klijenti odgovarali isključivo na pitanja koja se odnose na teretanu u kojoj oni redovno sprovode svoje treninge. Rezultati rada govore o različitim motivima vježbanja

kod žena i muškaraca irazličitim preprekama koje treba otkloniti u svakoj od navedenih teretana kako bi povećale svoju potražnju.

Matić i sar. (2017) sproveli su istraživanje na uzorku od 323 ispitanika sa teritorije Republike Srbije. Svi ispitanici su bili klijenti fitnes centara u privatnom vlasništvu. Cilj sprovedenog ispitivanja bio je da se utvrdi očekivano i zapaženo zadovoljstvo klijenata fitnes uslugom koja se pruža kao i kupovne namjere korisnika u fitnes centrima. Za dobijanje rezultata u ovom istraživanju korišćen je Servqual upitnik. Dobijeni rezultati istraživanja upućuju na činjenice da su osoblje fitnes centara njegova najbolja strana, dok se higijena odnosno čistoća u fitnes centrima pokazala kao najslabija tačka.

Servqual skala je vrlo primjenjivana u procjeni kvaliteta usluga u fitnes centrima (Ferraz isar., 2018; Peitzika i sar., 2020; Moaguera-Gonzalez i sar., 2020) i prema navođenju istraživača podržava se njena upotreba u razmatranju kvaliteta fitnes i sportskih usluga.

1.2 Definicija osnovnih pojmova

Pojam fitnes u sportu i rekreaciji se pojavljuje od davnina. Porijeklo i tumačenja ovog termina u našem jeziku su brojna. Opis pojma fitnes kao stručnog naziva dosta je složen i pojavljuje se u izučavanju različitih nauka. U sportu se pod pojmom fitnes često podrazumjeva rad sa opterećenjima u teretanama, dok se u takmičarskom sportu pod pojmom fitnes često podrazumjeva određena forma sportiste koja se podiže na najviši nivo, a tek nakon toga uslijedi sportsko specifični treninzi (Omrčen i sar., 2007). Neki autori fitnes tumače kao način zdravog života (Bartoluci, 1996), dok drugi termin fitnes posmatraju kao postupak usmjeren ka postizanju određenog kondicionog statusa koji podrazumijeva niz stručno isplaniranih postupaka koji dovode do poboljšanja opšteg stanja organizma i njegovih kretnih sposobnosti (Omrčen i sar., 2007.) Još jedno od tumačenja termina fitnes podrazumjeva način vježbanja koji je sportsko rekreativnog karaktera i namjenjen ljudim svih životnih dobi kako bi poboljšali zdravlje i psihofizičkih sposobnosti (Bartoluci, 1996). Sa druge strane, danas postoji takmičenje u fitnesu u kojem se kroz koreografije prikazuje ukupan rezultat rada na razvoju i unaprijeđenju motoričkih sposobnosti i skladnog izgleda takmičara (Omrčen i sar., 2007).

Fitnes centar je objekat koji nudi sadržaje za unaprijeđenje svih psihofizičkih sposobnosti organizma. Vrlo brz napredak je jedan od osnovnih pogodnosti koje fitnes centri pružaju. Svaki fitnes centar mora da zadovolji određene potrebe i kriterijume svojih korisnika, osnovne djelatnosti kao što su prostor namjenjen za vježbanje i dodatne djelatnosti koje podrazumijevanju prateće djelatnosti koje su dopuna vježbanju i u njih ubrajamo sauna, fizioprofilaksa, solarijum, takođe komunikacija koja se ogleda u prijemu korisnika, upoznavanje sa prostorom, kratkim obilaskom centra i upoznavanje sa spravama (Ćosić, 2022) . U fitnes centrima korisnici uz određenu novčanu najčešće mjesečnu nadoknadu mogu da koriste različite fitnes sprave i uređaje za treniranje, kao i programe treninga vođene od strane stručnog kadra (Đurđević, 2021). Kvaliteti usluga fitnes centara mogu se posmatrati kroz pet karakteristika, to su održivost procesa usluga, pouzdanost fitnes centara, odgovornost menadžmenta, uvjerljivost osoblja, saosjećajnost zaposlenih (Chayomchai i sar., 2021).

2.0 PROBLEM, PREDMET, CILJ RADA

Problem rada je ispitivanje kvaliteta usluge u fitnes centru Adriatik Herceg Novi.

Polazeći od problema rada, osnovni predmet rada su makro i mikro faktori procjene kvaliteta fitnes usluge, zadovoljstvo i buduće potrošačko ponašanje klijenata, kao i materijalno tehnički uslovi za trening i takmičenje koji se pružaju korisnicima u fitnes centru Adriatik.

Cilj ovog rada je da se prikaže zadovoljstvo klijenata pruženom fitnes uslugom, sa posebnim osvrtom na segmente koji mogu u narednom periodu da se poboljšaju.

3.0 HIPOTEZA ISTRAŽIVANJA

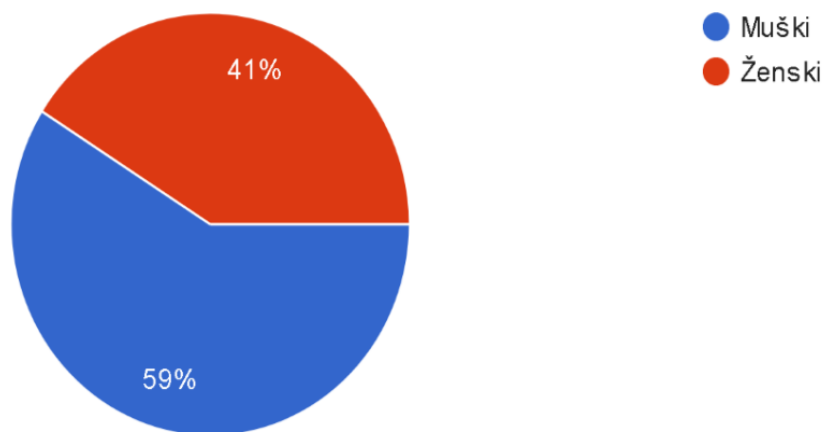
Na osnovu problema, predmeta i cilja rada postavljena je sledeća istraživačka hipoteza:

H1- Postoji statistički značajna razlika u očekivanjima i trenutnom zadovoljstvu klijenata fitness uslugom koju pruža fitness centar „Adriatik”.

4.0 METOD

4.1 Uzorak ispitanika

Ukupan uzorak ispitanika u ovom istraživanju činilo je 78 klijenata fitnes centra „Adriatik” sa teritorije grada Herceg Novi. Uzorak je obuhvatao nešto veći procenat muškaraca 46(59%) u odnosu na žene 32 (41%) (Slika 1). Ispitanici su starosne dobi od 16 godina do 50 godina. Najviše ispitanika se nalazi u rasponu od 20 godina do 25 godina (34,7%), zatim u rasponu od 25 godina do 30 godina (24%), u rasponu od 30 godina do 35 godina (21,3%), mlađih od 20 godina (10,7%), u rasponu od 35 godina do 40 godina (6,7%) i najmanje ispitanika je bilo uzrasne dobi iznad 40 godina (2,6%) (Tabela 1). U Tabeli 2 prikazan je nivo obrazovanja ispitanika, višu ili visoku školu završilo je (71,8%), srednju će (20,5%), srednju trogodišnju školu završilo je (3,8%), osnovnu školu završilo je (1,3%) I odgovor na ovo pitanje nije dalo (2,6%) ispitanika.



Slika 1. Pol ispitanika

Tabela 1. Starosna dob ispitanika

	<20 godina	21 godina-25 godina	26 godina-30 godina	31 godine-35 godina	36 godina-40 godina	40+ godina
Ukupan uzorak	8 (10,7%)	26 (34,7)	18 (24%)	16 (21,3%)	5 (6,7%)	2(2,6%)

Tabela 2. Nivo obrazovanja ispitanika

Viša ili visoka škola	Srednja škola (4 godine)	Srednja škola (3 godine)	Osnova škola	Ne želim odgovoriti
56 (71,8%)	16 (20,5%)	3 (3,8%)	1 (1,3%)	2 (2,6%)

Tabela 3. Učestalost i dužina bavljenja fitnessom

Učestalost bavljenja fitnessom (h/ nedeljno)	Dužina bavljenja fitnessom (u godinama)	
	%	%
<2 sata nedeljno	1.4	<2 godine 7
2-4 sata nedeljno	12.8	2-4 godine 12.7
4-6 sati nedeljno	42.2	4-6 godina 23.9
6-8 sati nedeljno	12.8	6-8 godina 16.9
>8 sati nedeljno	30.8	>8 godina 39.4

U Tabeli 3 je prikazana učestalost bavljenja fitnessom i dužina bavljenja fitnessom. Učestalost bavljenja fitnessom je prikazana u satima na nedeljnom nivou i odgovori su pokazali da se (1.4%) ispitanika fitnessom bavi manje od 2 sata nedeljno, od 2 do 4 sata nedeljno se bavi (12.8%), od 4 do 6 sati nedeljno baveći se fitnessom provodi najveći broj ispitanika (42.2%), od 6 do 8 sati nedeljno se bavi (12.8%), takođe veliki procenat ispitanika koji se bave fitnessom više od 8 sati nedeljno (30.8%). Dužina bavljenja fitnessom iskazana u godinama je pokazala da se najveći procenat ispitanika bavi fitnessom više od 8 godina (39.4%), a najmanji procenat manje od 2 godine (7%), zatim od 2 do 4 godine se bavi (12.7%), od 4 do 6 godina se bavi (23,9%) i od 6 do 8 godina se bavi (16.9 %) ispitanika.

4.2 Uzorak mjernih instrumenata

Istraživanje je sprovedeno pomoću upitnika koji su u svom istraživanju koristili Matić i sar. (2107) koji je priložen u Prilogu 1. Ovaj upitnik je poslužio za procjenu zadovoljstva klijenata fitness uslugom i obuhvatio je ukupno 43 pitanja, 5 demografskih pitanja, 7 pitanja vezanih za zadovoljstvo uslugom fitness centra, 15 pitanja se odnose na značaj faktora fitness usluge i 16 pitanja koja imaju dva domena i procjenjuju očekivanja i trenutno zapažen nivo kvaliteta fitness usluga. U upitniku se ispituje kvalitet makro i mikro fizičke podrške, kontaktnog osoblja, kao i zadovoljstvo fitness usluga. Sva pitanja u upitniku su zatvorenog tipa. Anketa za istraživanje sastavljena je u programu Google-upitnici. Anketa za procjenu zadovoljstva

klijenata bila je distribuirana online putem. Svim učesnicima istraživanja bila je objašnjena svrha istraživanja i date sve potrebne informacije za pravilno popunjavanje ankete.

4.3 Metod obrade podataka

Podaci dobijeni istraživanjem testirani su pomoću programskog paketa SPSS 25.0. Na osnovu postavljenih hipoteza dobijen rezultati istraživanja je prikazan deskriptivno, tabelarno i grafički. Takođe, primjenjena je i SERVQUAL metoda za procenu.

5.0 REZULTATI

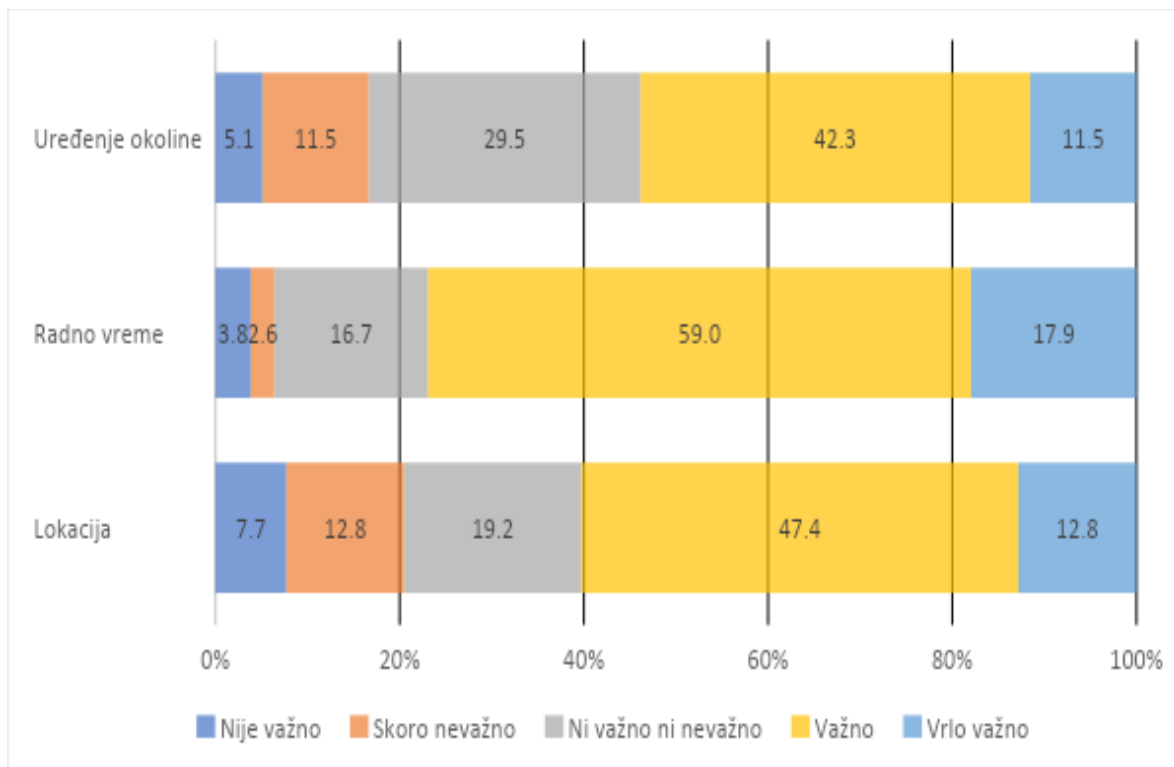
Rezultati u ovom radu biće prikazani tabelarno, grafički i deskriptivno. Prvi dio rezultata odnosi se na poglavlje fizičke podrške u odnosu na makro nivo, mikro nivo i kontaktno osoblje, nakon toga slijedi cjelina koja se odnosi na odgovore ispitanika o zadovoljstvu fitness uslugom i poslednje poglavlje predstavlja rezultata koji se odnose na očekivano i trenutno zadovoljstvo klijenata fitness usluge na makro nivou, mikro nivou, kontaktnom osoblju i fitness usluge koja se pruža klijentima u cjelini.

5.1 Fizička podrška

U ovom dijelu istraživanja ispitane su subdimenzije fizičke podrške na makro nivou, mikro nivou i kontaktnog osoblja. Ispitanicu su u okviru svake subdimenzije izražavali svoje mišljenje obilježavajući odgovore u datoj anketi. Dobijeni odgovori ispitanika koja se odnose na fizičku podršku na makro nivou prikazani su na Slici 2 i Tabeli 4. Dalje, dobijeni odgovori koji se odnose na fizičku podršku u mikro nivou prikazani su na Slici 3, a dobijeni odgovori koji se odnose na kontaktno osoblje prikazani su na Slici 4 i Tabeli 5.

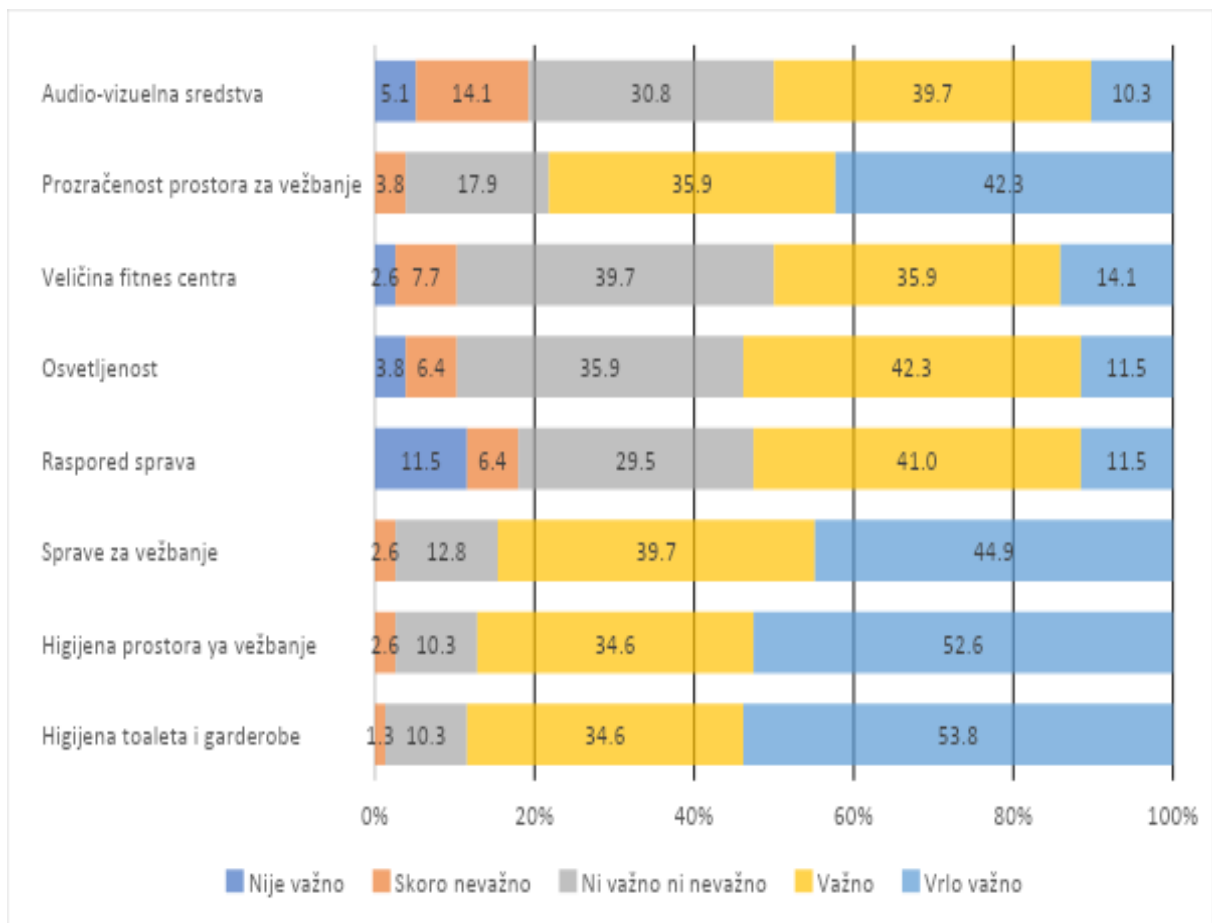
Tabela 4. Fizička podrška makro nivo

	Lokacija	Radno vrijeme	Uređenje okoline
Nije važno	7.7	3.8	5.1
Skoro nevažno	12.8	2.6	11.5
Ni važno ni nevažno	19.2	16.7	29.5
Važno	47.4	59.0	42.3
Vrlo važno	12.8	17.9	11.5



Slika 2. Fizička podrška-Makro nivo

Na slici 2 je prikazana fizička podrška na makro nivou. Najveći dio ispitanika je dao odgovor da su sva tri parametra makro nivoa važna: uređenje okoline 42.3%, radno vrijeme 59.0%, lokacija 47.4%. Takođe značajan procenat ispitanika smatra da su ove subdimenzije vrlo važne, odnosno za uređenje okoline 11,5% ispitanika, za radno vrijeme 17,9% ispitanika i za lokaciju 12,8% ispitanika. Ispitanici koji su mišljenja da ove subdimenzije nisu ni važne ni nevažne su raspoređeni na sledeći način, za uređenje okoline čak 29,5%, za subdimenziju radon vrijeme 16,7 %, dok za subdimenziju lokacije oko jedna petina ispitanika se ovako izjasnila odnosno 19,2%. Procenat odgovora da su ova tri parametra nevažna imaju slične vrijednosti: uređenje okoline 5.1%, radno vrijeme 3.8%, lokacija 7.7%.

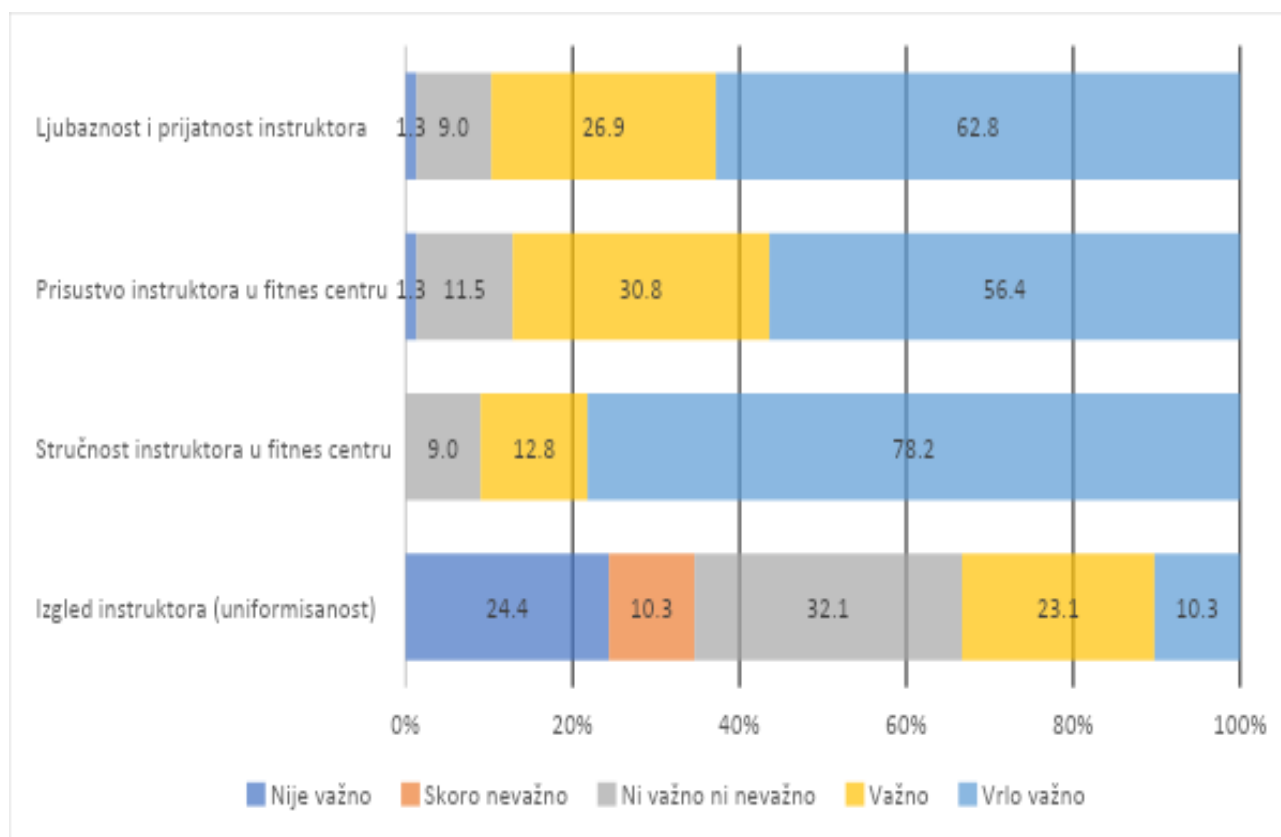


Slika 3. Fizička podrška-Mikro nivo

Slika 3 prikazuje fizičku podršku na mikro nivou podijeljenu na subdimenzije. U ovom slici se može primjetiti da su mišljenja dosta podijeljena, ali najveći procenat ispitanika ove subdimenzije ocjenjuje kao „vrlo važne” odnosno čak više od polovine ispitanika subdimenziju higijena toaleta i garderobera (53,8%) i higijena prostora za vježbanje (52,6%), nešto manje od polovine ispitanika je dalo ovakav odgovor na subdimenziju o spravama za vježbanje (44,9%) i prozračnost prostorije za vježbanje (42,3 %). Takođe, značajan procenat ispitanika ove subdimenzije označava kao „važne” u subdimenziji audio-vizuelna sredstva (39,7%), prozračnost prostora za vježbanje (35,9 %), veličina fitnes centra takođe (35,9%), osvetljenost (42,3%), sličan procenat je i za subdimenziju raspored sprava (41%) i sprave za vježbanje (39,7%), higijena prostora za vježbanje i higijena toaleta i garderobera (34,6%). Na slici 3 možemo da primetimo da se mali procenat ispitanika odlučio za odgovore „skoro nevažno” ili „nije važno”.

Tabela 5. Kontaktno osoblje

	Izgled instruktora (uniformisanost)	Stručnost instruktora u fitnes centru	Prisustvo instruktora u fitnes centru	Ljubaznost i prijatnost instruktora
Nije važno	24.4		1.3	1.3
Skoro nevažno	10.3			
Ni važno ni nevažno	32.1	9.0	11.5	9.0
Važno	23.1	12.8	30.8	26.9
Vrlo važno	10.3	78.2	56.4	62.8

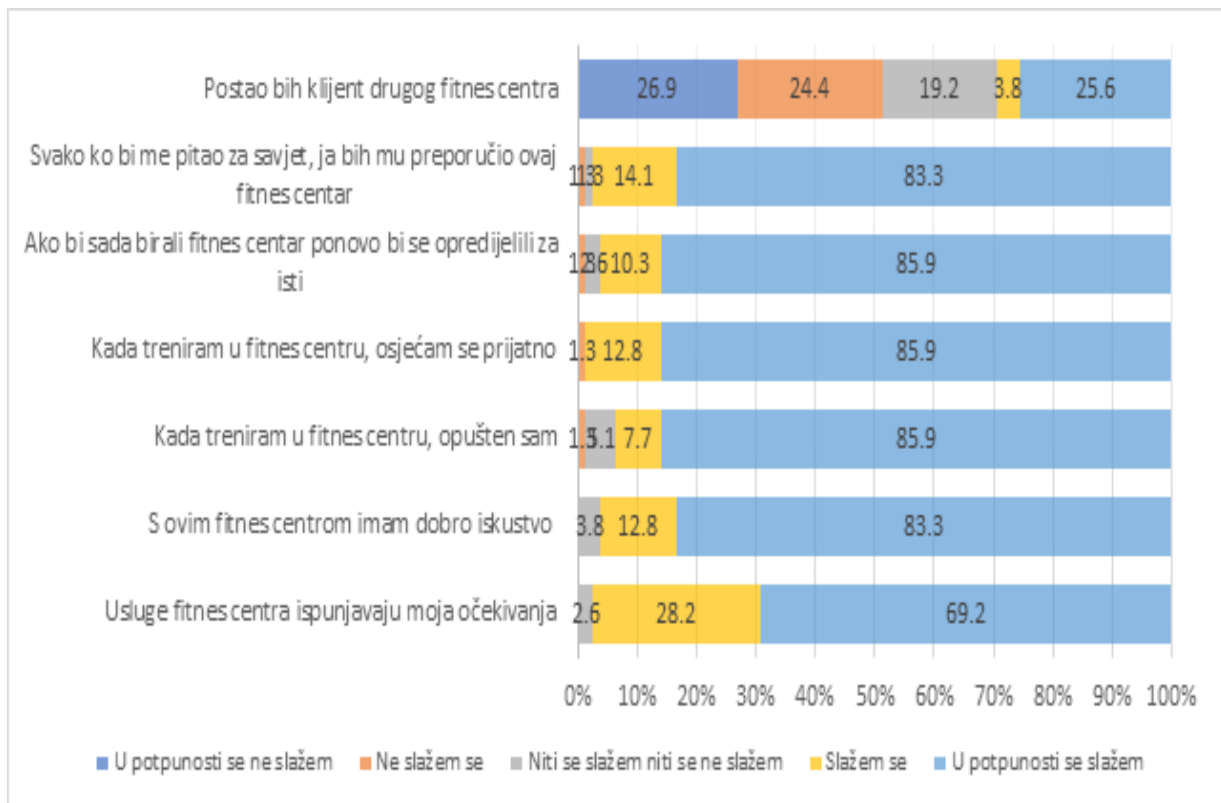
**Slika 4. Kontaktno osoblje**

Odgovori koji se odnose na pitanja o kontaktnom osoblju pokazuju da je kontaktno osoblje vrlo važan aspekt za veliki procenat ispitanika: ljubaznost i prijatnost instruktora 62.8%, prisustvo instruktora u fitnes centru 56.4%, stručnost instruktora u fitnes centru 78.2% (Slika4, Tabela 5). Procenat ispitanika koji je subdimenzije označio kao „važne” je sledeći: ljubaznost i prijatnost instruktora (26,9%), prisustvo instruktora u fitnes centru (30,8%), stručnost instruktora (12,8%). Sličan procenat ispitanika izrazio je svoje mišljenje odgovorom „ni važno ni nevažno” kao i odgovorom „nije važno” u subdimenziji ljubaznost i prijatnost

instruktora i prisustvo instruktora u fitness centru. Takođe, može se primjetiti da u subdimenziji stručnost instruktora u fitness centru nema ispitanika koji su svoje mišljenje označili odgovorom „nije važno”. Izgled instruktora (uniformisanost) je jedini aspekt koji se razlikuje i tu vidimo podijeljeno mišljenje među ispitanicima. Najviše ispitanika je odgovorilo „ni važno ni nevažno” (32.1%), zatim „nije važno” (24.4%), „važno” (23.1%) i „skoro nevažno” i „vrlo važno” imaju istu vrijednost (10.3%).

5.2 Zadovoljstvo fitness uslugom

U okviru ankete kojom je ovo istraživanje sprovedeno nalazila su se pitanja koja se odnose na zadovoljstvo fitness usluge. Na slici 5 prikazani su odgovori klijenata u procentima za svaku subdimenziju.



Slika 5. Zadovoljstvo fitness uslugom

Na slici 5 vidimo vrijednosti zadovoljstva fitness uslugom. Na slici se može primjetiti da se ponavlja procenat ispitanika koje je označilo odgovor „u potpunosti se slažem” odnosno za odgovore na pitanja koji se odnose na preporuku ovog fitness centra drugima (83,3%) i o dobrom iskustvu u ovom fitness centru takođe (83,3%), nešto malo veći procenat odnosno 85,9% ispitanika je označilo ovaj odgovor na pitanje vezano za ponovno opredjeljenje za ovaj

fitnes centar, kada trenira u fitnes centru da li se osjeća prijatno i opušteno. Nešto manji procenat ispitanika je označio ovaj odgovor na pitanje koje se odnosi o tome da li ovaj fitnes centar ispunjava očekivanja (69,2%). Na slici se dalje može primjetiti da se najveći procenat odgovora nakon gore analiziranih javlja u odgovoru „slažem se”. Najmanji procenat ispitanika je odgovorio na postavljena pitanja odgovorima „ne slažem se” svega (1,3%) ispitanika i odgovorom „niti se slažem niti se ne slažem”. Može se dalje primjetiti da se odgovori razlikuju najviše u pitanju koje se odnosi na to da li bi klijenti postali članovi drugog fitnes centra. U pomenutom pitanju jedino se javlja odgovor „u potpunosti se ne slažem” i to kod nešto više od četvrtine ispitanika odnosno 26,9%. Odgovor „ne slažem se” dalo je 24,4% ispitanika, odgovor „niti se slažem niti se ne slažem” dalo je 19,2 % ispitanika, u najmanjem procentu su dali odgovor „slažem se” svega 3,8%, ali čak oko četvrtina ispitanika je dala je odgovor da bi postali član drugog fitnes centra (25,6%).

5.3 Očekivano i trenutno zadovoljstvo fitnes uslugom

Hipoteza ovog istraživanja bazira se na utvrđivanju da li postoji statistički značajna razlika u očekivanom i trenutnom zadovoljstvu fitnes usluga. U Tabeli 6 je prikazana statistička značajnost svih subdimenzija na makro nivou, mikro nivou i kontaktnom osoblju, kao i očekivano i trenutno zadovoljstvo fitnes uslugom ukupno. U prikazanim rezultatima u Tabeli 6 možemo da konstatujemo u kojim od ispitanih subdimenzija postoji statistički značajna razlika. U subdimenziji higijena toaleta i garderobera možemo da primjetimo da je zapaženo stanje lošije u odnosu na očekivano, gdje je daljim statističkim procedurama utvrđeno da u ovoj subdimenziji postoji statistički značajna razlika između očekivanog i trenutnog stanja ($p=0,01$). Sledeća subdimenzija u kojoj se javlja statistički značajna razlika između očekivanog i trenutnog zapažanja je prozračnost prostorije za vježbanje ($p=0,00$). U subdimenziji koja se odnosi na stručnost instruktora odgovori ispitanika su pokazali da je trenutno stanje bolje u odnosu na očekivano, gdje je daljom statističkom obradom utvrđeno da postoji statistički značajna razlika ($p=0,00$), kao i u subdimenziji ljubaznost i pristojnost instruktora ($p=0,00$). Na osnovu statističke obrade podataka pomoću t testa ispitano je da li postoji statistički značajna razlika u očekivanom i trenutnom zadovoljstvu fitnes usluge u ukupnom kvalitetu. Na osnovu dobijenih vrednosti T testa ($p=1,00$) možemo da zaključimo da ne postoji statistički značajna razlika između očekivanog i trenutnog zadovoljstvu fitnes uslugom na pitanju koje se odnosi na ukupan kvalitet.

Tabela 6. Očekivani kvalitet i trenutno stanje u fitnes centru

	Zapažen (Z) AS±SD	Očekivan (O) AS±SD	Jaz (Z-O)	t	p
Ukupan kvalitet fitnes usluge	4.29±0.67	4.29±0.69	0.00	0.00	1.00
Lokacija	4.36±0.70	4.29±0.79	0.06	0.71	0.48
Uređenje okoline	4.00±0.82	3.90±0.82	0.10	1.38	0.17
Radno vrijeme	4.47±0.66	4.54±0.53	-0.06	-1.15	0.25
Higijena toaleta i garderobera	3.97±0.99	4.24±0.78	-0.27	-2.71	0.01
Higijena prostora	4.19±0.93	4.37±0.79	-0.18	-1.87	0.07
Sprave za vežbanje	4.36±0.70	4.28±0.79	0.08	1.18	0.24
Raspored sprava	4.24±0.81	4.12±0.82	0.13	1.69	0.10
Osvjetljenost sale	4.14±0.83	4.10±0.83	0.04	0.60	0.55
Veličina fitnes centra	3.85±0.85	3.94±0.90	-0.09	-1.26	0.21
Prozračnost prostorije za vežbanje	3.86±1.05	4.21±0.86	-0.35	-3.17	0.00
Audio-vizuelna sredstva	4.18±0.83	4.13±0.86	0.05	0.65	0.52
Izgled instruktora	4.44±0.77	4.32±0.78	0.12	1.69	0.09
Stručnost instruktora	4.78±0.42	4.58±0.66	0.21	3.34	0.00
Prisustvo instruktora	4.83±0.41	4.73±0.53	0.10	1.92	0.06
Ljubaznost i prijatnost instruktora	4.91±0.33	4.72±0.53	0.19	3.71	0.00

6.0 DISKUSIJA

Ovo istraživanje imalo je za cilj prikaz zadovoljstva klijenata pruženom uslugom u fitness centru sa posebnim osvrtom na segmente koji u narednom periodu mogu da se poprave kako bi fitness centar zadržao postojeće potrošače i postao izbor novih potrošača. Studija je obuhvatala materijalne i nematerijalne aspekte zadovoljstva uslugom.

Na osnovu cilja, problema i predmeta rada u ovom istraživanju postavljena je sledeća hipoteza:

H1- Postoji statistički značajna razlika u očekivanjima i trenutnom zadovoljstvu klijenata fitness uslugom koju pruža fitness centar „Adriatik”.

Na osnovu analize dobijenih rezultata i statističke obrade podataka možemo da zaključimo da se postavljena hipoteza prihvata.

Rezultati dobijeni u ovom istraživanju usko su vezani za pojedine dobijene rezultate u prethodnim istraživanjima koja su se bavila ovim problemom. U istraživanju primećujemo da se više od polovine ispitanika izjasnilo da je higijena toaleta, garderobera i prostora za vježbanje od izuzetne važnosti što potvrđuju rezultatu iz prethodnih istraživanja (Matić i sar., 2017; Koenigstorfer i sar., 2010). Istovremeno, istraživanje je ukazalo na nezadovoljstvo klijenata segmentom koji se odnosi na prozračnost prostorije za vježbanje. Nedostatak čistoće prostora za vježbanje i nedovoljna prozračnost prostora mogu biti jedni od glavnih negativnih faktora za dalji napredak fitness centara (Koenigstorfer i sar., 2010).

Pored dimenzije čistoće, u prethodnim istraživanjima za važan faktor zadovoljstva autori navode i osoblje, odnosno zaposlene u fitness centrima (Nuviala i sar., 2012). Rezultati dobijeni u ovom istraživanju ukazuju na činjenicu da su klijenti kontaktno osoblje ocijenili boljim u odnosu na ono kakva su njihova očekivanja bila, što može dovesti do pozitivnog uticaja na dalje unapređenje rada i privlačenje novih klijenata. Formulisanje poslovne strategije fitness centra koja dovodi do jačanja veze između osoblja i potrošača mora imati posebno mesto (Kang i sar., 2011), upravo je istraživanje pokazalo da u segmentu kontaktno osoblje ispitani klijenti ljubaznost i prijatnost osoblja procenjuju kao veoma važnu subdimenziju, ali ono što klijenti navode za najvažniji faktor svakako jeste stručnost kontaktnog osoblja. Rezultati pokazuju da se klijenti tokom boravka u fitness centru osjećaju

prijatno i opušteno u najvećem procentu, kao i da bi ovaj fitness centar rado preporučili drugima.

Rezultati mnogih prethodnih istraživanja (Alexandris, 2004; Koenigstorfer i sar., 2010) ukazuju da je za korisnike fitness centar najvažniji program. Takođe u daljim istraživanjima navodi se da su kod segmenta opreme i uslova za vježbanje korisnici navode da im je najvažnije oprema za vježbanje i veličina fitness centara (Matić i sar., 2017), što se može primjetiti i u rezultatima dobijenim u ovom istraživanju, ali takođe navode da im je važan i raspored sprava u prostoriji kao i audio-vizuelna sredstva. Istraživanje takođe pokazuje da su lokacija i radno vreme fitness centra kao i uređenost okoline korisnicima od izuzetne važnosti tokom odabira.

Kroz analizu datih odgovora klijenata mogu da se uoče odstupanja u očekivanom i trenutnom zadovoljstvu fitness uslugom u određenim subdimenzijama. Ukoliko dolazi do većih odstupanja kod zadovoljstva u pojedinim subdimenzijama može doći do pada kvaliteta rada fitness centra, kao i manje posjećenosti (Dave i sar., 2005), na šta svakako treba usmjeriti pažnju jer rezultati istraživanja pokazuju da čak jedna četvrtina ispitanika bi postala klijent drugog fitness centra.

7.0 ZAKLJUČAK

Mnogobrojna istraživanja danas se bave značajem fizičke aktivnosti za zdrav život ljudi. Posljednjih godina vježbanje u fitness centrima postaje vrlo popularno. Fitness centri predstavljaju mjesta gdje su klijenti u mogućnosti da odaberu program koji im najviše odgovara naspram svog trenutnog fizičkog stanja i željenog krajnjeg rezultata. Trend vježbanja u fitness centrima je u stalnom porastu i povezano sa tim broj fitness centara unutar svakog grada raste. Klijenti su više nego ikad u mogućnosti da biraju fitness centar koji je za njih najbolji i ispunjava njihova očekivanja.

Ovo istraživanje imalo je za cilj da rukovodstvu fitness centra u kojem je istraživanje sprovedeno prikaže strane kojima su postojeći klijenti najzadovoljniji, ali i oblasti na koje treba dodatno da obrate pažnju, koje u narednom periodu treba da pokušaju da poprave kako bi zadržali svoje klijente i bili odabir novim klijentima. Rezultati dobijeni u ovom radu imaju dvostruku važnosti jer mogu da pomognu u poboljšanju pružanja usluge i time direktno utiču na zadovoljstvo klijenata, ali i poboljšanju dobiti vlasnika fitness centra. Na osnovu ovog istraživanja velika pažnja treba da bude usmjerena na stručni kadar u fitness centrima prema očekivanjima klijenata koji ovaj faktor smatraju izuzetno važnim, a posebna pažnja treba da se obrati na higijenu u fitness centru kao najslabije procenjenom stavkom. Dobijeni rezultati istraživanja mogu da se prihvate kao dobra strategija za dalji napredak rada fitness centra.

LITERATURA

- Alexandris, K.; Zahariadis, P.; Tsorbatzoudis, C.H. & Grouios, G. (2004). An empirical investigation of the relationships among service quality, customer satisfaction and psychological commitment in a health club context. *European Sport Management Quarterly*, 4(1): 36-52.
- Bartoluci, M. (1996.), *Manadžement i poduzetništvo u sportu i fitnessu*. U: M. Bartoluci (ur.), *Management i poduzetništvo u sportu i fitnessu* (str. 191-200), Zagreb, Fakultet za fizičkukulturu Sveučilišta u Zagrebu, Deutscher Sportstudioverband E. V., Zagrebački velesajam.
- Chayomchai, A., & Chanarpas, M. (2021). The service quality management of the fitnesscenter: Therelationshipamong 5 aspectsofservicequality. *International Journal of Current ScienceResearch and Review*, 4(06).
- Ćosić, A. (2022). *Smjernice oblikovanja sportsko rekreacijskog programa u fitnessu. Doctoral dissertation*, University of Zagreb. Faculty of Kinesiology.
- Dave, E.; Sam, C. & Duncan, O. (2005). The effect of motivational music on sub-maximal exercise. *European Journal of Sport Science*, 5(2): 97-106.
- Danilović, L. (2020). *Fizička aktivnost kod kuće za vreme pandemije Covid* (Doctoral dissertation, University of Rijeka. Faculty of Health Studies. Department of Physiotherapy.
- Europe active & Deloitte (2016). *European health and fitness market report*. Cologne,Germany: Deloitte Sports Business Group.
- Đorđević, A. (2005) *Rekreacija kao način savremenog života*. *Sportska Medicina*. 5(2): 54-
- Đurđević, N (2021). *Ugovor o pružanju usluga fitnesa*. *Collected Papers of the Faculty of Law in Split*, 58(1).
- Hrgetić, M., Dadić, M., Milanović, M., & Skoblar, J. (2016). Utjecaj tromjesečnog fitness programa kineziološki savez, 354-357.
- Jasinskas, E., Rėklaitienė, D., & Švagždienė, B. (2013). Evaluation of service quality in fitness centres. *Transformations in Business & Economics*, 12, 108-124.
- Jovović, V., Čanjak, R. (2015). Fizička aktivnost u prevenciji i rehabilitaciji kardiovaskularnog rizika. *GlasnikAntropološkogdruštvaSrbije*, 50(89-96).
- Kang, J.; Bagozzi, R. & Oh, J. (2011). Emotions an antecedents of participant sport consumption decisions: A model integrating emotive, self-based, and utilitarian evaluations. *Journal of Sport Management*, 25(4): 314-325.

- Koenigstorfer, J.; Groeppel-Klein, A. & Kunkel, T. (2010). The attractiveness of national and international football leagues: Perspectives of fans of “star clubs” and “underdogs”. *European Sport Management Quarterly*, 10(2): 127-163.
- Matić, R., Maksimović, N., Maksimović, B., Popović, S., Opsenica, S., & Tovilović, 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*, 39(3), 67-78.
- Mosquera-González, D., Patiño-Toro, O. N., Sánchez-Díez, D. M., Agudelo-Cardona, J. F., Ospina-Mazo, D. M., & Bermúdez-Bedoya, J. F. (2019). Factores Asociados a La Calidad EnEl Servicio En Centros De Acondicionamiento Físico a Partir Del Modelo Servqual (Factors Associated with Service Quality in Fitness Centers Based on the SERVQUAL Model). *Revista CEA*, 5(9).
- Nuviala, A.; Grao-Cruces, A.; Perez-Turpin, J.A. & Nuviala, R. (2012). Perceived service quality, perceived value and satisfaction in groups of users of sports organizations in Spain. *Kinesiology*, 44(1): 94-103.
- Obadić, E., Blajić, B., Kerner, I., & Leško, L. (2017). Tjelesna neaktivnost i troškovi zdravstvene zaštite u Republici Hrvatskoj. *Hrvatski športskomedicinski vjesnik*. 32(1/2), 51-58.
- Omrčen, D., Andrijašević, M., & Štefić, L. (2007). Sport, rekreacija i fitnes–analiza odabranih kinezioloških naziva. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 16(4- 5 (90-91)), 943-964.
- Ostojić S.M., Stojanović, M., Veljović, D., Stojanović, M.D., Međedović, B., Ahmetović, Z. (2009). Fizička aktivnost i zdravlje. *Tims Acta*. 3(1), 1-13.
- Pavlović, S. (2012). Prisustvo telesnih deformiteta dece predškolskog uzrasta. *Univerzitetska misao*. (11), 6-14.
- Peitzika, E., Chatzi, S., & Kissa, D. (2020). Service quality expectations in the fitness center context: a validation of the expectations component of the SERVQUAL scale in Greece. *Services Marketing Quarterly*, 41(2), 89-104.
- Struški, D., Milardović, I., i Mužar, D. Vrijednovanje kvalitete fitnes centara grada Čakovca i selekcija motiva za vježbanje prema spolu. INOVACIJE, TEHNOLOGIJE, EDUKACIJA I MENADŽMENT. vježbanja na antropološki status žena srednje životne dobi. Zbornik radova, Zagreb
- Vusić, M. (2019). Ponuda sportskih programa u fitness-centrima Republike Hrvatske. Doktorska disertacija, Međimursku veleučilište u Čakovcu.

Šime, J., & Ruda, T. (2019). Using the SERVQUAL model in prediction of customer satisfaction in Czech fitness centres. *Management Studies*, 7(1), 42-49.

Prilog 1: Upitnik - VAŽNOST SUBDIMENZIJA FIZIČKE PODRŠKE I USLUŽNOG OSOBLJA

Ukupan kvalitet FITNES usluge

Želimo da znamo šta su Vaša očekivanja u pogledu kvaliteta fitnes usluga i kakav je Vaš zapaženi utisak kvaliteta usluga fitnes centra.

NAPOMENA: U levoj koloni je OČEKIVANI KVALITET, a u desnoj Vaš TRENUTNO ZAPAŽENI NIVO KVALITETA U FITNESU. Zaokružite broj koji najbolje odgovara Vašem očekivanom nivou kvaliteta (leva kolona) u Tabeli, kao i broj koji najbolje odgovara Vašem zapravo zapaženom (doživljenom) nivou kvaliteta (desna kolona) FITNES usluge.

OČEKIVANI KVALITET					TRENUTNO ZAPAŽENI NIVO KVALITETA U FITNESU				
Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro	Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro
1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

FIZIČKA PODRŠKA

Zainteresovani smo za ispitivanje važnosti pojedinih subdimenzija fizičke podrške na makro i mikro nivou, zbog čega Vas molimo da zaokružite broj koji izražava Vaše mišljenje, u okviru svake subdimenzije efekta na zapažene kvalitete fitnes usluga.

NAPOMENA: Zaokružite broj koji mislite da najbolje odgovara značaju pojedinih faktora kvaliteta fitnes usluga! Svaka subdimenzija ima ocenu od 1 do 5, gde ocena 1 - znači da nije važna subdimenzija, a ocena 5 - da je to veoma važna subdimenzija.

SUBDIMENZIJA	Nije važno	Skoro nevažno	Ni važno, ni nevažno	Važno	Veoma važno
Lokacija	1	2	3	4	5
Radno vreme	1	2	3	4	5
Uređenje okoline	1	2	3	4	5

SUBDIMENZIJA	Nije važno	Skoro nevažno	Ni važno, ni nevažno	Važno	Veoma važno
Higijena toaleta i garderobe	1	2	3	4	5
Higijena prostora za vežbanje	1	2	3	4	5
Sprave za vežbanje	1	2	3	4	5
Raspored sprava	1	2	3	4	5
Osvetljenost	1	2	3	4	5
Veličina fitnes centra	1	2	3	4	5
Prozračenost prostora za vežbanje	1	2	3	4	5
Audio-vizuelna sredstva (televizija, muzika, časopisi i dr.)	1	2	3	4	5

KONTAKTNO OSOBLJE (USLUŽNI PERSONAL)

Zainteresovani smo za važnost pojedinih subdimenzija kontaktnog osoblja (uslužnog personala), zbog čega sam Vas molim da zaokružite broj koji izražava Vaše mišljenje, u okviru svake subdimenzije efekta na zapažene kvalitete fitnes usluga.

NAPOMENA: Zaokružite broj koji mislite da najbolje odgovara značaju pojedinih faktora kvaliteta usluga fitnes centra! Svaka subdimenzija se ocenjuje na skali od 1 do 5, gde ocena 1 - znači da nije važna subdimenzija, a 5 - znači da je to veoma važna subdimenzija.

SUBDIMENZIJA	Nije važno	Skoro nevažno	Ni važno, ni nevažno	Važno	Veoma važno
Izgled instruktora (uniformisanost)	1	2	3	4	5
Stručnost instruktora u fitnes centru	1	2	3	4	5
Prisustvo instruktora fitnes centra pri vežbanju	1	2	3	4	5
Ljubaznost i prijatnost instruktora	1	2	3	4	5

KVALITET FIZIČKE PODRŠKE I KONTAKTNOG (USLUŽNOG) OSOBLJA

FIZIČKA PODRŠKA, KONTAKTNO OSOBLJE

Želimo ispitati šta je kvalitet fizičke podrške i kontaktnog osoblja u fitness centrima. NAPOMENA: U levoj koloni su Vaša očekivanja u pogledu kvaliteta fizičke podrške i kontaktnog (uslužnog) osoblja u fitness centrima, a na desnoj strani zapaženi nivo kvaliteta fizičke podrške i uslužnog osoblja u fitness centrima. Zaokružite broj koji najbolje odgovara očekivanom nivou (leva kolona), i broj koji najbolje odgovara pravom viđenju (desna kolona) kvaliteta fizičke podrške i uslužnog osoblja.

OČEKIVANI KVALITET					TRENUTNO ZAPAŽENI KVALITET U FITNESSU					
FIZIČKA PODRŠKA										
Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro	MAKRO NIVO	Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro
1	2	3	4	5	Lokacija	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Uređenje okoline	1	2	3	4	5
1 Veoma neugodno vreme	2 Neugodno vreme	3 Ni jedno, ni drugo	4 Ugodno vreme	5 Veoma ugodno vreme	Radno vreme	1 Veoma neugodno vreme	2 Neugodno vreme	3 Ni jedno, ni drugo	4 Ugodno vreme	5 Veoma ugodno vreme
Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro	MIKRO NIVO	Veoma slabo	Slabo	Ni slabo, ni dobro	Dobro	Vrlo dobro
1	2	3	4	5	Higijena toaleta i garderobe	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Higijena prostora za vežbanje	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Sprave za vežbanje	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Raspored sprava	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Osvetljenost sale	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Veličina fitness centra	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Prozračnost prostora za vežbanje	1	2	3	4	5

1	2	3	4	5	Audio-vizuelna sredstva (televizija, muzika, časopisi i dr. ...)	1	2	3	4	5
KONTAKTNO OSOBLJE										
1	2	3	4	5	Izgled instruktora (uniformisanost)	1	2	3	4	5
1	2	3	4	5	Stručnost instruktora u fitness centru	1	2	3	4	5
1 nikada	2 retko	3 Ni jedno, Ni drugo	4 Skoro uvek	5 uvek	Prisustvo instruktora fitness centra pri vežbanju	1 nikada	2 retko	3 Ni jedno, Ni drugo	4 Skoro uvek	5 uvek
1 Vrlo neljubazan	2 Neljubazan	3 Ni jedno, ni drugo	4 Ljubazan	5 Vrlo ljubazan	Ljubaznost i prijaznost instruktora	1 Vrlo neljubazan	2 Neljubazan	3 Ni jedno, ni drugo	4 Ljubazan	5 Vrlo ljubazan

ZADOVOLJSTVO FITNESS USLUGAMA

Molimo Vas da nastavite dalju procenu Vašeg zadovoljstva fitness uslugom. NAPOMENA: Pročitajte sledeće izjave. Izrazite svoj stepen slaganja sa tvrdnjama na skali od 1 do 5, gde ocena 1 - znači da se u potpunosti ne slažete, dok ocena 5 - znači da se u potpunosti slažete (Pisnik-Korda, 2008).

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se ne slažem, niti se slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Usluge fitness centra ispunjavaju moja očekivanja.	1	2	3	4	5
S ovim fitness centrom imam dobro iskustvo.	1	2	3	4	5
Kad treniram u fitness centru, opušten sam.	1	2	3	4	5
Kada treniram u fitness centru, osećam se prijatno.	1	2	3	4	5

Zanima nas da li ćete nastaviti da budete verni trenutnom fitness centru, pa Vas molimo da nastavite sa popunjavanjem odgovora na poslednja tri pitanja. Ponovo ocena 1 znači da se u potpunosti ne slažete, dok ocena 5 znači da se u potpunosti slažete (Pisnik-Korda, 2008).

	U potpunosti se ne slažem	Ne slažem se	Niti se ne slažem, niti se slažem	Slažem se	U potpunosti se slažem
Ako bi sada birali fitness centar, ponovo bi se opredelili za isti.	1	2	3	4	5
Svako ko bi me pitao za savet, ja bih mu preporučio ovaj fitness centar.	1	2	3	4	5
Postao bih klijent drugog fitness centra.	1	2	3	4	5

DEMOGRAFSKE KARAKTERISTIKE

Pol ispitanika

Muški

Ženski.

Obrazovanje ispitanika

Osnovna škola ili manje

Srednja škola (tri godine)

Srednja škola (4 godine)

Viša ili visoka škola

Ne želim odgovoriti.

Vaša starost? (u godinama)

Koliko dugo se bavite fitnessom? (u godinama)

Koliko sati nedeljno se bavite fitnessom? (u časovima).

HVALA NA UČESTVOVANJU U ANKETIRANJU!