

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ  
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ

ΤΟΥ  
Ευάγγελου Καλπία

Μεταπτυχιακή Διατριβή που υποβάλλεται  
στο καθηγητικό σώμα για τη μερική εκπλήρωση των υποχρεώσεων για την  
απόκτηση του μεταπτυχιακού τίτλου του Διατμηματικού Μεταπτυχιακού  
Προγράμματος <<Άσκηση και Ποιότητα Ζωής>> των Τμημάτων Επιστήμης  
Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του Δημοκρίτειου Παν/μίου Θράκης και του  
Παν/μίου Θεσσαλίας στην κατεύθυνση  
<<Φυσική Δραστηριότητα και Αθλητική Αναψυχή >>

Κομοτηνή

2006

Εγκεκριμένο από το Καθηγητικό σώμα:

1<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Καθηγητής Φατούρος Ιωάννης

2<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Καθηγητής Κουστέλιος Αθανάσιος

3<sup>ος</sup> Επιβλέπων: Καθηγητής Αντωνίου Παναγιώτης



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**  
**ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**  
**ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»**

Αριθ. Εισ.: 5445/1  
Ημερ. Εισ.: 06-09-2007  
Δωρεά:  
Ταξιθετικός Κωδικός: Δ  
796.406 8  
ΚΑΛ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000086559

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΚΑΛΠΙΑΣ: Το Προφίλ Του Εξοπλισμού και η Κατανομή της Χωροταξίας των Ελληνικών Γυμναστηρίων.

(Υπό την επίβλεψη του Λέκτ. Καθηγητή κ. Φατούρου Ιωάννη)

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια μεγάλη αύξηση του αριθμού των γυμναστηρίων καθώς ο κόσμος, συνειδητοποιώντας το σημερινό υποκινητικό τρόπο ζωής, προσπαθεί να αντιδράσει και στη συντριπτική του πλειοψηφία στρέφεται προς τα ιδιωτικά γυμναστήρια. Σκοπός της παρούσας μελέτης ήταν η καταγραφή των τάσεων όσον αφορά την ανάλυση του προφίλ της χωροταξίας και την επιλογή του εξοπλισμού στα Ελληνικά ιδιωτικά γυμναστήρια αλλά και η σύγκριση των αποτελεσμάτων με τα διεθνή δεδομένα. Στη παρούσα μελέτη πήραν μέρος 43 ιδιωτικά γυμναστήρια. Τα 34 από την Αθήνα και τα 9 από την περιφέρεια με έκταση από 200 έως 5430 τ.μ. Διαπιστώθηκε ότι τα γυμναστήρια στην Αθήνα συνολικά, αλλά και ανά βασική κατηγορία σχετικά με τα γυμναστήρια της περιφέρειας, είναι εξοπλισμένα με περισσότερα όργανα. Η σύγκριση της έρευνας με τα διεθνή δεδομένα, φανερώνει μια σχετική ταύτιση και ως προς τη χωροταξία αλλά και ως προς τον εξοπλισμό. Στον τομέα της χωροταξίας όμως, φαίνεται ότι διεθνώς χρησιμοποιείται πολύ περισσότερος χώρος για τη διοίκηση και το marketing της επιχείρησης, ενώ στον τομέα του εξοπλισμού τα μηχανήματα για ελεύθερα βάρη είναι υπερτριπλάσια, ενώ στα Ελληνικά γυμναστήρια βρέθηκε διπλάσιος αριθμός διαδρόμων αλλά και πολύ μικρότερος αριθμός μηχανημάτων «step». Τα αποτελέσματα σκιαγραφούν το προφίλ του εξοπλισμού και της χωροταξίας των Ελληνικών γυμναστηρίων. Από τα 43 γυμναστήρια έχουν εμβαδόν μέχρι 1000 τετραγωνικά μέτρα, τα 17 (39,5%) από 1000 έως 1999 τετραγωνικά μέτρα και 3 (7%) πάνω από 2000 τετραγωνικά μέτρα. Την μεγαλύτερη έκταση την καταλαμβάνει ο χώρος ατομικής άθλησης με 35,9% (362,8 τ.μ), ακολουθεί ο χώρος ομαδικής άθλησης με 20,51% (212,55 τ.μ), τα αποδυτήρια με 14,13% (158,9 τ.μ) οι διοικητικοί χώροι με 5,9% (56,9 τ.μ). Η κατανομή των χώρων των γυμναστηρίων κάτω από τα 1000 τ.μ και των γυμναστηρίων από 1000 έως 2000 τ.μ είναι παραπλήσια αν προσέξουμε τα ποσοστά ενώ των γυμναστηρίων πάνω από 2000 τ.μ διαφέρει στους χώρους: υπηρεσίες ομορφιάς, στην πισίνα και στον χώρο ατομικής άθλησης κυρίως. Τα όργανα μυϊκής ενδυνάμωσης υπερέχουν

ποσοστιαία και ακολουθούνται από τα όργανα stretching. Για τα γυμναστήρια που έχουν έκταση πάνω από 2000 τ.μ βλέπουμε μεγάλο αριθμό οργάνων με 61,7 (35,45%) σε καρδιοαναπνευστικά και 43,3 (24,88%) μυϊκής ενδυνάμωσης. Τα παραπάνω αποτελέσματα σκιαγραφούν το προφίλ του εξοπλισμού και της χωροταξίας των Ελληνικών γυμναστηρίων.

---

**Λέξεις κλειδιά:** Ελληνικά Ιδιωτικά Γυμναστήρια, Χωροταξία, Εξοπλισμός

## Abstract

### The Equipment Profile and the Space Allocation of Hellenic Fitness Clubs

During last years we have observed an increase of number of gyms around the world, realising the current way of life, consumers try to react and the majority turns to private gyms. The aim of this study was the recording of tendencies with regard to the analysis of profile of planning and the choice of equipment in the Greek private gyms but also the comparison of results with the international data. In this study 43 private gyms took part. The 34 were from Athens and the 9 from the rest of Greece with an extent from 200 until 5430 square metres. The study found that the gyms in Athens are equipped with more bodies. The comparison of research with the international data, reveals a relative identification and as for the planning but also as for the equipment. In the sector of planning however, it appears that internationally is used a lot more space for the administration and the marketing of enterprise, while in the sector of equipment the instruments for free weights are given more space, while Greek gyms were found having double number of corridors but also much smaller number of instruments like "step". The results sketch out the profile of equipment and planning of Greek gyms. From the 43 gyms they have area up to 1000 square metres, the 17 (39,5%) from 1000 until 1999 square metres and 3 (7%) above 2000 square metres. The bigger extent occupies the space of individual exercising with 35,9% (362,8 t.m), follows the space of common exercising with 20,51% (212,55 t.m), the lockers room with 14,13% (the 158,9 t.m) administrative spaces with 5,9% (the 56,9 t.m). Distribution of spaces of the gyms under the 1000 t.m and gyms from 1000 until 2000 t.m is similar. If we look careful the percentages of while gyms above 2000 t.m it differs in the spaces: services of beauty, in the swimming-pool and in the space of individual exercising mainly. The bodies of muscular intensification surpass in percentage and are followed by the bodies stretching. For the gyms that have extent above 2000 t.m we see a bigger number of bodies with 61,7 (35,45%) in cardiorespiratory and 43,3 (24,88%) muscular intensification. The above results sketch out the profile of equipment and the planning of Greek gyms.

---

**Key Words:** fitness clubs, Equipment, Survey

Στη γυναίκα μου και στα παιδιά μου που με στηρίζουν σε κάθε μου προσπάθεια.

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Λέκτορα Καθηγητή κ. Ιωάννη Φατούρο για τη βοήθεια, παρακίνηση, καθοδήγηση και υποστήριξη που παρείχε σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της ερευνητικής μου εργασίας. Η υποστήριξή του τόσο σε επιστημονικό όσο και προσωπικό επίπεδο ήταν ανεκτίμητη.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον διδακτορικό φοιτητή Κώστα Σωτηρόπουλο για τις συμβουλές του και τις παρατηρήσεις του.

Θερμά ευχαριστώ επίσης, το συνάδελφο Γιώργο Βαβέτση για τη βοήθειά του στο ερευνητικό κομμάτι της διατριβής

Σημαντική ήταν η κατανόηση και συμπαράσταση των Διευθυντών των Γυμναστηρίων που επισκέφτηκα σε όλη τη διάρκεια της μελέτης και έρευνας και για το λόγο αυτό αισθάνομαι βαθύτατα υποχρεωμένος.

Τέλος, ευχαριστώ τη σύζυγο μου Βάνα για την αμέριστη συμπαράσταση και τη βοήθειά της που χωρίς αυτήν ίσως να μην κατάφερα να φέρω εις πέρας το έργο μου.

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Σελίδα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	ii-iii
ABSTRACT.....	iv
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	vi
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	vii-viii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ.....	x
1.0. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
1.1. Σκοπός.....	8
1.2. Ερευνητικά ερωτήματα.....	8
1.3. Βασικές προϋποθέσεις.....	9
1.4. Οριοθετήσεις.....	9
1.5. Περιορισμοί.....	9
1.6. Περιγραφή όρων σχετικών με μελέτη.....	11
ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	12
2.0. Η ελληνική αγορά.....	13
2.1. Τα γυμναστήρια στην Ελλάδα.....	13
2.2. Λόγοι άσκησης από τους πολίτες.....	14
2.3. Υπηρεσίες-Χωροταξία και Εξοπλισμός.....	15
3.0. ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ.....	17
3.1. Σημαντικότητα εξοπλισμού ενός γυμναστηρίου.....	17



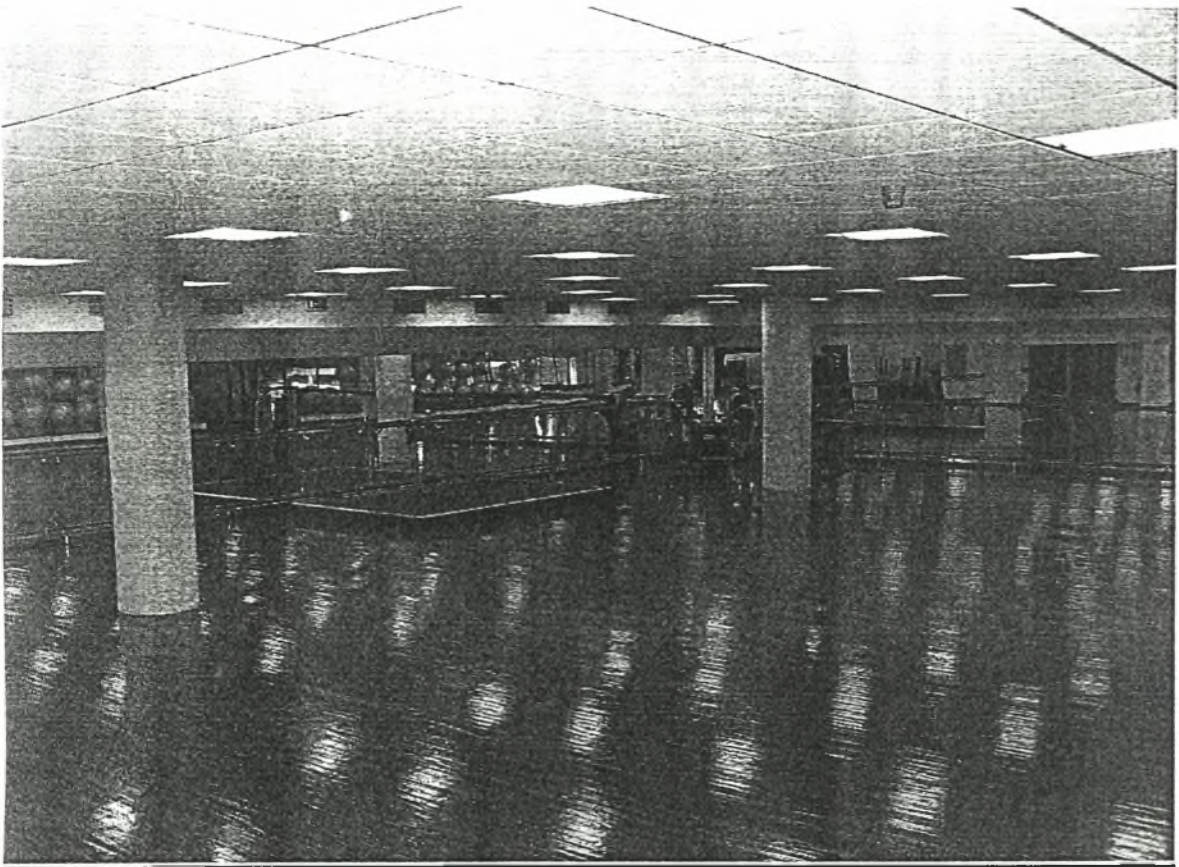
3.2. Κριτήρια επιλογής .....	18
3.2.1. Διάρκεια ζωής .....	19
3.3. Κατηγορίες εξοπλισμού.....	20
3.3.1. Εκμάθηση της τεχνικής ενός οργάνου από τον ασκούμενο.....	24
3.4. Διαδικασία αγοράς.....	24
3.5. Επιπρόσθετα υποστηρικτικά εργαλεία.....	26
4.0. ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ.....	26
4.1. Η χωροταξία ενός γυμναστηρίου.....	27
4.2. Εσωτερική διαχείριση τμημάτων.....	29
4.3. Εσωτερική οργάνωση και χωροταξία-Σχέση με λειτουργία.....	31
5.0. ΤΙ ΞΕΡΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	32
5.1. Δημοτικά γυμναστήρια.....	33
5.2. Ιδιωτικά γυμναστήρια.....	34
6.0. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	36
6.1. Δείγμα.....	36
6.2. Ερευνητικός σχεδιασμός.....	37
6.3. Στατιστική ανάλυση.....	38
7.0. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	39
8.0. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	53

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1:	Ποσοστό και μέσος όρος τετραγωνικών βασικών χώρων.....	40
Πίνακας 2:	Βασικοί χώροι ανά τ. μ. πανελλαδικά.....	41
Πίνακας 3:	Ποσοστιαία κατανομή επιμέρους χώρων.....	42
Πίνακας 4:	Κατανομή χώρων.....	43
Πίνακας 5:	Μέσος όρος μηχανημάτων.....	46
Πίνακας 6:	Μέσος όρος μηχανημάτων ανά κατηγορία γυμναστηρίου.....	46
Πίνακας 7:	Πλήθος μηχανημάτων ανά κατηγορία γυμν. & τύπο οργάνων.....	47
Πίνακας 8:	Μέσο πλήθος μηχανημάτων ανά κατηγορία για το σύνολο των γυμναστηρίων.....	47

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 :	Χώρος Ατομικής Άσκησης.....	1
Εικόνα 2 :	Χώρος Αποδυτηρίων.....	7
Εικόνα 3:	«Μπαρ».....	10
Εικόνα 4 :	Αίθουσα « Spinning ».....	12
Εικόνα 5:	Χώρος ατομικής άσκησης (καρδιοαναπνευστικά μηχανήματα) .....	15
Εικόνα 6:	Δωμάτιο « spa».....	28
Εικόνα 7:	Αίθουσα « personal training».....	35



ΕΙΚΟΝΑ 1<sup>η</sup>: Χώρος Ατομικής Άσκησης



## ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΩΝ

### 1.0 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Με το πέρασμα του χρόνου η ζωή του σημερινού ανθρώπου χαρακτηρίζεται από άγχος, αγώνα για επιβίωση, υποκινητικότητα, υπερκαταναλωτισμό, έλλειψη ελεύθερου χρόνου και συχνή αποφυγή πνευματικής και σωματικής άσκησης. Χόμπι, αναψυχή αλλά και γενικότερα ο ελεύθερος χρόνος είναι όροι που όλο και λιγότερο συναντάμε στην καθημερινή μας διαβίωση. Η καθημερινότητα του σύγχρονου ανθρώπου επηρεάζεται όλο και πιο πολύ και βαραίνει από την συνεχή ρουτίνα και ανία.

Στόχος του Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας είναι να αυξήσει, σε όλες τις χώρες, συμπεριφορές που προάγουν την υγεία όπως είναι η κατάλληλη φυσική άσκηση και η αντιμετώπιση του στρες. Επίσης, να αυξήσει κατά τουλάχιστον 20% τον αριθμό των ενηλίκων που συμμετέχουν σε έντονες φυσικές δραστηριότητες, οι οποίες προάγουν την ανάπτυξη της καρδιοαναπνευστικής λειτουργίας. Οι δραστηριότητες να γίνονται τουλάχιστον 3 φορές την εβδομάδα και για περισσότερα από 20 λεπτά. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας: «Υγεία είναι η κατάσταση της πλήρους φυσικής, πνευματικής και κοινωνικής ευεξίας και όχι απλά η απουσία ασθενειών και αναπηριών». Η τεχνολογία και η αυτοματοποίηση της εποχής καταδικάζουν τα άτομα σε ακινησία. Ενώ οι απαιτήσεις της εποχής μας σε φυσική σωματική εργασία μειώνονται, η ανάγκη για σωματική αύξηση αυξάνει, ακριβώς επειδή η άσκηση μπορεί να συμβάλλει στη φυσική και πνευματική ευεξία. **(Φυσική Αγωγή Α, Β Γ Γυμνασίου 2006)**

Η σημασία της άσκησης φαίνεται επιβεβλημένη και ο κόσμος δείχνει πλέον να το συνειδητοποιεί. Η ίδρυση νέων γυμναστήριων τα τελευταία χρόνια και ειδικά η ανάπτυξη ισχυρών αλυσίδων φανερώνουν τη τάση του σημερινού ανθρώπου για ενασχόληση με

την άθληση ως μέσω διασκέδασης αλλά και βελτίωσης της υγείας του. Σύμφωνα με τον οδηγό υγιεινής και ασφάλειας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το Ευρωπαϊκό Έτος 1997, «*η άσκηση αποτελεί τη βάση για τη σωστή ανάπτυξη του σώματος αλλά και για την ισορροπία μεταξύ των πνευματικών και σωματικών λειτουργιών του άτομο*». Ο ορισμός αυτός αναφέρεται στη σημασία της άσκησης για τον άνθρωπο, ειδικά τα παιδιά και τους ηλικιωμένους<sup>1</sup>.

Οι έρευνες δείχνουν ότι το σημαντικά μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού έχει ελλιπέστατη επαφή με τον αθλητισμό και την άσκηση γενικότερα είτε γιατί υπάρχουν άλλες προτεραιότητες που δεν αφήνουν χώρο για γύμναση όπως π.χ. η οικογένεια ή η εργασία, είτε γιατί παρατηρείται παντελής έλλειψη κινήτρων και στόχων. Άλλες συνηθισμένες «δικαιολογίες» είναι:α) η τυχόν παραμέληση της δουλειάς, β) η απουσία φιλικής παρέας, γ) η χαμηλή αυτοπεποίθηση για την επιτυχή πραγματοποίηση των στόχων, δ) η αποφυγή της ψυχολογικής αλλά και σωματικής κούρασης που μπορεί να νοιώθει κανείς κατά τη διάρκεια της άσκησης όπως ακόμα και ε) η άσχημη αίσθηση του ιδρώτα με την αύξηση της θερμοκρασίας. (Φυσική Αγωγή Α, Β Γ Γυμνασίου 2006)

Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη από τον Hatziharisto D το 1990 στα πλαίσια των συνηθειών Άσκηση για Όλους, σ' άτομα και των δυο φύλων ηλικίας 30 και 60 ετών, στο πληθυσμό των Αθηνών και Θεσσαλονίκης, βρέθηκε ότι το 42,1% δεν ασκείται επαρκώς και συστηματικά και ο λόγος εντοπίζεται στην αδυναμία εύρεσης χρόνου λόγω των αυξημένων υποχρεώσεων. Από την άλλη βέβαια υπήρχε ένα ποσοστό 57,9% το οποίο γυμναζόταν είτε συστηματικά είτε 1 ή 2 φορές την εβδομάδα. Τα άτομα που αποτελούσαν το ποσοστό αυτό έκαναν είτε τζόγκινγκ, είτε γυμνάζονταν στο σπίτι. Πάντως το ποσοστό ήταν αρκετά ικανοποιητικό και ουσιαστικά έδειχνε το ρεύμα προς την άθληση<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ευρωπαϊκή Ένωση(1997), Ευρωπαϊκό Έτος Ασφάλειας Υγιεινής και Υγείας σελ 88

<sup>2</sup> Hatziharistos D(1990),Participation of Greek Urban residents in physical activity. World Congress on Sports for All Book of Abstracts. Tampere, Finland- όπως δίνεται στο βιβλίο του Αυθίνου Δ.Γ(2000),Άσκηση για Όλους, ΤΕΦΑΑ σελ 76

Τα ψυχολογικά εμπόδια είναι ένας ακόμα ανασταλτικός παράγοντας όπως επίσης και οι κακές παραστάσεις από το παρελθόν π. χ. σχολείο (**Grantham WC et all 1998**).

Ποικίλοι μπορεί να είναι οι λόγοι που θα οδηγήσουν κάποιον σε πρώτη επαφή με την άθληση. Μια αφορμή μπορεί να δώσει η αύξηση του σωματικού βάρους κι έτσι η άθληση κρίνεται απαραίτητη όχι μόνο για τη βελτίωση της εξωτερικής εμφάνισης αλλά ταυτόχρονα και της υγείας. Παράλληλα η αντιμετώπιση του άγχους, η βελτίωση της αυτοπεποίθησης, η ευκολότερη πραγματοποίηση ενεργειών που μέχρι τότε φάνταζαν δυσκολότερες (π.χ. το δέσιμο των κορδονιών των παπουτσιών) και γενικότερα η δημιουργία μιας πιο δραστήριας ζωής είναι κίνητρα για την απαρχή περιοδικής και συχνής ενασχόλησης με την άσκηση.

Τι επιλογές υπάρχουν όμως στον τρόπο και χώρο άσκησης και ποιο ποσοστό του πληθυσμού γυμνάζετε στα γυμναστήρια; Η άθληση του μέσου πολίτη πραγματοποιείτε σε ιδιωτικά και δημόσια γυμναστήρια. Υπάρχουν επίσης χώροι αθλητικών δραστηριοτήτων όπως tennis clubs ή γυμναστήρια πολεμικών τεχνών, εργασιακός αθλητισμός, άσκηση με προσωπικό γυμναστή στο σπίτι ή άθληση σε υπαίθριους χώρους και ξενοδοχεία. Αν και δε γνωρίζουμε το ποσοστό των αθλουμένων που ασκείται στους παραπάνω χώρους σίγουρα η συντριπτική πλειοψηφία απευθύνετε στα ιδιωτικά γυμναστήρια όπου τα τελευταία 25 χρόνια παρατηρείτε μια σημαντική αύξησή τους και παράλληλα μια σημαντική αύξηση των αλυσίδων γυμναστηρίων<sup>3</sup>. Επίσης παρατηρείτε και μια διεθνής τάση, ιδιωτικές εταιρείες να χρησιμοποιούν ιδιωτικά γυμναστήρια για την άσκηση των υπαλλήλων τους στα πλαίσια του εργασιακού αθλητισμού<sup>4</sup>.

Βλέπουμε λοιπόν ότι η γυμναστική στις μέρες μας έχει γίνει αυτοσκοπός είτε λόγω του «ανθυγιεινού» τρόπου ζωή του μέσου

---

<sup>3</sup> Smith&Theberge(2000), *Why people recreate: An overview of Research Campaign, Illinois: Life Enhancement*

<sup>4</sup> Ευρωπαϊκή Ένωση(1997), *Ευρωπαϊκό Έτος Ασφάλειας Υγιεινής και Υγείας* σελ 88-90

ανθρώπου, είτε γιατί στην εποχή μας η εμφάνιση αποτελεί σημαντικό όπλο σ' όλους τους κλάδους και σ' όλες τις δραστηριότητες του ανθρώπου.

Είναι λοιπόν αυτονόητη η ανάγκη είτε σ' επίπεδο καταναλωτών είτε σ' εταιρικό επίπεδο. Η ύπαρξη της ανάγκης, καθιστά τις γυμνασθηριακές επιχειρήσεις ως μια καινοτόμα ιδέα η οποία μπορεί να επιφέρει στο εμπλεκόμενο μ' αυτήν αρκετά κέρδη.

Ο παράγοντας που θα πρέπει να αναλυθεί πολύ σχολαστικά, είναι το προφίλ της χωροταξίας του εξοπλισμού του γυμναστηρίου, ως ζωτικός τομέας για την οικονομική επιτυχία και όχι μόνο, συγκεκριμένα άλλοι λόγοι έχουν να κάνουν με την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, τη διευκόλυνση του κοινού κ.λ.π. Αυτός ο παράγοντας αντιπροσωπεύει μια σημαντική επένδυση χρήματος και χρόνου, και οι λάθος αποφάσεις μπορεί να αποβούν μοιραίες για την επιχείρηση. Βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στην ασφάλεια και εξυπηρέτηση του κοινού. Ο οξύς ανταγωνισμός σε σχέση με τις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά και η ποικιλία των μηχανημάτων προς επιλογή είναι τεράστια και αυτό καθιστά ενδεδειγμένη την ανάγκη να τεθούν κριτήρια για την επιλογή, αγορά συντήρηση και χωροταξία του εξοπλισμού.

Συνοπτικά προσεγγίζοντας για πρώτη φορά σ' αυτή τη μελέτη τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσα από το πλήθος των μηχανημάτων, μπορούμε να πούμε ότι όσον αφορά την κατηγορία των κάρδιο-αναπνευστικών μηχανημάτων, έρευνες έδειξαν ότι υπάρχουν κατά μέσω όρο 8 μηχανήματα step και ηλεκτρονικά ποδήλατα στο 98% των γυμναστηρίων, 5 διάδρομοι στο 83% των γυμναστηρίων και 3 κωπηλατικά κατά μέσω όρο στο 62% των γυμναστηρίων (**IHRSA 1994**). Όσον αφορά την κατηγορία μηχανημάτων ελευθέρων βαρών, η ίδια έρευνα έδειξε ότι στο 98% των γυμναστηρίων υπάρχουν κατά μέσω όρο 10 πάγκοι, 10 μπάρες, 50 αληθράκια και στο 87% των γυμναστηρίων 4 μηχανήματα plate loaded κατά μέσω όρο. Τέλος, σχετικά με τα συμβατικά μηχανήματα



με βάρη στο 97% των γυμναστηρίων υπάρχουν κατά μέσω όρο 25 μηχανήματα.

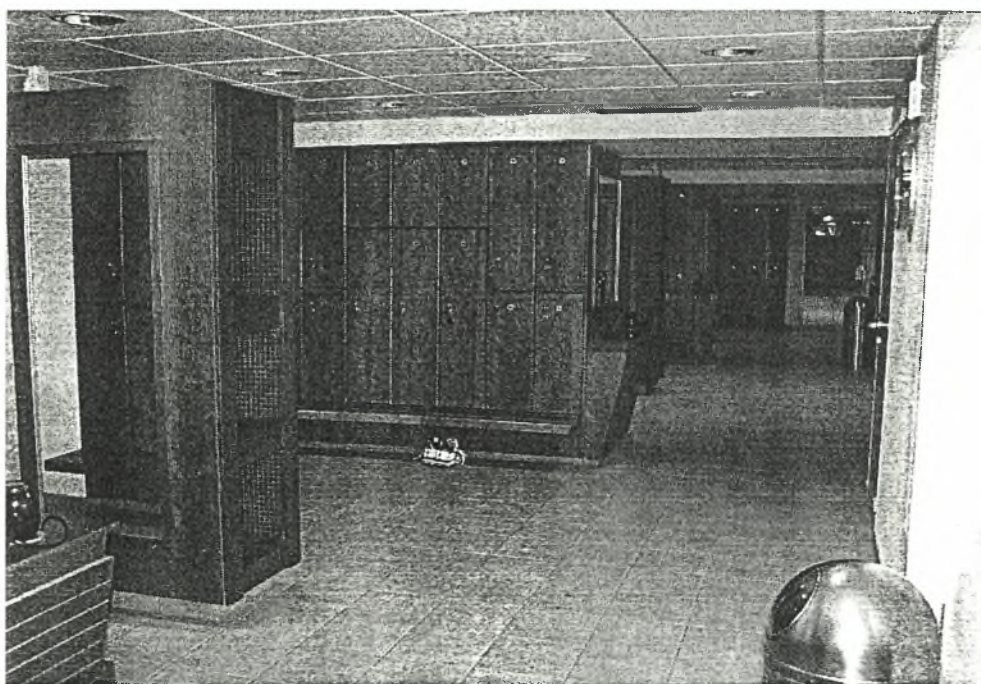
Τα μηχανήματα με βάρη προτιμούνται περισσότερο και ακολουθούν τα ελεύθερα βάρη, οι διάδρομοι, τα ποδήλατα, τα μηχανικά step, τα step aerobic και τα κωπηλατικά μηχανήματα (IHRSA 1997). Γενικά, τα όργανα θα πρέπει να παρέχουν υπηρεσίες ώστε ν' ελκύουν τα μέλη, να μην είναι πολύπλοκα αλλά εύκολα στη χρήση και να μην εμπνέουν φόβο. Όλα τα παραπάνω μηχανήματα όμως απαιτούν χώρο, η έκταση και η διαρρύθμιση του οποίου θα κανονίσει και την τελική επιλογή του εξοπλισμού. Γι αυτό και πριν γίνει οποιαδήποτε παραγγελία θα πρέπει να υπάρχει ενημέρωση από τις εταιρείες για το μέσω όγκο και τις διαστάσεις των μηχανημάτων. Πολλές εταιρείες μάλιστα βοηθούν στο σχεδιασμό του χώρου και τοποθετούν τα μηχανήματα μέσω ειδικών software στον Η/Υ (Grantham WC et al 1998).

*Αυτή τη στιγμή με βάση και τα παραπάνω συνειδητοποιούμε ότι δε γνωρίζουμε με συγκεκριμένα στοιχεία το τι συμβαίνει σε σχέση με τον εξοπλισμό και τη διαχείριση του στην Ελλάδα. Αυτό συμβαίνει γιατί έχουν γίνει ελάχιστες έρευνες, οι οποίες κυρίως σχετίζονται με την άσκηση γενικά αλλά και γιατί η ελληνική βιβλιογραφία είναι αρκετά φτωχή.*

Μια σχετική μελέτη για τη χωροταξική κατανομή των ιδιωτικών, δημόσιων, εργασιακών αλλά και κλινικών γυμναστηρίων διεξήγαγαν οι Patton, W.C. Grantham, R.F. Gerson, και L.R. Getman το 1989. Μια σημαντική διαφορά που προκύπτει μετά από την προσεκτική έρευνα των αποτελεσμάτων είναι ότι τα ιδιωτικά γυμναστήρια χρησιμοποιούν σχεδόν διπλάσιο χώρο (8%) για να στεγάσουν τη διοίκηση, το management και το marketing της επιχείρησης, συγκριτικά με όλες τις άλλες επιχειρήσεις. Η διαφορά αυτή μπορεί να εξηγηθεί λόγω της βαρύτητας που δίνετε από τα ιδιωτικά γυμναστήρια στο τομέα των πωλήσεων, κάτι που μάλλον δεν έχει προσεχτεί τόσο πολύ από τις άλλες επιχειρήσεις. Η έρευνα που θα πραγματοποιηθεί θα φανερώσει την υπάρχουσα κατάσταση

παροχής υπηρεσιών στο χωροταξικό τομέα στον ελλαδικό χώρο και θα κάνει συγκρίσεις με τα διεθνή δεδομένα (κυρίως με την Αμερική) όσον αφορά όχι μόνο τη χωροταξία αλλά και τον εξοπλισμό των ελληνικών γυμναστηρίων.

Βεβαίως δεν θα πρέπει να αγνοήσουμε και την παράμετρο της συνολικής έκτασης του γυμναστηρίου μιας και ένας μικρός χώρος σαφέστατα δεν μπορεί να διαθέσει, για παράδειγμα, μεγάλο χώρο υποδοχής και χώρο για reception ή μεγάλο κατάστημα πώλησης αθλητικών προϊόντων. Αυτό φαίνεται και στα στοιχεία που παρουσιάζει η **CYBEX INTERNATIONAL INC** για το 2003 όπου μπορούμε να διακρίνουμε ότι ένα γυμναστήριο 875 m<sup>2</sup> διαθέτει 10 m<sup>2</sup> για reception/waiting και 10 m<sup>2</sup> για κατάστημα πώλησης αθλητικών ειδών, για ένα γυμναστήριο 1650m<sup>2</sup> οι αντίστοιχοι χώροι είναι 25m<sup>2</sup> και 20m<sup>2</sup> ενώ για γυμναστήριο 3400m<sup>2</sup> ο χώρος reception/waiting είναι 44m<sup>2</sup>.



**Εικόνα 2 :** Χώρος Αποδυτηρίων

## 1.1 ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της έρευνας είναι η διευκρίνιση των κριτηρίων της χωροταξικής οργάνωσης ενός γυμναστηρίου αλλά και παρουσίαση των κριτηρίων επιλογής εξοπλισμού.

Η χωροταξία και ο εξοπλισμός επηρεάζουν την κερδοφορία της επιχείρησης αλλά και την ασφάλεια-άνεση των ασκούμενων. Ο γράφων θα προσπαθήσει ν' οριοθετήσει τη σημασία των δύο όρων για τα ελληνικά γυμναστήρια μέσα από πρωτογενή αλλά και δευτερογενή έρευνα

## 1.2 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι τα εξής:

Σχετικά με τη χωροταξική διαχείριση:

- 1) Ποια είναι η σημασία της χωροταξικής δομής για ένα γυμναστήριο.
- 2) Ποια είναι η μέση έκταση των βασικών χώρων του γυμναστηρίου (χώροι διοίκησης, αποδυτήρια, χώροι άσκησης κ.λ.π.);
- 3) Τι ποσοστό της συνολικής έκτασης καταλαμβάνουν οι βασικοί χώροι του γυμναστηρίου;
- 4) Σε κάθε επιμέρους βασικό χώρο πως διαμορφώνεται η έκταση των επιμέρους χώρων; Δηλαδή, στο χώρο άσκησης, ποια είναι η επιμέρους έκταση του χώρου που καταλαμβάνουν τα καρδιοαναπνευστικά μηχανήματα, τα ελεύθερα βάρη, το stretching κ.ο.κ. Ποια είναι η ποσόστωση αυτών ως προς τη συνολική έκταση τόσο του γυμναστηρίου όσο και του βασικού χώρου;

Σχετικά με εξοπλισμό:

1. Ποιος είναι ο συνολικός αριθμός μηχανημάτων άσκησης(δηλαδή καρδιοαναπνευστικά, μηχανήματα και ελεύθερα) κατά μέσο όρο στα Ελληνικά γυμναστήρια.

2. Ποια είναι τα κριτήρια επιλογής μηχανημάτων από τους υπευθύνους των γυμναστηρίων.

### **1.3 ΒΑΣΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ**

Βασικές προϋποθέσεις ήταν οι ακόλουθες:

a) Η εκούσια έγκριση για την πραγματοποίηση της έρευνας από τους ιδιοκτήτες των γυμναστηρίων.

b) Η σωστή καταγραφή του ερωτηματολογίου από τον ερευνητή.

c) Η ύπαρξη ικανοποιητικού δείγματος.

### **1.4 ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΕΙΣ**

1. Επιλέχτηκαν γεωγραφικά η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, η Καβάλα, η Κομοτηνή, τα Τρίκαλα, η Λάρισα και η Πάτρα. Δηλαδή αναλογικά οι μεγαλύτερες ελληνικές πόλεις.

2. Τα γυμναστήρια που επιλέχτηκαν είχαν έκταση από 200 – 5340τμ

3. Επιλέχτηκαν μόνο ιδιωτικά γυμναστήρια, προκειμένου να δούμε τη φιλοσοφία που έχει ο επιχειρηματίας σε σχέση με το χωροταξία και των εξοπλισμό και όχι ο δήμος ο οποίος άλλωστε ενεργεί με βάση τις επιχορηγήσεις και δεν επενδύει μ' ευκολία ίδια κεφάλαια.

### **1.5 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ**

Οι περιορισμοί της μελέτης ήταν οι ακόλουθοι:

1.Ο ερευνητής δεν είχε τη δυνατότητα να παρίσταται στην έρευνα και εκτός Αθηνών, πράγμα που πιθανόν να επηρέασε τη ποιότητα των απαντήσεων.

2. Η έλλειψη ελληνικής βιβλιογραφίας περιόρισε τη δυνατότητα του γράφοντα να συντάξει το θεωρητικό μέρος της μελέτης του και να δήξει καλύτερα την ελληνική πραγματικότητα

3. Η έλλειψη γνώσεων σχετικά με στατιστικές μετρήσεις, περιόρισε το γράφοντα σχετικά με την έκταση της έρευνας του.

4. Η άρνηση των γυμναστηρίων να δώσουν τα στοιχεία που ζητούσε ο γράφοντας. Σε πολλές περιπτώσεις η άγνοια οφειλόταν και στην άγνοια.



Εικόνα 3: «Μπαρ»



## 1.6 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΟΡΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΕ ΜΕΛΕΤΗ

### 1. Χωροταξική ορολογία:

Διοικητικοί Χώροι: Ορίζονται οι χώροι του γραφείου Υπευθύνου /Διευθυντή και το γραφείο /α των πωλητών.

Χώροι Υποδοχής: Ορίζονται ο χώρος υποδοχής, ο χώρος της reception και ο χώρος της Γραμματείας.

Χώροι Αποδυτηρίων: Ορίζονται οι κυρίως χώροι αποδυτηρίων των αντρών και των γυναικών, οι ντουζιέρες, το χαμάμ, η σάουνα, ο χώρος υδροθεραπείας και οι τουαλέτες.

Χώροι Άσκησης: Ορίζονται οι χώροι των ατομικών και των ομαδικών προγραμμάτων άσκησης καθώς και οι χώροι πισίνας.

Χώροι Υποστήριξης: Σαν χώροι υποστήριξης ορίζονται αποθήκες, το λογιστήριο, οι ανελκυστήρες και το κλιμακοστάσιο.

### **2. Ορολογία σχετική μ 'εξοπλισμό**

Μηχανήματα κάρδιο-αναπνευστικής άσκησης: ποδήλατα, διάδρομοι, step εργόμετρα κ.λ.π.

Μηχανήματα μυϊκής ενδυνάμωσης : τροχαλίες, κωπηλατικά, rec-deck, leg extension, multi hip κ.λ.π.

Εξοπλισμός Ελευθέρων Βαρών : Πάγκοι κοιλιακών ή για πιέσεις στήθους, ρωμαϊκές καρέκλες, μπάρες, στραβόμπαρες και διάφοροι τύποι μηχανημάτων για καθίσματα ή ακροστασίες και άλλα.

Άλλος εξοπλισμός : στρώματα, πολύζυγα, λάστιχα, μπάλες, κοντάρια σχοινάκια κ.λ.π.

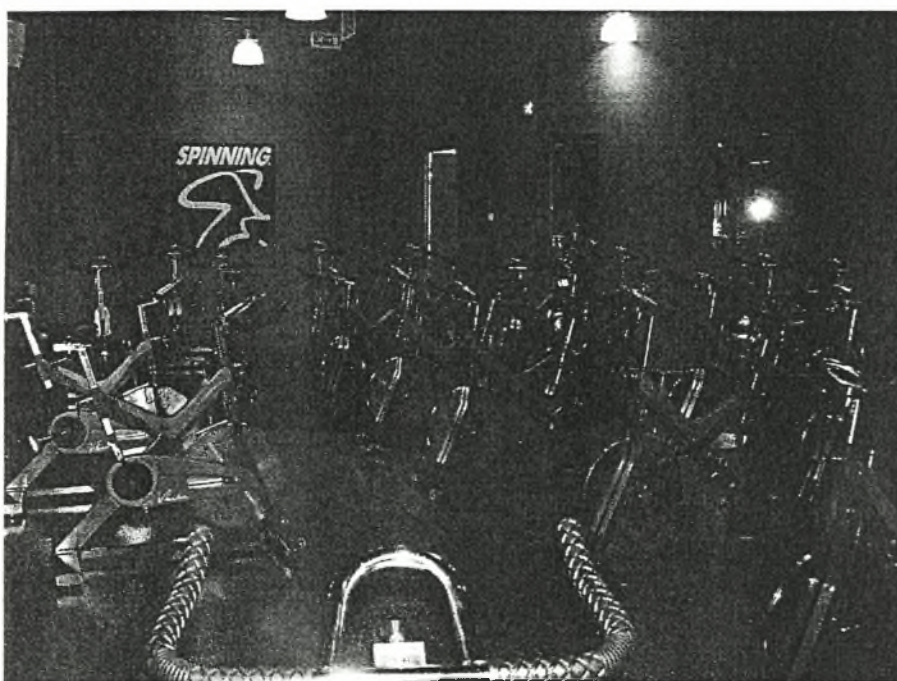
Εξοπλισμός ομαδικών προγραμμάτων : αθληράκια, μπάρες, σχοινάκια, ποδήλατα, μηχανήματα pilates, ασύρματα μικρόφωνα γυμναστών κ.α.

Εξοπλισμός πισίνας : γάντια, πέδιλα, σανίδες, ζώνες επίπλευσης, μπάρες, αληθράκια κ.λ.π.

Εξοπλισμός εργομετρικού τμήματος : ζυγαριά, αναστημόμετρο, δυναμόμετρο, δερματοπτυχόμετρο, πιεσόμετρο κ.λ.π.

Εξοπλισμός τμήματος διατροφής : ειδικό πρόγραμμα Η/Υ, προπλάσματα τροφών κ.λ.π.

Εξοπλισμός Reception και Μηχανοργάνωσης : σύστημα bar-code, φωτοτυπικό, εκτυπωτές, πλαστικοποιητές καρτών κ.λ.π



Εικόνα 4 : Αίθουσα « Spinning ».

## ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Η θεωρητική μας προσέγγιση αναφέρεται σε μια εκτεταμένη περιγραφή από τη μια του εξοπλισμού ενός γυμναστηρίου και από την άλλη στη χωροταξική διαρρύθμιση των μηχανημάτων για τη καλύτερη λειτουργία του, αλλά και για τη διευκόλυνση των ασκούμενων. Θα βασιστούμε κυρίως σ' Αμερικάνικη βιβλιογραφία.

Στις τελικές προτάσεις μας η Αμερική θ' αποτελέσει και το μέτρο σύγκρισης.

## 2.0 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

### 2.1 ΤΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ο χωροταξικός οργανισμός στοχεύει στη σταθεροποίηση της αναπτυξιακής πορείας μιας περιοχής και στην ποιοτική διάσταση κάθε οικονομικής και κοινωνικής επέμβασης στο φυσικό περιβάλλον. Παράλληλα, οριοθετεί τις βασικές κατευθύνσεις του χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, όπως επίσης της πολιτικής σχετικά με τη δημιουργία ενός γυμναστηρίου.

Στην Ελλάδα το ζήτημα των γυμναστηρίων δεν μπόρεσε να ξεφύγει από την γενικότερη άναρχη πορεία ανάπτυξης του κράτους και ιδιαίτερα των πόλεων. Οι περισσότερες κατασκευές γίνονται χωρίς λογική, πρόγραμμα, μελέτη των πληθυσμιακών, γεωγραφικών και ιστορικών στοιχείων, την αναγνώριση της παράδοσης που υπάρχει ανά περιοχή. Παρακάτω αναφέρονται μερικά παραδείγματα που στηρίζουν αυτή την διαπίστωση.

- a) Μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει πλήρης και επίσημη απογραφή όλων των αθλητικών εγκαταστάσεων που υπάρχουν στη χώρα, γεγονός που ουσιαστικά απαγορεύει τη διαμόρφωση σχεδίου για την εφαρμογή οποιασδήποτε πολιτικής στο θέμα αυτό. Μετά το 1998 γίνεται μια προσπάθεια να καταγράφουν, από το κράτος ή το υπουργείο αθλητισμού.
- b) Υπάρχουν επαρχιακές πόλεις με πληθυσμό 120,000 κατοίκων που έχουν τον ίδιο αριθμό γυμναστηρίων με πόλεις 3,000 κατοίκων
- c) Στην Ελλάδα υπάρχουν λίγα γυμναστήρια προετοιμασίας με αποτέλεσμα να καταφεύγουν στο Εξωτερικό οι Έλληνες αθλητές και κυρίως στην Ιταλία και στην Γερμανία και να μεγαλώνουν έτσι τα έξοδα τους



Από τα στοιχεία που παρατέθηκαν πιο πάνω, γίνεται φανερό ότι δε γίνεται ιεράρχηση των αναγκών του Ελληνικού αθλητισμού σε αθλητικές εγκαταστάσεις.

## 2.2 ΛΟΓΟΙ ΑΣΚΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ

Ο κλάδος της υγείας και της άσκησης συνεχώς αναπτύσσεται. Στην Αμερική υπάρχουν περισσότερες από 33,000 κέντρα υγείας και εκγύμνασης του σώματος. Ο αριθμός των κέντρων άθλησης στην Ευρώπη είναι αρκετά μικρότερος, αλλά συνεχώς αναπτυσσόμενος. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 1,300 ιδιωτικά κέντρα άσκησης τα οποία φιλοξενούν 311,500 πελάτες. Τα συγκεκριμένα κέντρα έχουν κέρδη που ανέρχονται στα 164,5 εκατομμύρια Ευρώ ετησίως (**Foundation for Economic and Industrial Research, 2002**). Η συγκεκριμένη αγορά είναι αρκετά ανταγωνιστική, ενώ η αγοραστική δύναμη όλο και αυξάνεται. Αυτό ωθεί τους ιδιοκτήτες να επενδύουν συνεχώς και χωροταξικά αλλά και σ' όργανα για να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους (Robinson, 1998).

Είναι πάντως βασικό να δούμε γιατί οι πολίτες αναλώνονται στην άσκηση. Σύμφωνα μ' έρευνα που έγινε το 2000 από τους **Ράπτη και Ηρειώτου** το 60% των αθλούμενων σε γυμναστήρια ουσιαστικά προσπαθεί να «δαπανήσει» κάπου τον ελεύθερο χρόνο του και να συνδυάσει τη διασκέδαση με τη σωματική υγεία και το εξωτερικό κάλος<sup>5</sup>. Τα τελευταία χρόνια ο ελεύθερος χρόνος για τους πολίτες είναι περιορισμένος, οπότε αυτό σε συνδυασμό με τις δύσκολες συνθήκες διαβίωσης έχει καταστήσει τα γυμναστήρια χώρος διασκέδασης και ψυχολογικής αποφόρτισης.

Σ' ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον, η λήψη της υπηρεσίας από το γυμναστήριο προς το πελάτη αποτελεί τη βάση διαβίωσης του τελευταίουIn (**Parasuraman et al., 1985**). Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι η κερδοφορία είναι απόρροια της υψηλής

---

<sup>5</sup> Ραπτη, Σ&Ηρειώτου, Μ(2000), Λόγοι άθλησης, Νέα

παροχής υπηρεσιών αλλά και της υψηλής ποιότητας (Fornell and Wernerfelt, 1987; Parasuraman et al.,1988; Philip and Hazlett, 1997).

Ο ικανοποιημένος πελάτης συνεχίζει ν' επισκέπτεται το γυμναστήριο, ενώ συγχρόνως διαδίδει την ικανοποίησή του και στο κύκλο του. Αυξάνοντας μ' αυτό τον τρόπο το πελατολόγιο του γυμναστηρίου (Howat et al., 1999). Στην επόμενη ενότητα θα παρουσιάσουμε τις υπηρεσίες που πραγματεύεται ένα γυμναστήριο αλλά και τη σχέση αυτών, με το θέμα της μελέτης σχετικά με τη χωροταξία και τα όργανα γυμναστικής.



### ΕΙΚΟΝΑ 5: Χώρος Ατομικής Άσκησης

(Καρδιοαναπνευστικά Μηχανήματα)

## 2.3 ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ ΚΑΙ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Τα ιδιωτικά γυμναστήρια σε αντίθεση με τους υπόλοιπους τύπους γυμναστηρίων είναι επικερδής επιχειρήσεις. Αφού είναι

επιχειρήσεις είναι λογικό ότι μεταξύ τους είναι πολύ ανταγωνιστικές για αυτό ο πολίτης βρίσκει μεγάλες διαφορές στην τιμολογιακή τους πολιτική αλλά και στις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Η τιμολογιακή πολιτική βέβαια εξαρτάται και καθορίζεται από πολλούς παράγοντες όπως: η χωρητικότητα του γυμναστηρίου, οι παροχές, το επίπεδο του εξοπλισμού, η πολυτέλεια, η αρχιτεκτονική του χώρου, το πλήθος των μηχανημάτων, το πλήθος των προγραμμάτων, η περιοχή που βρίσκεται το γυμναστήριο, το μέγεθος σε αριθμό προσωπικό, το εξειδικευμένο προσωπικό, από τα πάγια έξοδα του κάθε γυμναστηρίου, από το πόσο ργίνε θέλουν οι ιδιοκτήτες να παραμείνει το γυμναστήριο κ.α.

Λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού στα κορυφαία γυμναστήρια της Ελλάδας οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι: πισίνα, γήπεδο squash, γήπεδο μπάσκετ, εξειδικευμένα προγράμματα (Yoga, Pilates, Aerolates, Hip-Hop), μπαρ, εστιατόριο με υγιεινή κουζίνα, spa, μασάζ, μαγαζιά με αθλητικό εξοπλισμό (ρούχα, παπούτσια, συμπληρώματα διατροφής), υπηρεσίες διατροφολογίας, υπηρεσίες αισθητικής, personal training, power plate (μηχανημάτων εκγύμνασης με δονήσεις) και γενικότερα ότι τελευταίο υπάρχει στον χώρο του fitness και της υγείας.

Όλα τα γυμναστήρια σχεδόν προσφέρουν τιμολογιακές υπηρεσίες, δίνοντας τρίμηνες, εξάμηνες και ετήσιες συνδρομές. Υπάρχουν και κάποια που μπορεί ο πελάτης να προπληρώσει έως και δυο χρόνια. Όσο πιο μεγάλο διάστημα πληρώνει τόσο μικρότερο το μηνιαίο κόστος. Βέβαια θέλει μεγάλη προσοχή αν τελικά επιλέξει συνδρομή μεγάλης χρονικής διάρκειας. Τα γυμναστήρια λειτουργούν ή ως ανεξάρτητα (μεμονωμένα) ή ως αλυσίδες (ιδιοκτήτες που έχουν παραπάνω από ένα γυμναστήριο σε τοπικό ή εθνικό δίκτυο) ή ως μέλη κάποιου εθνικού δικτύου αλυσίδων (franchise).

Η κοστολόγηση από τη πλευρά των γυμναστηρίων όπως βλέπουμε γίνεται σε συνάρτηση με τις υπηρεσίες που παρέχουν. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες είναι απόρροια και των μεταβλητών που

εξετάζομαι στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία, δηλαδή η χωροταξική υποδομή και η ποιότητα και η ποσότητα των οργάνων επηρεάζουν τη ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών μια και εκλαμβάνονται από τους πελάτες ως υπηρεσίες ενώ επηρεάζουν και τον τρόπο λειτουργίας του γυμναστηρίου σχετικά με τα κόστη του και τη κερδοφορία του.

### **3.0 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

#### **3.1 ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΕΝΟΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ**

Η διαδικασία επιλογής οργάνων γυμναστικής είναι μια περίπλοκη διαδικασία για το σύνολο της αγοράς μια και υπάρχουν πολλά όργανα και πολύ προμηθευτές. Οι ενδιαφερόμενοι συνηθίζουν ν' επισκέπτονται εκθέσεις να ενημερώνονται από κλαδικά και μη περιοδικά και γενικός η δράση τους έγκειται στη καλύτερη δυνατή επιλογή μηχανημάτων για τα γυμναστήρια τους.

Ένα όργανο γυμναστικής χρησιμοποιείται με σκοπό να καλύψει συγκεκριμένες ανάγκες ασκήσεις μέσα σ' ένα γυμναστήριο. Σκοπός του είναι να καλύψει τις προθέσεις ασκήσεις του ασκούμενου αλλά και να βοηθήσει τους γυμναστές να οροθετήσουν το πρόγραμμα που θέλουν για το κάθε ασκούμενο ξεχωριστά. Για παράδειγμα ένα εργομετρικό ποδήλατο σχεδιάζεται για να βοηθήσει στη βελτίωση της καρδιακής λειτουργίας των ασκούμενων, στη προσπάθεια κάποιων ασκούμενων να χάσουν περιττά κιλά κ.λ.π. Με βάση το συγκεκριμένο παράδειγμα κατανοούμε ότι ο μάνατζερ ενός γυμναστηρίου μπορεί να επιλέξει ν' αγοράσει ένα όργανο γυμναστικής βασιζόμενος στις ανάγκες των πελατών του. Συγχρόνως σημαντικό ρόλο στην απόφαση του θα παίξει ο χώρος που έχει, τα υπόλοιπα μηχανήματα, το κόστος η χωροταξία κ.λ.π. Δε πρέπει να ξεχνάμε ότι το γυμναστήριο μπορεί ν' επιτύχει παρόμοιες λειτουργίες μέσα από τη χρήση όχι μόνο ενός οργάνου αλλά πολλών διαφορετικών οργάνων. Για παράδειγμα οι

καρδιολογικές παθήσεις μπορούν να καταπολεμηθούν και μ' άλλου τύπου μηχανήματα όπως (**Grantham C. Willia et al 2000**):

- a) Μηχανήματα step.
- b) Ποδήλατα άσκησης.
- c) Βαράκια κ.λ.π

### **3.2 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ**

Με βάση τις προηγούμενες ενότητες μπορούμε να πούμε ότι η επιλογή μηχανημάτων έχει να κάνει και με τις υπηρεσίες που θέλει το γυμναστήριο να προωθήσει αλλά και το μάρκετινγκ στο οποίο βασίζει τη λειτουργία του. Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις που πρέπει να κάνει στον εαυτό του ο μάνατζερ ενός γυμναστηρίου είναι οι ακόλουθες (**Grantham C. Willia et al 2000**):

- a) Τι εικόνα θέλει να προωθήσει.
- b) Που θα χρησιμοποιηθεί το όργανο.
- c) Ποια είναι η βασική λειτουργία του οργάνου.
- d) Θα εστιάσει στη δύναμη ή στην άσκηση.

Ο υπεύθυνος ενός γυμναστηρίου θα πρέπει να λάβει υπόψη του το κόστος προτού επιλέξει συγκεκριμένο όργανο γυμναστικής. Η τιμή ενός οργάνου μπορεί να κυμαίνεται από μερικά δολάρια μέχρι και χιλιάδες. Η επιλογή έχει να κάνει με τις παροχές που δίνει το μηχανήμα τις ασκήσεις που μπορεί να καλύψει μέσω αυτού το γυμναστήριο αλλά και με βάση την «παράσταση» που θέλει να προσφέρει στους πελάτες του. Η εξοικονόμηση κόστους (όπως η ανταλλαγή του παλαιού οργάνου με καινούργιο) βοηθάει στη προσπάθεια στήριξης των μάρκετινγκ δράσεων της εταιρίας. Σημαντικός παράγοντας στη διαμόρφωση του κόστους αλλά και στη κοστολόγηση της τελικής υπηρεσίας είναι το χρονικό πλαίσιο παράδοσης του προϊόντος στο τελικό αποδέκτη, όσο πιο γρήγορα γίνει η παράδοση τόσο πιο γρήγορα θα γίνει και η απόσβεση του

οργάνου από την επιχείρηση. Μια επιπρόσθετη τεχνική εξοικονόμησης κόστους εστιάζεται στην απόκτηση ενός μεταχειρισμένου οργάνου. Τα μεταχειρισμένα αν είναι σε καλή κατάσταση έχουν χαμηλότερη τιμή και πιο άμεση παράδοση, το σημείο που πρέπει να προσεχτεί είναι η τεχνική υποστήριξη που παρέχεται, διότι το μεταχειρισμένο μηχάνημα είναι πιο επιρρεπές σε βλάβες.

Τέλος με βάση της θεωρία της δραματουργίας, μπορούμε να πούμε ότι αν ένα γυμναστήριο αγοράσει κάποια νέα μηχανήματα αλλά και κάποια μεταχειρισμένα, θα καταφέρει και κόστος να γλιτώσει αλλά και να περάσει στους πελάτες του την αντίληψη ότι στο σύνολο του αποτελείται από νέα μηχανήματα.

### **3.2.1 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΖΩΗΣ**

Στη συγκεκριμένη υπό-ενότητα θα παρουσιάσουμε τα δεδομένα που πρέπει να ληφθούν υπόψη σε σχέση με τη διάρκεια ζωής των διάφορων τύπων μηχανημάτων(**Grantham C. Willia et al 2000**):

- a) Τα μηχανήματα συνδυασμένων ασκήσεων, θα πρέπει να είναι υψηλής ποιότητας και συνεπώς καινούργια και όχι μεταχειρισμένα. Ο λόγος εστιάζεται στη δυσκολία αντικατάστασης μερών τους αλλά και στο υψηλό κόστος των ανταλλακτικών.
- b) Όργανα γυμναστικής κορμού, τα μηχανήματα αυτά έχουν μεγάλη διάρκεια ζωής όταν είναι καλοδιατηρημένα και καθαρισμένα σε ημερήσια βάση.
- c) Υποστηρικτικά εργαλεία και όργανα όπως ζώνες, βάρια κ.λ.π μπορούν να αγοραστούν και μεταχειρισμένα βρίσκονται σε χαμηλές τιμές έχουν ανταλλακτικά και μπορούν εύκολα ν' αντικαθιστούνται.

d) Ηλεκτρονικά μηχανήματα, είναι τα πιο ευαίσθητα έχουν μικρό περιθώριο ζωής η κακή χρήση τα χαλάει και έχουν υψηλό κόστος ανταλλακτικών.

### **3.2.2 ΠΟΛΥΠΟΙΚΙΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Αυτό το οποίο είναι αναγκαίο όταν κάποιος αγοράζει όργανα γυμναστικής είναι να επιδιώκει τα διάφορα εξαρτήματα να παρέχουν πολυποίκιλες και πολύπλευρές υπηρεσίες. Για παράδειγμα ένα εξάρτημα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και στη διαγνωστική διαδικασία και στη διαδικασία της άσκησης και γενικά να δίνει πολύπλευρες υπηρεσίες στο κοινό. Συγχρόνως τα διάφορα εξαρτήματα θα πρέπει εύκολα να μετακινούνται στο εσωτερικό του γυμναστηρίου δίνοντας πολλές και διαφορετικές δυνατότητες στους πελάτες αθλούμενους. Όλα τα όργανα και τα εξαρτήματα θα πρέπει να είναι φορητά.

### **3.3 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ**

Στη γυμναστική υπάρχουν μία πολύ μεγάλη ποικιλία οργάνων και εξοπλισμού. Εδώ, θα παρουσιάσουμε ένα μικρό μέρος, τα βασικότερα θα μπορούσαμε να πούμε, που μπορεί ο καθένας να χρησιμοποιήσει και θα πρέπει να έχει ένα γυμναστήριο.

- a) η μπάρα
- b) οι αλτήρες ή μπαράκια
- c) τα βάρη ή δίσκοι ή πιάτα
- d) ο πάγκος ο διπλός
- e) ο πάγκος μέσης
- f) οι ορθοστάτες
- g) το μαξιλάρι δικέφαλων
- h) το μονόζυγο πόρτας

i) το ρόλερ

### **1. Μπάρα**

Μεταλλικός κυλινδρικός άξονας διαμέτρου 28mm. Συνήθως, διατίθεται στις ακόλουθες διαστάσεις: 1,20m, 1,40m, 1,60m, 1,80m. Η μπάρα έχει τέσσερις σφιγκτήρες (δύο εσωτερικούς και δύο εξωτερικούς). Οι εσωτερικοί είναι σταθερά βιδωμένοι επάνω στην μπάρα, ενώ οι εξωτερικοί μετακινούνται και σταθεροποιούνται εκεί που χρειάζεται, ανάλογα με τον αριθμό των δίσκων που βρίσκονται στην μπάρα. Ανάμεσα σε έναν εσωτερικό και έναν εξωτερικό σφιγκτήρα τοποθετούνται οι μεταλλικοί δίσκοι (βάρη). Τα μικρά μεγέθη της μπάρας (1,20m και 1,40m) είναι συνήθως για ασκήσεις χεριών, ενώ τα μεγάλα μεγέθη (1,60m και 1,80m) καλύπτουν όλο τον κύκλο των ασκήσεων με μπάρα.

### **2. Αλτήρας ή Μπαράκι**

Μεταλλικός κυλινδρικός άξονας, μήκους 34cm και διαμέτρου 28mm. Στη μέση υπάρχει μία πρόσθετη κυλινδρική λαβή, η οποία, κατά την άσκηση, περιστρέφεται στον άξονα. Στα χείλη της λαβής ακουμπούν οι μεταλλικοί δίσκοι (βάρη), ενώ από την άλλη πλευρά των βαρών υπάρχουν δύο σφιγκτήρες (ένας από κάθε πλευρά) που συγκρατούν τα βάρη. Ο αλτήρας χρησιμοποιείται με το ένα χέρι. Υπάρχουν όμως ορισμένες ασκήσεις στις οποίες χρησιμοποιείται και με τα δύο χέρια συγχρόνως.

### **3. Βάρη**

Μεταλλικοί δίσκοι (από μαντέμι ή σίδηρο) που έχουν στο κέντρο μία τρύπα διαμέτρου περίπου 29mm, για να περνά από μέσα η μπάρα ή το μπαράκι. Οι δίσκοι αυτοί, υπάρχουν συνήθως σε μεγέθη: 1/2kg, 1 1/4kg, 2 1/2kg, 5kg, 10kg, 20kg.

### **4. Πάγκος Διπλός**

Αποτελείται από ένα μεταλλικό σκελετό και ένα ξύλινο επίπεδο με επένδυση αφρολέξ και ταπετσαρίας. Σε απόσταση 30 εκατοστών από τη μία άκρη, το επίπεδο είναι σπαστό, ώστε με τη βοήθεια του



σχετικού μηχανισμού που υπάρχει από κάτω να μπορεί να πάρει διάφορες κλίσεις, ανάλογα με τις απαιτήσεις της άσκησης η οποία εκτελείται. Ο διπλός πάγκος χρησιμοποιείται κυρίως για τις ασκήσεις των θωρακικών και, θα μπορούσαμε να πούμε ότι χωρίς αυτόν, δεν γυμνάζεται το στήθος. Επίσης, βοηθά σε όλες σχεδόν τις ασκήσεις που αφορούν στα μέρη του σώματος από τη μέση και επάνω. Η ονομασία "διπλός" οφείλεται στο ότι χρησιμοποιείται ως οριζόντιο και ως επικλινές επίπεδο.

## **5. Πάγκος Μέσης**

Είναι ένα επίπεδο που αποτελείται από ένα μεταλλικό πλαίσιο επάνω στο οποίο είναι σταθεροποιημένη μία ξύλινη επιφάνεια με επένδυση αφρολέξ και ταπετσαρίας. Στο ένα άκρο υπάρχει ένας σταθερός ιμάντας που ξεκινά από τη μία πλευρά και καταλήγει στην άλλη (στον ιμάντα αυτό στερεώνονται τα πόδια). Επιπλέον, στην ίδια άκρη υπάρχουν προσαρμοσμένοι κάθετα στο μεταλλικό πλαίσιο δύο μεταλλικοί κύλινδροι ύψους 6 εκατοστών, μέσα στους οποίους μπορεί να κινείται ένας επίσης μεταλλικός σωλήνας σε σχήμα Π. Ο σωλήνας αυτός έχει τρύπες σε κάθε δέκα εκατοστά, στις οποίες, αν τοποθετήσουμε δύο πύρους, μπορεί να δώσει ο ασκούμενος στον πάγκο την κλίση που θέλει. Ο πάγκος αυτός είναι το τελειότερο όργανο για την εξάσκηση των κοιλιακών μυών και γενικά της μέσης.

## **6. Ορθοστάτες**

Αποτελούνται από δύο ανεξάρτητες μεταλλικές βάσεις που έχουν στο κέντρο από έναν κάθετο σωλήνα. Μέσα σε αυτόν μπορεί να ανεβοκατεβαίνει ένας δεύτερος, το επάνω μέρος του οποίου καταλήγει σε μία διχάλα. Ο σωλήνας που μετακινείται, έχει τρύπες σε κάθε δέκα εκατοστά. Με τη βοήθεια ενός πύρου σταθεροποιείται στο επιθυμητό ύψος. Το χαμηλότερο σημείο που μπορεί να βρεθεί η διχάλα είναι τα 81 εκατοστά και το ψηλότερο τα 140 εκατοστά. Μέσα στις διχάλες τοποθετείται η μπάρα. Οι ορθοστάτες χρησιμοποιούνται για να αποφεύγουμε τη χωρίς λόγο κόπωση των μυών και κατά συνέπεια να πετυχαίνουμε την καλύτερη δυνατή

εκτέλεση των ασκήσεων. Η χαμηλή θέση των διχάλων είναι για τις ασκήσεις στον οριζόντιο πάγκο, ενώ όσο ανεβαίνει είναι για τα κεκλιμένα επίπεδα. Η ψηλή θέση βοηθά στις ασκήσεις των ποδιών.

## **7. Μονόζυγο Πόρτας**

Αποτελείται από δύο μεταλλικούς σωλήνες, διαφορετικής διαμέτρου, που ο ένας περνά μέσα στον άλλο. Με τη βοήθεια ενός εσωτερικού μηχανισμού (βίδα) μπορούν να αυξομειώσουν το μήκος που δίνουν και οι δύο μαζί. Στις εξωτερικές άκρες τους, έχουν προσαρμοζόμενο από ένα "πατάκι", το οποίο στο εσωτερικό του έχει έναν ελαστικό δακτύλιο. Οι δακτύλιοι αυτοί έρχονται σε επαφή με τα κουφώματα μιας πόρτας ή των τοίχων ενός διαδρόμου, όπου ξεβιδώνοντας τους δύο σωλήνες φρακάρουν τόσο, ώστε να μπορούν να κρατήσουν το βάρος του ασκούμενου. Το μονόζυγο πόρτας χρησιμοποιείται, κυρίως, σε ασκήσεις για τους ώμους, την πλάτη και τη μέση.

## **8. Μαξιλάρι Δικέφαλων**

Είναι συμπληρωματικό εξάρτημα του διπλού πάγκου. Αποτελείται από ένα ξύλινο επίπεδο διαστάσεων 55x35 εκατοστών. Από τη μία επιφάνεια έχει επένδυση αφρολέξ και ταπετσαρίας και από την άλλη μόνο ταπετσαρίας, στην οποία είναι σταθεροποιημένος και ένας ιμάντας σε σχήμα T. Ο ιμάντας αυτός χρησιμεύει στην τοποθέτηση του "μαξιλαριού", επάνω στο κεκλιμένο επίπεδο του διπλού πάγκου.

Το μαξιλάρι δικέφαλων χρησιμοποιείται σε ορισμένες ασκήσεις δικέφαλων και τους βοηθά, ώστε να έχουν τα καλύτερα αποτελέσματα. Ρόλερ. Αποτελείται από ένα κυλινδρικό ξύλο μήκους 30 εκατοστών και διαμέτρου 5 εκατοστών περίπου. Στη μέση έχει μία τρύπα από την οποία περνά και δένεται ένα σχοινί μήκους 1,5 μέτρων καταλήγοντας στην άλλη άκρη σε ένα γαντζάκι. Στο σημείο αυτό του γάντζου, δένονται βάρη. Το ρόλερ χρησιμοποιείται στις ασκήσεις για το δυνάμωμα των αντιβραχιόνων, καρπών και παλαμών.

### 3.3.1 ΕΚΜΑΘΗΣΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΙΚΗΣ ΕΝΟΣ ΟΡΓΑΝΟΥ ΑΠΟ ΤΟΝ ΑΣΚΟΥΜΕΝΟ

Όταν λέμε τεχνική εννοούμε τη σκόπιμη και οικονομική τροχιά την οποία μαθαίνει κανείς για να επιτύχει τη μέγιστη δυνατή επίδοση ή την τελειότερη κίνηση κατά την ώρα της προπόνησης. Σκοπός της τεχνικής εκπαίδευσης είναι κατά την ώρα της ασκήσεως να μπορέσουμε να εφαρμόσουμε με ασφάλεια και αυτοματισμό αυτά που μάθαμε από το γυμναστή μας. Για να μάθει κανείς μια τεχνική ενός οργάνου πρέπει να έχει επιμονή και επιμονή, ώστε να δει κάποια στιγμή αποτελέσματα. Κατά τη μεθοδική διδασκαλία της τεχνικής που ακολουθεί πρέπει να λαβαίνουμε υπ' όψη όλους τους ισχύοντες τεχνικούς και παιδαγωγικούς όρους π. χ. από τα απλά στα σύνθετα, από τα εύκολα στα δύσκολα κ.λ.π.

Μεθοδικά μέσα που διαθέτει ο γυμναστής-προπονητής για τη διδακτική της τεχνικής είναι η εξήγηση της κίνηση. Αυτή έχει μεγάλη αξία όταν οι ασκούμενοι-μαθητές διαθέτουν πνευματική ωριμότητα επίδειξη. Ποίος και με τι επιδεικνύεται η κίνηση π.χ. από τον γυμναστή. Επίδειξη με φιλμ, με φωτογραφία. Κάθε γυμναστής πρέπει να διδάξει τη βασική τεχνική του οργάνου η οποία θα επεξεργασθεί πάνω στον αθλητή και θα παρουσιασθεί τελικά σαν προσωπικό στυλ.

Ολοκληρώνοντας το θεωρητικό μέρος θα θέλαμε να πούμε ότι ουσιαστικά στηριχτήκαμε σε τρία δεδομένα. Συγκεκριμένα είδαμε πιθανές ασκήσεις και ανάγκες που πρέπει να καλύψει ένα γυμναστήριο στους πελάτες του, παρουσιάσαμε τη θεωρητική προσέγγιση της παροχής υπηρεσιών μέσα από τη δραματολογία η οποία υφίσταται στην Αμερική και σκοπός της είναι ο πελάτης να πλαισιώνεται από μια καλοστημένη παράσταση που θα του δώσει η εταιρία για να τον ικανοποιήσει. Τέλος θεωρώντας τη βάση της ικανοποίησης των πελατών τη χωροταξία και τη ποιότητα των οργάνων, δώσαμε βαρύτητα στη διαδικασία προβολής και

παρουσίασης της τοποθέτησης, κοστολόγησης, αγοράς αλλά και σωστής εκμετάλλευσης των κατάλληλων οργάνων.

### 3.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΓΟΡΑΣ

Έχοντας αναλύσει συγκεκριμένες πτυχές της διαδικασίας χωροθέτησης, του κόστους και γενικά της αγοράς ενός οργάνου το οποίο μπορεί να βοηθήσει και στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών αλλά και τη γενικότερη κάλυψη των αναγκών των ασκούμενων, θα παραθέσουμε εδώ τα σημεία που πρέπει να προσεχτούν στην αγορά ενός οργάνου. Συγκεκριμένα(**Grantham C. Willia et al 2000**):

- a) Οι γυμναστές του γυμναστηρίου αιτούνται με βάση τις ανάγκες τους την αγορά συγκεκριμένου οργάνου.
- b) Η αίτηση αξιολογείται είτε από το μάνατζερ είτε από τη διοίκηση με βάση το προϋπολογισμό και εγκρίνεται ή απορρίπτεται.
- c) Εφόσον βάση προϋπολογισμού εγκριθεί η παραγγελία ο μάνατζερ συμπληρώνει μια φόρμα και αποστέλλει τη παραγγελία στην εταιρία η οποία κατασκευάζει το συγκεκριμένο όργανο.
- d) Οριοθετείται η αγορά με βάση τα δεδομένα τα οποία ορίζει η εταιρία που πουλά το όργανο. Η πληρωμή γίνεται είτε μ' επιταγή είτε με μετρητά.
- e) Ο γενικός κανόνας πληρωμής οριοθετεί συνήθως να δίνεται το 50% μπροστά και το 50% με τη παράδοση. Η τιμή είναι χωρίς τους προβλεπόμενους φόρους. Τέλος συνήθως ο αγοραστής έχει το δικαίωμα να μη δώσει ένα 10 % του ποσού πριν περάσει ένας μήνας χρήσης προκειμένου να είναι εξασφαλισμένος για τη καλή λειτουργία του.

### **3.5 ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ**

Ολοκληρώνοντας θα πρέπει να πούμε ότι πέρα από τα όργανα ένα γυμναστήριο έχει ανάγκη και σε επιπρόσθετα όργανα σε σχέση με τις ακόλουθες υπηρεσίες που θέλει να παράσχει :

- a) Πλύση των ρούχων των γυμναστών- Πλυντήρια.
- b) Μηχανήματα γραφείου όπως τηλεφωνικό σύστημα, γραφεία και καρέκλες, υπολογιστές, φαξ, εκτυπωτές, σκάνερ κ.λ.π.
- c) Συγχρόνως η εταιρία χρειάζεται ντουλάπια, πετσέτες, διάφορα είδη μπάνιου κ.λ.π
- d) Όλα τα παραπάνω πλαισιώνουν την όλη παράσταση που θέλει να δώσει ένα γυμναστήριο στη προσπάθεια του να ικανοποιήσει τις ανάγκες των πελατών του.

### **4.0 ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ**

Ο χώρος που χρειάζεται έχει να κάνει με τα μηχανήματα που προτίθεται να αγοράσει ο ιδιοκτήτης, η κίνηση του αυτή έχει να κάνει με τις απαιτήσεις των πελατών του αλλά και με τις γενικότερες ανάγκες σε εκγύμναση. Συγχρόνως σε σχέση με τη χωροταξία μεγάλο ρόλο παίζουν οι επιπρόσθετες υπηρεσίες που θέλει να παράσχει ένας ιδιοκτήτης όπως καφετέρια, κιλικίο, παιδότοπο, άνετα αποδυτήρια κ.λ.π. Σύμφωνα με τον Patton et al 1989 η εξοικονόμηση του χώρου είναι απόρροια καλής τοποθέτησης των οργάνων, ουσιαστικά προτείνει τη κυκλική τοποθέτηση, η οποία βοηθά στη κυκλική εκγύμναση ενώ τα βαριά μηχανήματα προτείνει να μπουν στο κέντρο για να μη πιάνουν πολύ χώρο. Περιμετρικά των μηχανημάτων ο ιδιοκτήτης μπορεί να τοποθετήσει τις υπόλοιπες υπηρεσίες που θέλει να παράσχει.

#### 4.1. Η ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ ΕΝΟΣ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΟΥ

Εργονομία είναι η επιστήμη η οποία προσαρμόζει το λειτουργικό κύτταρο κάθε οργανισμού, μέσα στο οποίο τα στελέχη και οι υπάλληλοι εργάζονται για την επίτευξη των σκοπών του. Σύμφωνα με τον Απόστολος Σεϊντής η χωροταξία του γυμναστηρίου βασίζεται στον αριθμό των πελατών που θα χρησιμοποιήσουν τον χώρο ή στον αριθμό των ατόμων που δεν είναι πελάτες του γυμναστηρίου αλλά θέλει ο ιδιοκτήτης να προσελκύσει από την ευρύτερη περιοχή ή τα κοντινά γυμναστήρια, ως σταθερά μέλη χρήσης του γυμναστηρίου του. Πρέπει ο ιδιοκτήτης να έχει υπόψη μας ότι περίπου το 5-7% των πελατών θα χρησιμοποιεί καθημερινά το γυμναστήριο και το 15-20% των μελών. Έτσι ανάλογα με τον συνολικό αριθμό αυτών των ατόμων φτιάχνει τους χώρους του. Επίσης, πρέπει να ξέρουμε ότι κάθε ένα άτομο όταν γυμνάζεται χρειάζεται περίπου 4,5 τ.μ. Έτσι ένας χώρος 100 τ.μ. μπορεί να φιλοξενήσει 22 θέσεις γύμνασης. Για να υπολογίσει ο ιδιοκτήτης τον αριθμό των μελών που μπορείτε να εξυπηρετήσετε θα πρέπει να διαιρέσει την επιφάνεια του γυμναστηρίου με το 0.14, έτσι για παράδειγμα ο παραπάνω χώρος των 100 τ.μ. μπορεί να δεχθεί μέχρι 715 μέλη (**Σεϊντής Απόστολος(2000),Εργονομία Γυμναστηρίου,Travel Daily News**).

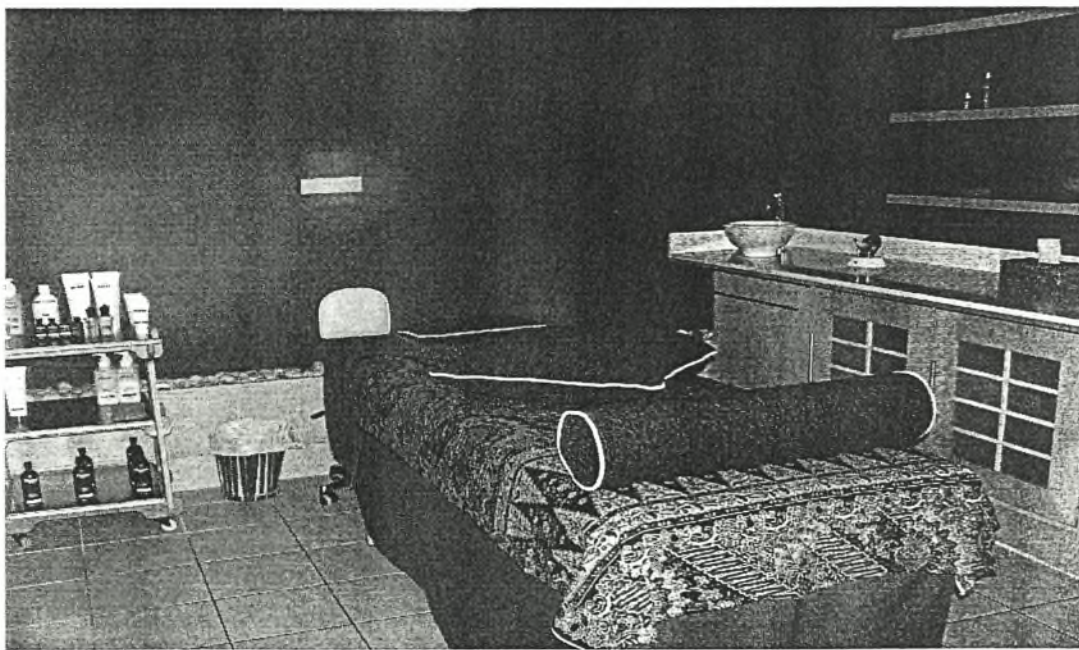
Για την δημιουργία ενός γυμναστηρίου είναι απαραίτητη η διάθεση τουλάχιστον 40 τετραγωνικών μέτρων μέσα στα οποία θα εγκατασταθεί ο εξοπλισμός που θα μπορεί να καλύψει κάθε γυμναζόμενο. Στο χώρο του fitness που απαρτίζεται από την αίθουσα των μηχανημάτων και της ελεύθερης γυμναστικής (aerobic, σουηδική κλπ), στον υγρό χώρο και στους κοινόχρηστους χώρους (αποδυτήρια, υποδοχή κλπ).

Στην αίθουσα των μηχανημάτων μπορούμε να τοποθετήσουμε δύο κατηγορίες οργάνων, τα μηχανήματα εκγύμνασης των μυϊκών

ομάδων και τα αερόβια μηχανήματα. Μια ελάχιστη σειρά από μηχανήματα μυϊκής διάπλασης που καλύπτει όμως ικανοποιητικά τις ανάγκες των πελατών, απαρτίζεται από 10 μηχανές, πάγκους και ελεύθερα κιλά. Στην ομάδα των αερόβιων μηχανών τοποθετούμε τα ποδήλατα, τους διαδρόμους και τα step, όργανα που είναι βασικά για την άσκηση του καρδιοαναπνευστικού συστήματος και είναι απαραίτητα σε κάθε fitness club.

Επίσης αν υπάρχουν διαθέσιμα τετραγωνικά είναι σήμερα πολύ σημαντική η κατασκευή ενός ελεύθερου χώρου τουλάχιστον 20 τ.μ. με παρκέ και καθρέφτες στους τοίχους για το aerobic και την ελεύθερη γυμναστική. Ο υγρός χώρος περιλαμβάνει τις σάουνες τα χαμάμ το υδρομασάζ και πιθανά την κλειστή πισίνα.

Το γυμναστήριο συμπληρώνεται από τους κοινόχρηστους χώρους ενώ η διακόσμηση πρέπει να είναι μοντέρνα και ευχάριστη, ώστε ο κόσμος να αισθάνεται όμορφα (Σεϊντής Απόστολος(2000),Εργονομία Γυμναστηρίου,Travel Daily News).



**Εικόνα 6: Δωμάτιο « spa».**

## 4.2. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΜΗΜΑΤΩΝ

Η γενικότερη εφαρμογή του Fitness Manager στις μέρες μας αποτελεί τη βάση και τη λύση που καλύπτει όλες τις ανάγκες λειτουργίας του Front Office των γυμναστηρίων μικρού και μεσαίου μεγέθους, εποχικά ή πόλεως. Το Front Office αναφέρεται στις ανάγκες όλων των τμημάτων<sup>6</sup>: μελών (διαχείριση συμβολαίων), reception (είσοδος, έξοδος, αλλαγές ραντεβού και προγραμμάτων), main courante (τιμοκατάλογοι, λογαριασμοί πελατών, έκδοση παραστατικών), σύνδεση με τη λογιστική. Η εφαρμογή εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες που προσφέρουν οι σύγχρονες τεχνολογίες ανάπτυξης εφαρμογών (γραφικό περιβάλλον, RDBMS, Client / Server). Το Front office του γυμναστηρίου στις μέρες μας έχει αναπτυχθεί με νέα τεχνολογία (object oriented) και σύγχρονα εργαλεία, ώστε να εκμεταλλεύεται πλήρως τις τεράστιες δυνατότητες των Windows για ευχρηστία, λειτουργικότητα και ευκολία εκμάθησης. Από την άλλη το Back Office των γυμναστηρίων, αναφέρεται στην On Line σύνδεση όλων των τηλεφωνικών κέντρων, Hotel Point Of Sales στην On Line σύνδεση της ταμειακής μηχανής, Eurofasma (εμπορική διαχείριση αγορές, αποθήκες, παραγωγή, πωλήσεις), Manager (Γενική Λογιστική), Singular Manpower (Μισθοδοσία), με τις οποίες καλύπτεται μηχανογραφικά όλο το φάσμα λειτουργίας του γυμναστηρίου.

Στόχος των front και back-office είναι να βοηθήσουν στη μείωση του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης που θα επιλέξει να το εντάξει στις εσωτερικές της διαδικασίες ενώ συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες, στη μείωση του χρόνου για τη λήψη - παρασκευή - εκτέλεση της παραγγελίας, στην ελαχιστοποίηση των λαθών κατά την εκτέλεση των παραγγελιών και στην καλύτερη οργάνωση της επιχείρησης. Ενδεικτικές υπηρεσίες αναφοράς των δύο είναι οι ακόλουθες:

---

<sup>6</sup> Zeithaml A.V et al.( 2006), Services Marketing, McGraw Hill, p. 267



**Front Office:** Παρακολουθεί από κρατήσεις, πρόγραμμα και ιστορικό πελατών. Συνδέεται με όλα τα άλλα συστήματα του γυμναστηρίου (POS, τηλεφωνικά κέντρα) καθώς και με άλλα υποσυστήματα όπως συστήματα κεντρικών κρατήσεων, τιμολογιακής πολιτικής, προμήθειες, πιστότητας πελατών κ.α.

**Back office:** αφορά στην διαχείριση των βιβλίων του γυμναστηρίου(λογιστήριο, payroll, κοστολόγηση κλπ.) Παρακολούθηση Επισιτιστικών Τμημάτων: αφορά στη διαχείριση των τμημάτων επισίτισης, bar, εστιατόρια, casino κ.α. και μπορεί να καλύπτει και άλλες λειτουργίες όπως παραγγελίες στους χώρους προετοιμασίας, αποθέματα αποθήκης, διαχείριση βάρδιας, χρηματοοικονομική διαχείριση κ.α<sup>7</sup>.

Θ' ολοκληρώσουμε την αναφορά μας εστιάζοντας σε 10 βασικά χαρακτηριστικά σχετικά με τα εξεταζόμενα τμήματα των γυμναστηρίων και την εσωτερική λειτουργία και οργάνωση:

1 Καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών: Οι πελάτες θα πρέπει ν' εξυπηρετούνται άμεσα ενώ ο εργαζόμενο θα πρέπει να είναι πάντα ενήμερος για τις απαιτήσεις του πελάτη.

2 Εξάλειψη των λαθών κατά την παραγγελιοληψία: Θα πρέπει οι απαιτήσεις στέλνονται αυτόματα στην οι πιθανότητες λάθους είναι ελάχιστες

3 Μείωση του χρόνου εκτέλεσης των παραγγελιών: Οι παραγγελίες θα πρέπει ν' αποστέλλονται άμεσα στο αντίστοιχο πόστο και ν' εκτελούνται πολύ πιο γρήγορα

---

<sup>7</sup>Westbrook, R.A. & Black, W.C (1985), A Motivation-Based Shopper Typology, *Journal of Retailing*, Vol. 61

4 Αποτελεσματικότερη ενημέρωση και έλεγχος του χώρου εκνύμνασης :Το γυμναστήριο θα πρέπει να είναι πάντα ενήμερο για τις απαιτήσεις που πρέπει να εκτελέσει ενώ υπάρχει και η δυνατότητα αποστολής σχολίων για κάθε απαίτηση..

5 Καλύτερη διαχείριση των απαιτήσεων: Το προσωπικό μπορεί να ελέγχει ανά πάσα στιγμή σε τι φάση βρίσκονται τα προγράμματα των πελατών και τι ασκήσεις κάνουν

6 Εκσυγχρονισμός της επιχείρησης : Τα δυο τμήματα θα πρέπει να έχουν αυτοματοποιήσει σε μεγάλο βαθμό τις εσωτερικές τις λειτουργίες τους.

7 Καλύτερη οργάνωση της επιχείρησης: Το σύνολο των διαδικασιών θα πρέπει να αυτοματοποιούνται σε μεγάλο βαθμό

8 Αποτελεσματικότερη διαχείριση των αναλώσεων: Ο υπεύθυνος της επιχείρησης θα πρέπει να είναι πάντα ενήμερος για τις αναλώσεις και να μπορεί να πραγματοποιεί τις παραγγελίες έγκαιρα

9 Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης: Η επιχείρηση θα πρέπει εκσυγχρονίζεται, οι υπηρεσίες που παρέχει να βελτιώνονται και όλα αυτά να συμβάλουν στην βελτίωση της εικόνας της

10 Δημιουργία χρήσιμων αναφορών: Τα δύο τμήματα θα πρέπει να παρέχουν χρήσιμες αναφορές σχετικά με τα προγράμματα που ακολουθούν οι πελάτες.

#### **4.3. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ**

Το γυμναστήριο μπορεί να είναι ένας χώρος αναψυχής και διασκέδασης αλλά δε παύει να είναι και μια επιχείρηση η οποία πρέπει να λειτουργήσει και να επιβιώσει. Η λειτουργία και η επιβίωση είναι καθαρά απόρροια δύο παραμέτρων που ήδη εξετάσαμε. Από τη μια η εσωτερική εργονομία η οποία δίνει στο

πελάτη τη δυνατότητα, να διασκεδάσει να γυμναστεί χωρίς είναι εκτεθειμένος σε πιθανούς κινδύνους.

Από την άλλη το γυμναστήριο μέσα από την εργονομία θα πρέπει να παρέχει στον ασκούμενο τα απαραίτητα προκειμένου να μπορέσει να γυμναστεί οποιαδήποτε ώρα της ημέρας, χωρίς να έχει το άγχος ούτε για το που θ' αλλάξει, ούτε για το που θα πλυθεί και γενικά να του δίνεται η δυνατότητα να συνδυάσει τη γυμναστική του με τη καθημερινότητα του.

Η εργονομία λοιπόν προσφέρει αυτό το πλεονέκτημα, δηλαδή τη δυνατότητα στα γυμναστήρια να φιλοξενούν όσο κόσμο θέλουν για όσο χρόνο θέλουν χωρίς να υπάρχει φόβος για παράπονα. Η εργονομία διδάσκει στο γυμναστήριο το πώς θα κερδίσει χώρο προκειμένου, για παράδειγμα να φτιάξει περισσότερα μπάνια ή να επεκτείνει την αίθουσα των οργάνων.

Η χωροταξία σ' ένα γυμναστήριο ουσιαστικά είναι το Α και το Ω και για την εύρυθμη λειτουργία του αλλά και για την ανάπτυξη δράσεων οι οποίες θα το βοηθήσουν να γίνει πιο ανταγωνιστικό, να διαφοροποιηθεί αλλά και ν' αυξήσει το μερίδιό του στην αγορά.

Από την άλλη η εύρυθμη λειτουργία των εσωτερικών διαδικασιών θα το βοηθήσει στην αμεσότερη και πιο ευέλικτη εξυπηρέτηση των πελατών παρέχοντας τους τη δυνατότητα ν' ικανοποιηθούν από το επίπεδο των παρεχομένων υπηρεσιών. Με βάση τα παραπάνω κατανοούμε τους τρόπους με τους οποίους η χωροταξία και η σωστή εσωτερική λειτουργία ωφελεί και την επιχείρηση και τους ασκούμενους.

#### **5.0. ΤΙ ΞΕΡΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:**

Οι κλάδοι που σήμερα φαίνεται να έχουν ανοδική τάση στην Ελλάδα είναι κυρίως αυτοί που έχουν σχέση με την εν γένει παροχή υπηρεσιών. Μάλιστα, όσο εντείνεται η ενεργειακή και οικονομική κρίση, οι κλάδοι που έχουν τη δυνατότητα να μειώσουν τους ενδιάμεσους κρίκους μέχρι τον τελικό χρήστη (καταναλωτή)

διαθέτουν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι όσων έχουν «εγκλωβιστεί» σε άλλου τύπου διαδικασίες.

Τα τρία σημεία που μπορούν να χαρακτηριστούν σαν τα πιο καθοριστικά για την ανάπτυξη ενός γυμναστηρίου, ενώ η έλλειψή του μπορεί να το μπλοκάρει, είναι η ύπαρξη και εμπέδωση της φιλοσοφίας της, η υπάρχουσα τεχνογνωσία, η ανάπτυξη και εφαρμογή μιας σειράς νέων υπηρεσιών και προϊόντων και τέλος η ισορροπία που επιτυγχάνεται ανάμεσα στην ποιότητα και την τιμή. Πρόκειται για αλληλένδετους κρίκους που αποσκοπούν στη δημιουργία μιας συμπαγούς όσο και αξιόπιστης επιχείρησης.

Τα πλεονεκτήματα και η δυναμική του χώρου πηγάζουν από το γεγονός ότι το 99% των Ελλήνων πιστεύει πως η γυμναστική είναι χρήσιμη, ωφέλιμη και ότι σίγουρα κάποια στιγμή θα την εντάξουν στο καθημερινό τους πρόγραμμα<sup>8</sup>.

Αντιθέτως, στα μειονεκτήματα του κλάδου συγκαταλέγονται η στρεβλή πορεία ανάπτυξής του, η έλλειψη αθλητικής κουλτούρας της ελληνικής κοινωνίας αλλά και η έλλειψη του κατάλληλου όσο και εξειδικευμένου προσωπικού.

## **5.1 ΔΗΜΟΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ**

Ο τύπος αυτός των γυμναστηρίων διατίθεται από τους δήμους της Ελληνικής Επικράτειας. Δημιουργήθηκαν για να εξυπηρετούν τις ανάγκες των δημοτών.

Τα δημοτικά γυμναστήρια είναι ανοικτά για όλους. Η χρήση των δημοτικών γυμναστηρίων είναι διαθέσιμα με πολύ μικρό κόστος, περίπου 15-30 ευρώ. Δηλαδή πιο χαμηλά από το μισό κόστος ενός ιδιωτικού γυμναστηρίου. Υπάρχουν και δήμοι που δεν χρεώνουν τίποτα τους δημότες τους, αυτό βέβαια εξαρτάται από την πολιτική του εκάστοτε δήμου.

---

<sup>8</sup> <http://www.fitnessinfo.gr/fitnessgeneralinfo/beforestartingfitness>

Υπάρχουν προγράμματα άθλησης για γυναίκες, για την τρίτη ηλικία και τα παιδιά. Πέρα από το χαμηλό κόστος η επιλογή ενός τέτοιου τύπου γυμναστηρίου έχει πολλά μειονεκτήματα. Ένα από αυτά είναι ο ανεπαρκής και κατάλληλος εξοπλισμός σε αντίθεση με τα ανταγωνιστικά ιδιωτικά γυμναστήρια. Λόγω της ανεπάρκειας του εξοπλισμού πολλές φορές θα πρέπει να περιμένετε με τις ώρες, ώσπου να έρθει η σειρά σας.

Τα περισσότερα από τα δημοτικά γυμναστήρια είναι ανοικτά μόνο οκτώ μήνες τον χρόνο. Ο λόγος είναι ότι οι γυμναστές παραχωρούνται στους δήμους από την Γ.Γ.Α. και η σύμβαση τους διαρκεί μόνο οκτώ μήνες τον χρόνο. Οι ώρες λειτουργίας είναι περιορισμένες και συγκεκριμένες κατά την διάρκεια της ημέρας. Τα ομαδικά προγράμματα είναι ελάχιστα. Η σωστή (από πλευράς επιστημονικότατος) λειτουργίας αυτών, είναι πολύ δύσκολη, αφού στο κάθε τμήμα υπάρχουν όλες οι ηλικίες και ανεξάρτητου φυσικής κατάστασης.

## **5.2 ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ**

Τα ιδιωτικά γυμναστήρια σε αντίθεση με τους υπόλοιπους τύπους γυμναστηρίων είναι επικερδής επιχειρήσεις. Αφού είναι επιχειρήσεις είναι λογικό ότι μεταξύ τους είναι πολύ ανταγωνιστικές για αυτό και υπάρχουν μεγάλες διαφορές στην τιμολογιακή τους πολιτική.

Η τιμολογιακή πολιτική βέβαια εξαρτάται και καθορίζεται από πολλούς παράγοντες όπως: η χωρητικότητα του γυμναστηρίου, οι παροχές, το επίπεδο του εξοπλισμού, η πολυτέλεια, η αρχιτεκτονική του χώρου, το πλήθος των μηχανημάτων, το πλήθος των προγραμμάτων, η περιοχή που βρίσκεται το γυμναστήριο, το μέγεθος σε αριθμό προσωπικό, το εξειδικευμένο προσωπικό, από τα πάγια έξοδα του κάθε γυμναστηρίου, από το πόσο ργίνε θέλουν οι ιδιοκτήτες να παραμείνει το γυμναστήριο κ.α.

Λόγω του μεγάλου ανταγωνισμού στα κορυφαία γυμναστήρια της Ελλάδας ο πελάτης θα βρει: πισίνα, γήπεδο squash, γήπεδο

μπάσκετ, εξειδικευμένα προγράμματα (Yoga, Pilates, Aerolates, Hip-Hop), μπαρ, εστιατόριο με υγιεινή κουζίνα, spa, μασάζ, μαγαζιά με αθλητικό εξοπλισμό (ρούχα, παπούτσια, συμπληρώματα διατροφής), υπηρεσίες διατροφολογίας, υπηρεσίες αισθητικής, personal training, power plate (μηχανημάτων εκγύμνασης με δονήσεις) και γενικότερα ότι τελευταίο υπάρχει στον χώρο του fitness και της υγείας.

Οι τιμές ξεκινούν από τα 40 ευρώ και μπορείτε να φτάσουν ως τα 300 ευρώ μηνιαίως. Οι τιμές αυτές είναι κατά προσέγγιση. Τα γυμναστήρια λειτουργούν ή ως ανεξάρτητα (μεμονωμένα) ή ως αλυσίδες (ιδιοκτήτες που έχουν παραπάνω από ένα γυμναστήριο σε τοπικό ή εθνικό δίκτυο) ή ως μέλη κάποιου εθνικού δικτύου αλυσίδων (franchise). Σε όλη την Ελλάδα σήμερα λειτουργούν 1300 ιδιωτικά γυμναστήρια.



Εικόνα 7: Αίθουσα «personal training».

## **6.0. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Η παρούσα ανάλυση έχει ως στόχο να ερευνήσει την χωροταξία και τον εξοπλισμό των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην παροχή αθλητικών υπηρεσιών προς τους πελάτες τους. Επομένως θέλουμε να μελετήσουμε ποια είναι η δομή των εν λόγω εταιρειών-γυμναστηρίων από την άποψη της κατανομής του χώρου τους προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους αλλά και τον εξοπλισμό με τον οποίο έχουν καλύψει, γεμίσει τον χώρο τους. Για την επίτευξη του στόχου αυτού έχουμε δημιουργήσει ένα ερωτηματολόγιο το οποίο συλλέγει τις παραπάνω πληροφορίες και οι οποίες επεξεργάζονται από εμάς στην συνέχεια χρησιμοποιώντας αποκλειστικά περιγραφική στατιστική. Η ανάλυση που παρουσιάζουμε παρακάτω χωρίζεται στους εξής τομείς: πρώτα παρουσιάζουμε την παράγραφο που αφορά το δείγμα, έπειτα έχουμε την παράγραφο του ερευνητικού σχεδιασμού, εν συνεχεία την στατιστική ανάλυση και τέλος υπάρχει η παράγραφος με τα αποτελέσματα-συμπεράσματα.

### **6.1.ΔΕΙΓΜΑ**

Η συλλογή του δείγματος έγινε έχοντας στο μυαλό μας κυρίως την στρωματοποιημένη δειγματοληψία η οποία έχει στόχο την συλλογή ενός δείγματος κατά αναλογία των χαρακτηριστικών του πληθυσμού. Αυτό εδώ σημαίνει ότι θέλουμε να έχουμε ένα δείγμα γυμναστηρίων που να αντιπροσωπεύουν το σύνολο της χώρας. Επειδή στην παρούσα ανάλυση αυτό δεν είναι εφικτό έχουμε περιοριστεί στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας. Έτσι το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν 43 ιδιωτικά γυμναστήρια, που επιλέχτηκαν με τη μέθοδο της τυχαίας δειγματοληψίας. Από τη περιοχή του λεκανοπεδίου της Αττικής επιλέχτηκαν 34 γυμναστήρια και συγκεκριμένα 7 από τα βόρεια προάστια, 5 από τα νότια προάστια, 15 από τη περιοχή του κέντρου και 7 από το Πειραιά. Από την επαρχία επιλέχτηκαν 9 γυμναστήρια και συγκεκριμένα 2 από Καβάλα



, 2 από Τρίκαλα, 2 από τη Πάτρα και 1 από Θεσ/νίκη, 1 από Κομοτηνή και τέλος 1 από Αλεξανδρούπολη. Τα γυμναστήρια είχαν έκταση από 200m<sup>2</sup> έως 5340 m<sup>2</sup> .

Χαρακτηριστικά του δείγματος	
Συνολικός αριθμός γυμναστηρίων	43
Μέση έκταση και εύρος σε τ.μ	1092,67 τ.μ & 200-5340 τ.μ
Μέσο αριθμό προσωπικού	17,2
Μέσο αριθμό μελών	1722,3

## 6.2.ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Ως όργανο μέτρησης ορίστηκε ερωτηματολόγιο όπου κατέγραψε τον αριθμό και το είδος του εξοπλισμού άσκησης, όπως και την έκταση και το προφίλ της χωροταξίας. Το ερωτηματολόγιο επιλέχθηκε ως η πιο κατάλληλη μέθοδος για την συλλογή δεδομένων για αυτήν την έρευνα. Μεταξύ των θετικών του στοιχείων είναι καλό για την συλλογή πληροφοριών για την γνώμη μεγάλου πλήθους ατόμων. Επίσης επιλέχθηκε διότι είναι σχετικά πιο φθηνό και χρειάζεται λιγότερο χρόνο σε σχέση με τις προσωπικές συνεντεύξεις.

Πριν τη συμπλήρωση των συγκεκριμένων εντύπων, δόθηκαν γραπτώς και προφορικώς αναγκαίες οδηγίες. Ειδικότερα εξετάστηκε:



Ο σκοπός της έρευνας σαν μια πρώτη προσέγγιση και γνώση του εξοπλισμού που υπάρχει στα γυμναστήρια, όπως και η χωροταξική κατανομή του χώρου και έτσι έγινε μια σχετική προσέγγιση μεταξύ των γυμναστηρίων στην Αθήνα και στην περιφέρεια. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε μια σύγκριση και μια ανάλυση σε σχέση με τον εξοπλισμό και τη χωροταξία με τα δεδομένα από χώρες του εξωτερικού.

Δεν υπήρξε σχολιασμός για την ποιότητα των οργάνων όπως και για την κατανομή του χώρου.

Τα στοιχεία που συλλέχθηκαν στα έντυπα από την έρευνα, χρησιμοποιήθηκαν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας.

Εκτός από τις προσωπικές συνεντεύξεις με τους ιδιοκτήτες και τους μάνατζερ των γυμναστηρίων, πραγματοποιήθηκε και προσωπική παρατήρηση για την επαλήθευση των στοιχείων.

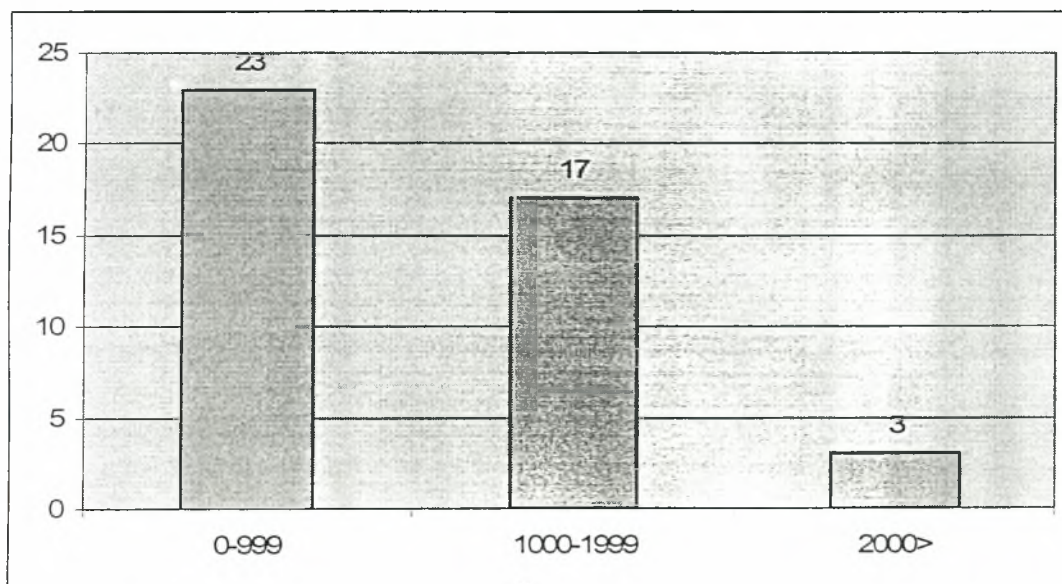
Η ανάλυση των αποτελεσμάτων του αντιπροσωπευτικού μας δείγματος και η μελέτη των μεταβλητών πραγματοποιήθηκε με το πρόγραμμα της Microsoft Office XP Excel, Version 2003 για περιγραφική στατιστική με περιγραφικά μέτρα (μέσοι όροι), ραβδογράμματα.

### 6.3.ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Όπως έχουμε αναφέρει και στην αρχή της έρευνας μας η ανάλυση μας θα είναι περιγραφική στατιστική και επομένως παρακάτω θα παρουσιάσουμε διάφορους πίνακες, πίτες και ραβδογράμματα.

## 7.0 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

### Αριθμός γυμναστηρίων ανά κατηγορία τετραγωνικών



Από το παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι τα 23 (53,49%) από τα 43 γυμναστήρια έχουν εμβαδόν μέχρι 1000 τετραγωνικά μέτρα, τα 17 (39,5%) από 1000 έως 1999 τετραγωνικά μέτρα και 3 (7%) πάνω από 2000 τετραγωνικά μέτρα.

Πίνακας 1: Ποσοστό και μέσος όρος τετραγωνικών βασικών χώρων

ΒΑΣΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	Μέσος όρος τ.μ	Ποσοστό %
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	56,9	5,9
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ	158,9	14,13
ΧΩΡΟΣ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	362,8	35,9
ΧΩΡΟΣ ΟΜΑΔΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	212,55	20,51
ΠΙΣΙΝΑ	26,8	1,1
ΆΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	30,72	2,37
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ	49,02	4,01
ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	28,25	2,76

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε την κατανομή των χώρων των 43 γυμναστηρίων. Βλέπουμε ότι την μεγαλύτερη έκταση την καταλαμβάνει ο χώρος ατομικής άθλησης με 35,9% (362,8 τ.μ), ακολουθεί ο χώρος ομαδικής άθλησης με 20,51% (212,55 τ.μ), τα αποδυτήρια με 14,13% (158,9 τ.μ) οι διοικητικοί χώροι με 5,9% (56,9 τ.μ) και ακολουθούν οι υπόλοιποι χώροι με μικρότερα ποσοστά.

Πίνακας 2: Βασικοί χώροι ανά τ. μ. πανελλαδικά

ΒΑΣΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	<999τμ	1000-1999τμ	> 2000τμ
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	(40,14) 6,95%	(69,6) 5,1%	(94) 3,6%
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ	(88,05) 15,2%	(166,1) 12,3%	(610) 17,7%
ΧΩΡΟΣ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	(224,52) 36,73%	(482,9) 35,2%	(570) 20,2%
ΧΩΡΟΣ ΟΜΑΔΙΚΗΣ ΑΣΚΗΣΗΣ	(116,19) 21,38%	(270) 18,8%	(523,3) 18%
ΠΙΣΙΝΑ	(3,63) 0,32%	(16,5) 0,2%	(266,7) 5%
ΆΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	(12,81) 1,78%	(42,4) 3%	(82) 2%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ	(21,86) 3,35%	(63,7) 4,9%	(146) 3,1%
ΒΟΗΘΗΤΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ	(15,24) 2,65%	(35,2) 2,7%	(72,3) 2,8%

Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε την κατανομή των χώρων των 43 γυμναστηρίων ανά κατηγορία γυμναστηρίου. Βλέπουμε ότι η κατανομή των χώρων των γυμναστηρίων κάτω από τα 1000 τ.μ και των γυμναστηρίων από 1000 έως 2000 τ.μ είναι παραπλήσια αν προσέξουμε τα παραπάνω ποσοστά ενώ των γυμναστηρίων πάνω από 2000 τ.μ διαφέρει στους εξής χώρους: υπηρεσίες ομορφιάς, στην πισίνα και στον χώρο ατομικής άθλησης κυρίως.

Πίνακας 3: Ποσοστιαία κατανομή επιμέρους χώρων

ΓΡΑΦΕΙΑ	1,8 (18.8)
RECEPTION	1,2 (11.1)
ΧΩΡΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	2,9 (29.1)
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ ΑΝΤΡΩΝ	6,3 (79.6)
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	7,7 (84,2)
ΧΩΡΟΣ ΚΑΡΔΙΟΑΝΑΠΝΕΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΧ.	9 (96.3)
ΧΩΡΟΣ ΜΗΧ. ΜΕ ΒΑΡΗ	17,3 (176)
ΧΩΡΟΣ ΜΕ ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΒΑΡΗ	8,7 (81.2)
ΧΩΡΟΣ ΑΕΡΟΒΙΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	15,5 (164,5)
ΑΙΘΟΥΣΑ ΠΟΛΕΜΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ	3,9 (107,5)
ΠΙΣΙΝΑ	
ΕΡΓΟΜΕΤΡΙΚΟ	0,3 (2.6)
BABY PARKING	
ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	0,4 (4,6)
BAR	1,1 (15.4)
ΜΑΓΑΖΙ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	0,3 (4.1)
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ	1,6 (20.4)
SPA	0,4 (6.6)
ΜΑΣΑΖ	1,3 (14.1)
SOLARIUM	0,6 (6.5)
ΑΠΟΘΗΚΗ	2,1 (21.7)
ΤΟΥΑΛΕΤΕΣ	0,6 (6.8)

Διαφοροποίηση υπάρχει ως προς το χώρο της Reception όπου παρατηρούμε ότι, ενώ στο εξωτερικό είναι ανάλογος των m<sup>2</sup> δηλ. στα 875 m<sup>2</sup> υπάρχει Reception 10 m<sup>2</sup>, στα 1650 m<sup>2</sup> -25 m<sup>2</sup> και στα 3400 m<sup>2</sup> -44 m<sup>2</sup> αντίστοιχα, στην Ελλάδα και στα γυμναστήρια μέχρι 2000 m<sup>2</sup> είναι 6-10 m<sup>2</sup> και στα μεγαλύτερα βρίσκουμε κάποιες εξαιρέσεις π.χ. μόνο σε ένα 30 m<sup>2</sup>.

**Πίνακας 4: Κατανομή χώρων**

	<999	1000- 1999	2000>
ΓΡΑΦΕΙΑ	(12.26) 1.83%	(23.4) 1.8%	(30,7) 1%
RECEPTION	(8.9) 1.58%	(12.7) 0.9%	(16,7) 0,5%
ΧΩΡΟΣ ΥΠΟΔΟΧΗΣ	(21.26) 3.54%	(35.1) 2.4%	(46,7) 2%
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ ΑΝΤΡΩΝ	(41.63) 6.38%	(83.4) 5.9%	(296,7) 8,6%
ΑΠΟΔΥΤΗΡΙΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	(50.38) 8.74%	(87) 6.6%	(303,3) 8,9%

ΧΩΡΟΣ ΚΑΡΔΙΟΑΝΑΠΝΕΥΣΤΙΚΩΝ ΜΗΧ.	(55.67) 9.3%	(118.4) 2.4%	(233,3) 7,5%
ΧΩΡΟΣ ΜΗΧ. ΜΕ ΒΑΡΗ	(109.52) 17.22%	(241.6) 18.6%	(226,7)] 8,7%
ΧΩΡΟΣ ΜΕ ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΒΑΡΗ	(56.43) 9.89%	(103.9) 8.2%	(110) 3,9%
ΧΩΡΟΣ ΑΕΡΟΒΙΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	(104.5) 17.51%	(125.3) 14.7%	(370) 13%
ΑΙΘΟΥΣΑ ΠΟΛΕΜΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ	(12.86) 2.6%	(109.2) 5.2%	(153,3) 5,1%
ΕΡΓΟΜΕΤΡΙΚΟ	(2) 0.3%	(2.8) 0.2%	(8,0) 0,2%
BABY PARKING	(1.37)	(6.8)	(20)
ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	(2.65) 0.38%	(13.1) 0.5%	(13) 0,2%
BAR	(6.33)	(30.8)	(160)

	0.83%	1.3%	1%
ΜΑΓΑΖΙ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	(0.86)	(13.5)	(12)
	0.11%	0.5%	0,2%
ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ	(9.71)	(66)	(145)
	1.33%	2.1%	0,9%
SPA	(0.19)	(51.3)	(75)
	0.06%	0.9%	0,5%
ΜΑΣΑΖ	(8.1)	(18.6)	(60)
	1.35%	1.3%	1%
SOLARIUM	(4.33)	(2.5)	(9,3)
	0.67%	0.7%	0,4%
ΑΠΟΘΗΚΗ	(15.11)	(30.3)	(68,3)
	2.26%	1.8%	2,7%
ΤΟΥΑΛΕΤΕΣ	(2.76)	(13.3)	(10)
	0.46%	0.9	0,2%

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η κατανομή των επιμέρους χώρων για τα μικρά γυμναστήρια και του μεσαίου τύπου γυμναστήρια είναι σχεδόν παρόμοια με πολύ μικρές αποκλίσεις



Παρακάτω συνεχίζουμε τα στοιχεία που είναι σχετικά με τον εξοπλισμό του γυμναστηρίου. Έχουμε λοιπόν

**Πίνακας 5: Μέσος όρος μηχανημάτων**

	ΣΥΝΟΛΙΚΑ
Μ. ΟΡΟΣ ΜΗΧ.	75,3

Ο μέσος όρος των μηχανημάτων στα 43 γυμναστήρια του δείγματος είναι 75,3 μηχανήματα

**Πίνακας 6: Μέσος όρος μηχανημάτων ανά κατηγορία γυμναστηρίου**

	Μ.Ο	Ποσοστό
ΜΗΧ ΑΣΚ. ΓΥΜΝ. <999τμ	61,4	53,4
ΜΗΧ ΑΣΚ. ΓΥΜΝ. 1000- 1999τμ	78,1	39,5
ΜΗΧ ΑΣΚ. ΓΥΜΝ. > 2000τμ	133,7	6,9

Από τον παραπάνω πίνακα το 53,4% (23 σε αριθμό) των γυμναστηρίων που έχουν έκταση κάτω από 1000 τ.μ έχουν 61.4 σε πλήθος μηχανήματα, το 39,5% (17 σε αριθμό) που έχουν έκταση από 1000 έως 1999 τ.μ έχουν 78,1 σε πλήθος μηχανήματα και το 6,9% (3 σε αριθμό) που έχουν έκταση πάνω από 2000 τ.μ έχουν 133,7 σε πλήθος μηχανήματα.

**Πίνακας 7: Πλήθος μηχανημάτων ανά κατηγορία γυμν. & τύπο οργάνων**

	<999τμ	1000-1999τμ	> 2000τμ
ΚΑΡΔΙΟΑΝΑΠΝΕΥΣΤΙΚΑ	16,71 (19,9%)	24,7 (23,3%)	61,7 (35,45%)
ΜΥΪΚΗΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ	23,75 (28,37%)	30,8 (29,05%)	43,3 (24,88%)
ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΒΑΡΗ	18,04 (21,55%)	22,6 (21,32%)	28,7 (16,49%)
STRETCHING	25,2 (30,1%)	27,9 (26,32%)	40,3 (23,16%)

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε την ίδια σχεδόν κατανομή βασικών τύπων μηχανημάτων ως προς το πλήθος τους για τα γυμναστήρια που έχουν έκταση μικρότερη από 1000 τ. μ και τα γυμναστήρια από 1000 έως 1999 τ.μ. Παρατηρούμε τα όργανα μυϊκής ενδυνάμωσης να υπερέχουν ποσοστιαία και να ακολουθούνται από τα όργανα stretching. Για τα γυμναστήρια που έχουν έκταση πάνω από 2000 τ.μ βλέπουμε μεγάλο αριθμό οργάνων με 61,7 (35,45%) σε καρδιοαναπνευστικά και 43,3 (24,88%) μυϊκής ενδυνάμωσης.

**Πίνακας 8: Μέσο πλήθος μηχανημάτων ανά κατηγορία για το σύνολο των γυμναστηρίων**

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	Πλήθος Μηχανημάτων
ΚΑΡΔΙΟΑΝΑΠΝΕΥΣΤΙΚΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	24,434
ΔΙΑΔΡΟΜΟΙ	11,57
ΟΡΘΙΑ ΠΟΔΗΛΑΤΑ	4,158
ΟΡΙΖΟΝΤΙΑ ΠΟΔΗΛΑΤΑ	4,916
ΧΕΙΡΟΕΡΓΟΜΕΤΡΑ	1,3
ΕΛΛΕΙΠΤΙΚΑ	3,727
ΚΩΠΗΛΑΤΙΚΕΣ	2,248
STEP	2,505
ΠΑΛΜΟΓΡΑΦΟΙ	11,398
Σ. Ο Π.	6,479

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΜΥΪΚΗΣ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗΣ	30,896
ΣΤΗΘΟΥΣ	3,721
ΠΛΑΤΗΣ	6,574
ΩΜΩΝ	2,379
ΔΙΚΕΦΑΛΩΝ ΒΡΑΧΙΟΝΩΝ	1,479
ΤΡΙΚΕΦΑΛΩΝ	2
ΚΟΙΛΙΑΚΩΝ	2,221
ΡΑΧΙΑΙΩΝ	1,321
ΤΕΤΡΑΚΕΦΑΛΩΝ	1,858
ΔΙΚΕΦΑΛΩΝ ΜΗΡΙΑΙΩΝ	1,958
ΠΡΟΣΑΓΩΓΩΝ / ΑΠΑΓΩΓΩΝ	2,937
ΓΑΣΤΡΟΚΝΗΜΙΩΝ	1,7
ΓΛΟΥΤΙΑΙΩΝ	1,579
ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΥ ΠΟΔΙΩΝ	3,179
ΠΟΛΥΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ	1,779
ΤΥΠΟΥ CROSS OVER	1,1
ΕΛΕΥΘΕΡΑ ΒΑΡΗ	22,58
ΠΑΓΚΟΙ ΣΤΗΘΟΥΣ	4,021
ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ SMITH	1,121
SQUAT RACKS	1,2
ΚΩΠΗΛΑΤΙΚΕΣ	1,342
ΜΑΞΙΛΑΡΙΑ SCOTT (ΣΤΡΑΒΟΜΠΑΡΕΣ)	1,3
ΕΛΕΥΘΕΡΟΙ ΠΑΓΚΟΙ	5,137
ΠΑΓΚΟΙ ΚΟΙΛΙΑΚΩΝ	4,695
ΠΑΓΚΟΙ ΡΑΧΙΑΙΩΝ	1,479
ΚΑΡΕΚΛΕΣ ΒΥΘΙΣΕΩΝ /ΕΛΞΕΩΝ	1,4
ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΜΠΑΡΕΣ	4,679
ΑΛΤΗΡΕΣ	2,1
Μ. ΟΡΟΣ ΕΛΑΧΙΣΤΟ	35,732
Μ. ΟΡΟΣ ΜΕΓΙΣΤΟ	61,201
STRETCHING	35.2
ΣΤΡΩΜΑΤΑ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗΣ (ΜΕΓΑΛΑ)	15,265
ΜΙΚΡΑ ΣΤΡΩΜΑΤΑ	44,881
ΠΟΛΥΖΥΓΑ	1,705
ΜΕΓΑΛΕΣ ΜΠΑΛΕΣ	14,448
ΛΑΣΤΙΧΑ	40,242
ΚΟΝΤΑΡΙΑ /ΜΠΑΡΕΣ	28,438
ΣΧΟΙΝΑΚΙΑ	17,425
ΙΑΤΡΙΚΕΣ ΜΠΑΛΕΣ	2,315

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε τον μέσο αριθμό των οργάνων που διαθέτουν τα γυμναστήρια ανά κατηγορία οργάνων. Έτσι λοιπόν παρατηρούμε τα μικρά στρώματα με 44,881, τα λάστιχα με 40,242, τα μηχανήματα μυϊκής ενδυνάμωσης με 30.896, τα καρδιοαναπνευστικά μηχανήματα με 24,234 και έπειτα να ακολουθούν οι υπόλοιπες κατηγορίες οργάνων.

## 8.0.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την παραπάνω ανάλυση έχουμε τα εξής σημαντικά αποτελέσματα:

Για τον εξοπλισμό των 43 γυμναστηρίων βλέπουμε ότι κατά μέσο όρο διαθέτουν 75,3 μηχανήματα. Το 53,4% των γυμναστηρίων που είναι κάτω από 1000 τ.μ διαθέτουν 61,4 κατά μέσο όρο μηχανήματα, το 39,5% των γυμναστηρίων με έκταση από 1000 έως 2000 τ.μ έχουν 78,1 μηχανήματα και το 6,9% των γυμναστηρίων με έκταση πάνω από 2000 τ.μ έχουν 133,7 κατά μέσο όρο μηχανήματα. Το 21,61% των μηχανημάτων είναι καρδιοαναπνευστικού τύπου ως προς τις κύριες κατηγορίες μηχανημάτων, το 27,3% είναι μυϊκής ενδυνάμωσης, το 19,9% είναι ελεύθερα βάρη και το 31,1% είναι μηχανήματα stretching. Σε απόλυτους αριθμούς συναντάμε κατά μέσο όρο 24,434 μηχανήματα καρδιοαναπνευστικού τύπου, 30,896 μηχανήματα μυϊκής ενδυνάμωσης, 22,58 ελεύθερα βάρη και 35,2 μηχανήματα stretching. Όσο αφορά την κατανομή των βασικών κατηγοριών οργάνων ανά τύπο έκτασης γυμναστηρίου έχουμε να πούμε τα εξής: το 19,9% των μηχανημάτων είναι καρδιοαναπνευστικού τύπου, το 28,37% μυϊκής ενδυνάμωσης, το 21,55% ελεύθερα βάρη και το 30,1% μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση κάτω από 1000 τ.μ. Το 23,3% των μηχανημάτων είναι καρδιοαναπνευστικού τύπου, το 29,05% μυϊκής ενδυνάμωσης, το 21,32% ελεύθερα βάρη και το 23,32% μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση από 1000 έως

2000 τ.μ. Τέλος το 35,45% των μηχανημάτων είναι καρδιοαναπνευστικού τύπου, το 24,88% μυϊκής ενδυνάμωσης, το 16,49% ελεύθερα βάρη και το 23,16% μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση πάνω από 2000 τ.μ. Σε απόλυτους αριθμούς τα παραπάνω ποσοστά μεταφράζονται ως εξής: έχουμε 16,71 σε πλήθος μηχανήματα καρδιοαναπνευστικού τύπου, 23,75 μυϊκής ενδυνάμωσης, το 18,04 ελεύθερα βάρη και 25,2 μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση κάτω από 1000 τ.μ. Επίσης έχουμε 24,7 σε πλήθος μηχανήματα καρδιοαναπνευστικού τύπου, 30,8 μυϊκής ενδυνάμωσης, το 22,6 ελεύθερα βάρη και 27,9 μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση από 1000 έως 2000 τ.μ. Τέλος έχουμε 61,7 σε πλήθος μηχανήματα καρδιοαναπνευστικού τύπου, 43,3 μυϊκής ενδυνάμωσης, το 28,7 ελεύθερα βάρη και 40,3 μηχανήματα stretching για τα γυμναστήρια με έκταση πάνω από 2000 τ.μ.

Όσο αφορά την χωροταξία των γυμναστηρίων έχουμε να πούμε ότι το 35,9% της επιφάνειας καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, το 20,51% από τον χώρο ομαδικής άθλησης, το 14,13% από τα αποδυτήρια, το 5,9% από τους διοικητικούς χώρους, το 4,01% από τις υπηρεσίες ομορφιάς, το 2,76% από τους βοηθητικούς χώρους, το 2,37% από άλλες υπηρεσίες και το 1,1% από την πισίνα. Σε απόλυτους αριθμούς έχουμε 362,8 τ.μ να καταλαμβάνονται από τον χώρο ατομικής άσκησης, τα 212,55 από τον χώρο ομαδικής άθλησης, τα 158,9 τ.μ από τα αποδυτήρια, τα 56,9 από τους διοικητικούς χώρους, τα 49,02 τ.μ από τις υπηρεσίες ομορφιάς, τα 30,72τ.μ από άλλες υπηρεσίες και το 28,25 από τους βοηθητικούς χώρους. Για τα γυμναστήρια με έκταση κάτω από 1000 τ.μ έχουμε τα εξής αποτελέσματα: Το 36,73 % της έκτασης καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, το 21,38% από τον χώρο ομαδικής άθλησης, το 15,2% από τα αποδυτήρια, το 6,95% από τους διοικητικούς χώρους, το 3,35% από τις υπηρεσίες ομορφιάς, το 2,65% από τους βοηθητικούς χώρους, το 1,78% από άλλες υπηρεσίες και το 0,32% από τον χώρο της πισίνας. Για τα γυμναστήρια τώρα με έκταση από 1000 έως 2000 τ.μ έχουμε τα εξής:

Το 35,2 % της έκτασης καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, το 18,8% από τον χώρο ομαδικής άθλησης, το 12,3% από τα αποδυτήρια, το 5,1% από τους διοικητικούς χώρους, το 4,9% από τις υπηρεσίες ομορφιάς, το 2,7% από τους βοηθητικούς χώρους, το 3% από άλλες υπηρεσίες και το 0,2% από τον χώρο της πισίνας. Τέλος για τα γυμναστήρια με έκταση πάνω από 2000 τ.μ έχουμε: Το 20.2 % της έκτασης καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, το 18% από τον χώρο ομαδικής άθλησης, το 17,7% από τα αποδυτήρια, το 5% από τον χώρο της πισίνας, το 3,6% από τους διοικητικούς χώρους, το 3,1% από τις υπηρεσίες ομορφιάς, το 2,8% από τους βοηθητικούς χώρους και το 2% από άλλες υπηρεσίες. Τα παραπάνω στοιχεία σε απόλυτους αριθμούς είναι: για τα γυμναστήρια κάτω των 1000 τ.μ έχουμε 224,52 τ.μ της έκτασης να καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, τα 116,19 τ.μ από τον χώρο ομαδικής άθλησης, τα 88,05 από τα αποδυτήρια, τα 40,14 τ.μ από τους διοικητικούς χώρους, τα 21,86 από τις υπηρεσίες ομορφιάς, τα 15,24 τ.μ από τους βοηθητικούς χώρους, το 12,81 τ.μ από άλλες υπηρεσίες και τα 3.32 τ.μ από τον χώρο της πισίνας. Για τα γυμναστήρια από 1000 έως 2000 τ.μ έχουμε 482,9 τ.μ της έκτασης να καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, τα 270 τ.μ από τον χώρο ομαδικής άθλησης, τα 166,1 από τα αποδυτήρια, τα 69,6 τ.μ από τους διοικητικούς χώρους, τα 63,7 από τις υπηρεσίες ομορφιάς, τα 35,2 τ.μ από τους βοηθητικούς χώρους, τα 42,41 τ.μ από άλλες υπηρεσίες και τα 16,5 τ.μ από τον χώρο της πισίνας. Τέλος για τα γυμναστήρια άνω των 2000 τ.μ έχουμε 570 τ.μ της έκτασης να καταλαμβάνεται από τον χώρο ατομικής άσκησης, τα 523,23 τ.μ από τον χώρο ομαδικής άθλησης, τα 610 τ.μ από τα αποδυτήρια, τα 94, τ.μ από τους διοικητικούς χώρους, τα 146 από τις υπηρεσίες ομορφιάς, τα 72,3 τ.μ από τους βοηθητικούς χώρους, τα 82 τ.μ από άλλες υπηρεσίες και τα 266,7 τ.μ από τον χώρο της πισίνας.

Αν συγκρίνουμε τα αποτελέσματα της έρευνας με διεθνή δεδομένα θα διαπιστώσουμε ότι στα ελληνικά γυμναστήρια υπάρχει σχεδόν

ίδιος αριθμός 9 ποδηλάτων έναντι 8 και κωπηλατικών με 2 έναντι 3 διεθνώς αντίστοιχα. Αντιθέτως στα ελληνικά γυμναστήρια έχουμε περισσότερους διαδρόμους -10,7- έναντι μόλις 5 αλλά και μόνο 3 step έναντι 8 διεθνώς. Όσον αφορά τα μηχανήματα με βάρη, στην Ελλάδα συναντάμε 30 μηχανήματα έναντι 25 διεθνώς. Στα ελεύθερα βάρη υπάρχει μια σχετική ταύτιση με τα διεθνή δεδομένα αφού βρίσκουμε 10 μπάρες, 9 πάγκους και 60 αλτήρες στην Ελλάδα έναντι 10, 10 και 50 διεθνώς.

**Αξιο αναφοράς είναι τα' ακόλουθα:**

1. Χώρος parking δεν συναντήθηκε σε κανένα γυμναστήριο στο κέντρο των Αθηνών και του Πειραιά.
2. Πουθενά δεν συναντήσαμε ξεχωριστή αίθουσα για stretching.
3. Αθλητικό μαγαζί συναντάμε στο 32% των γυμναστηρίων και συγκεκριμένα σε 14 γυμναστήρια και αυτό με έκταση από 4-12m<sup>2</sup> και σπανιότερα 20 m<sup>2</sup> -40 m<sup>2</sup> .
4. Baby parking υπήρχε στο 18.6% των γυμναστηρίων
5. Οι διοικητικοί χώροι καταλαμβάνουν το 6% στην Ελλάδα έναντι 8% διεθνώς.

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) American College of Sports Medicine. 1996. ACSM's Health/fitness facility standards and guidelines. Champaign, IL : Human Kinetics.
- 2) American Sports Data, Inc. 1996. Health club trend report. Hartsdale, NY : American Sport Data.
- 3) Brehm, B. 1995, Understanding Attrition : Why do clients quit? Fitness Management (January) : 25.
- 4) Boone,L. and Kurtz,D. (1977) "Foundations of marketing" Dryden Press
- 5) Brooks, C. 1994a., How consumers view health and sports clubs. Ann Arbor, MI : International Health, Racquet and Sports club Association.
- 6) Churchill, G, (1995) "Marketing research, methodological foundations" 6<sup>th</sup> edition, Dryden
- 7) Gratham, Robert W. Patton, Tracy D. York and Mitchel L. Winick., Health Fitness Management. 1996
- 8) Getz, D, (1991) "Festivals, Special Events and Tourism" Van Nostrand Reinhold, Princeton, NJ.
- 9) Hall, P., (1993), "Forces shaping urban Europe", Urban Studies,
- 10) IDEA. 1998, Managing a Profitable Group Fitness Department, The Health and Fitness Source
- 11) International Health Racquet and Sports club Association. 1994. Profiles of success : Industry data survey of the health and fitness club industry. Boston : IHRSA.



- 12) International Health, Racquet and Sports club Association and American Sports Data, Inc. 1996. Why and Where People Exercise. Boston IHRSA.
- 13) Gerry Johnson, Kevan Scholes, (1997), " Exploring Corporate Strategy", (Fourth Edition). Prentice Hall
- 14) Gilbert, D, (1988), "Sponsorship strategy is adrift", The Quarterly Review of Marketing, 14, 6-9.
- 15) Kotler, P., Haider, D., Rein, I., (1997), Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations, Maxwell Macmillan International, New York, NY.
- 16) Marketing Development Consultants, 1993. Today's club members. Cedar Rapids, IA: Universal Gym Equipment.
- 17) Patton, R. W., W. C. Grantham, R. F. Gerson and L. R. Gettman. 1989. Developing and managing health/fitness facilities. Champaign, IL : Human Kinetics.
- 18) Pessin, F. 1995. Calculating a member s value. Fitness Management (September) : 40-41.
- 19) U. S. Department of Health and Human Services 1995. Healthy People 2003, Midcourse review and 1995 revisions. Washington, DC : U.S. Department of Health and Human Services.
- 20) William, 1997, «Facility and Equipment Management for Sport directors»
- 21) Winters, C. 1994. The art of keeping members. Club Industry (February) : 18-23.
- 22) Ευρωπαϊκή Ένωση(1997), Ευρωπαϊκό Έτος Ασφάλειας Υγιεινής και Υγείας σελ 88
- 23) Hatziharistos D(1990),Participation of Greek Urban residents in physical activity. World Congress on Sports for All Book of

Abstracts. Tampere, Finland- όπως δίνεται στο βιβλίο του Αυθίνου Δ.Γ(2000), Άσκηση για Όλους, ΤΕΦΑΑ σελ 76

24) Smith&Theberge(2000), Why people recreate: An overview of Research Campaign, Illinois: Life Enhancement

25) Ευρωπαϊκή Ένωση(1997), Ευρωπαϊκό Έτος Ασφάλειας Υγιεινής και Υγείας σελ 88-90

26) Ραππη, Σ& Ηρειώτου, Μ(2000), Λόγοι άθλησης, Νέα

27) Zeithaml A.V et al.( 2006), Services Marketing, McGraw Hill, p. 267

28) Westbrook, R.A. & Black, W.C (1985), A Motivation-Based Shopper Typology, Journal of Retailing, Vol. 61

29) Φυσική Αγωγή Α, Β Γ Γυμνασίου (2006)

30) Papadimitriou, D. and Karteroliotis, K. (2000), "The service quality expectations in private sport and fitness centers: a reexamination of the factor structure", Sport Marketing Quarterly, Vol. 9 No. 3, pp. 157-64.

31) Θεοδωράκης,Γ., Γούδας,Μ. & Παπαιωάνου,Α. (2001). Ψυχολογική υπεροχή στον αθλητισμό. Θεσσαλονίκη: Α. & Π. Χριστοδουλίδη

32) Allsen,P., Harrison,J., Vance, B. (1997).Fitness for life. An individualized approach. Madison: Brown & Benchmark.

33) ARMITAGE P. Statistical methods in Medical research Blackwel scientific Publications (1971)

34). Χαράλαμπος Χ. Δαμιανού, Μεθοδολογία Δειγματοληψίας: Τεχνικές εφαρμογές, Εκδόσεις Αίθρα, 1992.

## Πηγές στο Διαδίκτυο

- 1). <http://www.fitnessinfo.gr/fitnessgeneralinfo/beforestartingfitness>
- 2). [www.fitnesslink.com](http://www.fitnesslink.com)
- 3). [www.health.org](http://www.health.org)
- 4). [www.shapeup.org/fitness](http://www.shapeup.org/fitness)
- 5). [www.fitlife.com](http://www.fitlife.com)
- 6). [www. Intlgymnast.com](http://www.Intlgymnast.com)
- 7). [www.internasionalsport.com](http://www.internasionalsport.com)