

## MOTYWY WYBORU KLUBU FITNESS W OPINII KOBIET UCZESTNICZĄCYCH W ZAJĘCIACH NA TERENIE WSCHODNIEJ POLSKI

Człowiek i Zdrowie Nr I (IV) 2010, 130-140

Ewa Stępień<sup>1</sup>, Jacek Stępień<sup>2</sup>, Ewelina Niżnikowska<sup>1</sup>

1. Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej
2. Zamiejscowy Wydział Wychowania Fizycznego AWF w Białej Podlaskiej

**Streszczenie:** Celem tego doniesienia jest uzyskanie wiedzy na temat czynników decydujących o wyborze klubu fitness. Osiągnięcie tego celu uznano za możliwe dzięki przeprowadzeniu analizy działalności wybranych klubów fitness funkcjonujących w miastach na terenie wschodniej Polski oraz przeprowadzenie badań wśród uczestniczek zajęć oraz instruktorów pracujących w tych klubach. W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego oraz metody statystyczne. Na podstawie analizy wyników badań stwierdzono, iż uczestniczki zajęć i instruktorzy za najważniejsze kryterium wyboru klubu fitness uznają profesjonalność kadry, atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć oraz miłą i fachową obsługę.

**Słowa kluczowe:** klub fitness, aktywność fizyczna, fitness, potrzeby

### Wstęp

Warunki współczesnego życia wymagają od człowieka zwiększonej aktywności zawodowej, wymuszają utrzymanie na odpowiednim poziomie sprawności fizycznej i intelektualno-emocjonalnej, narzucają też styl wypoczynku, w którym nie może zabraknąć aktywności fizycznej. Rekreacja ruchowa podejmowana przez człowieka w czasie wolnym daje mu odprężenie i radość, jest źródłem ekspresji, pozytywnych emocji i estetycznych doznań, ma również wpływ na stan zdrowia jednostki, należy do najistotniejszych czynników kreowania zdrowia człowieka. Na wartości te wskazywali: S. Kozłowski (1964), M. Demel, W. Humen (1970), H. Kuński (1993), T. Wolańska (1995), Z. Żukowska (1995), J. Drabik (1997), A. Jegier (1999), S. Toczek Werner (2002) i inni.

Wraz ze zmianą potrzeb współczesnego człowieka, coraz bardziej narażonego na zagrożenia, które niesie cywilizacja (szalone tempo życia, brak ruchu), ulega zmianie koncepcja nowoczesnego klubu fitness. Przeobrażeniom ulega oferta klubów, przesuając swoje usługi w kierunku wellness – nastawienia na zapewnienie klientom jeszcze większego komfortu i indywidualne podejście. Ważnym dla efektywnego funkcjonowania na rynku klubu fitness jest, zdaniem K. Pawlikowskiej-Poleszak (2002), uwzględnienie „czterech N” tzn. niematerialności (usługi nie można sprawdzić i dotknąć przed zakupem), nieskładowości (usługi nie można magazynować), niespójności (nie ma jednej idealnej postaci usługi) i niepodzielności (w konsumpcji cały czas biorą udział zarówno usługobiorca jak i usługodawca). Amerykański i zachodnioeuropejski wzorzec klubu fitness to miejsce, gdzie można kompleksowo zadbać o zdrowie, sprawność i urodę a także ciekawie spędzić czas. Na zachodzie Europy podstawową grupę rynku fitness stanowią osoby starsze (50+), mające już stabilny status materialny, świadomość wartości zdrowia i jakości życia. Przewiduje się, że w dalszym ciągu wzrastać będzie uczestnictwo tych ludzi w klubach fitness.

Fitness w Polsce ma krótką historię, ale rozwija się dynamicznie. Z roku na rok wzrasta liczba klubów i uczestniczących w nich osób. Wiąże się to ze wzrostem świadomości i wiedzy społeczeństwa na temat roli aktywności fizycznej w przeciwdziałaniu zagrożeniom cywilizacyjnym, w zachowaniu i kreacji zdrowia, jak również z upowracającym się wzorcem współczesnego człowieka. Człowieka o wysokich kwalifikacjach, elastycznego, dynamicznego i niezależnego. Człowieka sprawnego fizycznie, potrafiącego zadbać o swój wygląd i zdrowie. Polski Rynek fitness szybko reaguje na światowe trendy a ułatwiają to udogodnienia techniczne, zwłaszcza szybki przepływ informacji. Pojawiająca się moda i nowości na rynku światowym szybko docierają i są adaptowane w polskich klubach (E. Niedzielska 2006). Mimo to wzorzec amerykańskiego czy zachodnioeuropejskiego klubu fitness realizowany jest w Polsce jedynie przez duże

kluby funkcjonujące w większych aglomeracjach. W większości polskich klubów podstawową formą działalności są zajęcia ruchowe, nie realizuje się w nich jeszcze programów kompleksowych i specjalistycznych.

### **Cel, metoda i teren badań**

Niniejszy artykuł jest częścią szerszych badań na temat potrzeb kobiet w zakresie aktywności fizycznej oraz ich zaspokajanie przez udział w zajęciach w klubach fitness w wybranych miastach wschodniej Polski.

Celem tego doniesienia jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie jakie czynniki decydują o wyborze klubu fitness?

W badaniach wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego oraz metody statystyczne. Do gromadzenia informacji zastosowano wzajemnie uzupełniające się techniki:

- obserwację,
- ankietę,
- wywiad,
- badanie dokumentów.

Narzędziem systematycznej obserwacji planowej był wcześniej przygotowany arkusz obserwacyjny.

Kwestionariusz ankiety opracowano w trzech wersjach, dla uczestniczek zajęć, instruktorów fitness i kadry zarządzającej klubami. Pytania sformułowane były jednoznacznie i konkretnie, w większości miały charakter zamknięty, zaopatrzone były w tak zwaną kafeterię zamkniętą, półotwartą lub koniunkturalną. Uzupełniające informacje zgromadzono przy pomocy wywiadu przeprowadzonego w oparciu o przygotowany wcześniej kwestionariusz, oraz analizy dokumentacji badanych klubów fitness, dotyczącej organizacji pracy i działalności merytorycznej.

Wyniki badań poddano analizie statystycznej przy użyciu programów Excel i Statistica v.7.1. Wszystkie obliczenia statystyczne wykonano z wyłączeniem braków danych.

Zastosowano statystyki opisowe, takie jak średnia arytmetyczna i odchylenie standardowe. Wykorzystano:

- współczynnik V Cramera,
- test t-Studenta,
- analizę wariancji (ANOVA), oraz testy post-hoc.

### **Materiał badań**

Badania przeprowadzono w 14 klubach fitness funkcjonujących w wybranych miastach wschodniej Polski: Białymstoku, Siedlcach, Białej Podlaskiej, Chełmie, Lublinie, Rzeszowie i Tarnobrzegu. Badaniami objęto 489 kobiet systematycznie uczestniczących w zajęciach fitness, 62 instruktorów prowadzących zajęcia w tych placówkach oraz 13 osób kadry zarządzającej klubami fitness.

### **Analiza wyników badań**

O opinię na ten temat czynników decydujących o wyborze konkretnego klubu fitness poproszono uczestniczki zajęć i instruktorów prowadzących zajęcia fitness w badanych klubach. Respondenci mieli za zadanie ustosunkować się do każdego motywu oddzielnie, mając możliwość oceny w skali punktowej od 1 do 5, w której 1pkt. oznacza motyw najmniej ważny a 5pkt. najważniejszy. Analiza wyników wykazała, że w 50% opinii instruktorów pokrywają się z opiniami uczestniczek (zgodność dotyczy 9 spośród wymienionych motywów). Najwyżej ocenianymi przez respondentów motywami wyboru klubu fitness (średnia ważności ocen powyżej 4 w skali punktowej od 1 do 5) są: „profesjonalność instruktorów”, „atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć”, oraz „miła i profesjonalna obsługa”. Do najmniej ważnych zaliczyli ankietowani: „możliwość spotkania ważnych osobistości”, „dostępną opiekę nad dzieckiem” i „walory przyrodnicze okolicy”, w której znajduje się klub. Pogłębiona analiza statystyczna wykazała, że ocena ważności motywów w opinii instruktorów i uczestniczek zajęć różni się istotnie statystycznie w odniesieniu do 9 spośród analizowanych motywów. Znak minus przy wyniku testu t-Studenta oznacza niższą średnią arytmetyczną oceny ważności danego motywu w opinii uczestniczek. Dane te przedstawiono w tabeli 1.

**Tab.1.** Motywy wyboru klubu fitness w opinii uczestniczek i instruktorów (średnie ocen ważności motywów w skali punktowej od 1 do 5)

| Motywy wyboru klubu fitness             | Uczestniczki |      | Instruktorzy |      | t       |
|-----------------------------------------|--------------|------|--------------|------|---------|
|                                         | $\bar{x}$    | s    | $\bar{x}$    | s    |         |
| Wysoka kultura osobista kadry           | 3,75         | 1,26 | 3,97         | 0,91 | -1,70   |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 4,14         | 1,00 | 4,48         | 0,62 | -3,77** |
| Profesjonalność instruktorów            | 4,31         | 0,93 | 4,69         | 0,62 | -4,28** |
| Wysoka skuteczność usług                | 3,80         | 1,02 | 4,00         | 0,98 | -1,45   |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 4,17         | 1,04 | 4,42         | 0,88 | -1,81   |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 3,62         | 1,15 | 4,03         | 0,87 | -3,36** |
| Wysoki standard sprzętu                 | 3,68         | 1,18 | 3,94         | 0,90 | -1,98   |
| Szeroka oferta usług                    | 3,79         | 1,12 | 3,82         | 0,78 | -0,30   |
| Przystępne ceny usług                   | 3,88         | 1,23 | 3,92         | 1,00 | -0,27   |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 4,12         | 1,14 | 4,42         | 0,76 | -2,04*  |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 2,57         | 1,43 | 3,19         | 1,13 | -3,93** |
| Renoma/marka klubu                      | 2,91         | 1,40 | 3,50         | 0,90 | -4,51** |
| Dogodna lokalizacja                     | 3,57         | 1,39 | 3,53         | 1,00 | 0,28    |
| Walory przyrodnicze                     | 2,15         | 1,32 | 2,19         | 1,13 | -0,31   |
| Bezpłatne karnety                       | 2,29         | 1,52 | 3,24         | 1,45 | -4,64** |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 1,87         | 1,28 | 3,11         | 1,37 | -7,15** |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 1,83         | 1,21 | 2,05         | 1,17 | -1,35   |
| Przywiązanie do instruktorów            | 2,79         | 1,51 | 3,85         | 0,94 | -7,72** |

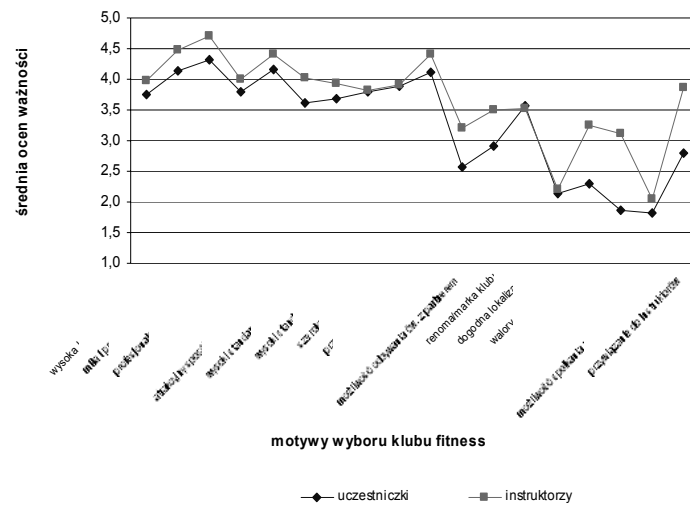
\* - różnica średnich istotna statystycznie na poziomie  $p < 0,05$ \*\* - różnica średnich istotna statystycznie na poziomie  $p < 0,01$ 

Na rycinie 2. przedstawiono średnie oceny ważności poszczególnych motywów wyboru klubu fitness, w opiniach uczestniczek i instruktorów. Wynika z nich, że największy rozdzwitek średnich odpowiedzi między instruktorami i uczestniczkami widoczny jest przy motywie „przywiązanie do instruktorów”. Instruktorzy przeceniają swój wpływ na decyzję wyboru klubu i oceniają go dużo wyżej od uczestniczek. W przypadku instruktorów średnia ocen ważności wynosi 3,85pkt a uczestniczek 2,79pkt.

„Dostępna opieka nad dziećmi” to motyw również oceniany wyżej przez instruktorów średnia ich opinii wynosi 3,11 podczas gdy uczestniczki zajęć oceniają ten motyw za mało ważny i średnia ich odpowiedzi wynosi 1,87.

„Bezpłatne karnety” nie są wysoko ocenianym przez uczestniczki zajęć motywem wyboru klubu fitness, średnia 2,29, instruktorzy ten motyw ocenili dużo wyżej bo na 3,24pkt.

Motywy wyboru klubu fitness zbadano w relacji z wiekiem uczestniczek, wartością BMI, stanem cywilnym, liczbą posiadanych przez nie dzieci oraz poziomem wykształcenia badanych kobiet. Wyniki analizy wariancji (tab.2.) wykazały, że wiek respondentek wpływa na ich opinie dotyczące motywów wyboru klubu fitness.



**Ryc. 2.** Średnie ocen ważności motywów wyboru klubu fitness w opinii uczestniczek i instruktorów (w skali od 1 do 5 pkt.)

**Tab. 2.** Motywy wyboru klubu fitness w zależności od wieku respondentek (wyniki analizy wariancji)

| Motywy wyboru klubu fitness             | SS<br>Efekt | df<br>Efekt | MS<br>Efekt | SS<br>Błąd | df<br>Błąd | MS<br>Błąd | F      |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------|
| Wysoka kultura osobista kadry           | 4,00        | 3           | 1,33        | 760,69     | 479        | 1,59       | 0,84   |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 2,29        | 3           | 0,76        | 482,95     | 484        | 1,00       | 0,76   |
| Profesjonalność instruktorów            | 3,73        | 3           | 1,24        | 418,73     | 482        | 0,87       | 1,43   |
| Wysoka skuteczność usług                | 8,91        | 3           | 2,97        | 487,33     | 477        | 1,02       | 2,91*  |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 14,13       | 3           | 4,71        | 512,03     | 482        | 1,06       | 4,43** |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 23,70       | 3           | 7,90        | 616,11     | 480        | 1,28       | 6,16** |
| Wysoki standard sprzętu                 | 24,17       | 3           | 8,06        | 647,89     | 478        | 1,36       | 5,94** |
| Szeroka oferta usług                    | 3,85        | 3           | 1,28        | 602,65     | 480        | 1,26       | 1,02   |
| Przystępne ceny usług                   | 16,90       | 3           | 5,63        | 711,36     | 478        | 1,49       | 3,79*  |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 5,54        | 3           | 1,85        | 624,01     | 482        | 1,29       | 1,43   |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 12,20       | 3           | 4,07        | 976,12     | 480        | 2,03       | 2,00   |
| Renoma/marka klubu                      | 12,89       | 3           | 4,30        | 937,11     | 480        | 1,95       | 2,20   |
| Dogodna lokalizacja                     | 25,75       | 3           | 8,58        | 906,72     | 480        | 1,89       | 4,54** |
| Walory przyrodnicze                     | 44,56       | 3           | 14,85       | 795,23     | 476        | 1,67       | 8,89** |
| Bezpłatne karnety                       | 44,25       | 3           | 14,75       | 1069,34    | 476        | 2,25       | 6,57** |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 29,48       | 3           | 9,83        | 755,25     | 476        | 1,59       | 6,19** |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 27,36       | 3           | 9,12        | 668,63     | 476        | 1,40       | 6,49** |
| Przwiązanie do instruktorów             | 12,17       | 3           | 4,06        | 1080,95    | 475        | 2,28       | 1,78   |

\*wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,05$

\*\* wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,01$

Motywy „atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć” oraz „wysoka skuteczność usług” okazały się najważniejszymi dla wszystkich kobiet bez względu na ich wiek. Ponadto z analizy można wywnioskować, że respondentki najmłodsze (poniżej 25 roku życia) będą wybierały klub blisko miejsca zamieszkania z przystępnymi cenami świadczonych usług, ponieważ te motywy okazały się dla nich najważniejsze. Są to w większości uczestniczki zajęć uczące się i będące na utrzymaniu rodziców lub opiekunów, dlatego też względy ekonomiczne biorą one pod uwagę bardziej niż inne ankietowane. Panie w wieku od 25 do 34 lat i od 35 do 44 lat cenią kluby o wysokim standardzie pomieszczeń i sprzętu, chociaż nie bez znaczenia jest dla nich cena usług, której ważność w skali punktowej od 1 do 5 oceniły niewiele poniżej 4 pkt. Kobiety w wieku od 25 do 34 lat dodatkowo kierują się przy wyborze odpowiedniego klubu możliwością w nim opieki nad dziećmi. Motyw ten w ogólnej gradacji ważności nisko oceniany jest przez badane, jednak najwyższą średnią ważności odpowiedzi odnotowano właśnie w tej grupie. W tym okresie życia kobiety posiadają małe dzieci i możliwość wyjścia do klubu fitness, w którym można skorzystać z opieki nad dzieckiem jest dla nich ważniejsza niż dla innych. Zależności między motywami wyboru klubu fitness a wiekiem respondentek przedstawiono w tabeli 3.

**Tab. 3.** Zależność motywów wyboru klubu fitness od wieku uczestniczek (wyniki testów post-hoc)

| Motywy wyboru klubu fitness         | Wiek w latach |         |         |           |
|-------------------------------------|---------------|---------|---------|-----------|
|                                     | < 25          | 25 – 34 | 35 – 44 | >44       |
| Wysoka skuteczność usług            | 3,75          | 3,83    | 4,01a   | 3,33a     |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć | 4,08a         | 4,12b   | 4,58a,b | 4,04      |
| Wysoki standard pomieszczeń         | 3,54a         | 3,79b   | 3,61c   | 2,79a,b,c |
| Wysoki standard sprzętu             | 3,61a         | 3,81b   | 3,77c   | 2,79a,b,c |
| Przystępne ceny usług               | 4,04a         | 3,90    | 3,64    | 3,29a     |
| Dogodna lokalizacja                 | 3,76a         | 3,45    | 3,74b   | 2,79a,b   |
| Walory przyrodnicze                 | 2,41a,b       | 2,17c,d | 1,65a,c | 1,33b,d   |
| Bezpłatne karnety                   | 2,52a         | 2,37b   | 1,68a,b | 1,67      |
| Dostępna opieka nad dziećmi         | 1,79a         | 2,10b,c | 1,58b   | 1,17a,c   |
| Możliwość spotkania znanych osób    | 1,81a         | 2,03b,c | 1,45b   | 1,21a,c   |

a, b, c, d - wskazuje na istotną różnicę między daną parą średnich ( $p < 0,05$  dla porównań wielokrotnych)

Analiza wyników wykazała, że wartość BMI badanych kobiet wpływa na niektóre motywy wyboru klubu fitness. Są to „przyjemna atmosfera w klubie”, „walory przyrodnicze”, „bezpłatne karnety”, „dostępna opieka nad dziećmi”. Wyłonienie tych motywów możliwe było po dokonaniu analizy wariancji, której wyniki przedstawiono w tabeli 4.

Istotna statystycznie różnica między daną parą średnich, występuje dla motywu „przyjemna atmosfera w klubie” między kobietami, których BMI wskazuje na niedowagę a kobietami o prawidłowym wskaźniku BMI. Kobiety o wartości prawidłowej BMI znacznie wyżej cenią sobie ten motyw. Przy motywie „bezpłatne karnety” wykryto różnicę statystycznie zależną między paniami z niedowagą a tymi z nadwagą i otyłością oraz między paniami o wartości prawidłowej BMI a respondentkami mającymi nadwagę lub otyłość. Motyw ten najważniejszy jest dla kobiet z wartością wskazującą na niedowagę a najmniej ważny dla respondentek z nadwagą i otyłością. Istotną statystycznie różnicę dla motywu „dostępna opieka nad dziećmi” odnotowano między kobietami z niedowagą a tymi, których wskaźnik BMI pokazuje nadwagę lub otyłość oraz między ankietowanymi o wartości BMI prawidłowej a kobietami mającymi nadwagę. Tab.5.

**Tab.4.** Motywy wyboru klubu fitness w zależności od BMI respondentek (wyniki analizy wariancji)

| Motywy wyboru klubu fitness             | SS<br>Efekt | df<br>Efekt | MS<br>Efekt | SS<br>Błąd | df<br>Błąd | MS<br>Błąd | F      |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------|
| Wysoka kultura osobista kadry           | 0,43        | 2           | 0,21        | 762,70     | 479        | 1,59       | 0,13   |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 0,78        | 2           | 0,39        | 483,73     | 484        | 1,00       | 0,39   |
| Profesjonalność instruktorów            | 1,02        | 2           | 0,51        | 420,96     | 482        | 0,87       | 0,59   |
| Wysoka skuteczność usług                | 3,60        | 2           | 1,80        | 491,20     | 477        | 1,03       | 1,75   |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 1,51        | 2           | 0,75        | 524,63     | 482        | 1,09       | 0,69   |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 1,32        | 2           | 0,66        | 638,34     | 480        | 1,33       | 0,50   |
| Wysoki standard sprzętu                 | 2,12        | 2           | 1,06        | 668,22     | 478        | 1,40       | 0,76   |
| Szeroka oferta usług                    | 0,63        | 2           | 0,31        | 604,41     | 480        | 1,26       | 0,25   |
| Przystępne ceny usług                   | 1,87        | 2           | 0,94        | 725,14     | 478        | 1,52       | 0,62   |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 13,31       | 2           | 6,66        | 616,22     | 482        | 1,28       | 5,21** |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 6,65        | 2           | 3,33        | 979,63     | 480        | 2,04       | 1,63   |
| Renoma/marka klubu                      | 3,11        | 2           | 1,55        | 942,51     | 480        | 1,96       | 0,79   |
| Dogodna lokalizacja                     | 3,15        | 2           | 1,58        | 929,13     | 480        | 1,94       | 0,81   |
| Walory przyrodnicze                     | 11,48       | 2           | 5,74        | 820,15     | 476        | 1,72       | 3,33*  |
| Bezpłatne karnety                       | 36,54       | 2           | 18,27       | 1074,12    | 476        | 2,26       | 8,10** |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 14,96       | 2           | 7,48        | 769,75     | 476        | 1,62       | 4,63*  |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 3,70        | 2           | 1,85        | 690,92     | 476        | 1,45       | 1,28   |
| Przywiązanie do instruktorów            | 8,93        | 2           | 4,47        | 1082,73    | 475        | 2,28       | 1,96   |

\*wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,05$ \*\* wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,01$ **Tab. 5.** Zależność motywów wyboru klubu fitness od BMI uczestniczek (wyniki testów post-hoc)

| Motywy wyboru klubu fitness  | podział według BMI |                    |                     |
|------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
|                              | niedowaga          | wartość prawidłowa | nadwaga lub otyłość |
| Przyjemna atmosfera w klubie | 3,68a              | 4,20a              | 4,00                |
| Walory przyrodnicze          | 2,45a              | 2,15               | 1,82a               |
| Bezpłatne karnety            | 2,64a              | 2,35b              | 1,60a,b             |
| Dostępna opieka nad dziećmi  | 2,23a              | 1,88b              | 1,50a,b             |

a, b - wskazuje na istotną różnicę między daną parą średnich ( $p < 0,05$  dla porównań wielokrotnych)

Stan cywilny respondentek ma istotny związek z oceną ważności takich motywów wyboru klubu fitness, jak: „wysoka kultura osobista kadry”, „miła i profesjonalna obsługa”, „przystępne ceny usług”, „przyjemna atmosfera w klubie”, „walory przyrodnicze”, „bezpłatne karnety” i „przywiązanie do instruktorów”. Wyniki analizy wariancji przedstawiono w tabeli 6.

**Tab.6.** Motywy wyboru klubu fitness w zależności od stanu cywilnego respondentek (wyniki analizy wariancji)

| Motywy wyboru klubu fitness             | SS<br>Efekt | df<br>Efekt | MS<br>Efekt | SS<br>Błąd | df<br>Błąd | MS<br>Błąd | F       |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|---------|
| Wysoka kultura osobista kadry           | 16,27       | 2           | 8,14        | 748,41     | 480        | 1,56       | 5,22**  |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 22,20       | 2           | 11,10       | 463,05     | 485        | 0,95       | 11,62** |
| Profesjonalność instruktorów            | 2,36        | 2           | 1,18        | 420,11     | 483        | 0,87       | 1,35    |
| Wysoka skuteczność usług                | 2,81        | 2           | 1,40        | 493,43     | 478        | 1,03       | 1,36    |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 5,10        | 2           | 2,55        | 521,06     | 483        | 1,08       | 2,36    |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 4,76        | 2           | 2,38        | 635,05     | 481        | 1,32       | 1,80    |
| Wysoki standard sprzętu                 | 3,12        | 2           | 1,56        | 668,95     | 479        | 1,40       | 1,12    |
| Szeroka oferta usług                    | 0,27        | 2           | 0,14        | 606,23     | 481        | 1,26       | 0,11    |
| Przystępne ceny usług                   | 10,87       | 2           | 5,43        | 717,39     | 479        | 1,50       | 3,63*   |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 14,67       | 2           | 7,33        | 614,88     | 483        | 1,27       | 5,76**  |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 3,34        | 2           | 1,67        | 984,98     | 481        | 2,05       | 0,82    |
| Renoma/marka klubu                      | 0,61        | 2           | 0,30        | 949,39     | 481        | 1,97       | 0,15    |
| Dogodna lokalizacja                     | 1,25        | 2           | 0,62        | 931,22     | 481        | 1,94       | 0,32    |
| Walory przyrodnicze                     | 18,07       | 2           | 9,04        | 821,72     | 477        | 1,72       | 5,25**  |
| Bezpłatne karnety                       | 23,96       | 2           | 11,98       | 1089,62    | 477        | 2,28       | 5,25**  |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 6,57        | 2           | 3,28        | 778,16     | 477        | 1,63       | 2,01    |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 3,97        | 2           | 1,99        | 692,02     | 477        | 1,45       | 1,37    |
| Przywiązanie do instruktorów            | 15,72       | 2           | 7,86        | 1077,41    | 476        | 2,26       | 3,47*   |

\*wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,05$ \*\* wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,01$ 

Analiza wariancji wyłoniła siedem, spośród osiemnastu statystycznie zależnych od stanu cywilnego respondentek motywów wyboru klubu. Przy motywie „wysoka kultura osobista kadry” odnotowano różnicę statystycznie zależną między kobietami zamężnymi a rozwiedzionymi lub wdowami. Mężatki motyw ten oceniały wyżej od rozwiedzionych i wdów. Motyw „miła i profesjonalna obsługa” jest według uczestniczek i instruktorów ważniejszy od innych, ponieważ średnia arytmetyczna opinii badanych w ogólnej analizie wynosi powyżej 4,0 w skali punktowej od 1 do 5. Dla tego motywu wykryto różnicę istotną statystycznie między pannami i kobietami zamężnymi oraz między kobietami rozwiedzionymi i wdowami a respondentkami zamężnymi. W obu przypadkach kobiety zamężne wyżej oceniają miłą i profesjonalną obsługę w klubie niż pozostałe. „Przystępne ceny usług” najważniejsze są dla mężatek i statystycznie zależną różnicę odnotowano między tymi paniami a wdowami lub rozwiedzionymi. „Przyjemna atmosfera w klubie” to czynnik najwyżej oceniany przez wszystkie grupy kobiet. Dla pań i mężatek średnia z ocen ważności wynosi powyżej 4 pkt. a dla wdów i rozwiedzionych 3,35. Różnica zależna statystycznie wyłoniona została między grupą pań a grupą kobiet rozwiedzionych i wdów oraz między mężatkami a rozwiedzionymi i wdowami. Przy wszystkich motywach zależnych od stanu cywilnego respondentek, statystycznie zależne różnice odnotowano między parami, w których jedną z nich były wdowy lub rozwiedzione. Kobiety te niżej od pozostałych oceniały wszystkie motywy wyboru klubu. Zależności motywów od stanu cywilnego przedstawiono w tabeli 7.

**Tab. 7.** Zależność motywów wyboru klubu fitness od stanu cywilnego uczestniczek (wyniki testów post-hoc)

| Motywy wyboru klubu fitness   | stan cywilny |         |                        |
|-------------------------------|--------------|---------|------------------------|
|                               | panna        | zamężna | wdowa lub rozwiedziona |
| Wysoka kultura osobista kadry | 3,67         | 3,94a   | 3,17a                  |
| Miła i profesjonalna obsługa  | 4,07a        | 4,35a,b | 3,39b                  |
| Przystępne ceny usług         | 3,82         | 4,04a   | 3,38a                  |
| Przyjemna atmosfera w klubie  | 4,08a        | 4,11b   | 3,35a,b                |
| Walory przyrodnicze           | 2,25a        | 2,07b   | 1,33a,b                |
| Bezpłatne karnety             | 2,44a        | 2,17b   | 1,43a,b                |
| Przywiązanie do instruktorów  | 2,90a        | 2,72    | 2,05a                  |

a, b - wskazuje na istotną różnicę między daną parą średnich ( $p < 0,05$  dla porównań wielokrotnych)

Analiza wariancji wyłoniła pięć, spośród osiemnastu motywów wyboru klubu statystycznie zależnych od liczby posiadanych przez respondentki dzieci. Wyniki przedstawiono w tabeli 8.

**Tab.8.** Zależność motywów wyboru klubu a liczba posiadanych przez respondentki dzieci (wyniki analizy wariancji)

| Motywy wyboru klubu fitness             | SS<br>Efekt | Df<br>Efekt | MS<br>Efekt | SS<br>Błąd | df<br>Błąd | MS<br>Błąd | F      |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|--------|
| Wysoka kultura osobista kadry           | 3,27        | 2           | 1,63        | 760,23     | 477        | 1,59       | 1,03   |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 3,13        | 2           | 1,57        | 480,61     | 482        | 1,00       | 1,57   |
| Profesjonalność instruktorów            | 3,66        | 2           | 1,83        | 415,24     | 480        | 0,87       | 2,11   |
| Wysoka skuteczność usług                | 4,55        | 2           | 2,28        | 475,24     | 475        | 1,00       | 2,28   |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 4,28        | 2           | 2,14        | 520,47     | 480        | 1,08       | 1,97   |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 6,29        | 2           | 3,15        | 627,84     | 478        | 1,31       | 2,40   |
| Wysoki standard sprzętu                 | 8,94        | 2           | 4,47        | 656,95     | 476        | 1,38       | 3,24*  |
| Szeroka oferta usług                    | 8,09        | 2           | 4,05        | 595,42     | 478        | 1,25       | 3,25*  |
| Przystępne ceny usług                   | 0,44        | 2           | 0,22        | 725,01     | 476        | 1,52       | 0,15   |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 7,46        | 2           | 3,73        | 619,72     | 480        | 1,29       | 2,89   |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 7,43        | 2           | 3,71        | 975,74     | 478        | 2,04       | 1,82   |
| Renoma/marka klubu                      | 6,45        | 2           | 3,22        | 936,23     | 478        | 1,96       | 1,65   |
| Dogodna lokalizacja                     | 5,35        | 2           | 2,67        | 911,82     | 478        | 1,91       | 1,40   |
| Walory przyrodnicze                     | 12,33       | 2           | 6,16        | 824,10     | 474        | 1,74       | 3,55*  |
| Bezpłatne karnety                       | 21,46       | 2           | 10,73       | 1088,67    | 474        | 2,30       | 4,67** |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 8,60        | 2           | 4,30        | 774,60     | 474        | 1,63       | 2,63   |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 13,44       | 2           | 6,72        | 680,47     | 474        | 1,44       | 4,68** |
| Przywiązanie do instruktorów            | 0,42        | 2           | 0,21        | 1081,42    | 473        | 2,29       | 0,09   |

\*wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,05$

\*\* wynik istotny statystycznie na poziomie  $p < 0,01$

Analiza wyników wykazała, że liczba dzieci istotnie wpływa na ocenę ważności pięciu spośród badanych motywów wyboru klubu fitness. Są to: „wysoki standard sprzętu”, „szeroka oferta usług”, „walory przyrodnicze”, „bezpłatne karnety” i „możliwość spotkania znanych osobistości”. Najważniejszy z nich to motyw „wysoki standard sprzętu” a istotną statystycznie różnicę odnotowano dla tego motywu między kobietami posiadającymi jedno dziecko a kobietami z dwójką i więcej dzieci. Kobiety z jednym dzieckiem wyposażenie klubu w dobry sprzęt cenią wyżej od kobiet wielodzietnych. „Szeroka oferta usług” oceniana jest tak samo przez panie nieposiadające dzieci i te, które mają ich dwoje lub więcej i różnicę statystyczne zależną odnotowano między nimi a kobietami mającymi jedno dziecko. „Walory przyrodnicze”, „bezpłatne karnety” oraz „możliwość spotkania znanych osobistości” to motywy nisko uplasowane w hierarchii ważności w stosunku do innych, ich średnia w skali punktowej od 1 do 5 wynosi poniżej 3pkt.

**Tab. 9.** Zależność motywów wyboru klubu fitness od liczby posiadanych przez uczestniczki dzieci (wyniki testów post-hoc)

| Motywy wyboru klubu fitness             | liczba dzieci |         |                |
|-----------------------------------------|---------------|---------|----------------|
|                                         | nie posiadam  | jedno   | dwoje i więcej |
| Wysoki standard sprzętu                 | 3,68          | 3,94a   | 3,51a          |
| Szeroka oferta usług                    | 3,84a         | 3,53a,b | 3,84b          |
| Walory przyrodnicze                     | 2,21a         | 2,29b   | 1,83a,b        |
| Bezpłatne karnety                       | 2,40a         | 2,43b   | 1,87a,b        |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 1,77a         | 2,18a,b | 1,70b          |

a, b - wskazuje na istotną różnicę między daną parą średnich ( $p < 0,05$  dla porównań wielokrotnych)

Wyszkolenie badanych kobiet uczestniczących w zajęciach fitness istotnie wpływa na ocenę ważności czterech spośród analizowanych motywów wyboru klubu. Istotne statystycznie różnice między średnimi arytmetycznymi ocen ważności motywów stwierdzono w odniesieniu do atrakcyjnego sposobu prowadzenia zajęć, dogodnej lokalizacji klubu, walorów przyrodniczych i przywiązaniu do instruktorów. Analiza wyników badań wykazała, że kobiety legitymujące się średnim i podstawowym wykształceniem istotnie wyżej oceniły ważność tych motywów niż panie z wykształceniem wyższym.

Wyniki przeprowadzonego testu t-Studenta przedstawiono w tabeli 10.

Wyniki badań A. Igłowskiej i M. Lipowskiego (2004) wykazały, różne od naszych zależności motywów wyboru klubu od wykształcenia. W badaniach tych kobiety z wyższym wykształceniem chętniej niż inne odwiedzają kluby z szeroka ofertą usług, cieszące się dobrą renomą, umożliwiające uprawianie aktywności fizycznej wraz z rodziną i położone blisko miejsca zamieszkania.

Otrzymane wyniki wyraźnie wskazują, że w największym stopniu o wyborze danego klubu fitness decydują motywy należące do grupy tzw. czynnika ludzkiego. Są to miła i „profesjonalna obsługa” – ocena ważności tego motywu zależy od stanu cywilnego respondentek, „profesjonalność instruktorów” – na ocenę ważności tego motywu nie mają wpływu zmienne niezależne, „atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć” – wpływ na ocenę tego motywu ma wiek i wykształcenie badanych oraz „przyjemna atmosfera w klubie” – ocena ważności zależna od BMI respondentek i ich stanu cywilnego. Średnia ocen ważności dla tych motywów wynosi powyżej 4pkt. w skali od 1 do 5.

## Dyskusja i wnioski

Brak jest badań uwzględniających zależność motywów wyboru klubu fitness od wyżej wymienionych zmiennych. Dlatego można jedynie odwołać się do wyników nielicznych autorów, którzy analizowali motywy wyboru klubu nie uwzględniając zmiennych niezależnych lub tylko niektóre z nich. A. Igłowska i M. Lipowski. (2004), badali motywy wyboru klubu fitness w zależności od wykształcenia respondentek. Z badań tych wynika, że kobiety z wyższym wykształceniem za najważniejsze uznały takie motywy wyboru klubu, jak „szeroka ofertę usług”, „dobra renomę klubu” oraz dogodna lokalizacja i „możliwość odbywania

**Tab. 10.** Zależność motywów wyboru klubu fitness od wykształcenia respondentek

| Motywy wyboru klubu fitness             | Wykształcenie |      |                           |      | t       |
|-----------------------------------------|---------------|------|---------------------------|------|---------|
|                                         | wyższe        |      | średnie<br>lub podstawowe |      |         |
|                                         | $\bar{x}$     | s    | $\bar{x}$                 | s    |         |
| Wysoka kultura osobista kadry           | 3,77          | 1,25 | 3,72                      | 1,28 | 0,40    |
| Miła i profesjonalna obsługa            | 4,11          | 1,01 | 4,20                      | 0,97 | -0,85   |
| Profesjonalność instruktorów            | 4,27          | 0,97 | 4,40                      | 0,85 | -1,45   |
| Wysoka skuteczność usług                | 3,77          | 1,05 | 3,86                      | 0,94 | -0,92   |
| Atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć     | 4,08          | 1,07 | 4,35                      | 0,97 | -2,67** |
| Wysoki standard pomieszczeń             | 3,55          | 1,17 | 3,76                      | 1,09 | -1,89   |
| Wysoki standard sprzętu                 | 3,62          | 1,23 | 3,83                      | 1,06 | -1,86   |
| Szeroka oferta usług                    | 3,75          | 1,14 | 3,87                      | 1,08 | -1,13   |
| Przystępne ceny usług                   | 3,85          | 1,28 | 3,95                      | 1,11 | -0,82   |
| Przyjemna atmosfera w klubie            | 4,15          | 1,11 | 4,05                      | 1,20 | 0,86    |
| Możliwość odbywania ćwiczeń z partnerem | 2,51          | 1,49 | 2,71                      | 1,30 | -1,48   |
| Renoma/marka klubu                      | 2,89          | 1,44 | 2,94                      | 1,32 | -0,36   |
| Dogodna lokalizacja                     | 3,46          | 1,44 | 3,80                      | 1,24 | -2,54*  |
| Walory przyrodnicze                     | 2,01          | 1,29 | 2,42                      | 1,36 | -3,20** |
| Bezpłatne karnety                       | 2,24          | 1,46 | 2,41                      | 1,64 | -1,14   |
| Dostępna opieka nad dziećmi             | 1,87          | 1,30 | 1,86                      | 1,25 | 0,11    |
| Możliwość spotkania znanych osobistości | 1,78          | 1,23 | 1,93                      | 1,15 | -1,28   |
| Przywiązanie do instruktorów            | 2,68          | 1,51 | 3,01                      | 1,49 | -2,25*  |

\* - różnica średnich istotna statystycznie na poziomie  $p < 0,05$ \*\* - różnica średnich istotna statystycznie na poziomie  $p < 0,01$ 

ćwiczeń z rodziną”. Nie pokrywa się to w pełni z wynikami naszych badań, wskazujących, że kobiety z wyższym wykształceniem cenią najbardziej kluby zatrudniające profesjonalną kadrę (średnia ocen ważności 4,27pkt.), w których jest miła i profesjonalna obsługa (średnia 4,15pkt.), a instruktorzy w atrakcyjny sposób prowadzą zajęcia (średnia 4,08pkt.). Z badań B. Marciszewskiej (1997) wynika, że ważnym elementem decydującym o wyborze klubu jest wyspecjalizowana kadra. Autorka uznała, że jest to podstawowy czynnik sukcesu pozyskiwania przez kluby klientek. Różniące się od naszych wyniki uzyskali A. Poznańska i wsp. (2005). wskazują one, że najważniejszym motywem wyboru klubu fitness jest dogodna ich lokalizacja.

### Wnioski

Analiza wyników dotycząca wyboru klubu fitness wykazała, że ocena ważności motywów w opinii instruktorów i uczestniczek zajęć różni się istotnie statystycznie na poziomie  $p < 0,05$  w odniesieniu do 9 spośród analizowanych motywów są to: „profesjonalność instruktorów”, „miła i profesjonalna obsługa” – te

motywy były dla obu grup najważniejsze (średnia powyżej 4 pkt), lecz instruktorzy oceniali je istotnie wyżej od uczestniczek. Dodatkowo różnicę statystycznie zależną odnotowano w odniesieniu do motywów, których średnie ocen ważności wynoszą poniżej 4 pkt. Są to: „wysoki standard pomieszczeń”, „przyjemna atmosfera w klubie”, „możliwość ćwiczenia wspólnie z partnerem”, „renoma klubu”, „bezpłatne karnety” oraz „dostępna opieka nad dziećmi”.

Otrzymane wyniki wyraźnie wskazują, że w największym stopniu o wyborze danego klubu fitness decydują motywy należące do grupy tzw. czynnika ludzkiego. Są to: „miła i profesjonalna obsługa” – ocena ważności tego motywu zależy od stanu cywilnego respondentek, „profesjonalność instruktorów” – na ocenę ważności tego motywu nie mają wpływu zmienne niezależne, „atrakcyjny sposób prowadzenia zajęć” – wpływ na ocenę tego motywu ma wiek i wykształcenie badanych oraz „przyjemna atmosfera w klubie” – ocena ważności zależy od BMI respondentek i ich stanu cywilnego. Średnia ocen ważności dla tych motywów wynosi powyżej 4 pkt. w skali od 1 do 5.

#### Literatura:

1. Demel M., Humen W. (1970), *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej*. Sport i Turystyka, Warszawa.
2. Drabik J. (1997), *Aktywność sprawność i wydolność fizyczna, jako mierniki zdrowia człowieka*. AWFIS Gdańsk.
3. Iglowska A., Lipowski M. (2004), *Czynniki decydujące o wyborze klubu fitness w odczuciu uczestniczek rekreacji ruchowej*. W: Marciszewska B., Ożdziński J. (red.), *Rekreacja, turystyka, kultura: współczesne problemy i perspektywy wykorzystania czasu wolnego*. AWFIS Gdańsk s. 89-95.
4. Jegier A (1999), *Promocja zdrowia i zapobieganie chorobom*. Warszawa.
5. Kozłowski S. (1964), *Rekreacja fizyczna w świetle współczesnej fizjologii i gerontologii*. TKKF Łódź.
6. Kuński H. (1993), *O sztuce promowania zdrowia*. Magazyn Med. T.4, z.1 s.9-12.
7. Marciszewska B. (1997), *Marketing usług rekreacyjno-sportowych*. Biblioteka Trenera, Warszawa.
8. Niedzielska E. (2006), *Nowe kierunki rozwoju fitness, jako odpowiedź na wciąż rosnące wymagania rynku fitness*. W: Dąbrowski A. (red.) *Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013*. Warszawa, s. 310- 313.
9. Pawlikowska-Poleszak K. (2002), *Czy klient ocenia Twój klub tak samo jak Ty?* W: *Skrypt poseminaryjny*, *Akademia Body Life*, Warszawa AWF.
10. Poznańska A., Drożdż G. (2005), *Fitness- świadomy wybór zdrowego stylu życia – wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w krakowskich klubach fitness*. W: Umiastowska D. (red.) *Aktywność ruchowa ludzi w różnym wieku*. Wydawnictwo Promocyjne Albatros, Szczecin, tom 9, s.364-370.
11. Toczek Werner S. (red.) (2002), *Podstawy rekreacji i turystyki*. AWF Wrocław, Wrocław.
12. Wolańska T. (1995) *Społeczno – wychowawcze wartości rekreacji fizycznej w cyklu życia człowieka*. W: Siwiński W. (red.) *Kultura fizyczna i turystyka*. PWD. Poznań, 24-32.
13. Żukowska Z. (1995), *Wprowadzenie do problematyki*. W: Żukowska Z. (red.) *Sport w życiu kobiety*. Warszawa s.6-9.

## FACTORS DETERMINING THE CHOICE OF A FITNESS CLUB IN THE OPINION OF WOMEN PARTICIPATING IN FITNESS CLASSES IN THE AREA OF EASTERN POLAND

Człowiek i Zdrowie Nr I (IV) 2010, 141-151

Ewa Stępień<sup>1</sup>, Jacek Stępień<sup>2</sup>, Ewelina Niżnikowska<sup>1</sup>

1. Pope John Paul II University in Biała Podlaska

2. The Faculty of Physical Education in Biała Podlaska

**Abstract:** The main aim of this article is to gather information on choosing fitness club factors. In order to achieve that goal, two tasks have been realised. Firstly, there has been conducting the analysis of activities in selected fitness clubs in towns of Eastern Poland. Secondly, the researcher wanted to gather the women's opinions and knowledge concerning the influence of fitness activities on their lifestyles. The research results were statistically analysed with the use of Excel and Statistica programmes. Such descriptive statistics as arithmetic mean and standard deviation were also used. On the basis of the research there has been determined the following factors: a staff professionalism, an attractive way of conducting classes and a nice and professional service. These factors are seen as the most crucial for both fitness instructors and fitness participants while choosing the fitness club.

**Key words:** fitness club, physical activity, fitness, needs

### Introduction

Realities of contemporary life require an increased professional activity from us. They extort keeping our physical and intellectual-emotional fitness in good shape. They also impose a particular style of relaxation, which does not exist without physical activity. Physical recreation undertaken by a man in the leisure time assures him relaxation and joy, and is the source of expression of positive emotions and aesthetic experiences. Moreover, it influences health status of an individual and constitutes one of the most important factors affecting human health. These values were emphasized by S. Kozłowski (1964), M. Demel, W. Humen (1970), H. Kuński (1993), T. Wolańska (1995), Z. Żukowska (1995), J. Drabik (1997), A. Jegier (1999), S. Toczek Werner (2002) and others.

Alongside with the changing needs of a contemporary man, who is more and more exposed to the threats of civilization (crazy pace of life, no physical activity), a change proceeds also in the concept of a modern fitness club. Services offered by fitness clubs undergo transformation into wellness services, a client is provided even a greater comfort and individual treatment. According to K. Pawlikowska-Poleszak (2002), following the principle of "four is" is crucial for the effective functioning of the fitness club market. This rule includes: immateriality (services cannot be examined or touched before the purchase), inability of storage (service cannot be stored), incoherence (there is no one ideal form of service) and indivisibility (both the service supplier and the customer take part in the continuous process of consumption). According to the American and Western European model, a fitness club constitutes a place where one can thoroughly take care of their health, physical fitness and beauty, as well as spend some time in an interesting way. In the Western Europe, the basic target group of fitness clubs are older people (50+), who have already earned a stable economic status, are aware of the value of health and the quality of life. Presumably, the participation of this group of people in fitness club classes is estimated to increase.

Although the notion of fitness in Poland has a short history, it is observed to develop dynamically. The number of fitness clubs and their participants increases year after year. It is associated with the increasing awareness and knowledge of the society on the role the physical activity plays in counteracting the threats of civilization, in preserving and shaping good health as well as with the popularized model of a contemporary man. A man of high skills, who is flexible, dynamic and independent. A man physically fit, able to take care of his appearance and health. The Polish fitness market responds quickly to the world's trends thanks to technical conveniences, especially the fast flow of information. Fashion and novelties appearing on the world's market are quickly spotted and easily adapted in Polish fitness clubs (E. Nie-

dzielska 2006). Nevertheless, the American and Western European model of a fitness club is being realized in Poland only by larger fitness clubs functioning in larger agglomerations. In the majority of Polish fitness clubs the basic form of exercises are motor activities. Complex and specialist programs are not, however, implemented there yet.

### **The aim, method and area of the research**

The following article is a component part of a broader research into the women's needs concerning the physical activity and satisfying such needs by participation in fitness club classes in the selected cities of Poland.

The aim of this research was to obtain the answer to the following question: Which factors determine the choice of a fitness club? The research was conducted with the diagnostic survey method supported by statistical methods. Data were collected by means of the following correlated techniques:

- observation
- questionnaire
- interview
- documentation analysis.

A previously prepared observation sheet constituted a research tool in systematic planned observation.

The questionnaire was prepared in three versions distributed among the female participants of fitness clubs, fitness instructors and fitness clubs managers. The questions were unambiguous and concrete, mostly closed and supplied with the so-called cafeteria-style checklist comprising closed, half open and multiple choice questions. The supplementary information was gathered through an interview conducted on the basis of the previously prepared questionnaire, and through analysis of documentation from fitness clubs concerning organization of work and substantial activities.

The results of the research were analyzed statistically by the application of Excel and Statistica v.7.1. software. All statistical calculations were carried out taking no notice of the areas lacking data.

Descriptive statistics, such as the arithmetic mean and standard deviation, were applied.

Additionally use was made of:

- Cramer's V coefficient,
- Student's t-test,
- ANOVA analysis of variance and post-hoc tests.

### **Research material**

The research was conducted in 14 fitness clubs functioning in the selected cities of Eastern Poland: Białystok, Siedlce, Biała Podlaska, Chełm, Lublin, Rzeszów and Tarnobrzeg. In total, 489 women systematically participating in fitness classes, 62 fitness instructors and 13 fitness club managers were examined in the study.

### **Analysis of research results**

Female participants of fitness clubs and fitness club instructors of the selected fitness clubs were asked to express their opinion about the factors determining the choice of a particular fitness club. The respondents were to comment upon every single factor, by giving it a score varying between 1 and 5 points, where 1 point indicates the least important factor and 5 points - the most important one. The analysis revealed that 50% of the fitness instructor opinions corresponded to the opinions of female participants (the conformity concerns 9 factors out of all the factors presented). Factors which received the highest number of points (the mean score of factors importance above 4 points in a 5-point scale) are: "fitness instructors' professionalism", "attractive way of holding classes" as well as "nice and professional personnel". The least significant factors turned out to be: "the possibility of meeting celebrities", "child care availability" and "natural values of the area" the fitness club is located in. An in-depth statistical analysis revealed that the opinions of fitness instructors and female participants on factors importance differed statistically significantly in relation to 9 factors. A negative sign next to the result of Student's t-test denotes a lower

arithmetic mean in the assessment of the importance of particular factor in the female participants' opinion. These data were presented in table 1.

**Tab. 1.** Factors determining the choice of a fitness club in the opinion of female participants and fitness instructors (the mean values of the assessment of factors importance in a 5-point scale)

| Factors determining the choice of a fitness club | Female participants |      | Fitness instructors |      | t       |
|--------------------------------------------------|---------------------|------|---------------------|------|---------|
|                                                  | $\bar{x}$           | s    | $\bar{x}$           | s    |         |
| Impeccable manners of personnel                  | 3.75                | 1.26 | 3.97                | 0.91 | -1.70   |
| Nice and professional personnel                  | 4.14                | 1.00 | 4.48                | 0.62 | -3.77** |
| Fitness instructors' professionalism             | 4.31                | 0.93 | 4.69                | 0.62 | -4.28** |
| High effectiveness of services                   | 3.80                | 1.02 | 4.00                | 0.98 | -1.45   |
| Attractive way of holding classes                | 4.17                | 1.04 | 4.42                | 0.88 | -1.81   |
| High standard of rooms                           | 3.62                | 1.15 | 4.03                | 0.87 | -3.36** |
| High standard of equipment                       | 3.68                | 1.18 | 3.94                | 0.90 | -1.98   |
| Wide range of services                           | 3.79                | 1.12 | 3.82                | 0.78 | -0.30   |
| Moderate prices of services                      | 3.88                | 1.23 | 3.92                | 1.00 | -0.27   |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 4.12                | 1.14 | 4.42                | 0.76 | -2.04*  |
| The possibility of exercising with a partner     | 2.57                | 1.43 | 3.19                | 1.13 | -3.93** |
| Club's reputation/ brand                         | 2.91                | 1.40 | 3.50                | 0.90 | -4.51** |
| Convenient location                              | 3.57                | 1.39 | 3.53                | 1.00 | 0.28    |
| Natural values of the area                       | 2.15                | 1.32 | 2.19                | 1.13 | -0.31   |
| Free tickets                                     | 2.29                | 1.52 | 3.24                | 1.45 | -4.64** |
| Child care availability                          | 1.87                | 1.28 | 3.11                | 1.37 | -7.15** |
| The possibility of meeting celebrities           | 1.83                | 1.21 | 2.05                | 1.17 | -1.35   |
| Attachment to instructors                        | 2.79                | 1.51 | 3.85                | 0.94 | -7.72** |

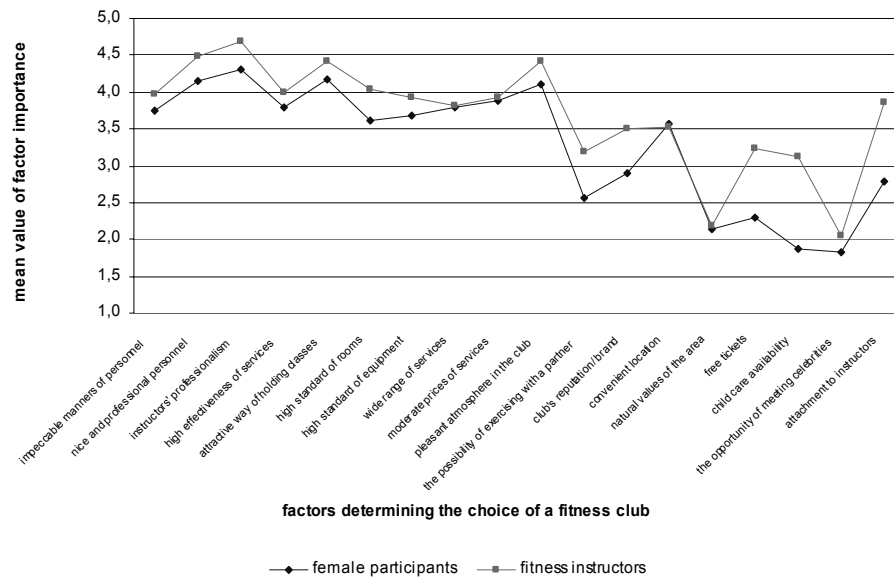
\*- statistically significant differences between mean values at  $p < 0.05$

\*\* - statistically significant differences between mean values at  $p < 0.01$

Figure 2 presents the mean values of the importance of particular factors determining the choice of a fitness club in the opinion of female participants and fitness instructors. They indicate that the greatest discrepancy between answers of the fitness instructors and female participants occurred in the case of the factor "attachment to instructors". Fitness instructors overestimated their influence on the decision concerning the choice of a fitness club and evaluated it higher than the female participants. In the case of fitness instructors, the mean score for this factor importance accounted for 3.95 points, whereas in the case of participants for 2.79 points.

"Child care availability" was also higher estimated by the fitness instructors (the mean of their scores reached 3.11), whereas the female participants valued this factor as less important (1.87).

"Free tickets" were not a highly valued factor among female participants, the mean score accounted for 2.29 points. Fitness instructors scored this factor much higher, i.e. for as many as 3.24 points.



**Fig. 2.** Mean score of the importance of the factors determining the choice of a fitness club in the opinion of female participants and fitness instructors (scale 1 to 5 points)

Factors determining the choice of a fitness club were examined as affected by the fitness club participants' age, BMI values, marital status, education and the number of children they have. Results of the analysis of variance (table 2) show that the age of the respondents influenced their opinions concerning the choice of a fitness club.

**Tab. 2.** Factors determining the choice of a fitness club as affected by the age of the respondents (results of the analysis of variance)

| Factors determining the choice of a fitness club | SS Effect | df Effect | MS Effect | SS Error | df Error | MS Error | F      |
|--------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|--------|
| Impeccable manners of personnel                  | 4.00      | 3         | 1.33      | 760.69   | 479      | 1.59     | 0.84   |
| Nice and professional personnel                  | 2.29      | 3         | 0.76      | 482.95   | 484      | 1.00     | 0.76   |
| Instructors professionalism                      | 3.73      | 3         | 1.24      | 418.73   | 482      | 0.87     | 1.43   |
| High effectiveness of services                   | 8.91      | 3         | 2.97      | 487.33   | 477      | 1.02     | 2.91*  |
| Attractive way of holding classes                | 14.13     | 3         | 4.71      | 512.03   | 482      | 1.06     | 4.43** |
| High standard of rooms                           | 23.70     | 3         | 7.90      | 616.11   | 480      | 1.28     | 6.16** |
| High standard of equipment                       | 24.17     | 3         | 8.06      | 647.89   | 478      | 1.36     | 5.94** |
| Wide range of services                           | 3.85      | 3         | 1.28      | 602.65   | 480      | 1.26     | 1.02   |
| Moderate prices of services                      | 16.90     | 3         | 5.63      | 711.36   | 478      | 1.49     | 3.79*  |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 5.54      | 3         | 1.85      | 624.01   | 482      | 1.29     | 1.43   |
| The possibility of exercising with a partner     | 12.20     | 3         | 4.07      | 976.12   | 480      | 2.03     | 2.00   |
| Club's reputation/ brand                         | 12.89     | 3         | 4.30      | 937.11   | 480      | 1.95     | 2.20   |
| Convenient location                              | 25.75     | 3         | 8.58      | 906.72   | 480      | 1.89     | 4.54** |
| Natural values of the area                       | 44.56     | 3         | 14.85     | 795.23   | 476      | 1.67     | 8.89** |
| Free tickets                                     | 44.25     | 3         | 14.75     | 1069.34  | 476      | 2.25     | 6.57** |
| Child care availability                          | 29.48     | 3         | 9.83      | 755.25   | 476      | 1.59     | 6.19** |
| The opportunity of meeting celebrities           | 27.36     | 3         | 9.12      | 668.63   | 476      | 1.40     | 6.49** |
| Attachment to instructors                        | 12.17     | 3         | 4.06      | 1080.95  | 475      | 2.28     | 1.78   |

\*statistically significant result at  $p < 0.05$

\*\*statistically significant result at  $p < 0.01$

The factors “attractive way of holding classes” and “high effectiveness of services” turned out to be the most important to all the women, regardless of their age. Moreover, it can be concluded that the youngest respondents (women below the age of 25) will choose a fitness club which is close to their place of living and offers moderate prices of services, as these factors turned out to be the most important to these women. In majority, the youngest female participants were students, still dependent on their parents or guardians, that is why they take the economic factors into account more often than the other respondents. Women at the age of 25-34 and 35-44 were shown to appreciate fitness clubs with a high standard of rooms and equipment. Nevertheless, the price of services was still important to them, they evaluated the importance of this factor only slightly below 4 points (in a 5-point scale). While choosing a fitness club, the women at the age of 25-34 were additionally taking into account the possibility of child care provided in the club. In the overall importance evaluation, this factor received a low number of points, nevertheless, the highest mean score of its importance was noted in this group of women. In this period of their life women have small children and the possibility of going to a fitness club in which they can leave their children under good care is more important to them than to other women. The correlations between the factors determining the choice of a fitness club and the age of the respondents are presented in table 3.

**Tab. 3.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and the age of the respondents (results of the post-hoc tests)

| Factors determining<br>the choice of a fitness club | Age in years |         |         |           |
|-----------------------------------------------------|--------------|---------|---------|-----------|
|                                                     | < 25         | 25 – 34 | 35 – 44 | >44       |
| High effectiveness of services                      | 3.75         | 3.83    | 4.01a   | 3.33a     |
| Attractive way of holding classes                   | 4.08a        | 4.12b   | 4.58a.b | 4.04      |
| High standard of rooms                              | 3.54a        | 3.79b   | 3.61c   | 2.79a.b.c |
| High standard of equipment                          | 3.61a        | 3.81b   | 3.77c   | 2.79a.b.c |
| Moderate prices of services                         | 4.04a        | 3.90    | 3.64    | 3.29a     |
| Convenient location                                 | 3.76a        | 3.45    | 3.74b   | 2.79a.b   |
| Natural values of the area                          | 2.41a.b      | 2.17c.d | 1.65a.c | 1.33b.d   |
| Free tickets                                        | 2.52a        | 2.37b   | 1.68a.b | 1.67      |
| Child care availability                             | 1.79a        | 2.10b.c | 1.58b   | 1.17a.c   |
| The possibility of meeting celebrities              | 1.81a        | 2.03b.c | 1.45b   | 1.21a.c   |

a, b, c, d – indicate a significant difference between the given pair of mean values ( $p < 0.05$  for multiple comparisons)

The analysis of the results revealed that the BMI values of the examined women influenced some of the factors determining their choice of a fitness club, including: “pleasant atmosphere in the club”, “natural values of the area”, “free season tickets”, and “child care availability”. These factors were selected based on the analysis of variance, the results of which are presented in table 4.

A statistically significant difference between a given pair of mean values was observed for the factor “pleasant atmosphere in the club” between women whose BMI values indicate underweight and these with the proper BMI values. The latter women were evaluating this factor considerably higher. In the case of the “free tickets” factor, a statistically significant difference was found between women with underweight and these with overweight and obesity, as well as between women with proper BMI values and the respondents with overweight and obesity. This factor turned out to be the most important to the women with BMI values indicative of underweight, and the least important to the respondents with overweight and obesity. A statistically significant difference for the factor “availability of child care” was also noted between the women with underweight and these whose BMI values were indicative of overweight or obesity, as well as between respondents with proper BMI values and these being overweight (table 5).

**Tab. 4.** Factors determining the choice of a fitness club as affected by the BMI values of the respondents (results of the analysis of variance)

| Motywy wyboru klubu fitness                  | SS Effect | df Effect | MS Effect | SS Error | df Error | MS Error | F      |
|----------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|--------|
| Impeccable manners of personnel              | 0,43      | 2         | 0,21      | 762,70   | 479      | 1,59     | 0,13   |
| Nice and professional personnel              | 0,78      | 2         | 0,39      | 483,73   | 484      | 1,00     | 0,39   |
| Instructor professionalism                   | 1,02      | 2         | 0,51      | 420,96   | 482      | 0,87     | 0,59   |
| High effectiveness of services               | 3,60      | 2         | 1,80      | 491,20   | 477      | 1,03     | 1,75   |
| Attractive way of holding classes            | 1,51      | 2         | 0,75      | 524,63   | 482      | 1,09     | 0,69   |
| High standard of rooms                       | 1,32      | 2         | 0,66      | 638,34   | 480      | 1,33     | 0,50   |
| High standard of equipment                   | 2,12      | 2         | 1,06      | 668,22   | 478      | 1,40     | 0,76   |
| Wide range of services                       | 0,63      | 2         | 0,31      | 604,41   | 480      | 1,26     | 0,25   |
| Moderate prices of services                  | 1,87      | 2         | 0,94      | 725,14   | 478      | 1,52     | 0,62   |
| Pleasant atmosphere in the club              | 13,31     | 2         | 6,66      | 616,22   | 482      | 1,28     | 5,21** |
| The possibility of exercising with a partner | 6,65      | 2         | 3,33      | 979,63   | 480      | 2,04     | 1,63   |
| Club's reputation/ brand                     | 3,11      | 2         | 1,55      | 942,51   | 480      | 1,96     | 0,79   |
| Convenient location                          | 3,15      | 2         | 1,58      | 929,13   | 480      | 1,94     | 0,81   |
| Natural values of the area                   | 11,48     | 2         | 5,74      | 820,15   | 476      | 1,72     | 3,33*  |
| Free tickets                                 | 36,54     | 2         | 18,27     | 1074,12  | 476      | 2,26     | 8,10** |
| Child care availability                      | 14,96     | 2         | 7,48      | 769,75   | 476      | 1,62     | 4,63*  |
| The possibility of meeting celebrities       | 3,70      | 2         | 1,85      | 690,92   | 476      | 1,45     | 1,28   |
| Attachment to instructors                    | 8,93      | 2         | 4,47      | 1082,73  | 475      | 2,28     | 1,96   |

\* statistically significant result at  $p < 0.05$ \*\* statistically significant result at  $p < 0.01$ **Tab. 5.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and BMI values of the respondents (results of the post-hoc tests)

| Factors determining the choice of a fitness club | BMI values indicative of |              |                       |
|--------------------------------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------|
|                                                  | underweight              | proper value | overweight or obesity |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 3.68a                    | 4.20a        | 4.00                  |
| Natural values of the area                       | 2.45a                    | 2.15         | 1.82a                 |
| Free season tickets                              | 2.64a                    | 2.35b        | 1.60a.b               |
| Child care availability                          | 2.23a                    | 1.88b        | 1.50a.b               |

a, b - indicate a significant difference between a given pair of mean values ( $p < 0.05$  for multiple comparisons)

The marital status of the respondents was found to be significantly correlated with the evaluation of the importance of such factors of fitness club choice as: "impeccable manners of personnel", "nice and professional personnel", "moderate prices of services", "pleasant atmosphere in the club", "natural values of the area", "free tickets" and "attachment to instructors". Results of the variance analysis were presented in table 6.

**Tab. 6.** Factors determining the choice of a fitness club as affected by the marital status of the respondents (results of the analysis of variance).

| Factors determining the choice of a fitness club | SS Effect | df Effect | MS Effect | SS Error | df Error | MS Error | F       |
|--------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|---------|
| Impeccable manners of personnel                  | 16.27     | 2         | 8.14      | 748.41   | 480      | 1.56     | 5.22**  |
| Nice and professional personnel                  | 22.20     | 2         | 11.10     | 463.05   | 485      | 0.95     | 11.62** |
| Instructor professionalism                       | 2.36      | 2         | 1.18      | 420.11   | 483      | 0.87     | 1.35    |
| High effectiveness of services                   | 2.81      | 2         | 1.40      | 493.43   | 478      | 1.03     | 1.36    |
| Attractive way of holding classes                | 5.10      | 2         | 2.55      | 521.06   | 483      | 1.08     | 2.36    |
| High standard of rooms                           | 4.76      | 2         | 2.38      | 635.05   | 481      | 1.32     | 1.80    |
| High standard of equipment                       | 3.12      | 2         | 1.56      | 668.95   | 479      | 1.40     | 1.12    |
| Wide range of services                           | 0.27      | 2         | 0.14      | 606.23   | 481      | 1.26     | 0.11    |
| Moderate prices of services                      | 10.87     | 2         | 5.43      | 717.39   | 479      | 1.50     | 3.63*   |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 14.67     | 2         | 7.33      | 614.88   | 483      | 1.27     | 5.76**  |
| The possibility of exercising with a partner     | 3.34      | 2         | 1.67      | 984.98   | 481      | 2.05     | 0.82    |
| Club's reputation/ brand                         | 0.61      | 2         | 0.30      | 949.39   | 481      | 1.97     | 0.15    |
| Convenient location                              | 1.25      | 2         | 0.62      | 931.22   | 481      | 1.94     | 0.32    |
| Natural values of the area                       | 18.07     | 2         | 9.04      | 821.72   | 477      | 1.72     | 5.25**  |
| Free season tickets                              | 23.96     | 2         | 11.98     | 1089.62  | 477      | 2.28     | 5.25**  |
| Child care availability                          | 6.57      | 2         | 3.28      | 778.16   | 477      | 1.63     | 2.01    |
| The possibility of meeting celebrities           | 3.97      | 2         | 1.99      | 692.02   | 477      | 1.45     | 1.37    |
| Attachment to instructors                        | 15.72     | 2         | 7.86      | 1077.41  | 476      | 2.26     | 3.47*   |

\*statistically significant result at  $p < 0.05$ \*\*statistically significant result at  $p < 0.01$ 

The analysis of variance enabled selecting seven out of eighteen factors determining the choice of a fitness club which were statistically dependent on the respondents' marital status. In the case of the "impeccable manners of the personnel" factor a statistically significant difference was noted between married and divorced or widows. The married women assessed this factor higher than widows or divorcees. The factor "nice and professional personnel" was more important than the other factors in the opinions of the female participants and fitness instructors, as the arithmetic mean of the respondents' opinions in the overall analysis amounted to more than 4.0 points in a 5-point scale. In the case of this factor a statistically significant difference was observed between single and married women, as well as between the divorcees/widows and married respondents. In both cases the married women assessed the factor "nice and professional personnel in a fitness club" higher than the other women. In turn, "moderate prices of services" was the most important factor to the married women. In this case, a statistically significant difference was observed between the singles and divorcees / widows. "Pleasant atmosphere in the club" was the most valued factor by all the female respondents. In the group of singles and married women the mean score of its importance accounted for over 4 points, whereas in the group of widows and divorcees - for 3.35 points. A statistically significant difference was observed between the group of single women and the group of divorcees and widows as well as between the group of married women and the group of divorcees and widows. Taking into consideration all the factors dependent on the marital status of the respondents, statistically significant differences were observed between pairs in which one group were the widows and the divorcees. These women assessed all the factors determining the choice of a fitness club lower than the other women. Correlations between the factors and the marital status of the respondents are presented in table 7.

**Tab. 7.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and the marital status of the respondents (post-hoc tests results)

| Factors determining the choice of a fitness club | Marital status |         |                  |
|--------------------------------------------------|----------------|---------|------------------|
|                                                  | single         | married | widow / divorcee |
| Impeccable manners of the personnel              | 3.67           | 3.94a   | 3.17a            |
| Nice and professional personnel                  | 4.07a          | 4.35a.b | 3.39b            |
| Moderate prices of services                      | 3.82           | 4.04a   | 3.38a            |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 4.08a          | 4.11b   | 3.35a.b          |
| Natural values of the area                       | 2.25a          | 2.07b   | 1.33a.b          |
| Free season tickets                              | 2.44a          | 2.17b   | 1.43a.b          |
| Attachment to instructors                        | 2.90a          | 2.72    | 2.05a            |

a, b – indicate a significant difference between a given pair of mean values ( $p < 0.05$  for multiple comparisons)

The analysis of variance revealed five, out of eighteen factors determining the choice of a fitness clubs, that were statistically dependent on the number of children the respondents had. The results of this analysis are presented in table 8.

**Tab. 8.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and the number of respondents' children (result of the analysis of variance).

| Factors determining the choice of a fitness club | SS Effect | Df Effect | MS Effect | SS Error | df Error | MS Error | F      |
|--------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|--------|
| Impeccable manners of personnel                  | 3.27      | 2         | 1.63      | 760.23   | 477      | 1.59     | 1.03   |
| Nice and professional personnel                  | 3.13      | 2         | 1.57      | 480.61   | 482      | 1.00     | 1.57   |
| Instructors' professionalism                     | 3.66      | 2         | 1.83      | 415.24   | 480      | 0.87     | 2.11   |
| High effectiveness of services                   | 4.55      | 2         | 2.28      | 475.24   | 475      | 1.00     | 2.28   |
| Attractive way of holding classes                | 4.28      | 2         | 2.14      | 520.47   | 480      | 1.08     | 1.97   |
| High standard of rooms                           | 6.29      | 2         | 3.15      | 627.84   | 478      | 1.31     | 2.40   |
| High standard of equipment                       | 8.94      | 2         | 4.47      | 656.95   | 476      | 1.38     | 3.24*  |
| Wide range of services                           | 8.09      | 2         | 4.05      | 595.42   | 478      | 1.25     | 3.25*  |
| Moderate prices of services                      | 0.44      | 2         | 0.22      | 725.01   | 476      | 1.52     | 0.15   |
| Pleasant atmosphere in the club                  | 7.46      | 2         | 3.73      | 619.72   | 480      | 1.29     | 2.89   |
| The possibility of exercising with a partner     | 7.43      | 2         | 3.71      | 975.74   | 478      | 2.04     | 1.82   |
| Club's reputation/ brand                         | 6.45      | 2         | 3.22      | 936.23   | 478      | 1.96     | 1.65   |
| Convenient location                              | 5.35      | 2         | 2.67      | 911.82   | 478      | 1.91     | 1.40   |
| Natural values of the area                       | 12.33     | 2         | 6.16      | 824.10   | 474      | 1.74     | 3.55*  |
| Free tickets                                     | 21.46     | 2         | 10.73     | 1088.67  | 474      | 2.30     | 4.67** |
| Child care availability                          | 8.60      | 2         | 4.30      | 774.60   | 474      | 1.63     | 2.63   |
| The opportunity of meeting celebrities           | 13.44     | 2         | 6.72      | 680.47   | 474      | 1.44     | 4.68** |
| Attachment to instructors                        | 0.42      | 2         | 0.21      | 1081.42  | 473      | 2.29     | 0.09   |

\* statistically significant result at  $p < 0.05$

\*\* statistically significant result at  $p < 0.01$

The analysis of the results revealed that the number of children the respondents had affected significantly their evaluation of five factors determining the choice of a fitness club. These were: "high standard of equipment", "wide range of services", "natural values of the area", "free tickets" and "the opportunity of meeting celebrities". The most important of all these factors turned out to be "high standard of equipment". A statistically significant difference in this factor evaluation was observed between women having one child and women having two or more children. The women with one child were found to value the high standard of equipment higher than the women having more children. "Wide range of services" factor was scored at the same level by women having no children and those having two or more children, and a statistically significant difference was noted between these women and women having only one child. "Natural values of the area", "free tickets" and "the possibility of meeting celebrities" were factors whose importance was scored rather low, the mean value in the 5-point scale accounted for less than 3 points.

**Tab. 9.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and the number of respondents children (post-hoc test results)

| Factors determining the choice of a fitness club | Number of children |         |              |
|--------------------------------------------------|--------------------|---------|--------------|
|                                                  | none               | one     | two and more |
| High standard of equipment                       | 3.68               | 3.94a   | 3.51a        |
| Wide range of services                           | 3.84a              | 3.53a.b | 3.84b        |
| Natural values of the area                       | 2.21a              | 2.29b   | 1.83a.b      |
| Free season tickets                              | 2.40a              | 2.43b   | 1.87a.b      |
| The possibility of meeting celebrities           | 1.77a              | 2.18a.b | 1.70b        |

a, b – indicate a significant difference between a given pair of mean values ( $p < 0.05$  for multiple comparisons)

The educational status of the women surveyed was found to affect their evaluation of four factors determining the choice of a fitness club. Statistically significant differences between the mean scores of factors importance were observed in relation to the "attractive way of holding the classes", "convenient location of the club", "natural values of the area" and "attachment to instructors". The analysis of results revealed that women with secondary and primary education evaluated the importance of the aforementioned factors higher than the women with higher education.

The results of Student's t-test in this respect are presented in table 10.

The results of a study by A. Igłowska and M. Lipowski (2004) revealed correlations between the level of education and the factors determining the choice of a fitness club that were different from these observed in our survey. According to these authors, women with higher education more willingly attend fitness clubs which provide a wide range of services, enjoy their good name, afford the possibility of exercising with family and are located close to the place of living.

The results obtained indicate clearly that the choice of a fitness club was determined to the greatest extent by factors belonging to the group of the so-called "human factor", including: "nice and professional personnel" – the importance evaluation depended on the marital status of the respondents, "instructors' professionalism" – the importance evaluation of this factor was not affected by independent variables, "attractive way of holding classes" – the importance evaluation depended on the age and educational status of the respondents, and "pleasant atmosphere in the club" – the importance evaluation depended on the BMI value and marital status of the respondents. The mean score noted for the importance of these factors exceeds 4 points in the 5-point scale.

## Discussion and conclusions

There are no researches addressing the dependency between the factors determining the choice of a fitness club and the aforementioned variables. One can only refer to the results of few authors, who analyzed the factors determining the choice of a fitness club not considering the independent variables or

**Tab. 10.** Correlations between the factors determining the choice of a fitness club and educational status of the respondents

| Factors determining<br>the choice of a fitness club | Education |      |                         |      | t       |
|-----------------------------------------------------|-----------|------|-------------------------|------|---------|
|                                                     | higher    |      | secondary<br>or primary |      |         |
|                                                     | $\bar{x}$ | s    | $\bar{x}$               | s    |         |
| Impeccable manners of personnel                     | 3.77      | 1.25 | 3.72                    | 1.28 | 0.40    |
| Nice and professional personnel                     | 4.11      | 1.01 | 4.20                    | 0.97 | -0.85   |
| Instructors’ professionalism                        | 4.27      | 0.97 | 4.40                    | 0.85 | -1.45   |
| High effectiveness of services                      | 3.77      | 1.05 | 3.86                    | 0.94 | -0.92   |
| Attractive way of holding classes                   | 4.08      | 1.07 | 4.35                    | 0.97 | -2.67** |
| High standard of rooms                              | 3.55      | 1.17 | 3.76                    | 1.09 | -1.89   |
| High standard of equipment                          | 3.62      | 1.23 | 3.83                    | 1.06 | -1.86   |
| Wide range of services                              | 3.75      | 1.14 | 3.87                    | 1.08 | -1.13   |
| Moderate prices of services                         | 3.85      | 1.28 | 3.95                    | 1.11 | -0.82   |
| Pleasant atmosphere in the club                     | 4.15      | 1.11 | 4.05                    | 1.20 | 0.86    |
| The possibility of exercising with a partner        | 2.51      | 1.49 | 2.71                    | 1.30 | -1.48   |
| Club’s reputation/ brand                            | 2.89      | 1.44 | 2.94                    | 1.32 | -0.36   |
| Convenient location                                 | 3.46      | 1.44 | 3.80                    | 1.24 | -2.54*  |
| Natural values of the area                          | 2.01      | 1.29 | 2.42                    | 1.36 | -3.20** |
| Free tickets                                        | 2.24      | 1.46 | 2.41                    | 1.64 | -1.14   |
| Child care availability                             | 1.87      | 1.30 | 1.86                    | 1.25 | 0.11    |
| The opportunity of meeting celebrities              | 1.78      | 1.23 | 1.93                    | 1.15 | -1.28   |
| Attachment to instructors                           | 2.68      | 1.51 | 3.01                    | 1.49 | -2.25*  |

\*statistically significant difference between mean values at  $p < 0.05$ \*\*statistically significant difference between mean values at  $p < 0.01$ 

only some of them. A. Igłowska and M. Lipowski (2004) examined the factors determining the choice of a fitness club as affected by the respondents' education. Their research revealed that women with higher education considered such factors as "wide range of services", "club's good reputation", "convenient location" and "the possibility of exercising with a family" as the most important ones. These results, however, do not correspond with the results of our study, which indicate that women with higher education valued the most clubs which hire professional instructors (mean score: 4.27 points), clubs with nice and professional personnel (mean score: 4.15 points), and clubs where instructors hold the classes in an attractive way (mean score: 4.08 points). From the research conducted by B. Marciszewska (1997) it appears that a crucial factor determining the choice of a fitness club is the qualified personnel. The author claims that this is the most basic factor leading to the success of clubs' winning new clients. A. Poznańska et al. (2005) obtained different results than these reported in our study, which indicate that the most important factor determining the choice of a fitness club is its location.

## Conclusions

The analysis of the results concerning the choice of a fitness club revealed that the factors' importance assessment by fitness instructors and female clients of the fitness clubs differed statistically significantly at the level of  $p < 0.05$  in relation to 9 out of all the factors examined. "Instructors professionalism" and "nice and professional personnel" factors turned out to be the most important to both groups examined (mean score exceeding 4 points). However, the fitness instructors valued them significantly higher than the female participants. An additional statistically significant difference was observed in relation to factors, whose mean scores of importance were less than 4 points, including: "high standard of the rooms", "pleasant atmosphere in the club", "the possibility of exercising with a partner", "club's reputation", "free season tickets" and "child care availability".

The results obtained clearly indicate that the choice of a fitness club was determined to the greatest extent by factors belonging to the so-called "human factor group", including: "nice and professional personnel" – the importance evaluation of this factor depended on the marital status of the female respondents, "instructors professionalism" – the importance evaluation of this factor was not affected by independent variables, "attractive way of holding classes" – the importance evaluation of this factor depended on respondents' age and education, and "pleasant atmosphere in the club" – the importance evaluation of this factor depended on the respondents' BMI values and marital status. The mean score noted for the importance of these factors exceeded 4 points in a 5-point scale.

## References:

1. Demel M., Humen W. (1970), *Wprowadzenie do rekreacji fizycznej*. Sport i Turystyka, Warszawa.
2. Drabik J. (1997), *Aktywność sprawność i wydolność fizyczna, jako mierniki zdrowia człowieka*. AWFis Gdańsk.
3. Igłowska A., Lipowski M. (2004), *Czynniki decydujące o wyborze klubu fitness w odczuciu uczestniczek rekreacji ruchowej*. In: Marciszewska B, Ożdziński J. (eds.) *Rekreacja, turystyka, kultura: współczesne problemy i perspektywy wykorzystania czasu wolnego*. AWFis Gdańsk, pp. 89-95.
4. Jegier A (1999), *Promocja zdrowia i zapobieganie chorobom*. Warszawa.
5. Kozłowski S. (1964), *Rekreacja fizyczna w świetle współczesnej fizjologii i gerontologii*. TKKF Łódź.
6. Kuński H. (1993), *O sztuce promowania zdrowia*. *Magazyn Med.* Vol.4, issue 1 pp. 9-12.
7. Marciszewska B. (1997), *Marketing usług rekreacyjno-sportowych*. Biblioteka Tre-nera, Warszawa.
8. Niedzielska E. (2006), *Nowe kierunki rozwoju fitness, jako odpowiedź na wciąż rosnące wymagania rynku fitness*. In: Dąbrowski A. (ed.) *Strategia rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013*. Warszawa, pp. 310- 313.
9. Pawlikowska-Poleszak K. (2002), *Czy klient ocenia Twój klub tak samo jak Ty?* In: *Skrypt poseminaryjny "Akademia Body Life"*, Warszawa AWF.
10. Poznańska A., Drożdż G. (2005), *Fitness- świadomy wybór zdrowego stylu życia – wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w krakowskich klubach fitness*. In: Umiastowska D. (ed.) *Aktywność ruchowa ludzi w różnym wieku*. Wydawnictwo Promocyjne Albatros, Szczecin, volume 9, pp. 364-370.
11. Toczek Werner S. (ed.) (2002), *Podstawy rekreacji i turystyki*. AWF Wrocław, Wrocław.
12. Wolańska T. (1995) *Społeczno – wychowawcze wartości rekreacji fizycznej w cyklu życia człowieka*. In: Siwiński W. (ed.) *Kultura fizyczna i turystyka*. PWD. Poznań, pp. 24-32.
13. Żukowska Z, (1995), *Wprowadzenie do problematyki*. In: Żukowska Z. (ed.) *Sport w życiu kobiety*. Warszawa, pp.6-9.