



Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό  
τόμος 3 (1), 64 - 76  
Δημοσιεύτηκε: 20 Μαΐου 2005



Inquiries in Sport & Physical Education  
Volume 3 (1), 64 - 76  
Released: May 20, 2005

[www.hape.gr/emag.asp](http://www.hape.gr/emag.asp)

ISSN 1790-3041

---

## Η Αγορά της Άθλησης και Ψυχαγωγίας (Animation) σε Ξενοδοχειακές Μονάδες στην Ελλάδα: Προβλήματα και Προοπτικές

Νικόλαος Μάντζιος<sup>1</sup> & Ελένη Γλυνιά<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ΤΕΦΑΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας

<sup>2</sup>ΤΕΦΑΑ, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

---

### Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η καταγραφή, αξιολόγηση και αξιοποίηση των υπάρχοντων ερευνών μικρής μεν εμβέλειας αλλά μεγάλης γεωγραφικής διασποράς, που αφορούν στην τουριστική υπηρεσία «Άθληση & Ψυχαγωγία» (animation) πελατών ξενοδοχείων στην Ελλάδα. Στόχοι της έρευνας ήταν: α) η καταγραφή της ελληνικής αγοράς στην άθληση και ψυχαγωγία ξενοδοχείων β) η δόμηση του προφίλ των πελατών γ) η δόμηση του προφίλ των οργανισμών που παρέχουν τις υπηρεσίες και δ) η διατύπωση των προβλημάτων και της προοπτικής που διαγράφονται στο μέλλον στο χώρο αυτό. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ελληνική αγορά διαθέτει εκατοντάδες ξενοδοχεία με υποδομή για άθληση και ψυχαγωγία και προγράμματα σε λειτουργία, ενώ οι ξενοδοχοί θεωρούν σημαντική την ύπαρξη τέτοιων δραστηριοτήτων για την αύξηση των εσόδων και τη διατήρηση της πελατείας. Οι πελάτες είναι σχετικά νέοι άνδρες και γυναίκες που ταξιδεύουν με την οικογένεια και συμμετέχουν για λόγους κοινωνικοποίησης, υγείας, ευεξίας και ομορφιάς. Οι εργαζόμενοι είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία αλλοδαποί, νέοι, κυρίως γυναίκες, με μεσαίο μορφωτικό επίπεδο και απασχολούνται ευκαιριακά ως στελέχη αναψυχής. Προκλήσεις για τον τομέα αποτελούν η ποιότητα υπηρεσιών και η στελέχωση των τμημάτων. Στο σύνολό τους οι ερευνητές και συγγραφείς συμφωνούν ότι υπάρχουν μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης μέσα από συνεργασίες, προγράμματα και συστηματική έρευνα αυτής της αγοράς.

Λέξεις κλειδιά: *ανιμασιόν, αθλητικές διακοπές, ψυχαγωγία ξενοδοχείων, στελέχη αναψυχής, αθλητικός τουρισμός*

---

### The Hotel Animation Market in Greece: Challenges and Perspectives

Nikolaos Mantzios<sup>1</sup> & Eleni Glinia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Department of Physical Education and Sports Sciences, University of Thessaly, Trikala, Greece

<sup>2</sup>Department of Physical Education & Sport Science, Aristotle University of Thessaloniki, Greece

### Abstract

The aim of this study was generally to collect evidence from small scale but wide spread published research and papers regarding hotel animation in Greece. More specific, this review focused on determining (a) the hotel animation market in Greece (b) the profile of the participants and (c) profile of the providers of animation services (d) the problems and perspectives that are open to this service area. The literature review showed that there are hundreds of hotels that offer animation programs in Greece and the hoteliers consider it as an important service for the revenue and for customer retention. The participants of this service are young people mostly traveling with families, who participate for social interaction, health and wellness. Employees are overwhelmingly non-Greek citizens, mostly young women, with middle educational background who work as animateurs occasionally. The most important challenges for animation are product service quality and recruitment. In general, authors and researchers are consistent that there exist great opportunities for advancement in animation services through development of cooperation, educational programs and systematic market research.

Key words: *hotel animation, sport and recreation holidays, hotel entertainment, animateur, sport tourism*

## Γενική εισαγωγή

Η βιομηχανική και τεχνολογική επανάσταση έχει αλλάξει ριζικά τον χαρακτήρα της εργασίας και τον τρόπο ζωής του ανθρώπου σήμερα. Ο σύγχρονος άνθρωπος βρίσκεται σε αέναη κίνηση για να αντεπεξέλθει στις ανάγκες και επιθυμίες του. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την χρόνια κόπωση, την κάμψη των ενεργειακών δυνατοτήτων (πνευματικών και φυσικών), αλλά και την εμφάνιση πολλών ασθενειών όπως άγχος, καρδιοαναπνευστικά προβλήματα, ψυχικές διαταραχές κ.α. (Δρόσος, Παπανικολάου & Κεραμιδής, 2001). Προβάλλει έτσι επιτακτική η ανάγκη απόδρασης από την καθημερινότητα, δημιουργικής και ενεργητικής χρήσης του ελεύθερου χρόνου και των διακοπών, ανάγκη για κινητική αναψυχή (Αυθίνος, 1998).

Μία από τις κύριες ψυχολογικές ανάγκες που ο σύγχρονος μαζικός τουρισμός καλύπτει, είναι αναμφίβολα η αναψυχή και η ψυχαγωγία (Λύτρας, 1993; 2002). Εμφανίζεται ένα νέο είδος τουρισμού, ο Αθλητικός Τουρισμός και μία από τις κύριες μορφές του, σύμφωνα με τους Standeven και De Knop (1999) είναι η άθληση και ψυχαγωγία σε ξενοδοχειακές μονάδες. Αθλητικός τουρίστας μπορεί να θεωρηθεί και ο κοινός τουρίστας του ξενοδοχείου διακοπών που όμως επιλέγει το θέρετρο γιατί διαθέτει τις απαραίτητες αθλητικές υποδομές και προγράμματα στα οποία μπορεί να εμπλακεί (Γλυνιά & Κώστα, 2004). Η ψυχαγωγία και η άθληση πελατών ξενοδοχείων, ενώ παλαιότερα αποτελούσε συμπληρωματικό προϊόν στο τουριστικό πακέτο προσφορών, σήμερα εξελίχθηκε σε κύριο ξενοδοχειακό προϊόν (Λύτρας, 1991; 2002; Γλυνιά & Κώστα, 2004; Γλυνιά, Κώστα & Αντωνίου, 2001). Η αθλητική αναψυχή στον τουρισμό θεωρείται σήμερα ένα σημαντικό στοιχείο μάρκετινγκ, που επηρεάζει τον τουρίστα στην επιλογή του χώρου των διακοπών του (Πυνηρτζής, 1997).

Τα ξενοδοχεία αναψυχής δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ψυχαγωγία και την άθληση των πελατών τους. Οι αθλητικές δραστηριότητες σ' αυτά είναι αναπόσπαστο κομμάτι της αναψυχής (Λαλούμης, 1997; 1999; Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001) και βασική επιδίωξη από την συμμετοχή είναι η ικανοποίηση από τις ανάλογες θετικές εμπειρίες και τα συνεπαγόμενα φυσιολογικά και ψυχολογικά οφέλη (Αυθίνος, 1998). Τα πιο χαρακτηριστικά από αυτά τα ξενοδοχεία ονομάζονται club hotels.

Οι συγγραφείς και ερευνητές του τουρισμού και της κινητικής αναψυχής που αναφέρονται παρακάτω χρησιμοποιούν διάφορες ορολογίες όπως «ψυχαγωγία πελατών ξενοδοχείων» και άθληση και αναψυχή στον ελεύθερο χρόνο. Σε κάθε περίπτωση, ο συνδυασμός ψυχαγωγίας και άθλησης, είναι διεθνώς γνωστός με τον όρο "animation" ή "sport animation" και οι παρέχοντες υπηρεσίες

διασκέδασης και άθλησης των πελατών ξενοδοχείων ονομάζονται "animateurs" (Λαλούμης, 1997; 1999). Η animation αποτελεί μία υπηρεσία η οποία θεωρείται ότι στο μέλλον θα είναι αναπόσπαστο συστατικό του συστήματος παροχής υπηρεσιών των ξενοδοχείων διακοπών και το επαγγελματικό στέλεχος αναψυχής μία απαραίτητη «φιγούρα» που θα προκαλεί, θα ενθαρρύνει, θα δίνει ώθηση στους πελάτες (Αυθίνος, 1998), καθώς και θα πληροφορεί, θα παρακινεί, θα ενεργοποιεί και γενικά θα αναπτύσσει τις ηγετικές ικανότητες των άλλων (Torkildsen, 1999). Δυστυχώς στην Ελλάδα, ο θεσμός του επαγγελματία στελέχους αναψυχής δεν είναι ακόμα κατοχυρωμένος, ούτε δίνεται επαρκής επαγγελματική κατάρτιση, με αποτέλεσμα η προσφορά να προέρχεται κυρίως από το εξωτερικό (Γλυνιά, 2000; Αυθίνος, 1998; Λαλούμης, 1997; Λύτρας, 1993; 2002).

Η δυνατότητα για ψυχαγωγία και άσκηση, η ύπαρξη αθλητικών εγκαταστάσεων και η απασχόληση ειδικευμένου προσωπικού σε τουριστικές μονάδες, αποτελούν σημαντικά βήματα προς την ποιοτική αναβάθμιση του εγχώριου τουριστικού προϊόντος (Νάσσης & Παπαγεωργίου, 1998). Η διάγνωση των κινήτρων και ο προσδιορισμός των δημογραφικών και ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των τουριστών, είναι σημαντικοί παράγοντες για την προώθηση των τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών και επιθυμιών τους (Πυνηρτζής, 1998). Με την άποψη αυτή συμφωνούν και οι Φιλιππίδης και Γκόλιας (2001).

Σκοπός της εργασίας ήταν η καταγραφή, αξιολόγηση και αξιοποίηση των υπάρχοντων ερευνών μικρής μεν εμβέλειας αλλά μεγάλης γεωγραφικής διασποράς, που αφορούν την τουριστική υπηρεσία «Άθληση & Ψυχαγωγία» πελατών ξενοδοχείων στην Ελλάδα.

Επιμέρους στόχοι ήταν α) να καταγράψει τις υπάρχουσες δυνατότητες, εγκαταστάσεις και προγράμματα που προσφέρονται για άθληση και ψυχαγωγία στα ελληνικά ξενοδοχεία, τις απόψεις των διευθυντών, τα χαρακτηριστικά, τα κίνητρα και τις προτιμήσεις των τουριστών, τα απαιτούμενα προσόντα των στελεχών αναψυχής, β) να προβάλλει τα προβλήματα που πλήττουν το χώρο της ξενοδοχειακής animation και γ) να παρουσιάσει τις προοπτικές που εμφανίζονται τα τελευταία χρόνια.

Η παρούσα εργασία περιορίζεται από το γεγονός α) ότι μέρος της βιβλιογραφίας που χρησιμοποιήθηκε αποτελείται από περιλήψεις άρθρων και μελέτες πάνω σε μικρά δείγματα τουριστών. Έτσι τα στοιχεία που προκύπτουν πρέπει να θεωρηθούν αντιπροσωπευτικά του προορισμού που λήφθηκαν β) ότι προσπαθεί να σκιαγραφήσει το γενικότερο μοντέλο υπηρεσιών «Άθληση και Ψυχαγωγία» πελατών ξενοδοχείων στην Ελλάδα, βασιζόμενη στις

παραπάνω έρευνες, γ) αλλά ταυτόχρονα και ο εντοπισμός, ότι υπάρχει κάποια σύγχυση στην ορολογία και μεγάλη δυσκολία πρόσβασης μελλοντικών ερευνητών στον συγκεκριμένο τομέα τουριστικών υπηρεσιών.

Ως μέθοδος χρησιμοποιήθηκε η ανασκόπηση ήδη υπαρχόντων σχετικών εργασιών, περιλήψεων από συνέδρια και δημοσιευμένων ερευνών που ανέρχονται συνολικά σε 33, ενώ αυτές συμπληρώθηκαν από απόψεις διεθνών συγγραφέων του τουρισμού και της αθλητικής αναψυχής. Οι έρευνες αυτές κατηγοριοποιήθηκαν σε έξι υποκεφάλαια ανάλογα με τους στόχους της εργασίας. Αναλυτικά τα υποκεφάλαια αυτά ονομάστηκαν: α) *Εγκαταστάσεις, υπηρεσίες*, δηλαδή αθλητικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις των ξενοδοχειακών μονάδων, ένταση και έκταση στις προσφερόμενες υπηρεσίες, β) *Αντιλήψεις και απόψεις διεθνών*: τι απόψεις έχουν εκφραστεί κατά καιρούς από τους ξενοδόχους και τα στελέχη των ξενοδοχείων, γ) *Απόψεις τουριστών, προτιμήσεις, δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων*: απόψεις σχετικά με ποιότητα υπηρεσιών, ενδιαφέροντα και προφίλ των συμμετεχόντων, δ) *Κινητρα συμμετοχής*, που περιλαμβάνει τους λόγους που παρακινούν για συμμετοχή σε δραστηριότητες αναψυχής που προσφέρουν τα ξενοδοχεία, ε) *Προσόντα και χαρακτηριστικά των στελεχών αναψυχής και απασχόληση* και στ) *Προβλήματα και προκλήσεις* στο χώρο της animation των ξενοδοχειακών μονάδων.

Η αξιοπιστία και εγκυρότητα των εργασιών που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα αυτή, αποδεικνύεται από την συμμετοχή σε αντίστοιχα επιστημονικά συνέδρια με επιτροπές αξιολόγησης και σε έγκριτα περιοδικά με πανελλαδική και διεθνή κυκλοφορία.

### **Ανασκόπηση ερευνών για την animation ξενοδοχείων**

#### *Εγκαταστάσεις και υπηρεσίες*

Οι γεωγραφικές περιοχές που αναπτύσσονται οι υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας είναι αποκλειστικά παραθαλάσσιες και συνδέονται αεροπορικά με τις χώρες προέλευσης των τουριστών. Τέτοιες περιοχές είναι η Κρήτη, Ρόδος, Κως, Κέρκυρα, Χαλκιδική και Δυτική Πελοπόννησος (Λύτρας, 1993). Στην αγορά της animation ξενοδοχείων την τουριστική περίοδο 1999-2002 δραστηριοποιούνταν γύρω στις 750 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κυρίως στη νησιωτική Ελλάδα, ενώ 30 τουλάχιστον από αυτές τις επιχειρήσεις, τα επονομαζόμενα club hotels προσέφεραν ποικίλα και ιδιαίτερα εξειδικευμένα προγράμματα για παιδιά και ενήλικες (Glinia & Laloumis, 1999; Κώστα, Γλυνιά, Αντωνίου, Γούδας & Κουθούρης, 2003). Σύμφωνα με νεότερες εκτιμήσεις, ο αριθμός των ξενοδοχείων αλλάζει λόγω της κινητικότητας στον τουριστικό το-

μέα και της ελαστικότητας ζήτησης των τουριστικών υπηρεσιών (Ritchards, 2000), αλλά επιβεβαιώνεται αυξητική τάση (Γλυνιά & Κώστα, 2004).

Σε ότι αφορά τις μορφές των υπηρεσιών που συνδέονται με τον αθλητισμό και την άσκηση, καθώς και την ύπαρξη ή μη εγκαταστάσεων για αθλητικές δραστηριότητες στα ξενοδοχεία, έρευνα των Νάσση και Παπαγεωργίου (1998) σε 42 ξενοδοχειακές μονάδες Α' κατηγορίας, έδειξε ότι η μορφή των υπηρεσιών για άθληση και ψυχαγωγία που προσφέρονται είναι προγράμματα εκγύμνασης, beach volley, τένις, γκολφ, ποδηλασία, θαλάσσια σπορ (σκι, κωπηλασία, ιστιοπλοΐα), μασάζ και σάουνα. Σε ορισμένες μονάδες προσφέρονται επίσης γυμναστική στο νερό και φυσικοθεραπεία. Οι περισσότερες από τις μονάδες αυτές που συμμετείχαν στην έρευνα διέθεταν τις απαραίτητες εγκαταστάσεις για τις παραπάνω δραστηριότητες.

Στις Κυκλάδες, μεταξύ 39 ξενοδοχείων που συμμετείχαν σε έρευνα (Μαυρίδης, Παπαδουκάκης, Μάντης & Κώστα, 1999), το 89.7% παρείχαν αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, αλλά απουσίαζαν προγράμματα για την τρίτη ηλικία (15.4%) ενώ στο 51.3% του δείγματος, υπήρχε ειδική μέριμνα για τον οικογενειακό τουρισμό. Σε πανελλαδική όμως έρευνα (Αυθίνος, Τζέτζης & Χαραλάμπους, 2001), σε 43 ξενοδοχεία, το ποσοστό που προσφέρει προγράμματα animation για τρίτη ηλικία ανέρχεται σε 25.6% και 72.1% σε παιδιά κατά την περίοδο Απρίλιο έως Οκτώβριο. Την ίδια περίοδο (Απρίλιο - Οκτώβριο) φαίνεται να λειτουργούν και τα ξενοδοχεία διακοπών στην Κρήτη. Αυτό διαπιστώνουν οι Βογιατζάκη, Χαραχούσου και Καμπίτσης (2001) σε δείγμα 28 ξενοδοχείων λουξ και Α' κατηγορίας. Σχεδόν σε όλα υπήρχε τουλάχιστον μία πισίνα, επιτραπέζιο τένις, γήπεδο τένις και το 25% προσέφερε μεταξύ άλλων τοξοβολία. Όλα διέθεταν χώρους ψυχαγωγίας, σάουνα, παιδικές χαρές, πισίνες για παιδιά και προσέφεραν θαλάσσια σπορ. Γυμναστήριο διέθεταν το 50% των ξενοδοχείων.

Πραγματοποιώντας μια επιλογή μεταξύ των 383 καταχωρημένων ξενοδοχείων στον Οδηγό "Greek Travel Pages" 1994 (GTP), οι Αυθίνος, Βλάχου και Χαραλάμπους (2000), επέλεξαν 250 από αυτά με σκοπό να διερευνήσουν την ύπαρξη βασικής υποδομής για την παροχή υπηρεσιών κινητικής αναψυχής, συμβάλλοντας έτσι στον εντοπισμό πιθανών θέσεων εργασίας στον τομέα της animation για τους Έλληνες πτυχιούχους των πανεπιστημιακών ΤΕΦΑΑ. Τα ξενοδοχεία αυτά επιλέχθηκαν γιατί διέθεταν ένα τουλάχιστον από τα ακόλουθα μέσα - εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής: α) πισίνα (παιδική και ενηλίκων) β) χώρους αναψυχής (χορού, παιχνιδιών, μπιλιάρδου, κλπ) γ) θαλάσσιες δραστηριότητες (μαρίνα, ανεμοπλοΐα, ιστιοπλοΐα, αλεξιπτωτο παραλίας, κανό, θαλάσσιο σκι, υδατο-

σφαίριση, καταδύσεις, ψάρεμα, θαλάσσιο ποδήλατο, τζετ σκι, κωπηλασία) δ) άθληση (γκολφ, μίνι γκολφ, τένις, πινγκ - πονγκ, ιππασία, ποδηλασία, σκουός, τοξοβολία, τζόκινγκ, βόλεϊ, μπάσκετ, ποδόσφαιρο) ε) κέντρο υγείας και φυσικής κατάστασης (αίθουσα με βάρη, αερόμπικ, σάουνα, χαμάμ, μασάζ, γιόγκα) στ) παιδική χαρά. Η ύπαρξη έστω και ενός από τα πιο πάνω θεωρήθηκε αρκετή γιατί μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τη δημιουργία προγραμμάτων αναψυχής. Χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος ανάλυσης περιεχομένου και τα δεδομένα επεξεργάστηκαν με την περιγραφική μέθοδο και έδειξαν ότι το ποσοστό των ξενοδοχείων που διαθέτουν μέσα και εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής, σύμφωνα με τα κριτήρια της έρευνας, είναι διπλάσιο (65.27%) από το αντίστοιχο ποσοστό εκείνων που δεν διαθέτουν (34.73%). Καταγράφηκε η συντριπτική υπεροχή της ποιότητας (90.8%) ως μέσο - εγκατάσταση δημιουργίας δραστηριοτήτων animation, έναντι των υπολοίπων που το ποσοστό τους διαφοροποιείται ανάλογα με την κατηγορία του ξενοδοχείου. Γεωγραφικά, τα περισσότερα ξενοδοχεία που προσφέρουν υπηρεσίες animation βρίσκονται στα νησιά του Αιγαίου (30%), ενώ πολύ μικρότερο είναι το ποσοστό (1.6%) στη Θεσσαλία και την Ήπειρο. Στα ίδια αποτελέσματα κατέληξαν και οι Αυθίνος, Τζέτζης και Χαραλάμπους (2001) εξετάζοντας 133 από τα 383 του GTP (1994), τα οποία όμως διέθεταν οπωσδήποτε συνδυασμό τριών από των προαναφερθέντων έξι μέσων -εγκαταστάσεων άθλησης ή κινητικής αναψυχής.

Μια εκτεταμένη βιβλιογραφική ανασκόπηση (Γλυνιά, Κώστα & Αντωνίου, 2001) έδειξε ότι τα περισσότερα πολυτελή ξενοδοχεία διακοπών της Ρόδου, Χαλκιδικής και Κρήτης διαθέτουν και προβάλλουν τους χώρους αναψυχής, τον αθλητικό εξοπλισμό, τις αθλητικές εγκαταστάσεις, τους παιδότοπους και τους παιδαγωγούς. Δεν φαίνεται όμως να καλύπτουν τις προδιαγραφές σε ειδικευμένο αθλητικό προσωπικό, δεν εντάσσουν την animation σε στρατηγικές μάρκετινγκ, δεν δημοσιοποιούν τη ζήτηση σε αθλητικές υπηρεσίες, δεν αναλαμβάνουν την εκπαίδευση των στελεχών τους και ελάχιστα επιμορφώνουν σε γλώσσες. Τα τμήματα ψυχαγωγίας και άθλησης στελεχώνονται κυρίως με αλλοδαπούς και ενίοτε πλαισιώνονται με αποφοίτους ΤΕΦΑΑ. Ιδιαιτερότητα αποτελεί ένα ενδιαφέρον μοντέλο εναλλακτικών δραστηριοτήτων αναψυχής στην ύπαιθρο αλλά και στον δομημένο χώρο των ξενοδοχείων που παρουσιάστηκε από τους Γλυνιά και Μαλλιωτάκη το 1998 και δημιουργήθηκε με σκοπό να συμβάλλει στην προώθηση της περιβαλλοντικής φιλοσοφίας και του οράματος για την τουριστική αναψυχή ελληνικής εταιρείας. Το μοντέλο αυτό δίνει «εθνική ταυτότητα» στο προϊόν αναψυχής και διαφοροποιείται από άλλα που παρέχονται από μη ελληνικής ιθαγένειας επιχειρήσεις

που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Αποτελείται από 10 αλληλένδετες μεταξύ τους δραστηριότητες με επιμορφωτικές, ψυχαγωγικές και περιβαλλοντικές προεκτάσεις, παρουσιάσεις γεύσεων, κατασκευές και άλλα. Κύρια πλεονεκτήματά του είναι ότι α) βοηθά στην αύξηση της εσωτερικής κατανάλωσης β) δημιουργεί επαναλαμβανόμενους πελάτες γ) αντισταθμίζει ως ένα βαθμό τις αρνητικές συνέπειες του μαζικού τουρισμού δ) βελτιώνει την επικοινωνία ξενοδοχείου - τοπικής κοινωνίας και ε) προβάλλει την ολιστική άποψη για την υγεία και τη φυσική ζωή συνδέοντάς την με την ελληνική κουλτούρα. Απευθύνεται σε άτομα κάθε εθνικότητας και ηλικίας, με περιβαλλοντικές ευαισθησίες και καλό μορφωτικό επίπεδο, καθώς και σε ΑΜΕΑ. Οργανώνεται από ομάδα νέων στελεχών αναψυχής που η εταιρεία εκπαιδεύει δωρεάν.

Φαίνεται λοιπόν ότι τα ελληνικά ξενοδοχεία διαθέτουν επαρκή εξοπλισμό και εγκαταστάσεις και δίνουν έμφαση στις (παρα)θαλάσσιες δραστηριότητες. Το κενό που παρατηρείται στις έρευνες είναι κατά πόσο αυτές οι εγκαταστάσεις είναι κατάλληλες για χρήση και πως γίνεται η διαχείρισή τους.

#### *Αντιλήψεις και απόψεις διευθυντών*

Στην περιοχή των Κυκλάδων, 39 διευθυντές ξενοδοχείων που υλοποιούν προγράμματα animation, συμφωνούν σε υψηλότατο ποσοστό ότι τα προγράμματα αναψυχής είναι αναγκαία επειδή οι τουρίστες αναζητούν τέτοια μορφή τουρισμού αλλά και λόγω ανταγωνισμού, ενώ το 79.5% πιστεύει ότι μπορεί να συνεισφέρει στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και στην αύξηση των επιχειρηματικών κερδών (Μαυρίδης, κ.α., 1999). Την ίδια άποψη διατυπώνουν και 14 διευθυντές ξενοδοχείων της περιοχής Τρικάλων οι οποίοι μάλιστα αξιολογούν το animation ως μία πολύ σημαντική υπηρεσία η οποία συμβάλλει αποφασιστικά στην προσέλκυση νέων πελατών (Μινάρδου, Κουστέλιος & Μεταλλινού, 1999). Σε 28 ξενοδοχεία της Κρήτης που διέθεταν animation, το 82.4% των διευθυντών κρίνει τις υπηρεσίες αναψυχής πολύ σημαντικές. Υπάρχει διαθεσιμότητα σε αθλητικές εγκαταστάσεις αλλά καλύπτεται μικρός αριθμός αθλημάτων, ενώ οι υπηρεσίες εμφανίζονται σχετικά ελλιπείς και όχι σταθερές. Οι ερευνητές (Βογιατζάκη, κ.α., 2001) κρίνουν ότι παρ' όλη την αναβάθμιση του τουριστικού πακέτου, υπάρχουν μεγάλα περιθώρια βελτίωσης αν το προσωπικό ενισχυθεί με ειδικούς της άθλησης και αναψυχής. Στο ότι η ύπαρξη δραστηριοτήτων animation σε ένα ξενοδοχείο αυξάνει τα έσοδά του και την εικόνα του, συμφωνούν και οι 7 διευθυντές ξενοδοχείων της Χαλκιδικής που υλοποιούν προγράμματα άθλησης και ψυχαγωγίας (Παπαδοπούλου, Κώστα, Δράκου & Γλυνιά, 2001).

Εκτός από τα club hotels και τα ξενοδοχεία διακοπών, δραστηριότητες animation προσφέρουν και τα ξενοδοχεία πόλεων. Προσπάθεια καταγραφής τέτοιων δραστηριοτήτων έγινε από τους Μελαχροινού, Κώστα, Αλμπανίδη & Γιαννόπουλο (2002) σε επτά αστικά ξενοδοχεία των Αθηνών το καλοκαίρι του 2001. Μόνο το 20% των ξενοδοχείων παρέχει καθαρή μορφή αναψυχής στους πελάτες τους παρ' όλο που οι διευθυντές τους τη θεωρούν σημαντική.

Ενδιαφέρουσες όμως είναι και οι απόψεις των διευθυντών ξενοδοχείων αναφορικά με τις διαφορές που υπάρχουν στα τμήματα animation, όπως αυτές καταγράφηκαν σε έρευνες των Γλυνιά & Λαλούμη (1999) οι οποίοι διαπίστωσαν σημαντικές διαφορές στις απόψεις 24 διευθυντών προσωπικού 9 club hotels στην Ελλάδα που περιέχονται στον Οδηγό GTP 1999. Οι διαφορές αυτές είχαν να κάνουν με: α) Τη δομή του τμήματος animation: αναλογία μεταξύ στελεχών αναψυχής- πελατών, απαραίτητο αριθμό ειδικοτήτων που απαιτούνται για την υλοποίηση των προγραμμάτων και αριθμό και είδος προσόντων των στελεχών αναψυχής. β) Τη διαχείριση του τμήματος: προϋπολογισμός λειτουργικών εξόδων, συνθήκες εργασίας, επενδύσεις. γ) Τη φιλοσοφία και τον κώδικα συμπεριφοράς: επικοινωνία και συνεργασία με τα άλλα τμήματα, σχέσεις προσωπικού animation με την τοπική κοινωνία και τεχνικές παρακίνησης των πελατών. δ) Τα συστήματα κατάρτισης του προσωπικού animation.

Συμπερασματικά, οι αντιλήψεις και απόψεις των διευθυντών και managers ξενοδοχείων ταυτίζονται σε ότι αφορά την αναγκαιότητα και χρησιμότητα ύπαρξης και εφαρμογής προγραμμάτων άθλησης και ψυχαγωγίας για λόγους ανταγωνισμού, αύξησης εσόδων και διατήρησης της πελατείας τους.

#### *Απόψεις τουριστών, προτιμήσεις, δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων*

Σημαντικό για αποτελεσματικό και σωστό προγραμματισμό από την μεριά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, είναι να γνωρίζουν τις απόψεις των τουριστών ως προς την αθλητική αναψυχή και τα προσφερόμενα προγράμματα, τις προτιμήσεις τους, τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά τους καθώς και τα κίνητρα που τους ωθούν να συμμετέχουν.

Σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες) που διέμεναν σε 4 ξενοδοχεία λουξ και 8 Α' κατηγορίας στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, διαπιστώθηκε (Πυνηρτζής, 1998) ότι το 67.5% των αντρών και το 65.4% των γυναικών ασχολείται συστηματικά με αθλητική αναψυχή και ότι οι αθλητικο-αναψυχικές δραστηριότητες έχουν άμεση θετική επίδραση στην υγεία και την ικανότητα (94.7%

άντρες, 96.6% γυναίκες). Εκτιμούν επίσης ότι οι δραστηριότητες αυτές είναι χρήσιμος τρόπος εκμετάλλευσης του ελεύθερου χρόνου, επιφέρουν ευδαιμονία, διασκέδαση και ανάπαυση, βελτιώνουν τη φυσική κατάσταση, «αφαιρούν» τη μονοτονία κατά τη διάρκεια των διακοπών, απομακρύνουν τη νευρική υπερένταση, βοηθάνε στην κοινωνικοποίηση, προσφέρουν μεγάλη ικανοποίηση και ευχαρίστηση και απομακρύνουν από τα καθημερινά προβλήματα. Οι γυναίκες ισχυρίζονται ότι οι αθλητικές δραστηριότητες είναι τρόπος φυγής από την καθημερινότητα (52%), ενώ οι άντρες πιστεύουν ότι συμμετέχοντας σ' αυτές γίνονται πιο κοινωνικοί (56.7%). Οι άντρες πιο πολύ ασχολούνται με αθλήματα όπως το κολύμπι, περπάτημα, τζόκινγκ και ποδηλασία ενώ θα ήθελαν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να ασχοληθούν με κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι, wind surfing, υποβρύχιες δραστηριότητες, μίνι γκολφ, ιππασία και πρωινή γυμναστική. Οι γυναίκες ασχολούνται (με σειρά προτίμησης) με κολύμβηση, ποδηλασία, γυμναστική και περπάτημα. Θα ήθελαν να ασχοληθούν περισσότερο με τις ίδιες δραστηριότητες που θα ήθελαν και οι άντρες, μόνο που αντί της πρωινής γυμναστικής αυτές θα προτιμούσαν ενόργανη γυμναστική. Εκτιμούν επίσης ότι : α) Οι αθλητικές δραστηριότητες είναι βασικό μέρος της τουριστικής προσφοράς (73.2% άντρες - 75.3% γυναίκες), β) τα ξενοδοχεία που προσφέρουν τέτοιες δραστηριότητες είναι ελκυστικά και κατά τη χειμερινή περίοδο (70.2% - 72%), γ) Πρέπει να προσφέρονται προγράμματα εκμάθησης για αρχάριους όπως τένις, κολύμπι, κλπ (72% - 68.5%).

Σε ποσοστό 65% (άντρες και γυναίκες) δηλώνουν ικανοποιημένοι με το είδος και τον αριθμό των αθλητικών εγκαταστάσεων, τη διοργάνωση και τη διατήρησή τους στο ξενοδοχείο που διέμεναν. Ικανοποιημένο από τα προγράμματα άθλησης και ψυχαγωγίας που παρείχαν τα ξενοδοχεία που διέμεναν δήλωσε και ένα δείγμα 74 τουριστών της Λέσβου το καλοκαίρι του 2002 κατά την αναχώρησή του από το νησί. Η πλειοψηφία όμως θα επιθυμούσε τα ξενοδοχεία να τους παρέχουν περισσότερα happenings και μέσα άθλησης όπως γήπεδο τένις, πετοσφαίρισης, γκολφ, κλπ. (Σουβατζή, Λαοπάς, Τριγώνης, Κουταλιανός & Κώστα, 2003).

Ποια σχέση όμως υπάρχει μεταξύ των αθλητικών δραστηριοτήτων που επιλέγει ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του με εκείνες που ασχολείται συνήθως στο μόνιμο τόπο κατοικίας του; Στο ερώτημα αυτό προσπάθησαν να απαντήσουν οι Ντεβέ και Ατσαλάκης (1999) διερευνώντας ένα δείγμα 120 Γερμανών τουριστών, πελατών ενός ξενοδοχείου στην Κρήτη το καλοκαίρι του 1998. Διαπίστωσαν λοιπόν ότι μικρό ποσοστό του δείγματος ασχολήθηκε στις διακοπές με κάποια

δραστηριότητα με την οποία δεν είχε μέχρι τότε επαφή. Οι πιο αγαπητές δραστηριότητες κατά τις διακοπές αλλά και στον μόνιμο τόπο διαμονής, ήταν το βάδισμα, το ποδήλατο και η κολύμβηση. Η συμμετοχή σε παθητικές μορφές ψυχαγωγίας όπως η παρακολούθηση σκετς, σόου, θεάτρου, κλπ., ήταν πολύ μικρή.

Ποιοι είναι όμως εκείνοι οι παράγοντες που επιδρούν στη συνολική ικανοποίηση των τουριστών απ' τις προσφερόμενες υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας των ξενοδοχείων; Σε πρόσφατη έρευνα οι Κώστα, Γλυνιά, Αντωνίου, Γούδας και Κουθούρης (2003), σε δείγμα 105 πελατών 4 ξενοδοχείων διακοπών μεγάλης ελληνικής ξενοδοχειακής εταιρείας, διερεύνησαν την ποιότητα υπηρεσιών του τμήματος αναψυχής σε σχέση με τις προσδοκίες των πελατών και την συνολική ικανοποίησή τους απ' αυτές. Ως διαστάσεις ποιότητας εκλήφθηκαν η εμφάνιση, εξοπλισμός, περιεχόμενο, συντονισμός, συνέπεια, συμπεριφορά, επικοινωνία, γνώσεις, ασφάλεια, ατμόσφαιρα, προσοχή και προγράμματα. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, η εμπειρία συμμετοχής (για να φανεί η εξοικείωση με το «προϊόν») και οι κατηγορίες δραστηριοτήτων (ήπιες για τρίτη ηλικία, αθλοπαιδιές για όλους, πολιτιστικές, καλλιτεχνικές και φυσικής κατάστασης). Βρέθηκε λοιπόν ότι οι πελάτες που συμμετείχαν στις δραστηριότητες ήταν πολύ ικανοποιημένοι κατά 56.2%, αρκετά ικανοποιημένοι κατά 30,5%, μέτρια ικανοποιημένοι κατά 4.8% και ελάχιστα ικανοποιημένοι κατά 1.9%, ενώ ο μέσος όρος συνολικής ικανοποίησης άγγιξε το άριστο (1.489) σε πενταβάθμια κλίμακα με υψηλότερη τιμή το 1 και χαμηλότερη το 5. Χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο SERVQUAL στην τρίστηλη μορφή του. Η αντιλαμβανόμενη ποιότητα ήταν πέρα από τη ζώνη ανοχής και υπερέβαινε τις προσδοκίες τους. Άλλοι παράγοντες που εντοπίστηκαν να επηρεάζουν την ικανοποίηση, ήταν η αυθεντικότητα, η φιλοξενία και τα χαρακτηριστικά του παρέχοντος την υπηρεσία. Οι ερευνητές όμως εκφράζουν κάποια επιφυλακτικότητα ως προς τη γενίκευση των αποτελεσμάτων λόγω του χαμηλού συνολικού ποσοστού συμμετοχής τουριστών στις δραστηριότητες (το 10% των πελατών του ξενοδοχείου από το οποίο άντρες 35%, γυναίκες 65%) και του μορφωτικού τους επιπέδου που ήταν μεσαίο στην πλειονότητα. Η επιλογή της κατηγορίας δραστηριότητας φαίνεται να επηρεάζεται από το φύλο (άντρες σε «αθλοπαιδιές», γυναίκες σε «φυσική κατάσταση») και την ηλικία, διαπίστωση που συμφωνεί με έρευνες του Πυνηρτζή (1996, 1998).

Τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών λοιπόν, φαίνεται να επιδρούν στις προτιμήσεις και στα κίνητρα συμμετο-

χής τους σε δραστηριότητες αναψυχής. Οι Δουβής, Υσοφ και Δουβής (1998) ερεύνησαν την υπόθεση ότι ο Αθλητικός Τουρισμός σχετίζεται με δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, φυλή, οικογενειακή και επαγγελματική κατάσταση). Εξετάστηκαν επίσης και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων αυτών (στάσεις, ενδιαφέροντα, γνώμες) σε σχέση με την ανάγκη για διέγερση, καινοτομία, δράση, ησυχία και συγκινήσεις. Πιλοτική έρευνα σε 18 ξενοδοχεία της Κρήτης το 1999, έδειξε ότι ο σύγχρονος τουρίστας σε club hotel είναι Γερμανός (45.9%), άντρας (51.4%), έγγαμος (46.8%), ιδιωτικός υπάλληλος (23.4%), απόφοιτος πανεπιστημίου (34.2%), με καλή οικονομική κατάσταση (63.1%) (Μηλιάρη, Θώμογλου, Τοσουνίδης & Δουραχαλή, 2000). Ως προς την εθνικότητα και το επάγγελμα συμφωνούν και οι Κώστα κ.α. (2003).

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι υπηρεσίες animation προσελκύουν μεν νέους και ενεργητικούς τουρίστες, οι οποίοι όμως παραδόξως δεν αξιοποιούν πλήρως τα προσφερόμενα προγράμματα στα ξενοδοχεία. Άρα λοιπόν θα πρέπει να διερευνηθούν οι παράγοντες που τους παρεμποδίζουν για συμμετοχή.

#### *Κίνητρα συμμετοχής*

Είναι φανερό ότι η εκπλήρωση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών είναι απαραίτητη προϋπόθεση ώστε να λειτουργήσει η διαφήμιση «στόμα με στόμα» και να δημιουργηθεί βάση επαναλαμβανόμενης πελατείας. Στη διαδικασία ανάπτυξης προγραμμάτων διακοπών είναι απαραίτητη η ανάλυση των αιτιών και κινήτρων που οδηγούν τους πελάτες στην επιλογή τρόπου και τόπου διακοπών. Αυτό είναι μια ιδιαίτερα λεπτή λειτουργία, κρίσιμη για την ίδια την επιβίωση των επιχειρήσεων (Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001). Οι McIntosh and Goeldner (1990) διαχώρισαν τα κίνητρα σε: 1) φυσικά, που σχετίζονται με την ψυχαγωγία και την αναψυχή μειώνοντας το στρες και την ένταση, 2) πολιτιστικά, που αφορούν στην επιθυμία να γνωρίσει κάποιος τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμα του τόπου, 3) συναναστροφής, που αφορούν στην επιθυμία και ανάγκη να γνωρίσει κάποιος άλλους ανθρώπους, να επισκεφθεί φίλους ή συγγενείς και 4) γοήτρου, που περιλαμβάνει την επιθυμία για προσωπική καταξίωση μέσα από την ενασχόληση με κάποιο σπορ ή χόμπι στις διακοπές, προκαλώντας την προσοχή των άλλων.

Σε δείγμα 200 ατόμων και με την κλίμακα προτίμησης τουριστικού ρόλου (Yannakis, 1986) βρέθηκε ότι οι άντρες δείχνουν υψηλότερη προτίμηση για αθλητικό τουρισμό απ' ότι οι γυναίκες. Το ενδιαφέρον για αθλητικό τουρισμό είναι υψηλό για άντρες και γυναίκες ηλικίας 17-22 ετών. Σε σχέση με τη φυλή, οι Λευκοί και οι Λατίνοι δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση από τους Μαύρους και τους

Ασιάτες. Τα αποτελέσματα έδειξαν επίσης ότι τα άτομα που έχουν θετική εμπειρία διέγερσης (positive stimulation) και αυτά που επιζητούν τη δράση και τις συγκινήσεις, δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στον αθλητικό τουρισμό.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, σε ότι αφορά τα κίνητρα των τουριστών για συμμετοχή σε προγράμματα αθλητικής αναψυχής σε ξενοδοχειακές μονάδες, ο Πυνηρτζής (1996), σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες), 12 μεγάλων ξενοδοχείων της Κρήτης, μελέτησε τα κίνητρα αυτά σε σχέση με την ηλικία και το φύλο. Οι τουρίστες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ένα τεστ που περιείχε 10 από τα δημοφιλέστερα κίνητρα για αθλητική αναψυχή (υγεία, ικανότητα, ενεργητικότητα, απώλεια βάρους, αισθητική σώματος, χαλάρωση, ευδιαθεσία, κοινωνικότητα, επιτυχία και τρόπο ζωής). Απ' την ανάλυση των δεδομένων βρέθηκε ότι: τα βασικά κίνητρα είναι η υγεία, η χαλάρωση, η ενεργητικότητα και η ευδιαθεσία, με την υγεία να είναι ο στατιστικά σημαντικότερος παράγοντας. Οι τουρίστες περισσότερο από τις τουρίστριες, ασχολούνται με τις αθλητικές δραστηριότητες για να βελτιώσουν ή να διατηρήσουν την υγεία τους. Απεναντίας για τις τουρίστριες, σημαντικότερος παράγων για άσκηση είναι η αισθητική του σώματος (ομορφιά). Στους τουρίστες νεαρής ηλικίας κυριαρχούν τα κίνητρα της επιτυχίας και της κοινωνικότητας, ενώ σε αυτούς μεγαλύτερης ηλικίας, η υγεία, η ενεργητικότητα, η ευδιαθεσία και η απώλεια βάρους. Στατιστικά διαφέρουν σημαντικά αναλόγως της ηλικίας τους: α) οι τουρίστες για την απώλεια βάρους (αδυνάτισμα) και για κοινωνικότητα, β) οι τουρίστριες για ικανότητα και ευδιαθεσία.

Παρ' όλο που το 81% των αντρών και γυναικών διατείνεται ότι γνωρίζει καλά την αξία και τη σημασία της αθλητικής αναψυχής, εντούτοις ανέφεραν ως κυριότερους λόγους μη συμμετοχής στα προγράμματα την έλλειψη χρόνου (17.3% άντρες - 16.3% γυναίκες) και την μη προσφορά προγραμμάτων που τους ταιριάζουν (9.7% - 12.9%). Άλλοι λόγοι που ενοχοποιούνται για τη μικρή συμμετοχή των πελατών στα προγράμματα είναι οι ακατάλληλες εγκαταστάσεις, το χαμηλό επίπεδο της animation που προσφέρεται, η εθνικότητα και το αθλητικό και κοινωνικό υπόβαθρο των πελατών (Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001).

Σε άλλη έρευνα σε ξενοδοχεία της Κρήτης οι τουρίστες ανέφεραν ως σημαντικότερο κίνητρο (58.6%) την εκτόνωση (Δουραχαλή, Θώμογλου, Τσοσυνίδης & Μηλιάρá, 2000). Τέλος, βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε από τους Μπούκου, Γλυνιά, Γερακίτη, Δεληγιάννη, Τρίκα & Κώστα (2000), συμφώνησε με τις προηγούμενες έρευνες και κατέδειξε μεταξύ των άλλων ότι οι εγκαταστάσεις, η ποικιλία των προγραμμάτων και οι κατάλληλοι άνθρωποι (στελέχη αναψυχής) μπο-

ρούν να αποβούν τα σημαντικότερα κίνητρα συμμετοχής των τουριστών σε αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, βελτιώνοντας έτσι τις πωλήσεις των τουριστικών επιχειρήσεων, την ποιότητα των τουριστικών πακέτων και ιδίως τις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών μέσα από το «πάντρεμα» αθλητισμού και τουρισμού.

Το φύλο λοιπόν και η ηλικία επιδρούν στα κίνητρα και αντικίνητρα συμμετοχής των τουριστών στις δραστηριότητες animation. Οι ξενοδόχοι μπορούν σαφώς να παρέμβουν στους εξωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την συμμετοχή όπως είναι η ποιότητα προγραμμάτων, η καλή διαχείριση και συντήρηση των εγκαταστάσεων.

#### *Προσόντα και χαρακτηριστικά των στελεχών αναψυχής και απασχόληση*

Η ικανοποίηση από την παροχή μιας υπηρεσίας αναψυχής εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον άνθρωπο ο οποίος την παρέχει (Λύτρας, 1993). Οι Finger & Gayler (1993) αναφέρουν μάλιστα χαρακτηριστικά, ότι οι άνθρωποι και οι συνθήκες τους είναι το σημαντικότερο τουριστικό αξιοθέατο. Ταυτόχρονα με την ανάπτυξη της έννοιας της άθλησης και ψυχαγωγίας ως στοιχείο ποιότητας της ξενοδοχειακής μονάδας, γεννήθηκε και ένα είδος επαγγελματία ο οποίος σχεδιάζει, οργανώνει και καθοδηγεί αυτές τις δραστηριότητες: αθλήματα, παιχνίδια, κοινωνικές και πολιτιστικές δραστηριότητες, δραστηριότητες για μικρά παιδιά ή για όσους αναζητούν την περιπέτεια. (Gatti, Mereu & Tagliaferrro, 2000). Η «φιγούρα» αυτή ακούει διεθνώς στο όνομα «animateur ή animator». Η αναψυχή στο ξενοδοχείο και κατά συνέπεια το επίπεδο του ξενοδοχειακού προϊόντος υποστηρίζονται από την αποτελεσματικότητα των στελεχών αυτών (Λαλούμης, 1997; 1999). Στην Ελλάδα με τα μεγάλα ποσοστά ανεργίας στις τάξεις των επιστημόνων, εργάζονται κάθε χρόνο 7-10.000 άτομα σε ειδικότητες αναψυχής εκ των οποίων λιγότερο από 10% είναι Έλληνες (Γλυνιά, 1999, Γλυνιά & Κώστα, 2003). Οι Αυθίνος κ.α. (1999, 2001) ανεβάζουν αυτό το ποσοστό των Ελλήνων στο 30% περίπου. Ο αριθμός τους εξαρτάται από τον αριθμό των πελατών με εξαίρεση τα club hotels όπου αναλογούν 1 στέλεχος αναψυχής προς 10-30 πελάτες (Αυθίνος, 1998).

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο για την Ανάπτυξη της Επαγγελματικής Κατάρτισης, δημοσίευσε το 2000 μία μελέτη για τις εξελίξεις στα τουριστικά επαγγέλματα στην Ιταλία, Γαλλία και Ισπανία, παραθέτοντας τους ορισμούς, δραστηριότητες, δεξιότητες και κατάρτιση των στελεχών αναψυχής στις χώρες αυτές. Η Γαλλία και η Ισπανία εντάσσουν τους υπεύθυνους ψυχαγωγίας στα πλέον εξειδικευμένα επαγγέλματα του ξενοδοχειακού τομέα. Στη Γαλλία ο υπεύθυνος ψυχαγωγίας διοργανώνει αθλητικές δραστηριότητες ανάλογα με τις προτιμήσεις

και επιθυμίες των πελατών, τις δυνατότητες του περιβάλλοντος, έχει άριστη τεχνική κατάρτιση, παιδαγωγικές γνώσεις, γνωρίζει επαρκώς τη νομοθεσία που αφορά τις αθλητικές δραστηριότητες, το εργατικό δίκαιο και είναι γνώστης δύο τουλάχιστον ξένων γλωσσών. Ως τυπικό προσόν θεωρείται το δίπλωμα Φυσικής Αγωγής και η παρακολούθηση σχετικών μαθημάτων επαγγελματικής κατάρτισης (Gatti, Mereu & Tagliaferro, 2000). Στην Ισπανία, ο ρόλος του υπεύθυνου ψυχαγωγίας είναι να συντονίζει, να προωθεί και να αναλαμβάνει τις δραστηριότητες ψυχαγωγίας του ξενοδοχείου και να συντάσσει τον προϋπολογισμό τους. Έχει ευρεία πολιτισμική μόρφωση, υψηλή κατάρτιση και γνώση ξένων γλωσσών. Απολύτως απαραίτητα θεωρούνται χαρίσματα όπως η επικοινωνιακή ικανότητα, η κατανόηση, η διαίσθηση (ώστε να προλαμβάνει αντιδράσεις), η ικανότητα χειρισμού συγκρούσεων, η δημιουργικότητα και η καινοτομία. Οργανωτικές δεξιότητες, ηγετικές ικανότητες και ομαδικό πνεύμα θεωρούνται ως επιπλέον προσόντα. Απαιτείται ευρεία κατάρτιση μέσω τίτλου πανεπιστημιακών σπουδών καθώς και εξειδίκευση σε θέματα ψυχαγωγίας (Gatti, Mereu & Tagliaferro, 2000).

Στην Ελλάδα, στα πλαίσια ενός πιλοτικού προγράμματος Leonardo, οι Τζέτζης & Παπαγεωργίου (1998) συνέλεξαν απόψεις από διευθυντές 31 ξενοδοχείων με δραστηριότητες animation, σε ότι αφορά τα προσόντα που ένα στέλεχος αναψυχής ξενοδοχείου πρέπει να διαθέτει. Βρέθηκε λοιπόν ότι αυτό πρέπει να έχει πολύ καλή φυσική κατάσταση, γνώσεις κινητικών παιχνιδιών, να μπορεί να διδάξει και να επιβλέπει αθλήματα, να οργανώνει και να εκτελεί προγράμματα κινητικών δραστηριοτήτων αναψυχής και περιπέτειας, να είναι κοινωνικός και φιλικός, να έχει προσεγμένη εξωτερική εμφάνιση και συμπεριφορά, ικανότητες συνεργασίας, πρόβλεψης, λήψης αποφάσεων, βασικές γνώσεις οργάνωσης και διοίκησης και να γνωρίζει οπωσδήποτε πολύ καλά δυο ξένες γλώσσες. Η άριστη γνώση ξένης γλώσσας (97.7%), αθλημάτων (60.5%) και παιχνιδιών (81.4%), θεωρήθηκαν πολύ σημαντικά προσόντα και απ' τους διευθυντές 43 ξενοδοχείων διακοπών (Αυθίνος, κ.α., 1999; 2001). Άλλα σημαντικά στοιχεία προσωπικότητας που προτάθηκαν στις ίδιες έρευνες ήταν το χιούμορ (79%), η δημιουργικότητα (79%), και η ζωντάνια (93%). Πρόσθεσαν επίσης ως «άλλο» (9.3%) την κοινωνικότητα, την υπομονή, το ήθος, την εμφάνιση, την καθαριότητα, τη φιλική διάθεση και την εξυπηρετικότητα. Για τις ξένες γλώσσες, πολύ σημαντικές θεωρήθηκαν τα Αγγλικά (83,7%), Γερμανικά (86%) και Ιταλικά (41.8%). Πτυχίο Φυσικής Αγωγής κατέχει το 30.2%. Το 58.1% θεωρεί απαραίτητη την κατοχή πτυχίου Φυσικής Αγωγής απ' τα στελέχη αναψυχής. Σ' αυτό συμφωνεί και η έρευνα

της Σουβατζή κ.α (2003). Αντίθετα, ένα τέτοιο πτυχίο δεν κρίνει ότι είναι απαραίτητο η πλειοψηφία διευθυντών 39 ξενοδοχείων της Ρόδου. Κατά 75% θεωρούν απαραίτητο το δίπλωμα ιδιωτικής σχολής και κατά 69% την παρακολούθηση σχετικών σεμιναρίων. (Παπαδουκάκης, Μαυρίδης & Νείκου, 2001). Στην ίδια έρευνα, οι ξενοδόχοι θεωρούν την προϋπηρεσία, τη γνώση οργάνωσης προγραμμάτων και την κοινωνικότητα ως τα σημαντικότερα προσόντα ενός στελέχους αναψυχής ξενοδοχείου. Θεωρούν ότι σημαντικό ρόλο παίζει το ταλέντο παρά η εκπαίδευση, γι αυτό το 97% των επιχειρήσεων δεν προσφέρει εκπαίδευση. Το 95% των στελεχών αναψυχής ξενοδοχείου είναι αλλοδαποί επειδή συνήθως έχουν εμπειρία και επάρκεια ξένων γλωσσών. Τα αποτελέσματα έδειξαν επίσης ότι 54% των ξενοδοχείων βρίσκουν προσωπικό μέσω ιδιωτικών φορέων και 48% μέσω γνωριμιών. Το 60% προσλαμβάνεται μέσω βιογραφικού με συνέντευξη απ' τους ίδιους τους διευθυντές. Στα συμπεράσματα αυτά καταλήγει και έρευνα των Παπαδοπούλου κ.α. (2001) με τη διαφορά ότι οι διευθυντές κρίνουν το πτυχίο ΤΕΦΑΑ ως απαραίτητο προσόν. Με τα στοιχεία της κοινωνικότητας, χιούμορ, επικοινωνίας, προϋπηρεσίας και γνώσης ξένων γλωσσών συμφωνεί και έρευνα σε 15 ξενοδοχεία της Κέρκυρας (Μεταλληνού, Κουστέλιος, Μινάρδου, 1999). Τα χαρακτηριστικά και το προφίλ του σύγχρονου στελέχους αναψυχής ξενοδοχείου, όπως αυτό καταγράφηκε απ' την έρευνα της Μηλιαρά κ.α.(2000) σε 18 ξενοδοχεία της Κρήτης, είναι αλλοδαπός (81.9%), γυναίκα (65%), άγαμος (88.3%), ηλικίας 25 ετών, προηγούμενη ασχολία με το animation 1-3 χρόνια και χωρίς εξειδικευμένη εκπαίδευση, ενώ το 65% ήταν ή είναι ακόμα αθλητές (Δουραχάλη κ.α., 2000).

Ένας άλλος παράγοντας ο οποίος κατά τους Γλυνιά, Τσίκαρη, Καλαϊτζίδη & Κώστα (2003) παίζει σημαντικό ρόλο στις υπηρεσίες πελατών στον αθλητισμό και την αναψυχή, είναι εκείνος της ενσυναίσθησης (empathy), δηλαδή της ικανότητας «να μπορεί κάποιος να μπαίνει στην θέση του άλλου και να αισθάνεται την συναισθηματική του κατάσταση». Τη συμβολή της ενσυναίσθησης στην ποιότητα υπηρεσιών κατέδειξαν και έρευνες του Κουθούρη κ.α. (2000) στις υπαίθριες δραστηριότητες και οι Γλυνιά, Τσίκαρη, Καλαϊτζίδης και Κώστα (2002) στα ξενοδοχεία. Τέλος ανασκοπική εργασία των Γλυνιά, Κώστα και Αντωνίου (2001) στην παροχή υπηρεσιών αναψυχής σε ξενοδοχεία διακοπών έδειξε ότι πρέπει να διαθέτουν πλήθος φυσικών, τεχνικών και λειτουργικών δεξιοτήτων, εκτεταμένη εμπειρία σε ανθρώπινες σχέσεις και ειδικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας. Ακόμη πρέπει να κατέχουν τη φιλοσοφία - νοοτροπία των διαφόρων εθνικοτήτων και των εθνικών διαφορών.



Το συμπέρασμα από το παραπάνω κεφάλαιο είναι ότι το επάγγελμα του στελέχους αναψυχής ξενοδοχείου φαίνεται αρκετά απαιτητικό, γεγονός που δυσκολεύει την εξεύρεση ικανών στελεχών και επιβαρύνεται περαιτέρω από την εποχικότητα στην απασχόληση και την έλλειψη επαγγελματικής κατοχύρωσης.

#### *Προβλήματα στο χώρο της animation των ξενοδοχειακών μονάδων*

Παρ' όλο που σε όλες τις έρευνες αυτής της εργασίας ανασκόπησης επιβεβαιώθηκε η πρόθεση και η διάθεση των διευθυντών ξενοδοχείων να απασχολήσουν Έλληνες στελέχη αναψυχής ξενοδοχείου, εν τούτοις καταγράφηκε με τον πιο οδυνηρό τρόπο η κραυγαλέα έλλειψη προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης στον τομέα αυτό στην Ελλάδα, καθώς και ενός νομικού πλαισίου που να αναγνωρίζει αυτή την ειδικότητα. Για το λόγο αυτό οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που υλοποιούν προγράμματα αθλητικής αναψυχής, απευθύνονται κατά κύριο λόγο στην αγορά του εξωτερικού προκειμένου να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους σε προσωπικό αυτού του είδους, με όλα τα αρνητικά για την ελληνική οικονομία (και όχι μόνο) αποτελέσματα.

Το θέμα της εκπαίδευσης και της ποιότητας αυτής της εκπαίδευσης σε ότι αφορά στην αναψυχή και άθληση πελατών ξενοδοχείων στην Ελλάδα, ουσιαστικά μόλις τώρα αρχίζει να ενδιαφέρει (Λύτρας, 1988; 1991; 1993; 2002). Σύμφωνα με τους Gatti, Mereu & Tagliaferro, (2000), η κατάρτιση από μόνη της δεν είναι αρκετή, αλλά απαιτείται μία νέα πολιτική για το ανθρώπινο δυναμικό (εσωτερικοί πελάτες) που εργάζεται σε υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας. Ο Λαλούμης (1997; 1999) θεωρεί ως άλλο πρόβλημα την έλλειψη έμφυτου ταλέντου που πρέπει να διαθέτουν τα στελέχη αναψυχής ξενοδοχείων. Κατά τους Φιλιππίδη & Γκόλια, (2001) το κυριότερο πρόβλημα είναι η στελέχωση των τμημάτων άθλησης και ψυχαγωγίας. Άλλα προβλήματα που αναφέρουν οι ίδιοι, είναι η μικρή συμμετοχή των πελατών στα προγράμματα, το υψηλό κόστος λειτουργίας τους, η συχνή αλλαγή προσωπικού και εγκατάλειψη καθηκόντων, οι χαμηλές επιδόσεις στη βαθμολογία του τμήματος, προβλήματα επικοινωνίας και ένταξης στο τμήμα και δυσκολίες συνεργασίας με τη διεύθυνση και τα υπόλοιπα τμήματα. Την ύπαρξη αυτών των προβλημάτων επιβεβαίωσε και έρευνα των Γλυνιά, Παπαδοπούλου & Δράκου (2000) σε 68 Α' και Β' πολυτελούς κατηγορίας ξενοδοχεία τύπου club hotels, διακεκριμένων αλυσίδων στην Κρήτη, Ρόδο και Αθήνα. Οι 15 υπεύθυνοι προσωπικού αυτών των αλυσίδων ξενοδοχείων απέδωσαν τα προβλήματα αυτά στην έλλειψη σχολών στελεχών αναψυχής ξενοδοχείων, στον πολυεθνισμό της πελατείας,

στον ακατάλληλο σχεδιασμό των εγκαταστάσεων, στην έλλειψη σχετικής εκπαίδευσης και γνώσεων των διευθυντών και του υπόλοιπου προσωπικού και στο χαμηλό μορφωτικό επίπεδο των στελεχών αναψυχής. Η εποχική απασχόληση και το σχετικά μικρό χρονικό εύρος για καριέρα (μέχρι το 35<sup>ο</sup> έτος της ηλικίας, Λύτρας, 1988;1993), αποτελεί αντικίνητρο για σταδιοδρομία και ανασταλτικό παράγοντα για την εκπαίδευση (Γλυνιά κ.α., 2002). Τέλος ο Ατσαλάκης (1998), θεωρεί την ελλιπή έως παντελή έλλειψη έρευνας αγοράς στο χώρο της αθλητικής animation των ξενοδοχείων, ως ένα από τα καθοριστικότερα προβλήματα. Όμως, όπως φαίνεται από την παρούσα παράθεση ερευνών, η δυσκολία αυτή έχει αρχίσει να παρακάμπτεται.

#### **Συζήτηση - Συμπεράσματα**

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα που αναδείχθηκαν στην εργασία αυτή ήταν:

Στην αγορά της αναψυχής και άθλησης ξενοδοχείων δραστηριοποιούνται πάνω από 850 επιχειρήσεις κυρίως στην νησιωτική Ελλάδα. Αυτές διαθέτουν από υποτυπώδη έως πληρέστατη υποδομή για οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων. Στις εγκαταστάσεις αυτές πραγματοποιείται πληθώρα αθλητικών δραστηριοτήτων κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, αλλά η συμμετοχή των τουριστών σ' αυτές δεν είναι η αναμενόμενη.

Η συντριπτική πλειοψηφία των γενικών διευθυντών και υποδιευθυντών ξενοδοχείων, συμφωνεί ότι η παροχή προγραμμάτων άθλησης και ψυχαγωγίας μπορεί να έχει υψηλό κόστος, αλλά αυξάνει τα έσοδα μακροπρόθεσμα, βελτιώνει την εικόνα του ξενοδοχείου και δημιουργεί επαναλαμβανόμενους πελάτες. Παρά τη θετική όμως στάση τους, λίγοι μόνο από αυτούς παρέχουν προγράμματα υψηλής ποιότητας σε υψηλών προδιαγραφών εγκαταστάσεις και λιγότεροι προσφέρουν επιμόρφωση στο προσωπικό.

Οι τουρίστες κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών διακοπών τους προτιμούν να ασχολούνται περισσότερο με θαλάσσιες δραστηριότητες. Συμμετέχουν σ' αυτές για λόγους υγείας, ομορφιάς, κοινωνικότητας και εκτόνωσης. Οι προτιμήσεις και η συμμετοχή φαίνεται να συνδέονται με τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών. Γενικά δηλώνουν ικανοποιημένοι απ' τις προσφερόμενες υπηρεσίες άθλησης και αναψυχής.

Οι παρέχοντες τις υπηρεσίες άθλησης και ψυχαγωγίας στην Ελλάδα, δηλαδή τα στελέχη αναψυχής ξενοδοχείων, είναι στην συντριπτική τους πλειοψηφία ξένοι, παρ' όλο που η πλειονότητα των εργοδοτών θα ήταν διατεθειμένοι να απασχολήσουν Έλληνες εφ' όσον αυτοί διέθεταν τα κατάλληλα προσόντα. Εδώ έγκειται η μεγάλη ευκαιρία

των αποφοίτων ΤΕΦΑΑ για εξεύρεση εργασίας. Ως βασικότερα προσόντα για έναν στέλεχος αναψυχής ξενοδοχείου θεωρούνται η γνώση ξένων γλωσσών, συναφείς με το αντικείμενο γνώσεις και τεχνικές καθώς και οργανωτικές ικανότητες.

Η φτώχη παρεχόμενη εκπαίδευση και κατάρτιση, η απουσία φορέα πιστοποίησης, η στελέχωση των τμημάτων, η έλλειψη ταλέντων, η εποχικότητα των ξενοδοχείων, η μικρή συμμετοχή των πελατών καθώς και η περιορισμένη σε λίγα θέματα έρευνα αγοράς στο χώρο, είναι τα κυριότερα προβλήματα που εντοπίζονται στον τομέα της άθλησης και αναψυχής στις Ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες. Ακόμη, πρέπει να επισημανθεί ότι η έλλειψη συγκεκριμένης ορολογίας, όχι μόνο στα ελληνικά αλλά και διεθνώς στο αντικείμενο της animation, δυσχεραίνει την ακαδημαϊκή έρευνα και δημιουργεί ασάφεια και σύγχυση σχετικά με το τι είναι τελικά αυτό το προϊόν και τι σκοπούς εξυπηρετεί.

### Πρακτικές εφαρμογές και προτάσεις

Οι έρευνες στον τουρισμό χρήζουν μεγαλύτερης μεθοδολογικής προσέγγισης. Υπάρχει μεγάλη ανάγκη για περαιτέρω ανάπτυξη και εφαρμογή των ποιοτικών μεθόδων, για να καταστεί δυνατότερη η σε βάθος ανάλυση των ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των τουριστών, δηλαδή των στάσεων, αντιλήψεων και συμπεριφορών της. Αυτά μαζί με τα δημογραφικά και κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά διαμορφώνουν τις προτιμήσεις και τη συνολική ικανοποίησή τους. Τα στοιχεία αυτά σε συνδυασμό με τα κίνητρα συμμετοχής ή όχι σε αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, θα πρέπει να κατηγοριοποιούνται έτσι ώστε να είναι ευκολότερο για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να προσεγγίζουν τον πελάτη στον οποίο απευθύνονται. Η συμπλήρωση ερωτηματολογίων απ' τους πελάτες τη στιγμή που κλείνεται το πακέτο των διακοπών ή η τήρηση αρχείων πελατών με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και προτιμήσεις τους, φαίνεται να είναι μια καλή λύση ώστε ο προγραμματισμός των ξενοδοχείων να γίνεται έγκαιρα και οι προσφερόμενες υπηρεσίες στον τομέα του αθλητισμού και της αναψυχής να είναι αποτελεσματικές και αποδοτικές.

Δεδομένης της μεγάλης ζήτησης στελεχών στην αγορά του αθλητισμού και της αναψυχής στα ξενοδοχεία, οι Έλληνες πτυχιούχοι ΤΕΦΑΑ πρέπει να διεκδικήσουν τις θέσεις αυτές απ' τους αλλοδαπούς συναδέλφους τους. Αυτό προϋποθέτει εκουχρονισμό και εμπλουτισμό των προγραμμάτων σπουδών των τμημάτων αλλά και την ίδρυση και λειτουργία εξειδικευμένων σχολών animation με τη συνεργασία πολιτείας και ιδιωτικών φορέων. Η έλλειψη ερευνητικών επιστημονικών δεδομένων στο χώρο της αθλητικής animation, δυσκολεύει τη δημιουργία επαγγελματικής υπόστασης και νομι-

κής κατοχύρωσης του επαγγέλματος του animateur. Εδώ θα πρέπει να προβληματίσει η καταγεγραμμένη άποψη μερίδας διευθυντών ξενοδοχείων για την μη προτίμηση πτυχιούχων ΤΕΦΑΑ στην απασχόληση προγραμματισμού και υλοποίησης των προγραμμάτων άθλησης και ψυχαγωγίας.

Είναι γνωστό ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα (από στοιχεία του ΕΟΤ) παρουσιάζει τη μεγαλύτερη εποχικότητα και γεωγραφική συγκέντρωση σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου, με ότι αρνητικό αυτό συνεπάγεται (κορεσμός, υποβάθμιση υπηρεσιών, δυσανασχέτηση της «κοινωνίας υποδοχής», οικονομική δυσχέρεια των επιχειρήσεων τους υπόλοιπους μήνες). Η αποκέντρωση και η δημιουργία στρατηγικών προώθησης του χειμερινού τουρισμού και των δραστηριοτήτων αναψυχής και άθλησης που αυτός περιλαμβάνει θα μπορούσε να βοηθήσει στη βελτίωση της κατάστασης στον τομέα της αναψυχής ξενοδοχείων. Τα γενικά μέτρα αυτά πέρα απ' την οικονομική και κοινωνική ανακούφιση θα έδιναν μεγαλύτερη διάρκεια απασχόλησης στα στελέχη αναψυχής και περισσότερα εργασιακά κίνητρα.

### Προτάσεις για μελλοντικές έρευνες

Ελλυπείς είναι οι έρευνες που έχουν σχέση με το οικονομικό κόστος των δραστηριοτήτων άθλησης και αναψυχής και το κέρδος (ή ζημία) που αυτές επιφέρουν στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Το σύγχρονο και βαρύ «οπλοστάσιο» του μάρκετινγκ φαίνεται να παραμένει αναξιοποίητο και ανενεργό στην περιοχή της ξενοδοχειακής αναψυχής και άθλησης.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις πρέπει φυσικά να στοχεύουν στην προσέλκυση νέων πελατών, αλλά πρωτίστως στην ικανοποίηση των ήδη υπαρχόντων και παράλληλα με την ικανοποίηση των εργαζομένων σ' αυτές (εσωτερικοί πελάτες). Χρειάζονται επίσης έρευνες αγοράς για τις προτιμήσεις των τουριστών και αξιοποίηση των εργαλείων μάρκετινγκ, όπως mystery customer και άλλα.

Για τα στελέχη αναψυχής προτείνεται η μελέτη των εργασιακών κινήτρων με Importance - Performance Analysis σύμφωνα με τη θεωρία των "δυο παραγόντων" των Herzberg (1998) ή άλλες θεωρίες κινήτρων. Επίσης προτείνεται η διερεύνηση της εργασιακής τους ικανοποίησής τους με σχετικά ερωτηματολόγια.

Χρήσιμη ενέργεια θα ήταν και η νέα καταγραφή αριθμού (απογραφή) και εκτίμηση των αθλητικών εγκαταστάσεων των ξενοδοχείων, δεδομένου ότι τα τελευταία χρόνια λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας πολλά ξενοδοχεία έχουν αναβαθμίσει και επεκτείνει τις αθλητικές εγκαταστάσεις τους. Ακόμη χρειάζεται καταγραφή του τρόπου διαχείρισης και συντήρησής τους ούτως ώστε

να προκύψει ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης για την αξιοποίησή τους με στελέχη αναψυχής και άθλησης προκειμένου να καταστούν οι επενδύσεις των ξενοδόχων περισσότερο αποδοτικές.

Τέλος, πρέπει να διερευνηθεί μια νέα ονομασία για την animation ή νέες λέξεις για να αποκατασταθεί η έλλειψη συγκεκριμένης ορολογίας όχι μόνο στα ελληνικά αλλά και διεθνώς στο αντικείμενο της άθλησης και ψυχαγωγίας πελατών ξενοδοχείων (οι Αυθίνος, Τζέτζης και Χαραλάμπους

(2001) χρησιμοποιούν τη λέξη «εμφύχωση»). Η συμφωνία των ειδικών της αναψυχής σε μια συγκεκριμένη ορολογία θεωρείται αναγκαία και για άλλα αντικείμενα που σχετίζονται με την αναψυχή και τον ελεύθερο χρόνο. Με αυτή την ενέργεια μπορεί να διευκολυνθεί η ακαδημαϊκή έρευνα και να διαφωτιστεί τα κοινά σχετικά με το τι είναι στην πραγματικότητα αυτό το προϊόν και τι σκοπούς εξυπηρετεί.

### Σημασία για την Ποιότητα Ζωής

Η animation στα ξενοδοχεία θα μπορούσε να ονομασθεί και «ευτυχία των δυο εβδομάδων» (Λαλούμης 1997, σελ. 145). Ευτυχία που ήταν, είναι και θα είναι το ζητούμενο κάθε ανθρώπου σε κάθε εποχή και κοινωνία. Ο μηχανικός πολιτισμός και η προσπάθεια αναβάθμισης της ποιότητας ζωής, κατέστησαν επιτακτική την ανάγκη ενεργητικών διακοπών ως «λυτρωτικού μέσου» φυγής από την καθημερινότητα. Δημιουργήθηκε ένα νέο είδος τουρίστα που αναζητά ένα νέο είδος διακοπών, προϊόντων και υπηρεσιών. Σε μια τέτοια πρόκληση και προοπτική, οι δραστηριότητες της αναψυχής και άθλησης στις ξενοδοχειακές μονάδες, καθώς και οι «δημιουργοί εμπειριών» που τις υλοποιούν, καλούνται να παίξουν το δικό τους μοναδικό ρόλο όπως αναφέρει και ο Torquildsen (1999), βοηθώντας τα άτομα να αξιοποιούν ποιοτικά όχι μόνο το χρόνο των διακοπών, αλλά να δραστηριοποιούνται και στο υπόλοιπο της καθημερινής ζωής.

### Επίλογος

Παρ' ότι ο τουρισμός ως πολυσύνθετο φαινόμενο συνδέεται άμεσα ή έμμεσα με άλλες επιστήμες όπως η ανθρωπολογία, οικολογία, γεωγραφία, ιστορία, ψυχολογία, κοινωνιολογία, οικονομική και πολιτική επιστήμη, μάρκετινγκ, ελεύθερο χρόνο, διοίκηση επιχειρήσεων κ.α., εν τούτοις δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία ουσιαστική σύνθεση των ποικίλων και συχνά αντιθετικών προσεγγίσεων (Γαλάνη - Μουτάφη, 2002). Μια τέτοια προσέγγιση μόλις έχει αρχίσει να διαφαίνεται στην Ελλάδα με τη συνεργασία μεταξύ Πολιτειακών Αρχών αθλητισμού και τουρισμού εξαιτίας των Ολυμπιακών Αγώνων.

Οι δραστηριότητες άθλησης και ψυχαγωγίας ξενοδοχείων (animation) αποτελούν μια πηγή απασχόλησης για τους νέους αποφοίτους των ΤΕΦΑΑ και όχι μόνο. Οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αντιμετωπίζουν πλέον μεγάλο πρόβλημα ανεργίας και οι ανοιχτές αγορές είναι ελά-

χιστες. Υψηλής σημασίας είναι να αναγνωριστεί επίσημα η animation αρχικά σαν ξενοδοχειακή ειδικότητα, και αργότερα σαν επάγγελμα αναψυχής και ελεύθερου χρόνου, με βάση ορισμένα κριτήρια που ισχύουν και για άλλα κατοχυρωμένα επαγγέλματα (Sessoms, 1990) όπως κοινωνική αποδοχή, σώμα εξειδικευμένων γνώσεων και αυτονομία. Επαγγελματικές ενώσεις και εκπαιδευτικά ιδρύματα οφείλουν να αξιοποιήσουν όλες τις ευκαιρίες που προσφέρει ο τουριστικός κλάδος για απασχόληση κυρίως των πτυχιούχων ΤΕΦΑΑ αλλά και τουριστικών τμημάτων.

Ο τουριστικός κλάδος μπορεί να ωφεληθεί από την προσφορά γνώσης και εμπειρία στο αθλητικό αντικείμενο των αποφοίτων ΤΕΦΑΑ. Μένει να αυξηθεί το ενδιαφέρον και τα κίνητρα και όλων των εμπλεκόμενων πλευρών μέσα από συντονισμένες ενέργειες προβολής της επαγγελματικής απασχόλησης στην αναψυχή ξενοδοχείων στις οποίες ενέργειες κύριο ρόλο πρέπει να παίξει η Πολιτεία.

### Βιβλιογραφία

- Ατσαλάκης, Μ. (1998). Ο ρόλος της έρευνας αγοράς στο μάντζιζμεντ επιχειρήσεων αθλητισμού και αναψυχής. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός - Υγεία*, 4-5, 57-62
- Αυθίνος, Γ. (1998). *Άσκηση - Άθληση, Κινητική Αναψυχή: Οργανωτική Διάσταση*. Αθήνα: Ο συγγραφέας
- Αυθίνος, Γ., Βλάχου, Χ. & Χαραλάμπους, Κ. (2000). Χώρος διακοπών στην Ελλάδα: Νέες εργασιακές προοπτικές για τελειόφοιτους ΤΕΦΑΑ.
- Αθλητική Απόδοση και Υγεία, 2, 63-73.
- Αυθίνος, Γ., Τζέτζης, Γ. & Χαραλάμπους, Κ. (2001). Η εμφύχωση (animation) σε ξενοδοχεία διακοπών της Ελλάδας. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός - Υγεία*, 10-11, 39-51.
- Βογιατζάκη, Ε., Χαραχούσου, Υ. & Καμπίτοης, Χ. (2001). Αθλητικές εγκαταστάσεις και προγράμματα animation στα ξενοδοχεία Λουξ και Α' κατηγορίας της Κρήτης. *Άθληση και Κοινωνία*, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής

- Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.  
Γαλάνη - Μουτάφη, Β. (2002). *Έρευνες για τον Τουρισμό στην Ελλάδα και την Κύπρο: Μία Ανθρωπολογική προσέγγιση*. Αθήνα: Προπομπός.
- Gatti, M., Mereu, M.G. & Tagliaferro, C. (2000). Εξελίξεις στα ξενοδοχειακά επαγγέλματα. Θεσσαλονίκη: *Cedefop* Ευρωπαϊκό κέντρο για την ανάπτυξη της επαγγελματικής κατάρτισης.
- Glinia, E., Laloumis, D. (1999). "Club - Hotel animation" and "Animation" in the Greek hotel enterprises: Areas of contrasts. In G. Costa, A. Koustelios, N. Theodorakis, G. Tzetzis, & Y. Afthinos, (Eds). *Proceedings of the 7th Congress of the European Association for Sport Management*. Thessaloniki, Greece: Hellenic Sport Management Association.
- Γλυνιά, Ε. & Κώστα, Γ. (2004). *Αθλητικός Τουρισμός και Αναψυχή στην Ελλάδα*. Πρακτικά 4ου Πανελληνίου Συνεδρίου της Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού, Πειραιάς.
- Γλυνιά, Ε. & Μαλλιωτάκης, Μ. (1998). Εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής για μεγάλες τουριστικές μονάδες στην Ελλάδα. *Άθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Κώστα, Γ. & Αντωνίου, Π. (2001). Ανασκόπηση στη διαχείριση της αναψυχής σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. *Άθληση και Κοινωνία*, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Παπαδοπούλου, Μ. & Δράκου, Α. (2000). Προβλήματα στη λειτουργία τμημάτων animation σε Ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες: Απόψεις υπεύθυνων διευθυντών. *Άθληση και Κοινωνία*, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Τοίτοκαρη, Ε., Καλαϊτζίδης, Β. & Κώστα, Γ. (2002). Μελέτη χαρακτηριστικών και εργασιακά κίνητρα στελεχών παροχής υπηρεσιών άθλησης και αναψυχής ξενοδοχείων. *Άθληση και Κοινωνία*, 31. Πρακτικά 10ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Τοίτοκαρη, Ε., Καλαϊτζίδης, Β. & Κώστα, Γ. (2003). Ενσυναίσθηση και ποιότητα υπηρεσιών στην αναψυχή και τον τουρισμό. *Άθληση και Κοινωνία*, 34. Πρακτικά 11ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- GTP, GREEK TRAVEL PAGES (1994, Απρίλιος). Αθήνα: Διεθνείς Εκδόσεις.
- Δουβής, Γ., Υσοφ, Α & Δουβής, Σ. (1998). Εξέταση των Δημογραφικών και ψυχογραφικών χαρακτηριστικών των αθλητικών τουριστών. *Άθληση και Κοινωνία*, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Δουραχαλή, Ε., Θώμογλου, Γ., Τοσουνίδης, Α., Μηλιαρά, Κ. (2000). Το αθλητικό animation στα ξενοδοχεία της Κρήτης. *Άθληση και Κοινωνία*, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Δρόσος, Α., Παπανικολάου, Ζ. & Κεραμίδας, Π. (2001). Δημιουργία αθλητικών εγκαταστάσεων για την άθληση και ψυχαγωγία των επισκεπτών - τουριστών στο Βόλο και των γύρω περιοχών. *Άθληση και Κοινωνία*, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Κώστα, Γ., Γλυνιά, Ε., Αντωνίου, Π., Γούδας, Μ. & Κουθούρης, Χ. (2003). Εκτίμηση της Ποιότητας Υπηρεσιών Άθλησης και Ψυχαγωγίας σε Ξενοδοχεία Διακοπών. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό*, 1, 8-18.  
<http://www.hape.gr/emag.asp>
- Λαλούμης, Δ. (1997). *Ψυχαγωγία και Άθληση Πελατών Ξενοδοχείων*. Αθήνα: Έλλην.
- Λύτρας, Π. (1993). *Τουριστική Ψυχολογία*. Αθήνα: Interbooks.
- Λύτρας, Π. (2002). *Η Κοινωνία της Αναψυχής: Η αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου στις διακοπές*. Αθήνα: Interbooks.
- Μαυρίδης, Θ., Παπαδοκάκης, Α. Μάντης, Κ. & Κώστα, Γ. (1998). Αντιλήψεις για προγράμματα Αθλητικής Αναψυχής από διευθυντές ξενοδοχείων στις Κυκλάδες. *Άθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Μελαχροινού, Ν., Κώστα, Γ., Αλμπανίδης, Ε. & Γιαννακόπουλος, Κ. (2002). Αθλητικές εγκαταστάσεις και μορφές αθλητικής αναψυχής στα αστικά ξενοδοχεία των Αθηνών. *Άθληση και Κοινωνία*, 31. Πρακτικά 10ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Μεταλληνού, Ε., Κουστέλιος, Α. & Μινάρδου, Κ. (1999). Το προφίλ των animateur σε ξενοδοχεία της Κέρκυρας. *Άθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Μηλιαρά, Κ., Θώμογλου, Γ., Τοσουνίδης, Α. & Δουραχαλή, Ε. (2000). Το προφίλ των animateur και πελατών σε ξενοδοχεία της Κρήτης. *Άθληση και Κοινωνία*, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Μινάρδου, Κ., Κουστέλιος, Α. & Μεταλληνού, Ε. (1999). Αναψυχή - Animation σε ξενοδοχεία των Τρικάλων. *Άθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- McIntosh, J. and Goeldner, C. (1990). *Tourism: Prin-*

- ciples, Practices and Philosophy*, 6<sup>th</sup> Edition. USA: Willey & Sons.
- Μπόϊκου, Ε., Γλυνιά, Ε., Γερακίτη, Γ., Δεληγιάννη, Π., Τρίκας, Γ. & Κώστα, Γ. (2000). Βιβλιογραφική ανασκόπηση για τη σημασία και τις παραμέτρους της animation - αναψυχής στα ξενοδοχειακά συγκροτήματα. *Αθληση και Κοινωνία*, 25. Πρακτικά 8ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Νάσσης, Π. & Παπαγεωργίου, Φ. (1998). Αθλητισμός και άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες. *Αθληση και Κοινωνία*, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Ντεβέ, Μ. & Ατσαλάκος, Μ. (1998). Συμμετοχή πελατών ξενοδοχείου σε προγράμματα animation. *Αθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Παπαδοπούλου, Μ., Κώστα, Γ., Δράκου, Α. & Γλυνιά, Ε. (2001). *Το προφίλ των ανιματέρ σε ξενοδοχεία διακοπών στη Χαλκιδική*. Πρακτικά 2ου Πανελληνίου Συνεδρίου της ΕΛΛΕΔΑ, Τρίκαλα.
- Παπαδοκάκης, Α., Μαυρίδης, Θ. & Νέϊκου, Ε. (2001). Άποψη των διευθυντών ξενοδοχείων της Ρόδου για τους εργαζόμενους στο τμήμα της animation. *Αθληση και Κοινωνία*, 28. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Πονηριτζής, Γ. (1996). Κίνητρα τουριστών για συμμετοχή σε προγράμματα αθλητικής αναψυχής. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός - Υγεία*, 2, 71-78.
- Πονηριτζής, Γ. (1998). Αποτελέσματα έρευνας Αθλητικής Αναψυχής σε Ξενοδοχεία (Lux, Α' κατηγορίας) στην Κρήτη. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός - Υγεία*, 4, 75-86.
- Πονηριτζής, Γ. (1998). Απόψεις τουριστών στην προσφορά προγραμμάτων Αθλητικής Αναψυχής. *Αθληση και Κοινωνία*, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Richards, G. (2001). *Mobility in the European tourism sector. The role of transparency and recognition of vocational qualifications* Luxemburg: Cedefop, Panorama Series.
- Sessoms, D. (1990). On becoming a Profession: Requirements and Strategies, *Journal of Park and Recreation Administration*, 8, 33-42.
- Σουβατζή, Μ., Λασπάς, Α., Τριγώνης, Γ., Κουταλιανός, Μ. & Κώστα, Γ. (2003). Απόψεις των τουριστών για την παροχή υπηρεσιών άθλησης και αναψυχής στα ξενοδοχεία της Λέσβου. *Αθληση και Κοινωνία*, 34. Πρακτικά 11ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Standeven J., Deknop P. (1999). *Sport tourism*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Τζέτζης, Γ. & Παπαγεωργίου, Π. (1998). Η παροχή υπηρεσιών κινητικής αναψυχής σε τουριστικές επιχειρήσεις (Animation) στην Ελλάδα - Τα προσόντα των animateurs. *Αθληση και Κοινωνία*, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Torkildsen, G. (1999). *Leisure and Recreation Management* (4<sup>th</sup> edition). London: E & FN Spon.
- Φιλυπίδης, Δ. & Γκόλιας, Ν. (2001). *Ψυχαγωγία και Αθληση Πελατών Ξενοδοχείων*. Αθήνα: Έλλην.
- Finger, K. & Gayler, B. (1993). *Εγχειρίδιο Animation στις Διακοπές (τόμος Α- Β- Γ)*. Αθήνα: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Διεύθυνση Γ' Εκπαίδευσης, Πρόγραμμα REGIOVOC.

