

Research



Inquiries in Sport & Physical Education
Volume 20 (3), 135 – 146
Released: November 2022



Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό
Τόμος 20 (3), 135 – 146
Δημοσιεύτηκε: Νοέμβριος 2022

www.pe.uth.gr/emag

ISSN 1790-3041



How Idealists or how Relativists are Greek Health and Fitness Managers? Assessment of Individual Ethical Ideology by adapting the Ethics Position Questionnaire (EPQ) to a Greek Population

¹Katerina Paschalidou, ¹Efstratia Tsitskari, ²Konstantinos Alexandris, & ³Dionisios Filippou

¹Department of Physical Education and Sports Sciences, Democritus University of Thrace

²Department of Physical Education and Sport, Aristotle University of Thessaloniki

³Department of Law, Democritus University of Thrace

Abstract

Business practice in general, is shaped in respect to the critical decisions of the administrative executives regarding ethics, which are the result of their individual moral ideology. Individual moral ideology is in turn influenced by individual factors such as gender, age, years of experience, education. Business ethics, in the context of the study of the above practices, is related to the evaluation of health & fitness businesses' ethics which derives from their management and therefore to the managers who are in positions of responsibility, while it has been proven that their ethical values influence the company's overall culture. The purpose of this research was to test Forsyth's (1980) Ethics Position Questionnaire (EPQ) for the first time in a Greek population and to check the validity and reliability of the scale. Furthermore, the aim of the research was to assess the individual ethical ideology of fitness business managers (N=249), and to study whether it differs based on their gender, age, years of experience and education. Data were collected through Forsyth's (1980) Ethics Position Questionnaire (EPQ), assessing through 20 variables how idealistic or relativist a manager is. The questionnaire was translated with the double-direction method and adapted to the Greek population. The results of the present research showed that the specific questionnaire presents moderate to satisfactory internal validity and reliability for the evaluation of the perceived individual ethics of managers. Fitness business managers rate one of the two factors more highly, that of Idealism, while no statistically significant differentiation of managers' ethical ideology based on their demographics was confirmed, with the exception of their further education. In the health & fitness industry, individual ethics as an evaluation parameter of business ethics can significantly contribute to the understanding of business practices and to the further development of business ethics studies in this field.

Keywords: *business ethics, health & fitness, manager, EPQ*

Ερευνητική

Πόσο Ιδεαλιστές ή Πόσο Σχετικιστές είναι οι Έλληνες Μάνατζερ Γυμναστηρίων; Αξιολόγηση της Ατομικής Ηθικής Ιδεολογίας μέσω της Προσαρμογής του Ερωτηματολογίου Ethics Position Questionnaire (EPQ) σε Ελληνικό Πληθυσμό

¹Κατερίνα Πασχαλίδου, ¹Ευστρατία Τσίτοκαρη, ²Κωνσταντίνος Αλεξανδρής, & ³Διονύσιος Φιλίππου

¹Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

²Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

³Τμήμα Νομικής, Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

Περίληψη

Η επιχειρηματική πρακτική εν γένει, διαμορφώνεται αναλόγως των κρίσιμων αποφάσεων των διοικητικών στελεχών περί ηθικής οι οποίες είναι αποτέλεσμα της ατομικής ηθικής τους ιδεολογίας. Η ατομική ηθική ιδεολογία επηρεάζεται με την σειρά της από ατομικούς παράγοντες όπως το φύλο, η ηλικία, τα χρόνια εμπειρίας, η εκπαίδευση. Η επιχειρηματική ηθική, στο πλαίσιο μελέτης των παραπάνω πρακτικών, σχετίζεται με την αξιολόγηση της ηθικής των επιχειρήσεων health & fitness η οποία απορρέει από την διοίκηση τους και ως εκ τούτου με τους manager που βρίσκονται σε θέσεις ευθύνης, ενώ έχει αποδειχτεί ότι οι ηθικές τους αξίες επηρεάζουν τη συνολική κουλτούρα της εταιρείας. Σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να δοκιμαστεί για πρώτη φορά σε Ελληνικό πληθυσμό το ερωτηματολόγιο Ethics Position Questionnaire (EPQ) του Forsyth (1980) και να ελεγχθεί η εγκυρότητα και η αξιοπιστία της κλίμακας. Επιπλέον στόχος της έρευνας ήταν να αξιολογήσει την ατομική ηθική των μάνατζερ επιχειρήσεων fitness (N=249), και να μελετήσει αν αυτή διαφοροποιείται με βάση το φύλο, την ηλικία, τα χρόνια εμπειρίας και την εκπαίδευσή τους. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε μέσω του ερωτηματολογίου Ethics Position Questionnaire του Forsyth (1980), που μέσω 20 μεταβλητών αξιολογεί το πόσο ιδεαλιστής ή σχετικιστής είναι ένας μάνατζερ. Το ερωτηματολόγιο προσαρμόστηκε σε ελληνικό πληθυσμό αφού πρώτα μεταφράστηκε με τη μέθοδο της διπλής κατεύθυνσης. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας έδειξαν ότι το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο παρουσιάζει μέτρια προς ικανοποιητική εσωτερική εγκυρότητα και αξιοπιστία για την αξιολόγηση της αντιλαμβανόμενης ατομικής ηθικής των μάνατζερ. Οι μάνατζερ επιχειρήσεων fitness αξιολογούν πιο υψηλά τον έναν από τους δύο παράγοντες, αυτόν του Ιδεαλισμού, ενώ δεν επιβεβαιώθηκε κάποια στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση της ηθικής ιδεολογίας των μάνατζερ με βάση τα δημογραφικά τους στοιχεία, με εξαίρεση αυτόν της περαιτέρω εκπαίδευσής τους. Στον κλάδο του health & fitness, η ατομική ηθική ως παράμετρος αξιολόγησης της επιχειρηματικής ηθικής, μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην κατανόηση των επιχειρηματικών πρακτικών και στην περαιτέρω εξέλιξη των μελετών της επιχειρηματικής ηθικής στον τομέα αυτό.

Λέξεις κλειδιά: *επιχειρηματική ηθική, άσκηση και υγεία, μάνατζερ, ερωτηματολόγιο ηθικής στάσης*

Εισαγωγή

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (ΠΟΥ) (2018) έχει επανειλημμένα υπογραμμίσει τη σημασία της σωματικής δραστηριότητας για την επίτευξη παγκοσμίως υψηλότερων ποσοστών υγείας. Καθώς τα γυμναστήρια φαίνεται να είναι μία από τις πλέον δημοφιλείς επιλογές για άσκηση (Addolorato, Garcia-Fernandez, Gallardo, & Garcia-Unanue, 2020; Tsitskari, Tzetzis, & Batrakoulis, 2021), οι επαγγελματίες του fitness (θα πρέπει) να γίνουν οι κύριοι εκφραστές της ικανοποίησης και διατήρησης των μελών προς όφελος της επίτευξης των επιπέδων υγείας των πληθυσμών (Bodai et al., 2018; Murphy & Bauman, 2007). Δυστυχώς οι ενδείξεις παραπέμπουν στο ότι, τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και στην Ελλάδα, η διαχείριση των επιχειρήσεων και ιδίως η διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες, είναι ελλιπής (Lagrosen & Lagrosen, 2007; Tsitskari et al., 2021; Tsitskari, Quick, & Tsakiraki, 2014), οδηγώντας σε χαμηλά ποσοστά διατήρησης των μελών (Avourdiadou & Theodorakis, 2014; Buckworth & Dismhan, 2002).

Η «ηθική» ορίζεται ως τα πρότυπα που έχει ένα συγκεκριμένο υποκείμενο για το τι είναι σωστό ή λάθος, καλό ή κακό (Cambridge Dictionary of Philosophy, 2015). Τα ηθικά πρότυπα θεωρούνται ως οι γενικοί κανόνες και τα όρια για σωστές ή λανθασμένες ενέργειες, ενώ οι αξίες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις ηθικές πεποιθήσεις και τη λήψη αποφάσεων (Todd, 2016). Δύο από τα μεγαλύτερα επιστημονικά ρεύματα της εφαρμοσμένης φιλοσοφίας είναι η βιοηθική και η επιχειρηματική ηθική (Singer, 1979).

Η επιχειρηματική ηθική είναι το επιστημονικό πεδίο που διερευνά κάθε πτυχή της επιχειρηματικής δραστηριότητας από ηθική σκοπιά, απαντώντας στα ερωτήματα «*τι είναι σωστό ή λάθος*», «*τι είναι ηθικό ή ανήθικο*», αναλύοντας πολλαπλά αμφιλεγόμενα ζητήματα που χωρίζονται σε τρεις διαφορετικές κατηγορίες: α) τα συστημικά ζητήματα (ηθικά ζητήματα σχετικά με τους οικονομικούς, πολιτικούς, νομικούς και άλλους θεσμούς), β) τα εταιρικά ζητήματα (ηθικά ζητήματα σχετικά με την ηθική των δραστηριοτήτων, των πολιτικών, των πρακτικών και της οργανωτικής δομής ενός συγκεκριμένου οργανισμού) και γ) τα ατομικά ζητήματα (ηθικά ζητήματα σχετικά με συγκεκριμένα άτομα μέσα σε μια εταιρεία καθώς και τη συμπεριφορά και τις αποφάσεις τους) (Velasquez, 2002).

Σύμφωνα με τους Bird και Waters (1987), τα ηθικά πρότυπα στο πλαίσιο της επιχειρηματικής ηθικής προσδιορίζονται ως η ειλικρίνεια στην επικοινωνία, η δίκαιη μεταχείριση, η ειδική μέριμνα, ο θεμιτός ανταγωνισμός, η οργανωτική ευθύνη, η εταιρική κοινωνική ευθύνη και ο σεβασμός του νόμου. Η ηθική έρευνα απαιτεί τον εντοπισμό των ζητημάτων, την πρόταση προσεγγίσεων αποσκοπώντας σε βέλτιστες πρακτικές και τη σύσταση ηθικά βελτιστοποιημένων επιλογών δημόσιας πολιτικής (Freiesleben & Pohl, 2004).

Οι ηθικές αξίες, που κοινοποιούνται από ένα βασικό στέλεχος μιας εταιρείας, επηρεάζουν τη συνολική κουλτούρα της εταιρείας, συμπεριλαμβανομένων πολλών σημαντικών δραστηριοτήτων και σχέσεων, όπως οι πολιτικές προσωπικού, οι ανταγωνιστικές στρατηγικές και η διαμόρφωση των δημοσίων σχέσεων (Hunt, Wood, & Chonko, 1989). Ο Hunt και συνεργάτες του (1989) όρισαν τις αξίες ενός οργανισμού ως «*τα πρότυπα που καθοδηγούν την εξωτερική προσαρμογή και την εσωτερική ολοκλήρωση των οργανισμών*» (σ. 79). Περαιτέρω, η επίγνωση της ύπαρξης ενός κώδικα δεοντολογίας και η αντίληψη των αξιών ενός οργανισμού, επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι μάντζερ μπορούν να ανταποκριθούν σε ηθικά διλήμματα και στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με αυτά (Valentine & Rittenburg, 2007).

Ως αποτέλεσμα, οι ηθικές αξίες επιτρέπουν σε κάθε οργανισμό να θέτει κανονιστικά πρότυπα π.χ. για τους εργαζόμενους (Chen, Sawyers, & Williams, 1997; Wines & Hamilton, 2009). Οι προσωπικές πεποιθήσεις των διοικητικών στελεχών θεωρούνται βασικοί παράγοντες, οι οποίοι διαμορφώνουν τον άξονα ηθικής ενός οργανισμού (Karpein, 2019; Schein, 1985). Ο Singharakdi (1999) υπογράμμισε ότι η θεσμοθέτηση ισχυρών ηθικών αξιών μπορεί να ενισχύσει τις θετικές στάσεις και συμπεριφορές εντός του οργανισμού, που επιτυγχάνονται κυρίως με τον καθορισμό και την ενθάρρυνση της ηθικής συμπεριφοράς μεταξύ των εργαζομένων του.

Οι εσωτερικές ή/και οι εξωτερικές συμπεριφορές και τα πρότυπα που προβάλλονται μέσω των μάντζερ επιχειρήσεων, σχετίζονται στενά με την αποτελεσματικότητα και λειτουργικότητα ενός οργανισμού (Choo & Bae, 2016; Schein, 2004; Trevino & Youngblood, 1990). Η ατομική ηθική ιδεολογία είναι βασικός παράγοντας συμπεριφοράς στα πλαίσια της επιχειρηματικής πρακτικής όπως σημειώνουν και οι Barnett, Bass και Brown (1994), οι οποίοι διαπίστωσαν ότι οι κρίσεις των διοικούντων σχετικά με ηθικά διλήμματα εντός επιχειρηματικού πλαισίου και οι αποφάσεις των ατόμων σχετικά με ηθικά ζητήματα της εκάστοτε επιχειρηματικής δραστηριότητας, διαφέρουν ως συνάρτηση της ηθικής τους ιδεολογίας.

Οι ατομικοί παράγοντες που αφορούν στην ατομική ηθική ιδεολογία σχετίζονται με τη λήψη ηθικών αποφάσεων, συμπεριλαμβανομένων μεταβλητών όπως το φύλο, η εθνικότητα, η ηλικία, η προσωπικότητα, η θρησκεία,

η απασχόληση, η εκπαίδευση κ.λπ. καθώς και εκείνα που είναι αποτέλεσμα της ανθρώπινης ανάπτυξης και της διαδικασίας κοινωνικοποίησης (π.χ., προσωπικότητα, στάσεις, αξίες, εκπαίδευση, θρησκεία, απασχόληση κ.λπ.) (ενδεικτικά: Bass et al., 1998; Hartikainen & Tortilla, 2004; Ho et al., 1997; Singhapakdi & Vitell, 1994; Singhapakdi et al., 1999). Αυτοί οι παράγοντες, λοιπόν, αντιπροσωπεύουν το σύνολο των εμπειριών και των συνθηκών ζωής ενός ατόμου κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων (Craft, 2013; Trevino, 1986). Περαιτέρω, οι συστημικοί ή οργανωσιακοί παράγοντες, όπως είναι για παράδειγμα οι ηθικές αξίες και πρακτικές ενός μάνατζερ, το κανονιστικό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων του κλάδου, η δομή και το μέγεθος του οργανισμού, συμπεριλαμβανομένων παραγόντων όπως οι κώδικες ηθικής και το ηθικό κλίμα (ηθική κουλτούρα), έχει αποδειχτεί ότι σχετίζονται με την λήψη ηθικών ή μη αποφάσεων και την ατομική ηθική, όπως επίσης και με την ανταπόκριση σε ηθικά διλήμματα (Barnett, 2001; Weber, 1995).

Η προαναφερθείσα συσχέτιση και η υπόθεση ότι οι ηθικές κρίσεις βασίζονται σε ατομικά συστήματα ηθικής, είναι αντικείμενο μελέτης για πολλά χρόνια, που εισήχθη αρχικά από τον Sharp (1898), ο οποίος σημείωσε ότι τα άτομα με παρόμοια χαρακτηριστικά, συχνά καταλήγουν σε αντίθετα συμπεράσματα, όταν προβαίνουν σε κρίσεις, σχετικά με την ηθική στάση και συμπεριφορά ενός άλλου ατόμου. Έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες για την περιγραφή και προσέγγιση των διαφόρων ατομικών παραγόντων στην ατομική ηθική ιδεολογία (Kuntz et al., 2013; Hogan, 1970, Kelman & Lawrence, 1972), αλλά μία από τις μεγαλύτερες συνεισφορές στην έρευνα της εφαρμοσμένης ηθικής, έχει γίνει από τους Schlenker και Forsyth (1977) και Forsyth (1980). Οι Schlenker και Forsyth (1977), στην απαρχή των ερευνών περί ηθικής, σημείωσαν ότι οι παραλλαγές και οι διαφορές στην ηθική κρίση μπορούν να περιγραφούν επιτυχώς, αφού ληφθούν υπόψη δύο παράγοντες: α) ο σχετικισμός (relativism), που περιγράφεται ως η έκταση της απόρριψης των καθολικών ηθικών κανόνων και η άρνηση της επίκλησης σε αυτούς τους ηθικούς κανόνες, όταν χρειάζεται να γίνουν ηθικές κρίσεις ή να απαντήσει κανείς σε κρίσιμα ηθικά ερωτήματα και β) ο ιδεαλισμός (idealism), που περιγράφεται ως η ηθική στάση ενός ατόμου να πιστεύει πραγματικά και να επικαλείται απόλυτες ηθικές αρχές και καθολικούς ηθικούς κανόνες. Σύμφωνα, λοιπόν, με τον Forsyth (1985) τα άτομα με υψηλότερο ιδεαλιστικό προσανατολισμό βρίσκονται να υποθέτουν ότι οι σωστές ενέργειες μπορούν να οδηγήσουν ανά πάσα στιγμή σε επιθυμητά αποτελέσματα και από την άλλη πλευρά, τα άτομα με λιγότερο ιδεαλιστικό προσανατολισμό βρίσκονται να υποθέτουν ότι οι συνέπειες μιας πράξης μπορεί συχνά να είναι ανεπιθύμητες αν και υποτίθεται ότι ήταν επιθυμητές στην αρχή, αναλόγως και σχετικά με την κατάσταση και την εκάστοτε συνθήκη.

Στην έρευνα περί ηθικής υπάρχει μικρή συναίνεση σχετικά με το τι συνιστά «ηθικές» πεποιθήσεις ή «ηθική» συμπεριφορά σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον (Baumhart, 1961; Ferrell & Gresham, 1985; Vitell & Festervand, 1987). Δεν ισχύουν συγκεκριμένα ηθικά πρότυπα, καθώς αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου και διαφέρουν από μία κατάσταση ή από έναν οργανισμό σε έναν άλλον (Barnett & Karson, 1987; Ferrell & Gresham, 1985). Στα πλαίσια μελετών της επιχειρηματικής ηθικής εν γένει και ειδικότερα της ατομικής ηθικής ιδεολογίας, έχουν χρησιμοποιηθεί εργαλεία αξιολόγησης τα οποία δομήθηκαν σε συγκεκριμένα θεωρητικά κανονιστικά πλαίσια, ορίζοντας φιλοσοφικές έννοιες ως συνιστώσες των μεταβλητών (π.χ., ο Ιδεαλισμός, ως φιλοσοφικό ρεύμα, αποτελεί ταυτόχρονα έναν παράγοντα που εξηγεί συγκεκριμένες μεταβλητές) και αυτό διότι το θεωρητικό υπόβαθρο μελέτης της εφαρμοσμένης ηθικής είναι ιδιαίτερα ευρύ (Randal & Gibson, 1990).

Συγκεκριμένα, για την μελέτη της ηθικής ιδεολογίας των μάνατζερ, ένα εργαλείο που έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως είναι το Ethics Position Questionnaire (EPQ) του Forsyth (1980), το οποίο έχει κριθεί αξιόπιστο σε διαφορετικές πολιτισμικές ομάδες και σε διαφορετικούς επιχειρηματικούς κλάδους (χρηματοοικονομικά, πωλήσεις, τηλεπικοινωνίες κ.α.) ενώ αξιοποιήθηκε περισσότερο στην μελέτη του κλάδου παροχής υπηρεσιών (ενδεικτικά: Caswell & Gould, 2008; MacNab et al., 2011; Musbah, Cowton, & Tyfa, 2016; Sharkey, 2020; Vitell, Rallapalli, & Singhapakdi, 1993). Ωστόσο, ενώ αρκετές είναι οι έρευνες που επιβεβαιώνουν τις διαστάσεις του EPQ, υπάρχουν ενδείξεις σε διαπολιτισμικές μελέτες (MacNab et al., 2011) ότι οι μεταβλητές επιδέχονται περαιτέρω διεργασίας για την ασφαλέστερη εξαγωγή αποτελεσμάτων. Επιπλέον, το εν λόγω ερωτηματολόγιο, δεν έχει δοκιμαστεί καθόλου στον τομέα του αθλητισμού και συγκεκριμένα στο χώρο της άσκησης και υγείας (health & fitness). Σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία, η ατομική ηθική ιδεολογία διαφοροποιείται και επηρεάζεται από την ηλικία (Bass et al., 1998), το φύλο (Hartikainen & Tortilla, 2004; Singhapakdi & Vitell, 1994), την εκπαίδευση (Ho et al., 1997; Singhapakdi et al., 1999), και τα χρόνια εμπειρίας (Dawson, 1997).

Ο Forsyth (1980, 1985) ανέπτυξε ένα σύστημα ταξινόμησης βασισμένο στην ηθική ιδεολογία κάποιου. Οι Davis, Andersen και Curtis (2001) υπογράμμισαν ότι αρκετές παρατηρήσεις από προηγούμενες έρευνες που χρησιμοποιούν το EPQ είναι αξιοσημείωτες, συμπεραίνοντας ότι η ατομική ιδεολογία σε θέματα ηθικής διχοτομείται επαρκώς, εξηγώντας ικανοποιητικά τα επιμέρους ζητήματα (βλ. Bass et al., 1999; Shaub et al., 1993; Sparks

& Hunt, 1998;) και η δομή των δύο παραγόντων του EPQ που προκύπτουν φαίνεται να είναι σταθερή. Το EPQ του Forsyth (1980), περιέχει δύο κλίμακες 10 μεταβλητών που μετρούν τον ιδεαλισμό και τον σχετικισμό αντίστοιχα. Για κάθε μεταβλητή, οι ερωτηθέντες υποδεικνύουν βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας χρησιμοποιώντας μια κλίμακα 5, 7 ή 9 σημείων που κυμαίνεται από «διαφωνώ πλήρως» έως «συμφωνώ απόλυτα».

Η έρευνα εφαρμοσμένης ηθικής και συγκεκριμένα η έρευνα επιχειρηματικής ηθικής στην Ελλάδα εκλείπει. Όσον αφορά τον κλάδο του αθλητισμού, δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία ποσοτική έρευνα για τη μέτρηση ή την αναθεώρηση της επιχειρηματικής ηθικής των αθλητικών επιχειρήσεων, πόσο μάλλον στον τομέα των υπηρεσιών «health & fitness» στη χώρα. Η μία και μοναδική δημοσιευμένη έρευνα στην Ελλάδα, σχετικά με την επιχειρηματική ηθική, εστιάζει στην αξιολόγηση των αντιλήψεων νοσηλευτών για το ηθικό κλίμα των νοσοκομείων στην Ελλάδα και την Κύπρο (Cloconi, Papastavrou, & Charalambous, 2019). Σε διεθνές επίπεδο, λείπει επίσης η μέτρηση της ηθικής στον αθλητικό κλάδο. Η μόνη έρευνα που μετρά την ηθική στον αθλητισμό επιχείρησε να περιγράψει τις ατομικές ηθικές φιλοσοφίες και τις ικανότητες λήψης ηθικών αποφάσεων των μαθητών και των εκπαιδευτικών προπτυχιακού επιπέδου σε Τμήμα Αθλητισμού (Caswell & Gould, 2008). Είναι η πρώτη φορά που πραγματοποιείται μια έρευνα ηθικής στην Ελλάδα, σχετικά με την επιχειρηματική ηθική των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και συγκεκριμένα, των γυμναστηρίων. Λαμβάνοντας τα παραπάνω υπόψη, είναι ενδιαφέρον να διερευνηθεί η ελληνική βιομηχανία health & fitness, στο πλαίσιο της επιχειρηματικής ηθικής, ως αντικείμενο ηθικής και νομικής ανάλυσης, επιδιώκοντας τη διαμόρφωση πρακτικών και ενεργειών που θα αποσκοπούν στην παροχή υπηρεσιών που θα ελαχιστοποιήσουν την απομάκρυνση των μελών από τις υπηρεσίες fitness και θα ενισχύσουν τη διατήρηση αυτών και την προσέλκυση νέων καταναλωτών (Donaldson & Walsh, 2015)

Στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να δοκιμαστεί για πρώτη φορά σε Ελληνικό πληθυσμό το ερωτηματολόγιο Ethics Position Questionnaire (EPQ) του Forsyth (1980) και να ελεγχθεί η εγκυρότητα και η αξιοπιστία της κλίμακας. Επιπλέον, στόχος της έρευνας ήταν να αξιολογήσει την ατομική ηθική των μάντζερ επιχειρήσεων health & fitness στην χώρα και να μελετήσει αν αυτή διαφοροποιείται με βάση το φύλο, την ηλικία, τα χρόνια εμπειρίας τους στη συγκεκριμένη θέση και την εκπαίδευσή τους. Ως μάντζερ, στο πλαίσιο της έρευνας αυτής θα αναφέρονται οι διευθυντές ή ιδιοκτήτες μίας επιχείρησης health & fitness (γυμναστηρίου, personal ή group training studio), που είναι αρμόδιοι στο να λαμβάνουν αποφάσεις για τον οργανισμό.

Μεθοδολογία

Δείγμα - Διαδικασία συλλογής των δεδομένων

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 249 μάντζερ γυμναστηρίων (fitness studios, CrossFit® clubs, πολυδύναμα γυμναστήρια) από όλη την Ελλάδα, κυρίως άνδρες (63,5%), ηλικίας 31-39 ετών (36,1%), με λιγότερα από 10 χρόνια εμπειρίας στη διαχείριση του γυμναστηρίου (59%). Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε από τον Νοέμβριο έως τον Δεκέμβριο 2021, μέσω της αξιοποίησης ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου που διαμορφώθηκε στην πλατφόρμα Google Forms. Η έρευνα έλαβε την έγκριση της Επιτροπής Ηθικής και Δεοντολογίας του Δημοκριτείου Πανεπιστημίου Θράκης.

Μέσα συλλογής των δεδομένων

Για την αξιολόγηση της ατομικής ηθικής των μάντζερ επιχειρήσεων health & fitness χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο EPQ του Forsyth (1980), αποτελούμενο από συνολικά είκοσι (20) μεταβλητές εκ των οποίων οι δέκα (10) αξιολογούν τον *Ιδεαλισμό* (π.χ., *Το να θέτουμε κάποιον σε κίνδυνο είναι πράξη μη ανεκτή, ανεξάρτητα του πόσο μικρός είναι ο κίνδυνος*) και οι δέκα (10) αξιολογούν τον *Σχετικισμό* (π.χ., *Το τι είναι ηθικό διαφέρει ανά περίπτωση και από τη μία κοινωνία στην άλλη*). Μεταβλητές που αφορούσαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των μελών του δείγματος (φύλο, ηλικία, χρόνια εμπειρίας στη συγκεκριμένη θέση, εκπαίδευση) συμπεριελήφθησαν στο ερωτηματολόγιο.

Αρχικά το ερωτηματολόγιο μεταφράστηκε στα ελληνικά με τη μέθοδο της διπλής κατεύθυνσης (Banville, Desrochers, & Genet-Volet, 2000). Το μεταφρασμένο ερωτηματολόγιο συζητήθηκε με τέσσερις επιστήμονες του αθλητικού μάρκετινγκ και έναν νομικό σε θέματα περιεχομένου και κατανόησης των μεταβλητών. Η συζήτηση αυτή κατέληξε σε κάποιες μικρές διορθώσεις των μεταφρασμένων μεταβλητών με στόχο την ουσιαστική τους κατανόηση από τους/τις συμμετέχοντες/ουσες στην έρευνα. Για να ελεγχθεί η εγκυρότητα του περιεχομένου του μεταφρασμένου ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε, τέλος, μία πιλοτική έρευνα σε 10 μάντζερ γυμναστηρίων, οι οποίοι δεν συμπεριελήφθησαν στο τελικό δείγμα της έρευνας. Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν ανέφερε

δυσκολία στην κατανόηση ή στην απάντηση κάποιας από τις μεταβλητές των δύο ερωτηματολογίων. Από το τελικό ερωτηματολόγιο, δεν εξαιρέθηκε καμία αρχική μεταβλητή.

Στατιστική ανάλυση

Για τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων αξιοποιήθηκε το SPSS. Πραγματοποιήθηκαν περιγραφικές αναλύσεις, Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση, αναλύσεις αξιοπιστίας α του Cronbach και αναλύσεις διακύμανσης.

Αποτελέσματα

Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Το δείγμα των μάντζερ (ιδιοκτητών και διοικητικών στελεχών) που συμμετείχαν στην έρευνα, αποτέλεσαν κυρίως άνδρες, ηλικίας 31-39 ετών, επί το πλείστον απόφοιτοι ΤΕΦΑΑ (74,7%) με λιγότερα από 10 χρόνια εμπειρίας σε θέσεις διοίκησης. Αναλυτικά τα αποτελέσματα των περιγραφικών αναλύσεων φαίνονται στον Πίνακα 1.

Πίνακας 1. Περιγραφικές αναλύσεις των δημογραφικών χαρακτηριστικών των μάντζερ γυμναστηρίων του δείγματος.

Φύλο (%)		Ηλικία (%)		Εκπαίδευση (%)	
Άνδρες	63,5	<30	13,7	Απόφοιτοι Τ.Ε.Φ.Α.Α.	74,7
Γυναίκες	36,1	31-39	36,9	Απόφοιτοι άλλων ΑΕΙ/ΤΕΙ	17,7
		40-49	24,9	Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης	7,6
		>50	24,5		
		Περαιτέρω εκπαίδευση (%)		Χρόνια εμπειρίας ως διοικητικό στέλεχος στην επιχείρηση (%)	
		Καμία	62,2	Από 1-9	59
		Μεταπτυχιακό	32,9	10 και περισσότερα	41
		Διδακτορικό	4,4		

Παραγοντική ανάλυση και αναλύσεις αξιοπιστίας της κλίμακας EPQ

Η αξιολόγηση της ατομικής ηθικής των μάντζερ (ιδιοκτητών και διοικητικών στελεχών) των γυμναστηρίων του δείγματος, αξιολογήθηκε με την κλίμακα Ethics Position Questionnaire (EPQ) του Forsyth (1980). Η εγκυρότητα του περιεχομένου της κλίμακας αξιολογήθηκε ως προς το περιεχόμενο της από πέντε ειδικούς, τέσσερις επιστήμονες του αθλητικού μάρκετινγκ και ένα νομικό. Η φαινομενική εγκυρότητα του ερωτηματολογίου ελέγχθηκε μέσω συζήτησης του ερωτηματολογίου με 5 μάντζερ γυμναστηρίων. Οι προτάσεις τόσο των ειδικών όσο και των μάντζερ των γυμναστηρίων λήφθησαν σοβαρά υπόψη κατά τη σύνταξη και οριστική διαμόρφωση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου. Πραγματοποιήθηκε, τέλος, πιλοτική εφαρμογή του ερωτηματολογίου σε 10 μάντζερ γυμναστηρίων, οι απαντήσεις των οποίων δε συμπεριελήφθησαν στο τελικό δείγμα της έρευνας.

Μετά τη συλλογή των δεδομένων, πραγματοποιήθηκε Διερευνητική Παραγοντική Ανάλυση στις 20 μεταβλητές της κλίμακας EPQ, προκειμένου να αναδειχθούν οι υποκλίμακες αυτής, με ορθογώνια (Varimax) περιστροφή των αξόνων. Ο αριθμός των παραγόντων καθορίστηκε με κριτήριο ότι οι ιδιοτιμές (eigenvalues) έπρεπε να είναι μεγαλύτερες του 1,00, ενώ η μικρότερη φόρτιση που χρησιμοποιήθηκε για να ορίσουμε τις ερωτήσεις στους παράγοντες ήταν 0,30. Η ανάλυση έδωσε δύο παράγοντες αξιολόγησης της ατομικής επιχειρηματικής ηθικής των μάντζερ, που εξηγούσαν το 48,34% της συνολικής διακύμανσης, ποσοστό όχι ιδιαίτερος ικανοποιητικό αν λάβουμε υπόψη το Streiner (1994) που σημείωσε ότι μετά από μία διερευνητική παραγοντική ανάλυση οι διαστάσεις που προκύπτουν θα πρέπει να εξηγούν τουλάχιστον το 50% της συνολικής διακύμανσης. Ο συντελεστής της παραγοντικής ανάλυσης ήταν $KMO=0,780$, ενώ το Bartlett's Test of Sphericity =1499,225, με $p < .001$.

Σταδιακά απομακρύνθηκαν δύο μεταβλητές από τον παράγοντα του «Ιδεαλισμού». Η ανάλυση εν μέρει επιβεβαιώνει την ύπαρξη των δύο παραγόντων αξιολόγησης της ηθικής ιδεολογίας των μάντζερ γυμναστηρίων: του παράγοντα «Ιδεαλισμός» (idealism), με 8 μεταβλητές εκ των οποίων κάποιες φορτίζουν χαμηλά, και του παράγοντα Σχετικισμός (relativism), με 10 μεταβλητές (Πίνακας 2). Πραγματοποιήθηκαν, στη συνέχεια, αναλύσεις αξιοπιστίας α του Cronbach. Τα αποτελέσματα αυτών όπως και η περιγραφικές αναλύσεις των παραγόντων, φαίνονται στον Πίνακα 3.

Πίνακας 2. Αποτελέσματα της διερευνητικής παραγοντικής ανάλυσης του μεταφρασμένου στα ελληνικά ΕΡQ.

Μεταβλητές	Ιδεαλισμός	Σχετικισμός	Communalities
Οι άνθρωποι θα πρέπει να φροντίζουν να μη βλάπτουν ε- σκεμμένα με τις πράξεις τους τους γύρω τους έστω και σε μι- κρό βαθμό.	,725		,537
Το να θέτουμε κάποιον σε κίνδυνο είναι πράξη μη ανεκτή, ανεξάρτητα του πόσο μικρός είναι ο κίνδυνος	,443		,301
Το να θέσουμε κάποιον σε ενδεχόμενο κίνδυνο είναι λάθος ανεξαρτήτως των τυχόν ωφελειών που μπορεί να προκύψουν	,436		,305
Δεν έχουμε το δικαίωμα να ασκούμε ψυχολογική η σωματική βία στους γύρω μας	,790		,626
Δεν πρέπει να προβαίνουμε σε πράξεις που μπορεί να απειλη- σουν την αξιοπρέπεια και την ευημερία κάποιου άλλου	,785		,618
Το να αποφασίζουμε για το εάν θα κάνουμε κάτι ή όχι εξισορ- ροπώντας τις θετικές συνέπειες της πράξης έναντι των αρνητι- κών είναι ανήθικο	,402		,332
Η αξιοπρέπεια και ευημερία των ατόμων θα έπρεπε να είναι η βασική μέριμνα της εκάστοτε κοινωνίας	,506		,367
Δεν πρέπει υπό καμία συνθήκη να θυσιάζεται η ευημερία των άλλων	,442		,309
Οι ηθικοί κανόνες που υπάρχουν δεν είναι τόσο σημαντικοί ώστε να πρέπει να γίνουν «κώδικας ηθικής»		,614	,418
Το τι είναι ηθικό διαφέρει ανά περίπτωση και από τη μία κοι- νωνία στην άλλη		,689	,489
Οι ηθικοί κανόνες θα πρέπει να γίνονται αντιληπτοί ατομικά: αυτό που για κάποιον είναι ηθικό μπορεί για κάποιον άλλο να είναι ανήθικο		,767	,589
Οι διαφορετικές απόψεις περί ηθικής δεν μπορούν να συγκρι- θούν ως προς την «ορθότητα» τους		,650	,426
Ερωτήσεις όπως " τι είναι ηθικό για όλους;" δεν έχουν απάντη- ση: το αν κάτι είναι ηθικό ή ανήθικο, αξιολογείται υποκειμενι- κά		,760	,577
Οι ηθικοί κανόνες είναι προσωπικοί κανόνες συμπεριφοράς. Δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να κριτκάρουμε άλλους		,639	,419
Το τι θεωρείται ηθικό στις διαπροσωπικές σχέσεις είναι τόσο περίπλοκο που τα άτομα θα έπρεπε να μπορούν να διαμορ- φώνουν τους δικούς τους κώδικες ηθικής		,710	,503
Μια ηθική άποψη που επιβάλλεται ως κανόνας και εμποδίζει ορισμένους τρόπους δράσης, θα μπορούσε να εμποδίσει να διαμορφωθούν καλύτερες ανθρώπινες σχέσεις		,732	,537
Το αν ένα ψέμα είναι αποδεκτό καθορίζεται απόλυτα από την κατάσταση για την οποία έχει ειπωθεί		,506	,422
Το αν θα αξιολογηθεί ένα ψέμα ως ηθικό εξαρτάται από τις συνθήκες που έχει ειπωθεί		,446	,396
Eigenvalues	4,536	2,725	
% της διακύμανσης	34,02	14,32	
Συνολική διακύμανση			48,34

Πίνακας 3. Αναλύσεις αξιοπιστίας και περιγραφικές αναλύσεις των παραγόντων αξιολόγησης της ηθικής ιδεολογίας των μάντζερ του δείγματος.

Παράγοντας	Ερωτήσεις	α Cronbach	M.O.	T.A.
Ιδεαλισμός	8	.608	4.81	.282
Σχετικισμός	10	.849	3.15	.87

Πραγματοποιήθηκαν, στη συνέχεια, μία Two Way Ανοva, με ανεξάρτητες το φύλο και την ηλικία, και μία Three Way Ανοva, με ανεξάρτητες μεταβλητές την εκπαίδευση, την περαιτέρω εκπαίδευση και τα χρόνια εμπειρίας ως μάντζερ στην εν λόγω επιχείρηση. Εξαρτημένες μεταβλητές και στις δύο αναλύσεις ήταν οι παράγοντες του Ιδεαλισμού και του Σχετικισμού. Στατιστικά σημαντικές διαφορές προέκυψαν μόνο στην περίπτωση της αλληλεπίδρασης της περαιτέρω εκπαίδευσης ($F_{(3, 248)} = 3.024, p < .05$). Τα scheffe τεστ δεν έδειξαν κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά στις επιμέρους ομάδες αναφορικά με τον τρόπο αξιολόγησης της ατομικής ηθικής ιδεολογίας των μάντζερ ($p > .05$).

Συζήτηση

Σκοπός της έρευνας αυτής ήταν να ελεγχθεί η αξιοπιστία και η δυνατότητα προσαρμογής σε ελληνικά δεδομένα της κλίμακας Ethics Position Questionnaire (EPQ) του Forsyth (1980), ενώ περαιτέρω ερευνητικός στόχος ήταν η αξιολόγηση της επίδρασης των δημογραφικών χαρακτηριστικών στην διαμόρφωση της ατομικής ηθικής ιδεολογίας, όπως αυτή προκύπτει για την ερευνώμενη ομάδα ατόμων (manager επιχειρήσεων health & fitness).

Το ερωτηματολόγιο EPQ, όπως διαμορφώθηκε/προσαρμόστηκε και εφαρμόστηκε σε ελληνικό πληθυσμό μάντζερ επιχειρήσεων health & fitness, φαίνεται ότι θα πρέπει περαιτέρω να δοκιμαστεί, ιδίως δε ο παράγοντας του Ιδεαλισμού. Πιθανά οι μάντζερ των γυμναστηρίων δεν κατανόησαν επαρκώς κάποιες από τις μεταφρασμένες μεταβλητές. Ίσως, μάλιστα, είναι σημαντικό να εξεταστεί και σε διοικούντες άλλων φορέων αθλητισμού και αναψυχής. Σε ανάλογα συμπεράσματα έχουν καταλήξει και ο MacNab και οι συνεργάτες του (2011) σε έρευνά τους σχετικά με μια διαπολιτισμική εξέταση των απαντήσεων ιατρών στο EPQ. Οι ερευνητές επεσήμαναν ότι κάποιες μεταβλητές δεν φορτίζουν ικανοποιητικά στον αντίστοιχο παράγοντα, ενδεχομένως λόγω περιπλοκότητας της μετάφρασης που θα μπορούσε, σε κάποιο βαθμό, να έχει επηρεάσει τα αποτελέσματα, ενώ πρότειναν δυναμικά πιο σύνθετες ηθικές διαστάσεις αναλόγως της χώρας όπου διενεργείται η κάθε έρευνα. Η συγκεκριμένη έκδοση του ερωτηματολογίου όπως μεταφέρθηκε στην Ελληνική γλώσσα, θα πρέπει περαιτέρω να μελετηθεί και να δοκιμαστεί εκ νέου, καθώς πολλές προγενέστερες μελέτες έχουν αποδείξει ότι εμφανίζει εσωτερική συνοχή και αξιοπιστία ομοίως και στους δύο παράγοντες (ενδεικτικά: Emerson et al. 2007; Hartikainen & Torstila, 2004; Swaidan, 2003).

Η «στάση» των μάντζερ του δείγματος της παρούσας έρευνας, σε επιχειρηματικά ζητήματα που άπτονται ηθικών διλημάτων, φαίνεται να είναι *ιδεαλιστική*, έτσι ώστε οι ίδιοι φαίνεται να «υποθέτουν ότι οι επιθυμητές συνέπειες μπορούν, με τη σωστή δράση, να επιτυγχάνονται πάντα» (Forsyth, 1980, σ. 176), ενώ τείνουν να έχουν περισσότερη πίστη σε ηθικές αρχές, κανόνες ή νόμους και χρησιμοποιούν αυτές τις αρχές για να ορίσουν τι είναι σωστό και τι λάθος για τους ίδιους (Forsyth, 1980; 1985; 1992). Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την βιβλιογραφία, για ένα άτομο με πιο ιδεαλιστική ιδεολογία (λιγότερο σχετικιστής) θα είναι λιγότερο αποδεκτή μια ηθική κατάσταση που όμως παραβιάζει το νόμο, παρά μια ηθική κατάσταση η οποία δεν είναι παράνομη, καθώς με την παράνομη συμπεριφορά θα προκύψει μεγαλύτερη βλάβη ή περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις (Emerson & Conroy, 2004; Emerson et al., 2007). Ωστόσο, η παραπάνω συλλογιστική αφήνει περιθώρια σκέψης για το εάν τελικά η σχέση μεταξύ ηθικής ιδεολογίας και ηθικής κρίσης θα εξαρτηθεί και από το καθεστώς νομιμότητας του ηθικού ζητήματος (δηλ. τη σοβαρότητα και την νομική απαξία μιας ηθικής/ ανήθικης συμπεριφοράς).

Επιπλέον, στόχος της εν λόγω έρευνας ήταν να μελετήσει το αν οι μάντζερ γυμναστηρίων διαφοροποιούνται με βάση κάποια δημογραφικά χαρακτηριστικά. Το φύλο, η ηλικία και τα χρόνια εμπειρίας των μάντζερ, αποδείχθηκε ότι δεν επηρεάζουν την ατομική ηθική ιδεολογία τους, όπως είχε αυτή διαμορφωθεί κατά τον χρόνο της έρευνας. Τα αποτελέσματά μας έρχονται σε αντίθεση με ευρήματα ερευνών όπου η ηλικία (Bass et al., 1998), το φύλο (Hartikainen & Torstila, 2004; Singhapakdi & Vitell, 1994) και τα χρόνια εμπειρίας (Dawson, 1997) ατόμων στον χώρο της διοίκησης οργανισμών, είναι παράγοντες που επηρεάζουν την ατομική ηθική ιδεολογία και ηθική στάση τους. Πιο συγκεκριμένα, μια σειρά από μελέτες αναφέρουν ότι οι γυναίκες αξιολογούν υψηλότερα τον Ιδεαλισμό από τους άνδρες (Dawson, 1997; Ruegger & King, 1992; Sikoula & Costa, 1994), ενώ τα

δύο φύλα φαίνεται να διαφοροποιούνται και σε θέματα κρίσεως περί ηθικής (Hartikainen & Torstila, 2004; Serwinek, 1992; Shafer et al., 2001).

Η ηλικία είναι ένας άλλος παράγοντας που αποδεικνύεται ότι επηρεάζει την ηθική ιδεολογία και την κρίση περί ηθικής ενός ατόμου. Ο Vitell και οι συνεργάτες του (1995) αναφέρουν ότι υφίσταται μια θετική σχέση μεταξύ ηλικίας και ιδεαλισμού, που έγκειται στο ότι οι ηλικιωμένοι τείνουν να ενδιαφέρονται περισσότερο για την ευημερία των άλλων παρά για το προσωπικό τους συμφέρον. Επιπλέον, οι ηλικιωμένοι τείνουν να βασίζονται περισσότερο σε καθολικές ηθικές αρχές κατά την λήψη αποφάσεων ή την διαμόρφωση μιας κρίσης περί ηθικής, που υποδηλώνει αρνητική σχέση ηλικίας και σχετικισμού (Bass et al., 1998; Fernando et al., 2008). Αυτά τα επιχειρήματα υποστηρίχθηκαν από τους Bass et al. (1998) και Hartikainen και Torstila (2004), των οποίων οι μελέτες απέδειξαν ότι οι μεγαλύτεροι σε ηλικία είναι περισσότερο ιδεαλιστές και λιγότερο σχετικιστικές σε σύγκριση με τους νεότερους.

Σε σχέση με το εκπαιδευτικό υπόβαθρο και το μορφωτικό επίπεδο των manager, η παρούσα έρευνα, όντας σε συμφωνία με προγενέστερες έρευνες, παρουσιάζει την θετική σχέση του παραπάνω παράγοντα με την ατομική ηθική ιδεολογία (Browning & Zabriskie, 1983; Swaidan, 2003). Το μορφωτικό επίπεδο έχει αποδειχθεί ως ένας σημαντικός και καθοριστικός παράγοντας για την ηθική ιδεολογία και τις κρίσεις περί ηθικής. Ως προς τη σχέση αυτή, σε διάφορες μελέτες έχει διαπιστωθεί ότι τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο είναι λιγότερο ιδεαλιστές από τα άτομα με λιγότερα ακαδημαϊκά προσόντα (Ho et al., 1997; Singhapakdi et al., 1999).

Συμπεράσματα - Προτάσεις

Οι μάντζερ επιχειρήσεων health & fitness φαίνεται να είναι ιδεαλιστές και λιγότερο σχετικιστές, στοιχείο που μπορεί να απορρέει από το νεαρή ηλικία και το φύλο τους. Στα πλαίσια μιας πιο ιδεαλιστικής κουλτούρας η οποία διέπεται από διαφάνεια, ειλικρίνεια και κοινωνική ευαισθησία, ο κανόνας διαφεύγει του προσωποκεντρικού χαρακτήρα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, ιδίως δε των επιχειρήσεων σε μορφή γυμναστηρίου, οι οποίες είναι κυρίως ατομικές, πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις. Όταν ο προσανατολισμός των μελών διοίκησης μιας επιχείρησης είναι υψηλού ιδεαλισμού, τότε τα μέλη της ίδιας επιχείρησης είναι πιθανό να καταδικάσουν μια σχετικιστική στάση και ιδεολογία, τασσόμενα υπέρ της συμμόρφωσης με κώδικες δεοντολογίας και της προάσπισης των δικαιωμάτων όλων των εμπλεκόμενων μερών, όπως βέβαια και των δικαιωμάτων των τελικών καταναλωτών. Οι εσωτερικές και εξωτερικές αυτές σχέσεις, είναι δυνατόν να σταθμίζουν το κοινωνικό καθήκον και την επιχειρηματική ευθύνη στο πλαίσιο της βιωσιμότητας και της προαγωγής της υγείας των πληθυσμών. Η πληροφορία αυτή, συμβάλει καθοριστικά στην διάγνωση της προσφορότητας για περαιτέρω επικοινωνία θεμάτων επιχειρηματικής ηθικής στον κλάδο του health & fitness αλλά και των υπολοίπων επιχειρήσεων αθλητισμού στην χώρα ή διεθνώς. Περαιτέρω, οι καταναλωτές, αντιλαμβανόμενοι την ηθική στάση μιας επιχείρησης είναι πιθανότερο να αναπτύξουν καταναλωτικές συμπεριφορές όπως η πίστη, η αφοσίωση και η δια στόματος επικοινωνία (Πασχαλίδου, Τσίτοκαρη, Αλεξανδρή, & Φιλίππου, 2021), οι οποίες σε βάθος χρόνο θα ωφελήσουν τις εν λόγω επιχειρήσεις στην διατήρηση των υπάρχοντων μελών αλλά και στην διεύρυνση του καταναλωτικού κοινού τους, με το πρόθεμα της κοινωνικής πια υπευθυνότητας και των ηθικότερων επιχειρηματικών πρακτικών.

Αυτή η διερευνητική μελέτη, η οποία αντιπροσωπεύει μια πρώτη προσπάθεια επεξήγησης και ανάλυσης της σχέσης μεταξύ της ατομικής ηθικής ιδεολογίας και των δημογραφικών χαρακτηριστικών που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την στάση των μάντζερ επιχειρήσεων fitness κατά την λήψη ηθικών ή μη αποφάσεων, παρέχει την πληροφορία της σημαντικότητας του μορφωτικού επιπέδου στον ηθικό προσανατολισμό ενός ατόμου. Βάσει αυτού, είναι αξιοσημείωτη η δυνατότητα διεύρυνσης της επιμόρφωσης των ατόμων που δραστηριοποιούνται στην διοίκηση επιχειρήσεων αθλητισμού εν γένει, ενδεχομένως με εξειδικευμένα προγράμματα περί ηθικής και δεοντολογίας επιχειρήσεων, ορθής διαχείρισης ανθρωπίνου δυναμικού, κοινωνικής ευθύνης κ.α. τα οποία άπτονται της θεματικής της επιχειρηματικής ηθικής

Εν κατακλείδι, η ατομική ηθική ιδεολογία, παρότι είναι ιδιαίτερα κρίσιμη, αποδεικνύεται περίπλοκη και δύσκολο να μετρηθεί. Ως εκ τούτου το ερωτηματολόγιο χρήζει περαιτέρω μελέτης και σε άλλες πληθυσμιακές ομάδες στην Ελλάδα οι οποίες σε μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να αποτελούνται από άτομα ενασχολούμενα με την διοίκηση μεγαλύτερων αθλητικών οργανισμών όπου ενδεχομένως να τίθενται και ζητήματα οργανωσιακής κουλτούρας προς ανάλυση. Η συσχέτιση των παραγόντων του εν λόγω ερωτηματολογίου και με άλλους παράγοντες που σχετίζονται με την επιχειρηματική λειτουργία και την οργάνωση μιας επιχείρησης, θα ήταν εξίσου διαφωτιστική στα πλαίσια μελέτης της χρηστής διακυβέρνησης και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων αθλητισμού.

Τέλος, μελλοντικές έρευνες στον κλάδο, μπορούν να συμπεριλάβουν δείγμα από εργαζόμενους στις επιχει-

ρήσεις του health & fitness, προκειμένου να διερευνηθούν και να αξιολογηθούν οι εσωτερικές συμπεριφορές στις επιχειρήσεις αυτές, η συσχέτιση τους με την ηθική κουλτούρα και την ηθική των διοικούντων αλλά και επιπλέον να διερευνηθεί ο λόγος των ασταθών εργασιακών σχέσεων που χαρακτηρίζουν τον συγκεκριμένο κλάδο στην Ελλάδα.

Σημασία για Άσκηση ή τον Αθλητισμό και την Ποιότητα Ζωής

Οι επιχειρήσεις άσκησης και υγείας, όπως τα γυμναστήρια, οφείλουν εξ ορισμού να προωθούν την υγεία και την σωματική άσκηση στους πελάτες τους αλλά και στην τοπική κοινωνία εν γένει. Επιπλέον, τα γυμναστήρια ως επιχειρήσεις έχουν ως κύριους στόχους την κερδοφορία και τη βιωσιμότητα. Η διερεύνηση της τρέχουσας κατάστασης ηθικής αντίληψης σε έναν τομέα οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, που μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως σχετικός με την προαγωγή της υγείας είναι κρίσιμη, καθώς εγείρονται πολλά ηθικά ερωτήματα, σχετικά με την εταιρική πρακτική, με τον τρόπο λήψης αποφάσεων και με την ύπαρξη ή μη ενός κώδικα δεοντολογίας στις επιχειρήσεις άσκησης. Όλα τα παραπάνω έχουν μεγάλη σημασία, τόσο από νομική όσο και από οικονομική άποψη αλλά πολύ περισσότερο από πλευράς βιωσιμότητας και ευσυνείδητης των επιχειρήσεων αυτού του είδους, οι οποίες αποτελούν την πρώτη επιλογή άσκησης για το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού της Ελλάδας και η επιχειρηματική τους ηθική μπορεί να επηρεάσει σημαντικά τη μελλοντική διοικητική πρακτική, τους κανονισμούς και τις προοπτικές του κλάδου.

Βιβλιογραφία

- Addolorato, S., García-Fernández, J., Gallardo, L., & García-Unanue, J. (2020). An overview of the origins and effectiveness of commercial fitness equipment and sectoral corporate settings: A critical review of literature. *Applied Sciences*, 10(4), 1534.
- Avourdiadou, S., & Theodorakis, N. D. (2014). The development of loyalty among novice and experienced customers of sport and fitness centers. *Sport Management Review*, 17(4), 419-431.
- Banville D., Desrosiers P., & Genet-Volet Y. (2000). Translating research instruments using a cross-cultural translation technique. *Journal of Teaching in Physical Education*, 19, 374-387.
- Barnett, J. H., & Karson, M. J. (1987). Personal values and business decisions: An exploratory investigation. *Journal of Business Ethics*, 6, 371-382.
- Barnett, T. (2001). Dimensions of moral intensity and ethical decision making: An empirical study. *Journal of Applied Social Psychology*, 31(5), 1038-1057.
- Baumhart, R. (1961). How ethical and businessmen? *Harvard Business Review*, 38, 6-31.
- Bodai, B. I., Nakata, T. E., Wong, W. T., Clark, D. R., Lawenda, S., Tsou, C., Liu, R., Shiue, L., Cooper, N., Rehbein, M., Ha, B. P., Mckeirnan, A., Misquitta, R., Vij, P., Klonecke, A., Mejia, C. S., Dionysian, E., Hashmi, S., Greger, M., Stoll, S., ... Campbell, T. M. (2018). Lifestyle Medicine: A brief review of its dramatic impact on health and survival. *The Permanente Journal*, 22, 17-25.
- Browning, J., & Zabriskie, N. (1983). How ethical are industrial buyers? *Industrial Marketing Management*, 12(4), 219-224.
- Buckworth, J., & Dishman, R. K. (2002). *Exercise Psychology*. Champaign, IL: Human Kinetics Publishers.
- Caswell, S. V., & Gould, T. E. (2008). Individual moral philosophies and ethical decision making of undergraduate athletic training students and educators. *Journal of Athletic Training*, 43(2), 205-214.
- Chen, A. Y. S., Sawyers, R. B., & Williams, P. F. (1997). Reinforcing ethical decision making through corporate culture. *Journal of Business Ethics*, 16, 855-865.
- Choo, J., & Bae, J. (2016). An analysis of the structure relationship of organizational culture, organizational justice, empowerment and organizational effectiveness using structural equation models. *Crisisonomy*, 12(9), 39-55
- Cloconi, C., Papastavrou, E., & Charalambous, A. (2019) Cancer nurses' perceptions of ethical climate in Greece and Cyprus. *Nursing ethics*, 26(6), 1805-1821.
- Craft, J. (2013). A review of the empirical ethical decision-making literature: 2004-2011. *Journal of Business Ethics*, 117(2), 221-259.
- Davis, M. A., Anderson, M. G., Curtis, M. B. (2001). Measuring ethical ideology in business ethics: A critical analysis of the Ethics Position Questionnaire. *Journal of Business Ethics*, 32, 35-53.

- Dawson, L. (1997). Ethical differences between men and women in the sales profession. *Journal of Business Ethics*, 16(11), 1143-1152.
- DeBode, J. D., Armenakis, A. A., Feild, H. S., & Walker, A. G. (2013). Assessing ethical organizational culture: Refinement of a scale. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49(4), 460-484.
- Fernando, M., Dharmage, S., & Almeida, S. (2008). Ethical ideologies of senior Australian managers: An empirical study. *Journal of Business Ethics*, 82, 145-155.
- Ferrell, O. C., & Gresham, L. (1985). A Contingency framework for understanding ethical decision making in marketing. *Journal of Marketing*, 49(3), 87-96.
- Forsyth, D. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 175-184.
- Forsyth, D. K. (1981). Moral judgment: The influence of ethical ideology. *Personality and Social Psychology Bulletin* 7(2), 218-223.
- Forsyth, D. R. (1985). Individual differences in information integration during moral judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(1), 264-272.
- Forsyth, D. R. (1980). A taxonomy of ethical ideologies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 175-184.
- Forsyth, D. R. (1985). Individual differences in information integration during moral judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 264-272.
- Forsyth, D. R. (1992). Judging the morality of business practices: The influence of personal moral philosophies. *Journal of Business Ethics*, 11, 461-470.
- Hartikainen, O., & Torstila, S. (2004). Job-related ethical judgment in the finance profession. *Journal of Applied Finance*, 14(1), 62-76.
- Ho, F., Vitell, S., Barnes, J., & Desborde, R. (1997). Ethical correlates of role conflict and ambiguity in marketing: The mediating role of cognitive moral development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 117-126.
- Hunt, S.D., Wood, V.R., & Chonko, L. B. (1989). Corporate Ethical Values and Organizational Commitment in Marketing. *Journal of Marketing*, 53(3), 79-90.
- Kaptein, M. (2019). The moral entrepreneur: A new component of ethical leadership. *Journal of Business Ethics*, 156(4), 1135-1150.
- Kuntz, J. R. C., Kuntz, J. R., Elenkov, D., & Nabirukhina, A. (2013). Characterizing ethical cases: A cross-cultural investigation of individual differences, organisational climate, and leadership on ethical decision-making. *Journal of Business Ethics*, 113(2), 317-331
- Lagrosen, S., & Lagrosen, Y. (2007). Exploring service quality in the health and fitness industry. *Managing Service Quality*, 17(1), 41-53.
- Laczniak, G. R., & Inderrieden, E. J. (1987). The influence of stated organizational concern upon ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 6(4), 297-307.
- MacNab, Y. C., Malloy, D. C., Hadjistavropoulos, T., Sevigny, P. R., McCarthy, E. F., Murakami, M., Paholpak, S., Natarajan, S., & Liu, P. L. (2011). Idealism and relativism across cultures: A cross-cultural examination of physicians' responses on the Ethics Position Questionnaire (EPQ). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42(7), 1272-1278.
- Murphy, N. M., & Bauman, A. (2007). Mass sporting and physical activity events—Are they “Bread and Circuses” or public health interventions to increase population levels of physical activity? *Journal of Physical Activity and Health*, 4(2), 193-202.
- Musbah, A., Cowton, C. J., & Tyfa, D. (2016). The role of individual variables, organizational variables and moral intensity dimensions in Libyan management accountants' ethical decision making. *Journal of Business Ethics*, 134, 335-358.
- Randall, D.M., Gibson, A.M. (1990). Methodology in business ethics research: A review and critical assessment. *Journal of Business Ethics*, 9, 457-471.
- Ruegger, D., & King, E. (1992). A study of the effect of age and gender upon student business ethics. *Journal of Business Ethics*, 11(3), 179-186.
- Schein, V. E. (1985). Organizational realities: The politics of change. *Training & Development Journal*, 39(2), 37-41.
- Serwinek, P. (1992). Demographic and related differences in ethical views among small businesses. *Journal of Business Ethics*, 11(7), 556-566.
- Shafer, W., Morris, R., & Ketchand, A. (2001). Effects of personal values on auditors' ethical decisions. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(3), 254-277.

- Sharkey, M., & Gash, H. (2020). Teachers' constructivist and ethical beliefs. *Behavioral Sciences*, 10(6), 96.
- Sikula, A., & Costa, A. (1994). Are women more ethical than men? *Journal of Business Ethics*, 13(11), 859-871.
- Singhapakdi, A. (1999). Perceived importance of ethics and ethical decisions in marketing. *Journal of Business Research*, 45(1), 89-99
- Singhapakdi, A., & Vitell, S. (1994). Ethical ideologies of future marketers: the relative influences of Machiavellianism and gender. *Journal of Marketing Education*, 16(1), 34-42.
- Swaidan, Z., Vitell, S. J., & Rawwas, M. Y. A. (2003). Consumer ethics: determinants of ethical beliefs of African Americans. *Journal of Business Ethics*, 46(2), 175-186.
- Tsitskari E., Tzetzis G., & Batrakoulis, A. (2021). The Fitness sector in Greece: Business models and marketing perspectives. In J. García-Fernández, & P. Gálvez-Ruiz (Eds). *The Global Private Health & Fitness Business: A Marketing Perspective*. Emerald Publishing.
- Tsitskari, E., Quick, S. & Tsakiraki, A. (2014). Measuring exercise involvement among fitness centers' members: Is it related with their satisfaction? *Services Marketing Quarterly*, 35(4), 372-389.
- Valentine, S. R., & Rittenburg, T. L. (2007). The ethical decision making of men and women executives in international business situations. *Journal of Business Ethics*, 71, 125-134.
- Vitell, S., & Festervand, T. (1987). Business ethics: Conflicts, practices and beliefs of industrial executives. *Journal of Business Ethics*, 6, 111-122.
- Vitell, S. J., Rallapalli, K. C., & Singhapakdi, A. (1993). Marketing norms: The influence of personal moral philosophies and organizational ethical culture. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21, 331.
- Wines, W. A., & Hamilton, J. B. (2009). On changing organizational cultures by injecting new ideologies: The power of stories. *Journal of Business Ethics*, 89(3), 433-447.

Υπεύθυνος έκδοσης: Ελληνική Ακαδημία Φυσικής Αγωγής. **Υπεύθυνη συντακτικής επιτροπής:** Όλγα Κούλη. **Επιμελητές έκδοσης:** Θεοδωράκης Γιάννης, Βάσω Ζήση, Βασίλης Γεροδήμος, Αντώνης Χατζηγεωργιάδης, Θανάσης Τσιόκανος, Αθανάσιος Τζιαμούρτας, Γιώργος Τζέτζης, Θωμάς Κουρτέσης, Ευάγγελος Αλμπανιδής, Κων/να Δίπλα. **Διαχείριση-επιμέλεια-στοιχειοθεσία:** Ευάγγελος Γαλάνης, Χαράλαμπος Κρομμύδας, Βασίλης Μπούγλας.

Editor -in- Chief: Hellenic Academy of Physical Education. **Head of the editorial board:** Olga Kouli. **Editorial Board:** Theodorakis Giannis, Vaso Zissi, Vasilis Gerodimos, Antonis Chatzigeorgiadis, Thanassis Tsiokanos, Athanasios Jamurtas, Giorgos Tzetzis, Thomas Kourtessis, Evangelos Albanidis, Konstantina Dipla. **Editorial management:** Evangelos Galanis, Haralampos Krommidas, Vasilis Bouglas.