

**ΤΕΙ ΠΑΤΡΩΝ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗΣ ΣΑΝ ΕΡΓΑΛΕΙΟ**  
**ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ.**



**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ**

**ΝΙΚΗ ΑΝΔΡΙΟΠΟΥΛΟΥ**  
**ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :**

**ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΜΜΙΣΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2008**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	
1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ .....	5
1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	9
1.3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	12
1.4 ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	14
1,5 ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ – ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗ (ANIMATION)...	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	
2,1 ANIMATION.....	20
2,2 ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ANIMATION .....	23
2,3 ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ANIMATION.....	24
ΟΙ ANIMEΙΤΟΡΣ.....	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	
3,1 MARKETING ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION.....	33
3,2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΥΤΩΝ.....	34
3,3 ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΑ .....	41
3,4 CLUB MED.....	42
3,5 Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	44
3,6 ΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΗΜΕΡΑ.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	
4,1 ΤΟ ΚΛΙΜΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION.....	50
4,2 ΥΠΟΔΟΜΗ ΤΗΣ ANIMATION.....	52
4,3 ΕΚΠΑΙΔΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	
5,1 ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	60
5,2 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ.....	64
5,3 Η ΑΘΛΗΣΗ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.....	71
5,4 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION.....	79

5,5 ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ANIMATION.....	80
5,6 ΜΑΘΗΜΑΤΑ- ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ- ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ .....	95

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6,1 ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION.....	100
6,2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΘΕΣΜΟ ΤΗΣ ANIMATION .....	104
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	108

## Προλογος

Η αλλαγή του τρόπου ζωής του σύγχρονου ανθρώπου επέφερε και σημαντική αλλαγή στο τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται τις διακοπές. Το καθημερινό εργασιακό στρες καθώς και η απομόνωση των μεγάλων πόλεων, με ταυτόχρονη την έλλειψη διασκέδασης αλλά και διαπροσωπικών σχέσεων οδηγούν τον νέο τουρίστα σε αναζήτηση άλλων μορφών τουρισμού.

Το μοντέλο της δεκαετίας 1960-70 «ωραίο κλίμα , ωραία θάλασσα , ωραίες παραλίες» πλέον δεν αρκούν !!

Ο σύγχρονος τουρίστας είναι πλέον πιο απαιτητικός κ θα αναζητήσει τον τόπο καθώς και τα ξενοδοχεία που θα του παρέχουν περισσότερα αγαθά. Θα θελήσει να έρθει σε επαφή με νέες ιδέες , να γνωρίσει ανθρώπους με τους οποίους δε θα ερχόταν σε επαφή στην καθημερινή του ζωή , να δοκιμάσει αθλήματα τα οποία δε θα έκανε ποτέ.

Αλλά για όλα αυτά δεν αρκεί μόνο η προσφορά υποδομών , αλλά και εξειδικευμένων ατομων που θα τους καθοδηγήσουν σε όλα αυτά . αυτοί είναι οι animators και αυτή είναι η ιδέα του animation.

Θεωρούμε ότι πλέον τα τουριστικά προγράμματα ψυχαγωγίας και animation σε ξενοδοχεία λαμβάνουν την πρώτη θέση στην προτίμηση των τουριστών

Παρακάτω θα κάνουμε μια πιο εκτεταμένη ανάλυση του θέματος «ψυχαγωγία και άθληση σαν εργαλείο ανάπτυξης της τουριστικής ξενοδοχειακής μονάδας»

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Ιστορική αναδρομή τουρισμού

Η ιστορία του τουρισμού χάνεται στους αιώνες. Σε υποτυπώδη μορφή, ο τουρισμός είναι τόσο αρχαίος όσο ο πολιτισμός. Σε όλες τις εποχές υπήρχε η ανάγκη, η τάση των ανθρώπων για μετακίνηση, ψυχαγωγία και απόκτηση γνώσεων.

Από την αρχαιότητα, ειδικές μορφές τουρισμού (θρησκευτικός, επαγγελματικός, ιαματικός, περιηγητικός, αθλητικός) αλλά και ο τουρισμός με την κλασσική του έννοια, δημιούργησαν τουριστικά ρεύματα, γεγονός που οδήγησε στη δημιουργία καταλυμάτων στους λιμένες και τις πόλεις, όπως τα πανδοχεία και τα καπηλεία..

Τη Ρωμαϊκή εποχή, η ανάγκη διοίκησης μιας αχανούς έκτασης οδήγησε στη δημιουργία ενός καταπληκτικού οδικού δικτύου. Η ένωση αυτοκρατοριών, οι δρόμοι, η ανάγκη επίβλεψης των εδαφών, ο πλούτος, ο ελεύθερος χρόνος καθώς και τα τουριστικά ενδιαφέροντα, δημιούργησαν μεγάλη ζήτηση για καταλύματα και άλλες τουριστικές υπηρεσίες. Οι ταξιδιώτες και επιθυμούσαν και μπορούσαν να ταξιδέψουν με ασφάλεια και άνεση. Με την παρακμή και την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας κλείνει ένας κύκλος άνθισης των ταξιδιών.

Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, μόνο οι πιο ριψοκίνδυνοι ταξίδευαν. Οι ληστείες και οι απαγωγές ήταν πολύ διαδεδομένα φαινόμενα στους δρόμους και τα μονοπάτια της Ευρώπης. Κυριαρχούσε η ανασφάλεια και κανείς βεβαίως δεν συσχέτιζε εκείνη την εποχή, το ταξίδι με την ευχαρίστηση.

Με την αναγέννηση και τις κοινωνικές εξελίξεις που ακολούθησαν τονώθηκαν σε μεγάλο βαθμό οι μετακινήσεις. Έμποροι, διπλωμάτες, μελετητές, άρχιζαν να αλωνίζουν την Ευρώπη. Δυστυχώς μέχρι και τον ΙΧ αιώνα τα ταξίδια αποτελούσαν προνόμιο των εύπορων τάξεων.

Ο ελληνικός τουρισμός στις αρχές των δεκαετιών '50 και '60 είχε μια διαφορετική εικόνα. Η πρώτη χρυσή περίοδος όρισε τις κατευθύνσεις μιας τουριστικής πολιτικής που συχνά θα πρέπει να ανατρέχουμε σε αυτή. Σημαντικές επενδύσεις -μόνο σε δραχμές με άμεση οικονομική απόδοση- συνάλλαγμα χρήσιμο για την ανάπτυξη και των υπολοίπων τομέων της ελληνικής οικονομίας, «τουριστικό ψωμί» στις φτωχές γωνιές της χώρας και τα άγονα νησιά, ανάπτυξη της κρουαζιέρας και του θαλάσσιου τουρισμού, περιφερειακή ανάπτυξη, κατασκευή οδών και άλλων έργων υποδομής και γενικότερα ανάπτυξη του (παραθεριστικού κυρίως) τουρισμού.

Στόχος, ήταν να γίνουν όλα με γνώμονα την προστασία του βασικού ελληνικού κεφαλαίου, δηλαδή του περιβάλλοντος, των μνημειακών χώρων και φυσικά την ανάδειξη της ελληνικής ταυτότητας. Απώτερος στόχος ήταν να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για υγιή και δυναμική ιδιωτική πρωτοβουλία (η κρατική δραστηριότητα θα περιοριζόταν μελλοντικά σε επιτελικό και ελεγκτικό ρόλο και έργο). Έτσι κατασκευάσθηκαν μαρίνες, λειτούργησαν οργανωμένες τουριστικές παραλίες, αναπτύχθηκαν τα Ξενία, επεκτάθηκαν τα γραφεία εξωτερικού του Ε.Ο.Τ., ιδρύθηκαν φεστιβάλ (π.χ. Αθηνών, Επιδαύρου), οργανώθηκαν εκδηλώσεις κλπ. Όταν στις αρχές του '59 ο De Gaulle και ο Καραμανλής συζητούσαν περί της τουριστικής δυνατότητας στην Ελλάδα, φαινόταν μια νέα προοπτική που θα επέτρεπε τη γρήγορη ανάπτυξη της χώρας ώστε

να προσεγγίσει το μέσο Ευρωπαϊκό βιοτικό επίπεδο. Δυστυχώς όμως δεν αξιοποιήθηκαν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα επενδυτικά προγράμματα, στις περιοχές μιας Ελλάδας με παρθένα ακόμα φύση αλλά και ελλείψεις στοιχειώδους τουριστικής υποδομής. Το τουριστικό προϊόν που εστιαζόταν στον ήλιο, τη θάλασσα, την πλούσια ιστορική και πολιτισμική κληρονομιά, ικανοποιούσε σε μεγάλο βαθμό και έτσι οι εντυπώσεις των πρώτων τουριστών από την αυθεντική Ελλάδα κάλυπταν την κατάσταση.

Σταδιακά όμως και ιδιαίτερα τη δεκαετία του '80 άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα σημάδια κόπωσης του ελληνικού τουρισμού. Ο ανταγωνισμός караδοκούσε. Οι πολίτες της Ευρώπης ήξεραν καλά τι ζητούσαν και οι ελλείψεις σε ορισμένες περιοχές ακόμη και βασικής υποδομής αλλά και η εγκληματική αδιαφορία για την προστασία του περιβάλλοντος από τα προηγούμενα χρόνια, είχαν αρχίσει να υποδαυλίζουν την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Με διάφορους αναπτυξιακούς νόμους (και από τα χρόνια της δικτατορίας) δόθηκαν άδειες και δάνεια για χιλιάδες ξενοδοχειακές κλίνες σε περιοχές που εξελίχθηκαν προβληματικές καθώς δεν υπήρχαν μελέτες, δημιουργία παράλληλης υποδομής και γενικότερα τουριστική πολιτική και στρατηγικός σχεδιασμός για τη σωστότερη ανάπτυξη τους. Όπως χαρακτηριστικά είπε ο κύριος Νίκος Κυριακόπουλος από το «Premier Destinations» (Γραφείο οργάνωσης συνεδρίων): «Για χρόνια ολόκληρα η στρατηγική του Ε.Ο.Τ. ήταν προσανατολισμένη στο μαζικό τουρισμό. Ίσχυε δηλαδή το “δώστε δάνεια να γίνουν δωμάτια, δώστε δάνεια να γίνουν ξενοδοχεία, λιγότερα πολυτελείας και Α' κατηγορίας και περισσότερα Β' και Γ' κατηγορίας”. Όλα αυτά άρχισαν να δουλεύουν. Σε κάποια στιγμή όμως το πράγμα άρχισε να κλώτσαγε και αυτό γιατί η

Ελλάδα κόλλησε χωρίς αεροδρόμια, χωρίς υποδομή για τον πλούσιο τουρίστα».

Έτσι τα πρώτα σημάδια της υποβάθμισης έγιναν ορατά σε ντόπιους και ξένους δημιουργώντας έναν ιστό αράχνης στον οποίο αυτοπαγιδεύθηκε ο ελληνικός τουρισμός, αλλά και η ζωή κατοίκων ολόκληρων περιοχών που είχαν εγκαταλείψει κάθε άλλη δραστηριότητα και «εμπορεύονταν τουρισμό» χωρίς γνώση και με μόνο στόχο το άμεσο και εύκολο κέρδος

Ο τουρισμός αποτελεί σήμερα μια γιγάντια οικονομική δραστηριότητα. Είναι η πρώτη σε παγκόσμιο επίπεδο, έχοντας υποσκελίσει την αυτοκινητοβιομηχανία, ενώ βρίσκεται πολύ ψηλότερα από τις βιομηχανίες χημικών, τροφίμων ή καυσίμων. Ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ακόμη, είναι ότι αποτελεί τη μόνη ίσως δραστηριότητα που έχει πραγματικά παγκόσμια διάσταση.

Σύμφωνα με τις προβλέψεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (ΠΟΤ), η δραστηριότητα αυτή αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά μέσα στα επόμενα χρόνια, φθάνοντας το 2020 τα 1.6 δισεκατομμύρια αφίξεις από 665 εκατομμύρια που ήταν το 1999, καταγράφοντας δηλαδή μια εντυπωσιακή μέση ετήσια αύξηση 4,3%. Η Ευρώπη είχε πάντοτε τη μερίδα του λέοντος στην παγκόσμια τουριστική κίνηση με ποσοστό γύρω στο 64%, το οποίο προβλέπεται να διατηρήσει, έστω και ελαφρά μειωμένο, τα επόμενα χρόνια.

Υπάρχουν πολύ ορισμοί για τον τουρισμό. Ένας όμως που τα περιλαμβάνει όλα είναι ο ακόλουθος: Ο τουρισμός αποτελεί την προσωρινή μετακίνηση ανθρώπων σε τουριστικούς προορισμούς που βρίσκονται εκτός των τόπων της μόνιμης κατοικίας τους, την ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια της παραμονής τους στους τουριστικούς προορισμούς που



επισκέπτονται, και τη χρησιμοποίηση των τουριστικών εγκαταστάσεων που δημιουργήθηκαν για να ικανοποιούν τις τουριστικές τους ανάγκες ή τις επιθυμίες κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

## ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με την έννοια **τουρίστας** εννοούμε έναν άνθρωπο ο οποίος μετακινείται σε μια συγκεκριμένη απόσταση μακριά από το σπίτι του και διαμένει μακριά από το σπίτι του μια ή περισσότερες βραδιές σε χώρους διαμονής έναντι πληρωμής.

Όρος που αποδίδεται αρχικά μόνο στους ταξιδιώτες αναψυχής και που αποτελεί ένα ιδιαίτερο σύνθετο και πολύπλοκο σύνολο ανθρώπινων δραστηριοτήτων , που τίθεται στη διάθεση πελάτη- τουρίστα " με στόχο την πραγμάτωση αυτής της μορφής ταξιδιών . Πρόκειται για μια " βιομηχανία " που αποσκοπεί στην ευχαρίστηση , στη διασκέδαση , και στην ξεκούραση του τουρίστα και αυτός είναι και ο λόγος που συχνά αναφέρεται ως « τουριστική βιομηχανία » ή «βιομηχανία χωρίς καμινάδες ». Ετυμολογικά ο όρος προέρχεται από την αγγλική λέξη *tour* που σημαίνει ταξίδι ή γύρος. Αντιστοιχία υπάρχει και στην γαλλική γλώσσα ( Λύτρας Π., Λαϊνός Ι., Κουμέλης Θ. 1997: 132 ).

Στην ελληνική γλώσσα εξηγείται ο όρος με τη έννοια του «περιεχόμενου διάφορους τύπους για την επίσκεψη αξιοθέατων», η επικρατέστερη εξήγηση του όρου «τουρίστας» είναι « Ο ταξιδιώτης χάριν ψυχαγωγίας » και αντιστοίχως του « τουρισμού » η « Μετακίνηση χάριν της ψυχαγωγίας ». Αν θέλουμε να μεταφέρουμε στην ελληνική γλώσσα τους όρους « TOURISTE » και « TOURISME » θα πρέπει να τους αποδώσουμε με τους παλιούς όρους « Περιηγητής » και « Περιήγηση ».

Αυτοί οι ξενόγλωσσοι όροι έχουν καθιερωθεί διεθνώς και είναι αντίστοιχα πολιτογραφημένοι σε όλες τις γλώσσες και έτσι οποια μετάφραση τους θα είναι ανώφελη και παρακινδυνευμένη. Παρακινδυνευμένη γιατί ενδεχόμενα να μην καλύπτει όλη την έκταση των όρων. Ανώφελη γιατί έχουν ήδη ενσωματωθεί οι όροι αυτοί και στην ελληνική γλώσσα με σαφείς περιεχόμενο της έννοιας τους.

Ο περιηγητής (τουρίστας) της παλιάς εποχής ήταν άνθρωπος που διέθετε χρόνο και χρήμα για μεγάλες διακοπές και περιηγήσεις. Ο σύγχρονος περιηγητής στη γενικότερη μορφή είναι ο εργαζόμενος άνθρωπος με μετρημένα εισοδήματα, που επιδιώκει σε μικρό σχετικά χρονικό διάστημα, να πετύχει το μεγαλύτερο αποτέλεσμα τουριστικής απόλαυσης.

Οι σημερινές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες και η προέλευση τουριστών, καθιέρωσαν το νέο είδος τουρισμού που υπάρχει σήμερα, το οποίο έχει κατακτήσει τον κόσμο και με την σχετική του ψυχολογία που δημιουργήθηκε, έχει γίνει πια όχι μόνο επιθυμία αλλά και ανάγκη. Αυτή η περιγραφή του περιεχομένου του σύγχρονου τουρισμού, αποτελεί και το περιεχόμενο του όρου τουρισμός. Το περιεχόμενο αυτό διαρκώς μεταβάλλεται και μεγαλώνει για αυτό πρέπει να δεχτούμε την σημερινή έκφραση του όρου.

Μέχρι πριν από λίγο καιρό το μόνο κίνητρο για την περιήγηση ήταν η επιθυμία. Τώρα προστέθηκε και η ανάγκη. Στο μέλλον δεν αποκλείεται να προσθέτουν και άλλα κίνητρα ώστε ανάλογα να μεταβληθεί και το περιεχόμενο του όρου τουρισμός.

Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους οι άνθρωποι πηγαίνουν διακοπές είναι οι εξής:

1. Να ξεκουραστούν και να χαλαρώσουν, φεύγοντας μακριά από τη δουλεία τους, την ένταση και τις έγνοιες τους. Θέλουν έτσι να αναζωογονηθούν.
2. Να ξεφύγουν από τη ρουτίνα και το στρες, ψάχνουν κάτι διαφορετικό. Ένα καλύτερο κλίμα, ένα ωραιότερο περιβάλλον έναν πιο αγρό ρυθμό ζωής, έναν καθαρότερο αέρα ή οτιδήποτε άλλο λείπει από την καθημερινότητα τους.
3. Να βελτιώσουν την υγεία και την ευεξία τους. Πολλοί ενήλικες λένε ότι οι διακοπές είναι ζωτική ανάγκη για τη φυσική και διανοητική υγεία των οικογενειών τους. Θέλουν να ανανεωθούν μέσα από τη συμμετοχή τους σε υπαίθριες δραστηριότητες.
4. Να ζήσουν μια περιπέτεια. Πολλοί ταξιδιώτες ψάχνουν στις διακοπές τους για μια συναρπαστική εμπειρία που να κεντρίζει τα συναισθήματα τους. Η περιπέτεια μπορεί να είναι επικίνδυνη ή ρομαντική, προκαλεί εκείνα τα δυνατά αισθήματα που αναζητεί ο ταξιδιώτης.
5. Να δημιουργήσουν ή να δυναμώσουν σχέσεις. Στις διακοπές, οι οικογένειες έχουν τον απαιτούμενο χρόνο για να βρεθούν μαζί όλα τα μέλη τους, κάτι που δεν γίνεται εύκολα μέσα στην έντονη καθημερινότητα. Έτσι οι οικογενειακές σχέσεις μπορούν να επανεξεταστούν και να δυναμώσουν. Πολλοί αναζητούν κοινωνικές επαφές ή βλέπουν τις διακοπές ως τον κατάλληλο χρόνο για να δημιουργήσουν νέες σχέσεις.
6. Να αποκτήσουν νέες γνώσεις. Η μάθηση και η ανακάλυψη είναι ισχυρά κίνητρα για τους πιο μορφωμένους ταξιδιώτες. Ταξιδεύουν για να γνωρίσουν άλλα μέρη και άλλους πολιτισμούς, για να γευτούν αλλά φαγητά ή ποτά, να ανακαλύψουν κάτι από

τον εαυτό τους. Θέλουν να δουν, να αγγίξουν ή να αισθανθούν πράγματα που δεν είναι συνηθισμένα ή οικεία.

7. Να γιορτάσουν ξεχωριστές περιστάσεις ή γεγονότα: νέες σχέσεις, γάμους, γενέθλια ή επαγγελματικές επιτυχίες. Οι διακοπές που σημαδεύουν ειδικές περιστάσεις γίνονται συνήθως με τα αγαπημένα πρόσωπα και αφήνουν αναμνήσεις που κρατάνε μια ολόκληρη ζωή.
8. Να αναπολήσουν αγαπημένες αναμνήσεις. Πολλοί άνθρωποι, ιδιαίτερα οι ηλικιωμένοι, πηγαίνουν σε μέρη που τους ξυπνούν ευχάριστες αναμνήσεις από τα παιδικά ή τα νεανικά τους χρόνια.

## ΟΙ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Από πλευράς διακινουμένων προσώπων : **σε Εσωτερικό και Εξωτερικό τουρισμό .**

### **α) Εσωτερικός τουρισμός:**

περιλαμβάνει όλες τις μετακινήσεις που πραγματοποιούνται από ημεδαπούς τουρίστες μέσα στην χώρα ή από αλλοδαπούς , που όμως είναι μόνιμα εγκατεστημένοι στη χώρα . Στο εσωτερικό ανήκουν και όλες οι εργασίες που αναφέρονται στην διακίνηση αυτών των τουριστών .

### **β) Εξωτερικός τουρισμός:**

περιλαμβάνει τις μετακινήσεις ξένων τουριστών μέσα σε μια χώρα όπως και των ημεδαπών που μένουν μόνιμα στο εξωτερικό. Κατά τον ίδιο λόγο στον εξωτερικό τουρισμό ανήκουν και όλες οι εργασίες διακινήσεως

των τουριστών . Η διάκριση αυτή του τουρισμού μας ενδιαφέρει από την πλευρά εισροής ξένου συναλλάγματος ( εκτός Ε.Ε. ) σε μια χώρα και την προσπάθεια για την προσέλκυση ξένων τουριστών .

### **Από πλευράς εξυπηρετούμενων και εξυπηρετούντων προσώπων**

Ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί σε ενεργητικό και παθητικό γιατί αφενός έχουμε τα μετακινούμενα άτομα με την ιδιότητα του τουρίστα και αντίστοιχα τα σωματεία τους , και από την άλλη τα άτομα , τις υπηρεσίες ή οργανώσεις που ασχολούνται με σκοπό το κέρδος και τις Κρατικές Υπηρεσίες για την Υποδοχή και την εξυπηρέτηση των τουριστών

#### ***α) Ενεργητικός τουρισμός:***

Αναφέρεται στην διακίνηση των ατόμων ή ομάδων κάτω από την ιδιότητα του τουρίστα .

#### ***β) Παθητικός τουρισμός:***

Αναφέρεται στην οργάνωση και εκμετάλλευση της οργάνωσης των τουριστών από επαγγελματίες που ασχολούνται ειδικά με αυτό . Επίσης μπορεί να διακριθεί σε **τουρισμό υποδοχής** και **προβολής υπηρεσιών**. Οι υπηρεσίες υποδοχής και διακινήσεως αναφέρονται στην ύπαρξη και λειτουργία ξενοδοχείων , οργανωμένων εκδρομών , αξιοθέατων , συγκοινωνιών και οι υπηρεσίες προβολής αναφέρονται στις ενέργειες για την προσέλκυση ξένων .

## ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### *Από πλευράς εποχής*

Όταν υπάρχει τουριστική κίνηση σε μια περιοχή , υπάρχει η διάκριση του εποχιακού τουρισμού . Έτσι ο εποχιακός τουρισμός , είναι ο τουρισμός που δίνει το μεγαλύτερο μέρος της κινήσεως , ή όλη τη κίνηση , όπως το χειμώνα ή το καλοκαίρι. Είναι δυνατόν , ένας τόπος να έχει μεν διαρκή τουρισμό, αλλά σε κάθε εποχή η κίνηση να προκαλείται από διαφορετικό ενδιαφέρον .Σε αυτήν την περίπτωση ο τουρισμός είναι άθροισμα εποχικών τουρισμών .

Συνέπεια της αυξημένης ή της μειωμένης κατά την εποχή προς ένα ορισμένο τόπο τουριστικής κίνησης έχουμε αντίστοιχα την πλήρη εποχή και την νεκρή εποχή. Το μεγαλύτερο μέρος της τουριστικής κίνησης εκφράζεται με το παραστατικό όρο «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΙΧΜΗ » . Στις περιπτώσεις της νεκρής εποχής μπορεί να έχουμε διακοπή της λειτουργίας των εγκαταστάσεων υποδοχής και μέσωσων συγκοινωνίας ή τη μείωση των σχετικών τιμολογίων για να προσελκύσουμε όσο το δυνατόν περισσότερους για την εποχή τουρίστες .

### *Από πλευράς ατομικής ή ομαδικής μετακίνησης*

**α) Ατομικός τουρισμός :** είναι ο τουρισμός που γίνεται από ένα πρόσωπο ή περισσότερα που συνδέονται φιλικά μεταξύ τους και πραγματοποιείται από δική τους πρωτοβουλία και διοργάνωση .

### **β) Συλλογικός τουρισμός:**

είναι η οργανωμένη συλλογική μετακίνηση προσώπων που δεν έχουν καμία άλλη σχέση μεταξύ τους , παρά ότι συνέπεσε να μετέχουν σε ένα ταξίδι

που οργανώθηκε και εκτελέστηκε από τουριστικό γραφείο , επιχείρηση μεταφορών , σωματείο ή άλλη οργάνωση ιδιωτική ή κρατική .

### ***Από πλευράς κοινωνικής μέριμνας***

Ο τουρισμός αυτός ονομάζεται Κοινωνικός Τουρισμός.

Είναι δηλαδή ο τουρισμός εκείνος που οργανώνεται για τις οικονομικά ασθενέστερες κοινωνικές ομάδες .Σε αυτήν την διάκριση περιλαμβάνονται και όλες οι εργασίες που αναφέρονται στο είδος αυτό της τουριστικής κίνησης.

Λαμβάνονται υπ' όψιν πολλά μέτρα για τους εργαζόμενους και την αξιοποίηση των διακοπών τους. Αυτά τα μέτρα αρχίζουν από την απλή παροχή ταξιδιωτικών διευκολύνσεων για τις σχετικές μετακινήσεις, προχωρούν στη χορήγηση διάφορων εκπτώσεων , την οργάνωση εργατικών κατασκηνώσεων , τη χορήγηση αδειών με πλήρεις αποδοχές και ακόμη με ειδικό πρόσθετο επίδομα για την χρηματοδότηση των μετακινήσεων .

### ***Από πλευράς επιδιωκόμενου σκοπού :***

οι κυριότερες μορφές είναι

#### ***1. Εκπαιδευτικός τουρισμός:***

Είναι ένα είδος συλλογικού τουρισμού που πραγματοποιείται από ή υπέρ σπουδαστών , για την εκτέλεση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων των σχολών που φοιτούν. Σήμερα δίνεται ιδιαίτερη σημασία στις σπουδαστικές μετακινήσεις , είτε για την ψυχαγωγία των σπουδαστών , είτε για την επιτόπου μελέτη των θεμάτων που ενδιαφέρουν την εκπαίδευσή τους , είτε με συνδυασμό και των

δυο σκοπών του . Κάθε μέρα αυξάνει το ρεύμα τέτοιων μετακινήσεων και είναι βέβαιη η χρησιμότητά τους .Έτσι η συλλογική αυτή μετακίνηση κατέληξε να θεωρείται κάποιο είδος τουρισμού .

### **2. Τεχνικός τουρισμός:**

Είναι ένα είδος τουρισμού όπου συνδυάζεται η απόλαυση των φυσικών καλλονών και των καλλιτεχνικών δημιουργημάτων με τη γνωριμία των επιτευγμάτων της τεχνικής και της επιστήμης .

### **3. Αθλητικός τουρισμός :**

Είναι το είδος του τουρισμού, που το κύριο περιεχόμενο της ατομικής ή συλλογικής μετακίνησης είναι η συμμετοχή σε αθλητικούς αγώνες ή παρακολούθηση τέτοιων αγώνων .Το αθλητικό πνεύμα , έχει αναπτυχθεί σήμερα σε τέτοιο βαθμό , ώστε να δικαιολογείται ατομική ή συλλογική μετακίνηση προσώπων για τους παραπάνω σκοπούς , και από αυτό και μόνο το λόγο, να δημιουργείται ξεχωριστό είδος τουρισμού .

### **4.Θρησκευτικός τουρισμός :**

Αναφέρεται στο περιεχόμενο της ατομικής ή της συλλογικής μετακίνησης είναι το προσκύνημα ορισμένων ιερών τόπων ή την συμμετοχή σε θρησκευτικές εκδηλώσεις. Το είδος αυτό , ίσως είναι το αρχαιότερο του κόσμου, γιατί ανέκαθεν το προσκύνημα ιερών τόπων αποτελούσε αιτία μετακινήσεως .



### **5.Μορφωτικός τουρισμός :**

Αποσκοπεί στη διερεύνηση των μορφωτικών οριζόντων των μετακινούμενων .Κατά λόγο ο μορφωτικός ταυτίζεται με το Εκπαιδευτικό τουρισμό , αφού και οι δύο αποβλέπουν στο ίδιο σκοπό , διαφέρουν όμως από πλευράς ιδιότητας των μετακινούμενων προσώπων .

### **6.Καλλιτεχνικός τουρισμός :**

Κύριο περιεχόμενο είναι η μελέτη , η απόλαυση ή απλή θεώρηση καλλιτεχνικών δημιουργημάτων ορισμένων εποχών , όπως η παρακολούθηση διαφόρων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων , θεατρικών , μουσικών , χορευτικών κλπ.

### **7.Αρχαιολογικός τουρισμός :**

Κύριο ενδιαφέρον του είναι η επίσκεψη , η θεώρηση και η μελέτη των αρχαιολογικών χώρων , όπως των Δελφών , της Πομπηίας , της Δήλου .

### **8.Ψυχαγωγικός τουρισμός :**

Το είδος αυτό του τουρισμού αποσκοπεί στην ψυχαγωγία του μετακινούμενου τουρίστα με διάφορες διασκεδάσεις και επειδή από την μια πλευρά υπάρχει μεγάλος βαθμός απαιτήσεων και από την άλλη ποικιλία ψυχαγωγικών απολαύσεων , δεν είναι δυνατόν να καθοριστεί ακριβώς το περιεχόμενο .

### **Από την πλευρά της τουριστικής δαπάνης**

Κάθε τουριστικό προϊόν ή τουριστική υπηρεσία έχει και μία αντίστοιχη τιμή , την οποία ο τουρίστας καταναλωτής πρέπει να πληρώσει .Το άθροισμα όλων των τιμών και των υπηρεσιών που καταναλώνει ένας τουρίστας κατά την διάρκεια

των διακοπών του , ονομάζεται **τουριστική δαπάνη** ή **δαπάνη τουριστικού ταξιδιού** .

Η δαπάνη αυτή εξαρτάται από το είδος του τουρίστα , την διάρκεια των διακοπών, την οικονομική δυνατότητα και από την καταναλωτική του συμπεριφορά .Σε όλες τις μορφές του τουρισμού υπάρχουν ακριβά και φθηνά προϊόντα .Το ύψος της καταναλωτικής δαπάνης εξαρτάται από την οικονομική δυνατότητα του τουρίστα-καταναλωτή , από την αξία που δίνει στο χρήμα και από την καταναλωτική του συμπεριφορά , δηλαδή πόσα χρήματα θέλει να ξοδέψει στις τοπικές αγορές πέρα του τουριστικού πακέτου που έχει πληρώσει ( Ρίγγας2003 : 10-15 ).

## **ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ , ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗ ANIMATION**

Ο όρος ψυχαγωγία ( ψυχήν άγω ή άγω την ψυχήν) , δηλαδή καθοδηγώ την ψυχή, στην αρχαία ελληνική γλώσσα αναφέρεται στις ανθρώπινες εκδηλώσεις που προκαλούν ψυχική ανάταση , ευεξία , πνευματική εξέλιξη . ψυχαγωγία παρέχεται κυρίως μέσα από πνευματικές εκδηλώσεις .

Ο όρος διασκέδαση (διασπορτισμός ) , προσδιορίζει τις δραστηριότητες του ατόμου που αφορούν το γλέντι , την ευχαρίστηση τη χαρά κτλ. Με σκοπό τη χαλάρωση από την σωματική και πνευματική ένταση και το άγχος της καθημερινής ζωής . **Διασκέδαση είναι ότι δημιουργεί ευθυμία χαρα και δεν είναι απαραίτητα παιδαγωγικό. Δεν υπάρχει καλή ή κακή διασκέδαση , κάτι είναι διασκεδαστικό ή δεν είναι.**

Η ψυχαγωγία συγκρινόμενη με την διασκέδαση , επιτυγχάνεται κυρίως μέσα από την κατανάλωση πνευματικής τροφής ενώ η διασκέδαση συνοδεύεται συνήθως από την κατανάλωση υλικών αγαθών.

Παρόλα αυτά οι δύο λέξεις σε μια ευρύτερη καθημερινή χρήση τους θεωρούνται ταυτόσημες.

Πίνακας 1	
Διασκέδαση	Ψυχαγωγία
<ol style="list-style-type: none"><li>1. τυχερά παιχνίδια</li><li>2. κατανάλωση αλκοόλ</li><li>3. χορός</li><li>4. ομαδικές συναθροίσεις με σκοπό το γλέντι</li><li>5. τραγούδι</li></ol>	<ul style="list-style-type: none"><li>• θεατρικές παραστάσεις\</li><li>• μουσικές συναυλίες</li><li>• πνευματικά παιχνίδια</li><li>• αθλητισμός</li><li>• ποίηση</li><li>• κοινωνικές εκδηλώσεις</li><li>κτλ</li></ul>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ANIMATION

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 , καθώς και θα πληροφορεί, θα παρακινεί, θα ενεργοποιεί και γενικά θα αναπτύσσει τις ηγετικές ικανότητες των άλλων. 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.

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 κούραση, την κάμψη των ενεργειακών δυνατοτήτων (πνευματικών και φυσικών), αλλά και την εμφάνιση πολλών ασθενειών όπως άγχος, καρδιοαναπνευστικά προβλήματα, ψυχικές διαταραχές κ.α. Προβάλλει έτσι επιτακτική η ανάγκη απόδρασης από την καθημερινότητα, δημιουργικής και ενεργητικής χρήσης του ελεύθερου χρόνου και των διακοπών, ανάγκη για κινητική αναψυχή.

Μία από τις κύριες ψυχολογικές ανάγκες που ο σύγχρονος μαζικός τουρισμός καλύπτει, είναι αναμφίβολα η αναψυχή και η ψυχαγωγία. 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.

Τις παραπάνω διαδικασίες αναζητούν οι επισκέπτες – τουρίστες στους τόπους των διακοπών τους. Για την εξυπηρέτηση αυτών των αναγκών δημιουργήθηκε εξειδικευμένος τομέας στον τουρισμό , που ονομάζεται (animation) .

Ο όρος animation ανήκει στην ειδική ορολογία των κλάδων « ελεύθερος χρόνος , ταξίδια και τουρισμός» μέχρι και την δεκαετία του 70' η λέξη δεν ήταν καταγεγραμμένη στα λεξικά ούτε σε εγκυκλοπαίδειες . η ονομασία προέρχεται από το λατινικό 'ANIMA' που σημαίνει ψυχή, μόνο που παράγωγες λέξεις συναντιόνται σχεδόν σε κάθε χώρα . βέβαια την πιο κοντινή ερμηνεία την βρίσκουμε στον παρακάτω ορισμό.

**Animation:**

Στον τουρισμό

Απασχόληση και διασκέδαση των συμμετεχόντων σ'ένα ταξίδι στον τόπο των διακοπών

« Η ανιμασιόν είναι η παρακίνηση και η πρόσκληση στο κοινώς πράττειν στον ελεύθερο χρόνο και στις διακοπές.»

Αυτό βέβαια δεν αποκλείει ότι μπορεί ο όρος να χρησιμοποιηθεί και σε άλλους τομείς.

Σε σχέση με τον όρο ανιμασιόν αναφέρονται πέντε τομείς περιεχομένου

1. προ(σ)κληση , ανάληψη πρωτοβουλίας , πρόταση
2. δραστηριότητα , κίνηση , αθλητισμός
3. κοινωνικότητα , ψυχαγωγία
4. επαφή
5. διασκέδαση , απόλαυση , αλλαγή

από τα παραπάνω μπορούμε να διακρίνουμε την animation σε τρία στάδια

- πορεία

την πορεία της animation (πρόκληση , πρωτοβουλία, παρακίνηση)

- περιεχόμενο

το περιεχόμενο της (κοινωνικότητα , κίνηση , δραστηριότητα )

- ενέργεια

την ενέργεια της ( διασκέδαση , επαφή , βίωμα)

### **Animateur:**

Σύμβουλος ελεύθερου χρόνου , σύγχρονο επάγγελμα στον κλάδο τουρισμού. Αρχικός εργάζονταν οι ανιματέρ μόνο σε club διακοπών, σήμερα ακόμη και σε μεγάλα ξενοδοχεία .

Εκπαίδευση και επαγγελματικό δίπλωμα είναι απαραίτητα . οι ανιματέρ διασκεδάζουν και απασχολούν τους επισκέπτες οργανώνουν αθλητικές εκδηλώσεις και δραστηριότητες και προωθούν τις κοινωνικές επαφές μεταξύ αυτών που κάνουν διακοπές.

Διαμορφώνει και επιβλέπει ψυχαγωγικές δραστηριότητες.

Οργανώνει και συμμετέχει σε θεατρικές και ταχυδακτυλουργικές παραστάσεις, χορευτικές και αθλητικές εκδηλώσεις, εορταστικές βραδιές, παιχνίδια για παιδιά, διαγωνισμούς μεταξύ πελατών.

Γενικότερα ασχολείται με την υλοποίηση τουριστικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων.

## **ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ANIMATION**

Η ιστορία της ανιμασιόν μπορούμε να πούμε ότι ξεκινά την δεκαετία του 30', χωρίς όμως να μπορούμε να προσδιορίσουμε τον ακριβή τόπο προέλευσης της. Πιθανολογείται ότι ξεκίνησε από την Γαλλία και συγκεκριμένα από την εξέλιξη της κοινωνικής ομαδικής εργασίας στην Γαλλία στα χρόνια του 30' αλλά λόγω του παγκοσμίου πολέμου γνώρισε άνθηση την δεκαετία του 50 έγινε συνώνυμο της διασκέδασης των Γάλλων στις διακοπές, τη δεκαετία του 60' ο πυρετός του animation γνώρισε τρομερή ανάπτυξη για τα δεδομένα της εποχής. Η επιθυμία της επικοινωνίας και της δημιουργίας διαπροσωπικών σχέσεων από μόνη της ήταν η βάση για την ανάπτυξη μιας νέας μορφής διακοπών η οποία ξεχώριζε από τις διακοπές του χτες .

Ο διασκεδαστής της εποχής ήταν ο συνδεδεμένος κρίκος ανάμεσα στο δάσκαλο και το μαθητή ο animateur από την άλλη είναι σε άμεση σχέση με την ομάδα του. Η ανάπτυξη αυτής της μορφής δυνάμωσε και στηρίχθηκε στην πρόοδο των υψηλότερων στρωμάτων της κοινωνίας της Γαλλίας του 1968'.

Και στο Ηνωμένο Βασίλειο την ίδια χρονική στιγμή μια ενδυναμώμενη ομάδα εργατών προσπάθησαν να ακολουθήσουν και να διατυπώσουν την νέα μορφή ανάπτυξης των διακοπών όπως ακριβώς έγινε και στη Γαλλία

οι νέοι animateurs μπόρεσαν να μπουν δυναμικά και σε νεαρές ομάδες. Οι amateurs κατάφεραν να προωθήσουν τους εαυτούς τους σαν επαγγελματίες του είδους.(cannan et al (1992: 72-73))

Τη δεκαετία του 90' υπήρχαν περίπου 13000 animateur στην Γαλλία κάτω από την επίβλεψη και την εποπτεία του Γαλλικού υπουργείου τουρισμού , νεολαίας και άθλησης.

Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο οι ομάδες αυτές ήταν πιο κοντά στις ομάδες των νέων συμμετέχοντας σε αθλητικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, και πανηγύρια της εποχής.

Παρολα αυτά τη σημερινή εποχή υπάρχει η αντίληψη ότι έχουν ακολουθήσει την «πραγματική οδό»της παροχής υπηρεσιών δηλαδή παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών και ενδιαφερόντων σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών και συχνά σε μια εμπορική βάση. Η animation έχει γίνει ένα εργαλείο στην στρατηγική προσέλκυσης πελατών και σίνεται ιδιαίτερη έμφαση στο σύνολο.

Animation στην Ιταλία

Η animation στην Ιταλία σχετίζεται με την εργασία των καθολικών δασκάλων όπως και των σαλεσιανών (salesians).Ωστόσο μπορεί να ειπωθεί ότι εμφανίστηκε στα τέλη του 60'. Η αρχική ρητορική αλλά και η πρακτική αντανακλούσε ισχυρές προκαταλήψεις , μα όπως και οι Γάλλοι συνάδελφοι τους , υποκλίθηκαν στην νέα μορφή τουρισμού.

## ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ANIMATION

Όπως αναφέραμε παραπάνω η ανιμασιόν είναι η παρακίνηση στον ελεύθερο χρόνο και αφορά την ψυχαγωγία και άθληση με ανάλογες δραστηριότητες . Αυτές οι δραστηριότητες ενδέχεται να έχουν ενεργητικό η παθητικό χαρακτήρα. Η ενεργητικότητα ή η παθητικότητα στη συμμετοχή εξαρτάται από τη φύση της ενασχόλησης που προτείνει κάθε φορά ο animateur.



Αυτή η διάκριση σε ενεργητική ή παθητική είναι βασικός παράγοντας ο οποίος πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κάθε φορά για το σχεδιασμό σχετικών προγραμμάτων που να ανταποκρίνονται στα χαρακτηριστικά των πελατών.

Οι άνθρωποι μπορεί να διακριθούν ανάλογα με την προτίμηση τους να είναι μόνοι ή μέρος μιας ομάδας.

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν

1. οι άνθρωποι που αρέσκονται να είναι στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος, να ασχολούνται με το σύνολο καθώς και με τα προβλήματα αυτών καθώς επίσης να κατευθύνει αυτούς, στην ουσία να είναι αρχηγοί.
2. οι άνθρωποι που συμμετέχουν απλώς και εκτελούν εντολές.

Τα παραπάνω στοιχεία ανθρώπινης συμπεριφοράς συνθέτουν τα κριτήρια συμμετοχής σε αντίστοιχες δραστηριότητες.

Στην διοργάνωση κυρίως των ομαδικών παιχνιδιών ο animateur χρειάζεται την βοήθεια των «αρχηγών» ώστε να μπορέσει να λειτουργήσει η ομάδα.

Για όλα τα παραπάνω απόκτα ιδιαίτερη και ουσιαστική σημασία η αναγνώριση από μέρος του animateur των χαρακτήρων των πελατών ώστε να σχεδιάζει καλύτερα προγράμματα αλλά και να ξέρει σε ποιους πελάτες θα απευθυνθεί ώστε να έχει τη μεγαλύτερη επιτυχία. Πρέπει να έχει στοιχεία σε σχέση με τον τύπο πελατών που αναμένονται ώστε να μπορέσει να σχεδιάσει ανάλογες δραστηριότητες.

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.

Κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων ο animateur θα πρέπει να είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει περιπτώσεις αποδοκιμασίας , τρακ, άγχους .

Για το λόγο αυτό καλό είναι να προβαίνει σε χιουμοριστικά και ενθαρρυντικά σχόλια , να βάζει εύκολες δοκιμασίες και να δημιουργεί ευχάριστο , παραινεντικό και ευνοϊκό κλίμα για τον κάθε συμμετέχοντα ξεχωριστά.

## ANIMEITOPΣ

Η animation εξετάζεται σαν ένα νέο, αποκλειστικά ξενοδοχειακό επάγγελμα (Gatti, Mereu & Tagliafero, 2000). Στην Ελλάδα όμως δεν έχει ακόμη αναγνωριστεί ως τέτοιο. Οι εργαζόμενοι στην animation ξενοδοχείων αποκαλούνται εμψυχωτές ή συνήθως animateurs.

Η ειδικότητα αυτή καλύπτεται από άλλους επαγγελματικούς κλάδους, όπως γυμναστές και ηθοποιούς, στους οποίους συνήθως τα ξενοδοχεία παρέχουν σεμινάρια επιμόρφωσης.

Στην Ελλάδα εκτιμάται ο πληθυσμός των animateurs σε 7.000 με 10.000, εντοπίζοντας τόσο την ανάγκη για καταρτισμένα στελέχη, όσο και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ξενοδόχοι στον τομέα αυτό.

Τα άτομα που ασχολούνται και είναι υπεύθυνα για τη απασχόληση και διασκέδαση των ταξιδιωτών και πελατών λέγονται animateurs (εμψυχωτές). Οι animateurs αποτελούν μια ειδικότητα η οποία στο μέλλον θα είναι αναπόσπαστο μέρος του συστήματος παροχής υπηρεσιών των ξενοδοχείων διακοπών.

Ήδη σε πολλοί διευθυντές ξενοδοχείων συμφωνούν στο ότι τα προγράμματα αναψυχής από ειδικούς είναι αναγκαία , επειδή οι τουρίστες αναζητούν τέτοια μορφή τουρισμού.

Ο αριθμός των animateur σε χώρους διακοπών εξαρτάται από τον αριθμό των πελατών αλλά και το μέγεθος του ξενοδοχείου ( αθλητικοί χώροι, θαλάσσια σπορ , πισίνες , κλπ.

Οι αναλογίες animateur – πελατών για τα

1) club mediterane είναι 1: 10

2) ξενοδοχεία σε θάλασσα 1: 60

3) robinson club 1: 30

Γενικά ο αριθμός δεν είναι συγκεκριμένος και διαφέρει από ξενοδοχείο σε ξενοδοχείο και από τόπο σε τόπο.

Στα ξενοδοχεία διακοπών υπάρχει ο διευθυντής του προγράμματος animation ( animation manager) αν και σε αρκετά ξενοδοχεία είναι ο ίδιος ο διευθυντής του ξενοδοχείου.

Μπορούμε να διακρίνουμε τους animateurs ανάλογα με τις γνώσεις και την εμπειρία σε:

1. βοηθοί ή εκπαιδευόμενοι

- εκπαιδευόμενοι animateurs άθλησης
- εκπαιδευόμενοι animateurs ψυχαγωγίας
- εκπαιδευόμενοι animateurs παιδικής ψυχαγωγίας

2. επιβλέποντες ενός χώρου – τομέα (supervisors ) αυτοί είναι:

- επιβλέποντες μουσικής
- επιβλέποντες εκδρομών
- επιβλέποντες παιδικής ψυχαγωγίας
- επιβλέποντες θαλάσσιων δραστηριοτήτων
- επιβλέποντες γυμναστηρίου κ.α.

3. επιμορφωτές (εκπαιδευτές) σεμιναρίων ( trainers)

4. υπεύθυνος του τμήματος animation του ξενοδοχείου (chef animateur)

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθούμε και στα είδη της απασχόλησης των animateur σε ένα ξενοδοχείο.

- ✓ Περιστασιακή
- ✓ Μερική
- ✓ Εποχιακή
- ✓ Μόνιμη

περιστασιακή	μερική	Εποχιακή	Μόνιμη
1. Καλλιτέχνες 2. Ελεύθεροι επαγγελματίες	✓ Διαλέξεις ✓ Τακτικά σεμινάρια ✓ Αθλητικές οργανώσεις ✓ Θεατρικά ✓ Χορευτικά ✓ επιδείξεις	1. όλη τη σαιζόν (καλοκαίρι ή χειμώνας)	✓ συνήθως μόνο ο animation manager είναι μόνιμο στέλεχος.

Για να ξεχωρίζουν οι animateurs από τους πελάτες των ξενοδοχείων έχουν ένα διακριτικό συνήθως κονκάρδα.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τα τρία μεθοδικά βήματα για την απασχόληση, την εκπαίδευση, τα ξενοδοχεία και τη ζήτηση από τους εργαζόμενους.

### **Απασχόληση.**

Η απασχόληση είναι περιστασιακή, εποχιακή και για τους περισσότερους animateurs προσωρινή. Η ξενοδοχειακή animation δεν υπάρχει στην Ελλάδα σαν επάγγελμα, αλλά εμφανίζεται σαν υπηρεσία που παρέχεται από την ομάδα του τμήματος animation. Στο ξενοδοχειακό οργανόγραμμα το τμήμα αυτό είναι ανεξάρτητο από τα άλλα τμήματα και υπάγεται στη γενική διεύθυνση (Λαλούμης & Ρούπας, 2000).

Από την ανάλυση του προφίλ φάνηκε ότι οι animateurs είναι ξενοδοχοϋπάλληλοι πλήρους απασχόλησης με σύμβαση μιας τουριστικής περιόδου που ανανεώνεται. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι εξωτερικοί συνεργάτες ή υπάλληλοι άλλων ταξιδιωτικών οργανισμών ή πρακτορείων. Τα καθήκοντά τους ποικίλουν από τη διοργάνωση ερασιτεχνικών αθλητικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, τη δημιουργική απασχόληση ενηλίκων και παιδιών μέχρι την επαγγελματική διασκέδαση των ξενοδοχειακών πελατών, όπως λαϊκές βραδιές με τοπικούς χορούς και γιορτές (Κώστα κ.α., 2003).

Κάθε animateur έχει το δικό του αντικείμενο εξειδίκευσης, όμως απαιτείται ομαδική εργασία. Οι παροχές των animateurs περιλαμβάνουν τουλάχιστον διαμονή και διατροφή στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου (Λύτρας, 1993, 2002; Gayler & Finger, 1993) και ορισμένες διευκολύνσεις, όπως εκπτώσεις στη χρήση άλλων τμημάτων.

### ***Εκπαίδευση στην ανιμασιόν.***

Η ανιμασιόν διδάσκεται σε θεωρητικό επίπεδο στα Τμήματα Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (ΤΕΦΑΑ) της χώρας και στα Τμήματα τουριστικών επιχειρήσεων (ΤΕΙ). Στον ιδιωτικό τομέα και σε

ορισμένα κέντρα και ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης, γίνεται θεωρητική και πρακτική προσέγγιση διάρκειας τεσσάρων εξαμήνων. Σαν αντικείμενο πρακτικής εκπαίδευσης στη χώρα δεν υπάρχει αυτόνομα, ενώ στη Γερμανία υπάρχουν 14 ιδιωτικές και δημόσιες σχολές τουρισμού με 10-12μηνη παρακολούθηση και πράξη (Λύτρας, 2002). Στη Γαλλία, υπάρχουν επίσημες σχολές σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο. Γενικά σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς την επαγγελματική κατάρτιση αναλαμβάνουν οι ξενοδοχειακές ή οι τουριστικοί οργανισμοί. Η επαγγελματική κατάρτιση διαρκεί δύο ή τρεις εβδομάδες και λειτουργεί προπαρασκευαστικά για την καλύτερη ένταξη των νεοεισαχθέντων animateurs σε ομάδες εργασίας. Παράλληλα δίνεται η ευκαιρία στις επιχειρήσεις να διαμορφώσουν το εργασιακό κλίμα (Gayler & Finger, 1993).

#### ***Εργαζόμενοι -ζήτηση για εργασία.***

Επίσημοι φορείς όπως η CEDEFOP, δηλαδή το ευρωπαϊκό κέντρο για την ανάπτυξη της επαγγελματικής κατάρτισης (Gatti, Mereu & Tagliaferro, 2000) και συγγραφείς αναφερόμενοι στα νέα ξενοδοχειακά επαγγέλματα, παρουσιάζουν το επαγγελματικό προφίλ του animateur ως άτομο με πολυσύνθετο φυσικών και κοινωνικών δεξιοτήτων, με αθλητική και παιδαγωγική εκπαίδευση και γνώσεις ξένων γλωσσών, μάρκετινγκ και μανάτζμεντ ελεύθερου χρόνου και αναψυχής (Costa, 2000; Oraschowski, 1996). Ένας άλλος επίσημος φορέας, η Διεύθυνση Εργασίας της Γερμανίας μεσολάβησε το έτος 2000 για 400 θέσεις animateurs σε μεσογειακούς προορισμούς όπως Ελλάδα, Ισπανία, Κύπρο, Τουρκία και Τυνησία. Κάθε χρόνο ανακοινώνεται ότι αρκετές από αυτές τις θέσεις αυτές παραμένουν τελικά αζήτητες. Γενικά η Γερμανία εμφανίζεται να εξάγει περισσότερους animateurs σε σχέση με άλλα

εργατικά χέρια, ενώ η Ισπανία είναι η πρώτη χώρα υποδοχής animateurs στην Ευρώπη (Bundes Anstalt für die Arbeit,1999; ZAV, 2000)

συνοψίζοντας μπορούμε να πούμε ότι :

(α) Η animation αποτελεί μια υπολογίσιμη ξενοδοχειακή ειδικότητα στην Ευρώπη αφού ήδη το 1989 προσέφερε πάνω από 50.000 θέσεις εργασίας στις χώρες Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει επαγγελματική αναγνώριση.

(β) Εμφανίζεται έλλειψη σε εξειδικευμένο προσωπικό. Η πλειοψηφία των animateurs προσλαμβάνονται ως ανειδίκευτοι εργάτες.

(γ) Η animation παρουσιάζει μεγάλη κινητικότητα (αποχώρηση) μεταξύ των ξενοδοχείων.

(δ) Δεν υπάρχει εκπαίδευση στο αντικείμενο, ούτε και φορέας πιστοποίησης.

(ε) Τα ξενοδοχεία με animation αυξάνονται και αποτελούν «δυνάμει» εργοδότες για στελέχη αθλητισμού και αναψυχής.

Φαίνεται λοιπόν ότι οι τέσσερις ενδιαφερόμενες ομάδες δεν έχουν αξιοποιήσει τις δυνατότητες που εμφανίζονται για την ανάπτυξη της ξενοδοχειακής animation ως βιώσιμο επάγγελμα. Η ειδικότητα αυτή στην Ελλάδα παραμένει χωρίς εξέλιξη, αλλά τα παρόντα στοιχεία ενισχύουν την υπόθεση ότι η animation μπορεί να αποτελέσει

υπολογίσιμη επαγγελματική προοπτική στο μέλλον, υπό την προϋπόθεση να υπάρξουν πρωτοβουλίες από φορείς. Η μελλοντική της πορεία είναι θέμα τουριστικής πολιτικής, στρατηγικής και στόχων.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### MARKETING ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION

Οι σύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες διακοπών δεν αρκεί να προσφέρουν μόνο εγκαταστάσεις , οι οποίες εκτός της διαμονής και της σίτισης είναι και οι αίθουσες διασκέδασης καθώς και οι οργανωμένοι χώροι αναψυχής και άθλησης , αλλά και να μπορούν να τις εκμεταλλευτούν υποστηρίζοντας τις με το κατάλληλο ανθρώπινο προσωπικό και κυρίως με ολοκληρωμένα και κατάλληλα προγράμματα ψυχαγωγίας και άθλησης για τους πελάτες τους.

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.

*«Marketing είναι μια διαδικασία συναλλαγής , που γίνεται ανάμεσα σε μια επιχείρηση και τα προϊόντα της και τους υποψήφιους πελάτες της ,την αγορά που απευθύνεται. Η συναλλαγή αυτή έχει σκοπό να καθορίσει την ταυτότητα της επιχείρησης και των προϊόντων της , τις πιθανές ανάγκες των πελατών και να τα συνταιριάζει.»*

Πρωτοπόροι στον τομέα του τουρισμού είναι οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες , οι μεγάλοι tour operators και οι εξειδικευμένοι tour operators . οι μικρότερες ξενοδοχειακές μονάδες και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες ακολουθούν τις τάσεις οι οποίες δημιουργούνται.

## ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΑΥΤΩΝ

Στη διαδικασία ανάπτυξης προγραμμάτων διακοπών είναι απαραίτητη η ανάλυση των αιτιών που οδηγούν τους πελάτες στην επιλογή τρόπου διακοπών και κατά συνέπεια στην επιλογή ξενοδοχείου.

Οι πελάτες σήμερα είναι σαφώς πιο ενημερωμένοι , πιο έμπειροι άρα και πιο απαιτητικοί σε σχέση με τους πελάτες περασμένων δεκαετιών . Αυτή η πραγματικότητα ορίζει το πρότυπο το είδος κι το εύρος καθώς επίσης και την ποικιλία των ξενοδοχειακών υπηρεσιών.

Δεν αρκεί πλέον το τρίπτυχο των περασμένων δεκαετιών

Αλλαγή περιβάλλοντος

Ο ήλιος , η φύση και

Ένα καλό καθαρό ξενοδοχείο με καλό φαγητό.

Οι υπηρεσίες πλέον διαφοροποιούνται ανάλογα με το είδος του ξενοδοχείου, τον τόπο του ξενοδοχείου καθώς επίσης με την πελατεία στην οποία απευθύνεται.

Πλέον προστίθενται δραστηριότητες στα πακέτα διακοπών ανάλογες με τα κίνητρα που ωθούν τους τουρίστες να ταξιδεύουν. Κίνητρα τα οποία είναι μεταβαλλόμενα ανάλογα του τρόπου ζωής και της δομής της κοινωνίας από την οποία προέρχονται οι τουρίστες.

### ***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

Σε άλλη έρευνα σε ξενοδοχεία της Κρήτης οι τουρίστες ανέφεραν ως σημαντικότερο κίνητρο (58.6%) την εκτόνωση .

Σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες) που διέμεναν σε 4 ξενοδοχεία λουξ και 8 Α' κατηγορίας στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, διαπιστώθηκε 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 ευδιαθεσία, 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%).

Η πλειοψηφία θα επιθυμούσε τα ξενοδοχεία να τους παρέχουν περισσότερα happenings και μέσα άθλησης όπως γήπεδο τένις, πετοσφαίρισης, γκολφ, κλπ.

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

	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΑ ΜΕ ΑΘΛΗΤΙΚΗ ΑΝΑΨΥΧΗ	67,50%	65,40%
ΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΨΥΧΗ ΕΧΟΥΝ ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ	94,70%	96,60%
ΟΙ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΡΟΠΟΣ ΦΥΓΗΣ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑΣ		52%
ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΠΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΑΘΛΗΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	56,70%	
ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ	ΚΟΛΥΜΠΙ ΠΕΡΠΑΤΗΜΑ ΤΖΟΚΙΝΓΚ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ	ΚΟΛΥΜΠΙ ΠΟΔΗΛΑΣΙΑ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΠΑΤΗΜΑ
ΘΑ ΗΘΕΛΑΝ ΝΑ ΕΝΑΣΧΟΛΗΘΟΥΝ ΜΕ	ΚΟΠΗΛΑΣΙΑ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΑ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΣΚΙ ΥΠΟΒΡΥΧΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΜΙΝΙ ΓΚΟΛΦ ΙΠΠΑΣΙΑ ΠΡΩΙΝΗ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗ	ΚΟΠΗΛΑΣΙΑ ΙΣΤΙΟΠΛΟΙΑ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΣΚΙ ΥΠΟΒΡΥΧΙΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΜΙΝΙ ΓΚΟΛΦ ΙΠΠΑΣΙΑ ΕΝΟΡΓΑΝΗ ΓΥΜΝΑΣΤΙΚΗ
ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΒΑΣΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ	73,20%	75,30%

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. Τέλος, βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε, συμφώνησε με τις προηγούμενες έρευνες και κατέδειξε μεταξύ των άλλων ότι οι εγκαταστάσεις, η ποικιλία των προγραμμάτων και οι κατάλληλοι άνθρωποι (στελέχη αναψυχής) μπορούν 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.



## ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ANIMATION

Ο όρος πακέτο διακοπών αποδίδεται συνήθως σε tour operators και στις διακοπές , ταξίδια ή εκδρομές που οργανώνουν για τους πελάτες τους.

Σαν πακέτο διακοπών ορίζεται ο συνδυασμός δύο από τα παρακάτω στοιχεία

1. μεταφορά
2. διαμονή
3. σίτιση
4. άλλες υπηρεσίες , οι οποίες αποτελούν σημαντικό κομμάτι του προσφερόμενου πακέτου και πωλούνται σε μια συνολική τιμή περιλαμβάνοντας τουλάχιστον μία διανυκτέρευση ή διαρκούν πάνω από 24 ώρες.

Τα πακέτα διακοπών ξεκίνησαν με ένταση τη δεκαετία του 70 και 80.

Το τουριστικό προϊόν της τότε περιόδου αποτελείται από 10 ή 14 διανυκτερεύσεις σε ηλιόλουστες περιοχές , πτήση charter , μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο , ξενοδοχεία με πισίνες , μπαρ με φθηνό αλκοόλ και εκδρομές που πωλούνται στον τόπο προορισμού.

Το all inclusive resort αναφέρεται σε διακοπές όπου σχεδόν όλα είναι προπληρωμένα σε μια ενιαία τιμή ( από τη μεταφορά , τις αποσκευές , τους φόρους , τα γεύματα , τα ποτά μέχρι την ελεύθερη χρήση όλων των εγκαταστάσεων αλλά και των εκπαιδευτών σε διάφορα αθλήματα ( τένις, water ski κ.α.).

Το all inclusive συμβάλλει στην οικονομική βεβαιότητα του τουρίστα , ο οποίος με αυτό τον τρόπο παύει να έχει έγνοια για όλα αυτά τα σύν των διακοπών , που συνοδεύουν το κλασικό πακέτο ( ποτά, σπορ ,φιλοδωρήματα κ.α.)

Πέρα από αυτό οι ίδιοι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες το προωθούν διότι η προμήθεια τους υπολογίζεται σε όλο το ποσό της κράτησης , το οποίο φυσικά είναι πολύ μεγαλύτερο από τον κλασικό συνδυασμό «μεταφορά και διαμονή με γεύματα».

Η όλη λογική είναι να ελαχιστοποιήσει τις οικονομικές συναλλαγές στη διάρκεια των διακοπών καθώς και οποιαδήποτε πιθανότητα τριβών ή ανησυχίας , η οποία δημιουργείται 'όταν σκέφτεται κανείς μην του κλέψουν τα χρήματα , που θα βρεί την καλύτερη τιμή για συνάλλαγμα , πόσο φιλοδώρημα θα δώσει κτλ.

### **«CLUB MED» ΠΡΩΤΟΠΟΡΟΣ ΤΗΣ ΙΔΕΑΣ**

Το club mediterranee ιδρύθηκε στη Γαλλία το 1951 και σήμερα είναι ένας παγκόσμιος οργανισμός. Είναι από τους πρωτοπόρους της ξενοδοχειακής βιομηχανίας έχοντας υπηρεσίες τόσο σε ξενοδοχειακό όσο και υπηρεσιών ταξιδίων και πακέτων διακοπών.

Εισήγαγε πρώτο την ιδέα των all-inclusive resort σε παραθεριστικά χωρία και καλύβες και πελάτες που κυκλοφορούσαν με μάρκες αντί για λεφτά. Η χρήση των εγκαταστάσεων ήταν προπληρωμένη όχι όμως τα ποτά και τα τσιγάρα. Σήμερα προσφέρει ευκαιρίες διακοπών σε πάνω από τριάντα χώρες οι οποίες περιλαμβάνουν :

- τα κλασικά χωρία
- κέντρα διακοπών σε βουνά
- ξενοδοχεία κλασικής μορφής
- διακοπές σε ιστιοφόρα
- club πόλεων
- time sharing.

Ένα πακέτο διακοπών περιλαμβάνει

1. μεταφορά από και προς το σπίτι μέχρι το αεροδρόμιο και στη συνέχεια και στη ξενοδοχείο
2. τρία γεύματα την ημέρα
3. κρασί με όλα τα γεύματα
4. Όλα τα σπορ καθώς και δάσκαλο για αυτά
5. δραστηριότητες και παιδικό κλαμπ
6. διασκέδαση
7. ταξιδιωτική ασφάλεια



## Η ΔΥΝΑΜΗ ΤΟΥ MARKETING

Πέρα από την ανάπτυξη της παροχής ξενοδοχειακών προϊόντων η ίδια η ιδέα δεν έμεινε στάσιμη. Εξελίχθηκε δυναμικά σε θέματα προσέλκυσης της αγοράς πελατείας, προσφέροντας διαφορετικά και εξειδικευμένα προϊόντα.

Τα βασικά στοιχεία βέβαια παραμένουν τα ίδια , έτσι εκτός των παραπάνω και σε συνάρτηση την αναζήτηση των πελατών για μεγαλύτερη ποικιλία στις διακοπές , οι ξενοδοχειακές εταιρείες all-in πρόσθεσαν νέα προϊόντα και υπηρεσίες στα πακέτα τους.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι:

1. το super club grand lido προσφέρει 24ωρο room service και χρήση ιδιωτικού γιωτ
2. το fdr franklyn έχει εισάγει την υπηρεσία girl Friday , μια προσωπική βοηθό και μπειμπι σιτερ για κάθε οικογένεια με παιδιά που κάνει διακοπές εκεί.
3. τα sandals επιτρέπουν στους πελάτες τους να κάνουν δωρεάν χρήση όλων των υπηρεσιών που προσφέρονται από όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας κατά τη διάρκεια των διακοπών τους.

## **Sandals Inn**

<b>Τύπος καταλύματος:</b>	Ξενοδοχείο
<b>Αλυσίδα ξενοδοχείου:</b>	Sandals All Inclusive Hotel/ Club
<b>Τύποι ξενοδοχείων:</b>	Ξενοδοχείο διακοπών Παραθαλάσσιο ξενοδοχείο
<b>Αστέρια:</b>	5
<b>Μέθοδος πληρωμής:</b>	American Express Eurocard/ Mastercard Visa Windsurfers Ενεργοί παραθεριστές Ερασιτέχνες ιστιοπλόοι Καταδύσεις με αναπνευστήρα Καταδύτες
<b>Ιδανικό για:</b>	Λάτρεις αναψυχής Λάτρεις του ήλιου Λάτρεις των Σπορ Λάτρεις των θαλάσσιων σπορ Νεονύμφους Τουρίστες

**Χαρακτηριστικά ξενοδοχείου:**

24 hour Room Service  
Bar ξενοδοχείου  
Cafe/ bistro  
Express check-in/ check-out  
Non-smoking δωμάτια  
Parking  
Reception 24/24 h  
Room Service  
Shopping στο ξενοδοχείο  
Whirlpool/ Jacuzzi  
Αίθουσα εκδηλώσεων  
Αίθουσα τηλεόρασης  
Αίθουσα υποδοχής/ Lobby  
Ανελκυστήρας  
Γυμναστήριο  
Δωμάτια με μπαλκόνι/terrace  
Ενοικίαση αυτοκινήτου μέσα στο  
ξενοδοχείο  
Εξωτερική πισίνα  
Εστιατόριο  
Ξαπλώστρες  
Ομπρέλες ηλίου  
Οργανωμένες δραστηριότητες  
Πετσέτες στην πισίνα/ παραλία  
Προσπελάσιμη αναπηρική καρέκλα  
Σάουνα  
Συνεδριακές αίθουσες  
Υπηρεσίες καθαριστηρίου  
Χρηματοκιβώτιο ξενοδοχείου

**Χαρακτηριστικά δωματίου:**

Radio  
Γραφείο  
Δορυφορική τηλεόραση  
Καφετιέρα  
Κλιματισμός  
Λουτρό με μπανιέρα  
Λουτρό με ντουζιέρα  
Μικρή αίθουσα αναμονής  
Παράθυρα που ανοίγουν  
Πιστολάκι μαλλιών  
Σίδερο/ Σιδερώστρα  
Τηλέφωνο  
Τηλεόραση  
Χρηματοκιβώτιο στο δωμάτιο  
Billiards Εντός χώρου (δωρεάν)  
Surfing Πολύ κοντά (5 KM)  
Volleyball/Beach-Volleyball Εντός χώρου  
(δωρεάν)  
Ανοιχτό γήπεδο τέννις Εντός χώρου  
(δωρεάν)  
Γήπεδο Golf Στην περιοχή (10 KM)  
Γυμναστική/ Aerobics Εντός χώρου  
(δωρεάν)  
Ιστιοπλοία Πολύ κοντά (5 KM)  
Καταδύσεις Εντός χώρου (δωρεάν)  
Λέμβοι προς ενοικίαση Πολύ κοντά (5  
KM)  
Πινγκ πονγκ Εντός χώρου (δωρεάν)

**Αθλητικές εγκαταστάσεις:**

## ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ ΣΗΜΕΡΑ

Η εξέλιξη της ξενοδοχειακής βιομηχανίας και της φιλοσοφίας με την οποία διοικείται ακολουθεί αναπόφευκτα τις απαιτήσεις της πελατείας της, μιας πελατείας η οποία έχει αποκτήσει εμπειρίες και ζητά ολοένα και περισσότερα .

Τα ξενοδοχεία διακοπών resorts κινούνται σήμερα από την απλή παροχή υπηρεσιών στη λογική του «να φροντίσω τη συνολική εμπειρία του πελάτη μου στο ξενοδοχείο μου.»

Το 1995 μετά από έρευνα της εταιρείας MAR στη Φιλαδέλφεια κατέγραψαν πέντε σημαντικές αλλαγές στο τρόπο σκέψης των τουριστών , οι οποίες στη συνέχεια επηρέασαν τα ξενοδοχεία και τον τρόπο με τον οποίο προσέλκυαν τους μελλοντικούς πελάτες τους.

- Ø Μικρότερα ταξίδια κοντά στην πατρίδα τους
- Ø Δείχνουν προτίμηση στα πακέτα διακοπών , τα οποία περιλαμβάνουν μεταφορά , διαμονή , διατροφή και αναψυχη
- Ø Όλοι ενδιαφέρονται για προγράμματα fitness και προγράμματα παιδικής απασχόλησης
- Ø Αναζητούν ξενοδοχεία , τα οποία να μπορούν να συνδυάσουν εξυπηρέτηση στις «δουλείες του μπαμπά» και στις διακοπές της οικογένειας.

Παρακολουθώντας τα παραπάνω οι μεγάλοι ξενοδόχοι καθώς επίσης και οι tour operators ανταποκρίθηκαν στις νέες απαιτήσεις έτσι:

- Ø Έχουν αναπτύξει υπηρεσίες όπως παιδικά clubs στα ξενοδοχεία το οποίο σημαίνει παιδικές δραστηριότητες και ευκολίες για γονείς με παιδιά(babysitting κτλ)
- Ø Έχουν δημιουργήσει προγράμματα animation κοινά για όλα τα συνεργαζόμενα ξενοδοχεία σε όλο τον κόσμο



- Ø Προσαρμόζουν τα προγράμματα animation στις ιδιαιτερότητες της πελατείας τους προσφέροντας παράλληλα εγγυήσεις ικανοποίησης
- Ø Θεματοποιούν τις υπηρεσίες τους με κωδικές ονομασίες και ελκυστικά λογότυπα.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Το κλίμα της ξενοδοχειακής animation,

Η πραγματικότητα των διακοπών ως μία πραγματική αλλαγή από την καθημερινότητα στη βίωση της «πλήρους ελευθερίας» κάνει πολλούς ανθρώπους , παρά την μεγάλη ταξιδιωτική εμπειρία που μπορεί να έχουν, ακόμη πιο ασφαλείς. Υπάρχει όμως ένα μεγάλο χάσμα

Ενώ θέλουν να δούν μια ξένη χώρα το μόνο που γνωρίζουν τις περισσότερες φορές είναι μόνο το χώρο του ξενοδοχείου και επίσης ενώ θέλουν να γνωρίσουν ντόπιους δεν μιλάνε ούτε με αυτούς που κάθονται στο διπλανό τραπέζι.

Αυτή την δυσарέσκεια προσπάθησαν και κατάφεραν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών τουρισμού.

Ας δούμε ένα παράδειγμα

« βρισκόμαστε σε μεγάλο ξενοδοχειακό συγκρότημα της Κρήτης , οι ταξιδιώτες κάθονται και απολαμβάνουν τον ήλιο και το ευχάριστο αεράκι που φυσάει από την θάλασσα , είναι ξεκούραστοι , χαλαρώνουν νωχελικά στον ήλιο , απολαμβάνουν τη ζέστη.

Μια μαυρισμένη κοπέλα εμφανίζεται στην παραλία πηγαίνει κατά μήκος της ακτής , κοιτά κατά τη μεριά που βρίσκονται οι ξαπλώστρες και δε μιλάει καθόλου , στα χέρια της κρατάει μια μπάλα και ένα λάστιχο, οι πιο πολλοί την κοιτάν απορημένοι και προσπαθούν να καταλάβουν τι θέλει το λάστιχό. Η κοπέλα πάει τότε σε μια βρύση συνδέει το λάστιχο και αρχίζει να καταβρέχει την ακτή αφού έριξε αρκετό νερό , προχωράει προς το μέρος των τουριστών και τους φωνάζει , θέλει κανείς να παίξει βόλεϊ, αμέσως

πολλοί δέχτηκαν την πρόσκληση της , μετά από λίγη ώρα η παραλία είχε γεμίσει από κόσμο που χαιρόταν τον παιχνίδι.»

Ο τουρίστας κατά τη διάρκεια των διακοπών του ,κυρίως σε μια ξένη χώρα, ενώ έχει τη διάθεση να κάνει κάτι διαφορετικό , καταλήγει να κάθεται απομονωμένος απλά απολαμβάνοντας τις βασικές υπηρεσίες ( φαγητό, ύπνο κτλ) εκεί παρουσιάζεται ο animateur , ο οποίος του δίνει το έρεισμα να αρχίζει να αντιδρά αυθόρμητα , να δείχνει ζωντάνια , χαρά για κάθε τι του προσφέρεται και τον ενδιαφέρει.

Βέβαια πρέπει να αναφέρουμε ότι το επάγγελμα του στελέχους αναψυχής ξενοδοχείου φαίνεται αρκετά απαιτητικό, το ωράριο είναι εξαντλητικό καθώς πρέπει να είσαι σε εγρήγορση από νωρίς το πρωί ως και αργά το βράδυ γεγονός που δυσκολεύει την εξεύρεση ικανών στελεχών και επιβαρύνεται περαιτέρω από την εποχικότητα στην απασχόληση και την έλλειψη επαγγελματικής κατοχύρωσης

Χαρακτηριστική είναι μια αγγελία εύρεσης εργασίας στον τομέα του animation

#### SOME IMPORTANT QUESTIONS...

- \* Are you between 19 and 30 years old?
- \* Are you sociable?
- \* Can you be part of a team?
- \* Do you speak foreign languages?
- \* Do you like sports, games or working with children?
- \* Do you like to get crazy without ending up in “The Mad House”?
- \* Have you ever dreamed of being a stage-star?

Then you are in the right place ...

In the world of Hotel animation ...

## Υποδομή της animation

Στον τόπο των διακοπών βρίσκονται στη διάθεση του τουρίστα μια ποικιλία από εγκαταστάσεις για την απασχόληση στον ελεύθερο χρόνο του για την υλοποίηση των προγραμμάτων. Οι εγκαταστάσεις αυτές μαζί με τον υλικοτεχνικό εξοπλισμό αποτελούν την υποδομή της animation.

Οι εγκαταστάσεις είναι συχνά πολυέξοδες και πολλές από αυτές δεν τις χρησιμοποιούν ποτέ οι επισκέπτες . Αν βέβαια δεν υπάρχουν καταγράφονται ως έλλειψη από τους πελάτες του ξενοδοχείου.

Στις πιο απαραίτητες εγκαταστάσεις είναι το εστιατόριο , η ταβέρνα , η καφετέρια , η ντισκοτεκ , το μπαρ , η πισίνα , και οι αθλητικές εγκαταστάσεις.



Βέβαια υπάρχουν και οι εγκαταστάσεις που δεν χρησιμοποιούνται από όλους τους τουρίστες αλλά προσφέρονται ιδιαίτερα από τα μεγάλα ξενοδοχεία. Τέτοιες είναι το πάρκα αναψυχής , mini golf, water park, γυμναστήριο, σάουνα κτλ.



πιο αναλυτικά η υλικοτεχνική υποδομή της animation ενός ξενοδοχείου περιλαμβάνει:

24 hour Room Service

Bar ξενοδοχείου

Cafe/ bistro

Non-smoking δωμάτια

Parking

Reception 24/24 h

Room Service

Whirlpool/ Jacuzzi

Αίθουσα εκδηλώσεων

Αίθουσα τηλεόρασης

Αίθουσα υποδοχής/ Lobby

Ανελκυστήρας

Γυμναστήριο

Δωμάτια με μπαλκόνι/terrace

Ενοικίαση αυτοκινήτου μέσα στο ξενοδοχείο  
Εξωτερική πισίνα  
Εστιατόριο  
Προσπελάσιμη αναπηρική καρέκλα  
Σάουνα  
Υπηρεσίες καθαριστηρίου  
24 hour Room Service  
Bar στην πισίνα του ξενοδοχείου  
Miniclub  
Άμεση πρόσβαση στην παραλία  
Γιατρός στο χώρο  
Δυνατότητες φύλαξης παιδιών  
Εσωτερική πισίνα  
Θυρωρός  
Κήπος ή πάρκο  
Μωρουδιακές κούνιες/ Κρεβατάκια για παιδιά

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 , 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

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 «αθλο- παιδιές», γυναίκες σε «φυσική κατάσταση») και την ηλικία.

Τα δημογραφικά και ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των τουριστών λοιπόν, φαίνεται να επιδρούν στις προτιμήσεις και στα κίνητρα συμμετοχής τους σε δραστηριότητες αναψυχής.

Ο Αθλητικός Τουρισμός σχετίζεται με δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, φύλο, φυλή, οικογενειακή και επαγγελματική κατάσταση). Όπως επίσης και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων αυτών (στάσεις, ενδιαφέροντα, γνώμες) σε σχέση με την ανάγκη για διέγερση, καινοτομία, δράση, ησυχία και συγκινήσεις.

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



**Προσφερόμενες υπηρεσίες για ψυχαγωγία και άθληση**

ΥΠΗΡΕΣΙΑ	ΠΕΝΤΕ ΑΣΤΕΡΩΝ	ΤΕΣΣΑΡΩΝ ΑΣΤΕΡΩΝ	ΤΡΙΩΝ ΑΣΤΕΡΩΝ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΧΩΡΙΑ
Εξωτερική πισίνα	√	√	√	√	√
Εσωτερική πισίνα	√	√	-	√	√
Σάουνα	√	√	√	√	√
Jacuzzi/ steam bath	√	√	√	√	√
Μασάζ	√	√	√	√	√
Προγράμματα γυμναστικής	√	√	√	√	√
Χορός	√	√	-	-	-
Θαλάσσια αθλήματα	√	√	-	√	
Σχολή κατάδυσης	√	√	√	√	√
Γυμναστήριο	√	√	√	√	√
Γήπεδο αντισφαίρισης	√	√	-	√	√

### **Προσωπικό εκπαιδευμένο στην παροχή άθλησης και διασκέδασης**

Στην Ελληνική αγορά ειδικευση των animateurs ξεκινάει αφού έχουν αποκτήσει , ειδικές γνώσεις πάνω σε ένα επαγγελματικό τομέα.

Η ξενοδοχειακή animation (άθληση και ψυχαγωγία πελατών ξενοδοχείων) θεωρείται τομέας επαγγελματικής δραστηριοποίησης για γυμναστές, προπονητές και στελέχη διοίκησης αθλητισμού και αναψυχής.

Η ειδικότητα αυτή καλύπτεται από άλλους επαγγελματικούς κλάδους, όπως γυμναστές και ηθοποιούς, στους οποίους συνήθως τα ξενοδοχεία παρέχουν σεμινάρια επιμόρφωσης

Η απασχόληση είναι περιστασιακή, εποχιακή και για τους περισσότερους animateurs προσωρινή. Η ξενοδοχειακή animation δεν υπάρχει στην Ελλάδα σαν επάγγελμα, αλλά εμφανίζεται σαν υπηρεσία που παρέχεται από την ομάδα του τμήματος animation. Στο ξενοδοχειακό οργανόγραμμα το τμήμα αυτό είναι ανεξάρτητο από τα άλλα τμήματα και υπάγεται στη γενική διεύθυνση

Από την ανάλυση του προφίλ φάνηκε ότι οι animateurs είναι ξενοδοχοϋπάλληλοι πλήρους απασχόλησης με σύμβαση μιας τουριστικής περιόδου που ανανεώνεται. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι εξωτερικοί συνεργάτες ή υπάλληλοι άλλων ταξιδιωτικών οργανισμών ή πρακτορείων. Τα καθήκοντά τους ποικίλουν από τη διοργάνωση ερασιτεχνικών αθλητικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, τη δημιουργική απασχόληση ενηλίκων και παιδιών

μέχρι την επαγγελματική διασκέδαση των ξενοδοχειακών πελατών, όπως λαϊκές βραδιές με τοπικούς χορούς και γιορτές

Η ανιμασιόν διδάσκεται σε θεωρητικό επίπεδο στα Τμήματα Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (ΤΕΦΑΑ) της χώρας και στα Τμήματα

τουριστικών επιχειρήσεων (ΤΕΙ). Στον ιδιωτικό τομέα και σε ορισμένα κέντρα και ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης, γίνεται θεωρητική και πρακτική προσέγγιση διάρκειας τεσσάρων εξαμήνων. Σαν αντικείμενο πρακτικής εκπαίδευσης στη χώρα δεν υπάρχει αυτόνομα, ενώ στη Γερμανία υπάρχουν 14 ιδιωτικές και δημόσιες σχολές τουρισμού με 10-12μηνη παρακολούθηση και πράξη (Λύτρας, 2002). Στη Γαλλία, υπάρχουν επίσημες σχολές σε προπτυχιακό και μεταπτυχιακό επίπεδο. Γενικά σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς την επαγγελματική κατάρτιση αναλαμβάνουν

οι ξενοδοχειακές ή οι τουριστικοί οργανισμοί. Η επαγγελματική κατάρτιση διαρκεί δύο ή τρεις εβδομάδες και λειτουργεί προπαρασκευαστικά για την καλύτερη ένταξη των νεοεισαχθέντων animateurs σε ομάδες εργασίας. Παράλληλα δίνεται η ευκαιρία στις επιχειρήσεις να διαμορφώσουν το εργασιακό κλίμα (Gayler & Finger, 1993).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΨΥΧΑΓΩΓΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες είναι δραστηριότητες μη αναγκαστικές , ομαδικές , με ενεργητική τη συμμετοχή των ατόμων.

Ικανοποιούν τις ανάγκες και επιθυμίες των τουριστών, εντείνουν τα βιώματά τους και εμπλουτίζουν το χρόνο τους κατά τη διάρκεια των διακοπών. Σημαντικό και βασικό στοιχείο στις ψυχαγωγικές δραστηριότητες είναι η συμμετοχή των τουριστών. Οι περισσότεροι τουρίστες δεν δραστηριοποιούνται αυθόρμητα , απαιτείται παρακίνηση με συγκεκριμένους τρόπους.

Οι πιο δημοφιλείς ψυχαγωγικές δραστηριότητες που γίνονται στα μεγάλα ξενοδοχεία είναι:

- Ø Ζωγραφική
- Ø Σχέδιο
- Ø Γλυπτική
- Ø Κατασκευές
- Ø Κατασκευές με υλικά από τη φύση
- Ø Φωτογραφία
- Ø Παιχνίδια ( θεατρικά , μουσικά, χορευτικά, παιδικά)
- Ø Μακιγιάζ από ειδικούς
- Ø Διακόσμηση
- Ø Εκθέσεις
- Ø Κουστόμια
- Ø Σκετς παντομίμα και προγράμματα σου
- Ø Καραόκε



Σε όλες αυτές τις δημιουργικές δραστηριότητες υπάρχει ένας σαφής τρόπος επικοινωνίας , για αυτό είναι σημαντικό οι τουρίστες να μην δουλεύουν μόνοι τους αλλά σε ομάδες , συνήθως 6-8 άτομα.

Η κοινωνικότητα ενός προγράμματος μπορεί να προκύψει από την χρονική δομή του προγράμματος διακοπών . Κατά τη διάρκεια των διακοπών σε ένα ξενοδοχείο και μέσω συγκεκριμένων κοινωνικών δραστηριοτήτων δημιουργούνται σημεία κορύφωσης των βιωμάτων , δημιουργείται δηλαδή ο ρυθμός της εβδομάδας.

Σε αυτό το ρυθμό της εβδομάδας ανήκουν τα πάρτυ υποδοχής και το πάρτυ αποχαιρετισμού. Στην πορεία των διακοπών υπάρχουν και άλλα σταθερά προγράμματα όπως μια βραδιά χορού , ένα κοκτέιλ πάρτυ κ.τ.λ.

Ο σκοπός αυτών των εκδηλώσεων είναι στην αρχή η ώθηση της αλληλογνωριμίας των τουριστών , η δημιουργία κλίματος γιορτής και τελικά η δημιουργία συνθηκών για βιώματα θετικά και κοινωνικά .

Τέτοιες εκδηλώσεις είναι:

- Σε κλειστό χώρο
  - Ø Πάρτυ
  - Ø Εορταστικά δείπνα
  - Ø Βραδιά με σόου , διαγωνισμοί ομορφιάς και ευφυΐας
  
- Σε ανοιχτό χώρο
  - Ø Πικ-νικ , barbeque , πρωινό στην ύπαιθρο
  - Ø Φωτιά στην παραλία
  - Ø Παιδική γιορτή
  - Ø Βαρκάδες
  - Ø Επίσκεψη τοπικών εορτών (πανηγύρια κ.τ.λ.)

Άλλες δραστηριότητες είναι:

- Ø Εκδρομές , εξερευνήσεις
- Ø Ήθη-έθιμα χώρας
- Ø Διαλέξεις και συζητήσεις
- Ø Μαθήματα κάθε είδους
- Ø Βόλτα στην τοπική αγορά
- Ø Αρχαιολογικοί χώροι
- Ø Βίωμα τρόπου ζωής

Στόχος των παραπάνω είναι η πνευματική παρότρυνση , η ενεργοποίηση του πνεύματος , η εξήγηση και η συζήτηση αλλά και η κατανόηση του περιβάλλοντος των διακοπών στην ευρύτερη έννοια.

## Αθλητικές δραστηριότητες

Τα σπορ είναι ένα από τα σημαντικότερα στοιχεία των διακοπών. Αυτά αφορούν σε :

- Σπορ κορυφής ή υψηλών επιδόσεων
- Παράλληλα σπορ ή σπορ των εραστών του αθλητισμού ως ερασιτεχνικές δραστηριότητες ( χόμπι στον ελεύθερο χρόνο)
- Αθλητικά παιχνίδια και αθλητική διασκέδαση σαν δραστηριότητα στον ελεύθερο χρόνο, χωρίς κυριαρχία αθλητικών κινήτρων(εκδρομές για μπάνιο, βόλτες με βάρκα, περιηγήσεις , ψάρεμα).
- Βραχυπρόθεσμοι ή συνεχής σωματική ευεξία μέσω σπόρ όπως διαρκή προπόνηση, κράτημα φόρμας , τζοκινγκ- άθληση στο σπίτι.

## Δραστηριότητες περιπέτειας

Στο χώρο των ξενοδοχείων μπορούν να γίνουν τα παρακάτω

- Τζετ-σκι
- Κανό θαλάσσιο
- Ιπασία
- Αλεξίπτωτο
- Ιστιοπλοΐα
- Αναρρίχηση σε τοίχο
- Παιχνίδια περιπέτειας
- Κυνήγι θησαυρού

Σε χώρο εκτός ξενοδοχείου μπορούν να γίνουν τα παρακάτω

Ποτάμια και λίμνες	ποτάμια	Υπαίθριο – ανώμαλο έδαφος	όρη	Θάλασσα
Κανό-καγιάκ	ράφτινγκ	Ιππασία	Πεζοπορία-αναρρίχηση	ιστιοπλοΐα
		Ποδηλασία	Καταρρίχηση	Κατάδυση
		Μοτοσυκλέτες	Αλεξίπτωτο πλαγίας	
		4x4	Αετός	

Στόχος των δραστηριοτήτων περιπέτειας είναι η ενδυνάμωση της έντασης των βιωμάτων και συνεπώς η αύξηση της σημασίας των διακοπών.

#### ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ

Οι καλές τέχνες, τα παιχνίδια και τα happenings είναι τα συστατικά της ψυχαγωγίας.

#### ΚΑΛΕΣ ΤΕΧΝΕΣ

Διακρίνονται σε

- Εικαστικές (γλυπτική, ζωγραφική, χαρακτηριστική φωτογραφία)
- Στις τέχνες του λόγου, της κίνησης και του ρυθμού (ποίηση, μουσική, χορός, θέατρο)

Σκοπός της ύπαρξης των καλών τεχνών είναι:

A) η φυσική ευχαρίστηση των θεατών ή συμμετεχόντων

B) η γνωριμία και η προσέγγιση ανόμοιων ατόμων

Γ) εκτόνωση από την καθημερινότητα

Δ) εξωτερίκευση των συναισθημάτων



## ΓΛΥΠΤΙΚΗ-ΖΩΓΡΑΦΙΚΗ

Σε πολλά ξενοδοχεία υπάρχει ένας κλειστός χώρος όπου οι πελάτες μπορούν να δημιουργήσουν το δικό τους πίνακα ή γλυπτό . στο χώρο αυτό πρέπει να υπάρχουν καβαλέτα , χρώματα , πινέλα για τη ζωγραφική και πηλός , γύψος , πάγκοι , λεκάνες και φούρνοι για τη γλυπτική.

Μερικές ιδέες που αφορούν το κομμάτι αυτό των καλών τεχνών είναι οι εξής:

- ✓ Ζωγραφική σε γυαλί- μπουκάλι
- ✓ Ζωγραφική σε πέτρες με τέμπερες
- ✓ Βάψιμο πυλού
- ✓ Γκράφιτι σε χαρτόνι
- ✓ Ζωγραφική με στάμπες
- ✓ Μάσκες από γύψο
- ✓ Κατασκευές από πυλό
- ✓ Κατασκευές με ζύμη
- ✓ Τύπωμα με πατάτα σε μεταξωτό χαρτί
- ✓ Χρήση λινόλ σε μεταξωτό χαρτί ( γιαπωνέζικο χαρτί)
- ✓ Κολλάζ
- ✓ Ξυλοκοπτική
- ✓ Χρήση κεριού για να φτιάξουμε φιγούρες για σκάκι ή κερία
- ✓ Διακόσμηση σταχτοδοχείων – μενταγιών
- ✓ Σχέδιο με μολύβι – κάρβουνο κ.α.
- ✓ Πορτρέτα
- ✓ Ακουαρέλα
- ✓ Ζωγραφική σε μετάξι

## ΧΟΡΟΣ

Ο χορός είναι παρών σε πολλές φάσεις των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων . Είναι παρών κυρίως στα πάρτυ αλλά και στις άλλες δραστηριότητες που γίνονται κατά τη διάρκεια της νυχτερινής ψυχαγωγίας.

Ο χορός όμως είναι παρών και στις δραστηριότητες των πελατών κατά τη διάρκεια της ημέρας . Έτσι η εκμάθηση δημοτικών και λαϊκών χορών της χώρας που βρίσκεται το ξενοδοχείο. Νέες τάσεις που ενδιαφέρουν πολύ τους πελάτες είναι αεροβική γυμναστική με χορό καθώς και η karoera σε κλειστό χώρο αλλά και η karoera στην παραλία



## ΘΕΑΤΡΟ

Μια αναγκαία μορφή δημιουργικότητας , έκφρασης , χαράς και συνεργασίας.

Στην Ελλάδα το θέατρο έχει κάνει αισθητή την παρουσία του από τα αρχαία χρόνια , τότε δεν ήταν παρά ένας ύμνος που τραγουδιόταν και χορευόταν από από όλους τους παρευρισκομένους προς τιμήν του Διονύσου.

Κατά τη διάρκεια των χρόνων οι πιο ταλαντούχοι πήραν πρωταγωνιστικό ρόλο και έκαναν τους άλλους να τους παρακολουθούν.

Το θέατρο στο ξενοδοχείο εκτός από θέαμα προς τους παρευρισκομένους προσφέρει επίσης και στους συμμετέχοντες τα παρακάτω :

- ✚ Την ανάπτυξη και ωρίμανση της φαντασίας , του λόγου και της επινοητικότητας
- ✚ Την ικανότητα της προσοχής και της συγκέντρωσης στους άλλους
- ✚ Την αυτοωρίμανση και αυτοπειθαρχία
- ✚ Την ικανότητα για ευχαρίστηση και για ολόψυχη συμμετοχή σε ένα σκοπό
- ✚ Την αποδοχή των άλλων
- ✚ Την ανάπτυξη της ευαισθησίας ως προς την ομάδα
- ✚ Την επικοινωνία

Βασικό ρόλο έχει και το θεατρικό παιχνίδι και για τα παιδιά . Το παιδί μέσα από το θεατρικό παιχνίδι παίζει ρόλους , δημιουργεί σενάρια , σκηνοθετεί , ανακαλύπτει και εξερευνά τον εαυτό του και τους άλλους .Το παιδί δρα ελεύθερα και δημιουργικά στον δικό του κόσμο, τον κόσμο της φαντασίας και του ονείρου , είναι γνωστό άλλωστε ότι τα παιδιά έχουν μεγαλύτερη φαντασία .

Παίζω ένα θεατρικό σημαίνει ζω, είμαι ζωντανός, ψάχνω τον εαυτό μου.

Μέσα από το θεατρικό παιχνίδι γίνεται έργο και πράξη αυτό που όλοι πρέπει να επιδιώκουμε στη ζωή μας, η έκφραση της δημιουργικότητας και της φαντασίας.

Μέσα από την ελεύθερη έκφραση του σώματος, την παντομίμα, τον αυτοσχεδιασμό, το κουκλοθέατρο, τις κατασκευές δίνεται η δυνατότητα διεξόδου στα παιδιά να αναπλάσουν και να ανασυνθέσουν την καθημερινότητα. Να την κάνουν πιο ονειρική να ταξιδέψουν στο χώρο της φαντασίας και του παραμυθιού.

## ΚΩΜΩΔΙΕΣ

Η κωμωδία είναι ένα βασικό είδος θεάτρου . Μπορούμε να ξεχωρίσουμε πολλά είδη κωμωδίας .Μερικά από αυτά είναι φάρσα , σάτιρα , παρωδία και αρχαία κωμωδία.

Το πιο προσιτό είδος για ένα ξενοδοχείο είναι η προσαρμογή της κωμωδίας σε μικρά θεατρικά σκετς με γρήγορους ρυθμούς εναλλαγής , οι οποίοι απαιτούνται σε μια τέτοια περίπτωση.

### Θέαμα

Τα θεάματα είναι κομμάτι της ξενοδοχειακής animation στα οποία ο πελάτης δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Τα θεάματα μπορούν να διαχωριστούν σε :

- ⇒ Θέαμα από εξωτερικούς συνεργάτες . αυτό περιλαμβάνει οργανωμένα συγκροτήματα , μουσικούς , ταχυδακτυλουργούς , χορευτικά συγκροτήματα παραδοσιακής μουσικής κτλ.
- ⇒ Θέαμα οργανωμένο από τους animateur και εκτελεσμένο από τους ίδιους αλλά και από τους πελάτες . περιλαμβάνει παιχνίδια , διαγωνισμούς , κωμικά σκετς , θεατρικές παραστάσεις ., αθλητικούς αγώνες κτλ.
- ⇒ Θέαμα μπορεί να θεωρηθεί και ένα φυσικό ή τυχαίο γεγονός . θέαμα μπορεί να είναι ένα όμορφο ηλιοβασίλεμα , η ανατολή του ήλιου

μέσα από τη θάλασσα , η θέα από κάποιο σημείο κατά τη διάρκεια ενός περιπάτου.

## ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

Η έννοια παιχνίδι σημαίνει

Το **Παιχνίδι** ανταποκρίνεται στην ανάγκη των ανθρώπων για διασκέδαση και ψυχαγωγία από τα πρώτα χρόνια της ύπαρξής τους. Πολύ συχνά συνδυάζει την χαρά με την σωματική άσκηση (ομαδικά αγωνίσματα και ατομικά αγωνίσματα). Άλλες φορές συνδυάζεται με την νοητική άσκηση. Σε αυτά τα παιχνίδια ανήκουν τα παιχνίδια που παίζονται σε σκακιέρα ή ειδικό ταμπλώ (σκάκι, ντάμα, τάβλι), τα επιτραπέζια κ.ο.κ. Μια ιδιαίτερη κατηγορία παιχνιδιών είναι και τα τυχερά παιχνίδια με χαρτιά, όπως το πόκερ, το μπριτζ, η πρέφα, ή τα τυχερά παιχνίδια με μηχανισμούς όπως η ρουλέτα, ο κουλοχέρης κτλ

Υπάρχουν τέλος και τα παιχνίδια που ως κυρίως στοχο έχουν τη διασκέδαση, ενώ φυσικά παράλληλα ανταποκρίνονται και σε άλλες ανάγκες (βελτιώνουν τα αντανακλαστικά, τρέφουν το μητρικό ένστικτο κ.ο.κ.). Σε αυτά ανήκουν παραδοσιακά παιχνίδια όπως κούκλες, στρατιωτάκια αλλά και βέβαια πιο άλλα σύγχρονα όπως τα ηλεκτρονικά παιχνίδια.

Σημαντική είναι η αντίληψη και η παρατήρηση της συμπεριφοράς των παικτών κατά τη διάρκεια ενός παιχνιδιού., αυτή η εμπειρία μπορεί να περιγραφεί ως εξής.

✓ Παίζουμε σημαίνει διέξοδος από τη ρουτίνα και το άγχος. Για αυτούς που δίνονται ολόψυχα , ολοκληρωτικά σε ένα παιχνίδι η καθημερινή

πραγματικότητα παύει να υπάρχει και εξαλείφεται από τη συνείδηση , όσο διαρκεί το παιχνίδι. Μόνο όταν αυτό τελειώσει ,επανεμφανίζεται η αίσθηση της πραγματικότητας

- ▼ Παίζουμε σημαίνει αντίδραση σε μια δοσμένη κατάσταση .Τα παιχνίδια έχουν τη δυνατότητα να μας γοητεύσουν και λόγω αυτού του γεγονότος , αυτής της ιδιότητας τους να μας κάνουν να δράσουμε, μέχρι να μας απορροφήσουν τελειωτικά
- ▼ Παίζουμε σημαίνει : σκεφτόμαστε , αισθανόμαστε , ενεργούμε. Στη ζωή μας σπάνια σκεφτόμαστε , αισθανόμαστε και ενεργούμε ταυτόχρονα . Ο συνδυασμός αυτός είναι που χαρακτηρίζει το παιχνίδι και το κάνει να ξεχωρίζει.

Για να κάνει ο animateur σωστή επιλογή παιχνιδιού , πρέπει να υπολογίσει τα χαρακτηριστικά και τον τύπο της ομάδας με την οποία εργάζεται.

Τα κριτήρια είναι τα εξής:

1. το μέγεθος και η σύνθεση της ομάδας
2. η ηλικία των συμμετεχόντων
3. το επίπεδο του ενδιαφέροντος τους για το παιχνίδι
4. το κοινωνικό επίπεδο
5. η φυσική κατάσταση
6. το διανοητικό επίπεδο
7. οι εξωτερικοί παράγοντες

## Η ΑΘΛΗΣΗ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Στα ξενοδοχεία του τύπου κλαμπ (club hotels) που προωθούν την άθληση κατά την διάρκεια των διακοπών των πελατών τους αυτό που επιδιώκουν είναι η διαχείριση του ελεύθερου χρόνου των πελατών τους.

Οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες:

1. Στη φυσική δραστηριότητα
2. Στον αθλητισμό και
3. Στην άσκηση

1. Φυσική δραστηριότητα ορίζεται ως οποιαδήποτε κίνηση που παράγεται από σκελετικούς μυς και που καταλήγει σε σημαντική κατανάλωση ενέργειας πάνω από αυτή που καταναλώνεται κατά την διάρκεια της ξεκούρασης. Η φυσική δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου χαρακτηρίζεται φυσικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στον ελεύθερο χρόνο του ατόμου και εμπεριέχουν το στοιχείο της προσωπικής επιλογής.

2. Αθλητισμός: Ο όρος υποδηλώνει μορφή φυσικής δραστηριότητας που χαρακτηρίζεται από το στοιχείο του ανταγωνισμού ή συναγωνισμού.

3. Άσκηση είναι η μορφή φυσικής δραστηριότητας που γίνεται επαναλαμβανόμενα με εξωτερικευμένη πρόθεση την επίτευξη ορισμένου στόχου (για παράδειγμα εμφάνιση, υγεία, απόδοση κ.λ.π.). Στην περιγραφή της άσκησης πρέπει να περιλαμβάνονται: ο τύπος, η διάρκεια, η συχνότητα και η ένταση.

Σε σχετικές έρευνες οι άνθρωποι προβάλλουν την υγεία και την κοινωνική επαφή ως πρωτεύοντα κίνητρα για την

ενασχόληση με τον αθλητισμό και την άσκηση.

Όποια και να είναι τελικά η επιλεγόμενη δραστηριότητα για να επιφέρει αποτελέσματα θα πρέπει να διακρίνεται από άριστη ποιότητα υπηρεσιών και καθαριότητα (ακόμα περισσότερο όταν αφορά την ευεξία και την υγεία π.χ. κέντρο θαλασσοθεραπείας).

Τα ξενοδοχεία τύπου κλαμπ αποτελούν μια ενδιαφέρουσα περίπτωση τουριστικού αθλητισμού. Οι μονάδες αυτές χρησιμοποιούν το εξαιρετικά πλούσιο πρόγραμμα ψυχαγωγίας και αθλητισμού που προσφέρουν για να προσελκύσουν συγκεκριμένες ομάδες πελατών που αναζητούν δραστήριες διακοπές. Στις περιπτώσεις αυτές πρωτεύων κίνητρο της μετακίνησης αποτελεί η τουριστική εμπειρία ενώ η αθλητική συμμετοχή λειτουργεί ως δευτερεύον κίνητρο.

Αυτό που πρέπει να γίνει κατανοητό είναι ότι ο αθλητισμός στο χώρο του ξενοδοχείου δεν πρέπει να παίρνει την μορφή πρωταθλητισμού ώστε να μπορεί να συμμετάσχει το μεγαλύτερο σύνολο των επισκεπτών.

Κατά την διάρκεια των διαφορετικών αθλημάτων που συμμετέχει ο πελάτης απαραίτητη κρίνεται και η ύπαρξη έμπειρου προσωπικού, δηλαδή απόφοιτοι γυμναστικών σχολών, φυσιοθεραπευτές και αθλίατροι που μπορούν ανά πάσα στιγμή να αντιμετωπίσουν ένα τραυματισμό, καθώς και χώρος πρώτων βοηθειών.





## Αθλητισμός και φύλο

Είναι αναμφισβήτητος κανόνας το ότι πρέπει να δίνονται ίδιες ευκαιρίες για άθληση και στα δύο φύλα . Είναι επίσης κανόνας ότι δεν υπάρχουν αντρικά ή γυναικεία αθλήματα , υπάρχουν όμως κάποιοι οργανικοί παράγοντες – διαφορές ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες ( όγκος μυών , πνευμονική χωρητικότητα, κτλ. Αλλά και κοινωνικοί παράγοντες που αποτρέπουν κυρίως τις γυναίκες να ασχοληθούν με κάποια αθλήματα.

Τα αγόρια-άνδρες πιστεύουν ότι μπορούν να είναι καλοί μαθητές , αναγνωρίσιμοι στην κοινωνία , ευαίσθητοι και συμπνευτικοί εφόσον καταφέρνουν να είναι ικανοί, επιθετικοί και ανταγωνιστικοί σε παραδοσιακά ανδρικά αθλήματα

Τα κορίτσια έχουν τη θέληση να συμμετέχουν σε όλα τα αθλήματα και τις δραστηριότητες αν τους δοθεί η δυνατότητα, χωρίς να φοβούνται ιδιαίτερα αν θα χαρακτηριστούν «αγοροκόριτσα».

Αν και δεν πρέπει να αποτραπεί η ενασχόληση με κάποιο νέο άθλημα είτε για τις γυναίκες είτε για τους άνδρες , πρέπει να τονίσουμε τους κινδύνους που μπορεί να προκληθούν από την ενασχόληση με ένα άθλημα .

Οι άνδρες ασχολούνται κυρίως μες αθλήματα έντονα αγωνιστικά όπως:

- ✓ ποδόσφαιρο
- ✓ πυγμαχία
- ✓ καλαθοσφαίριση (μπάσκετ)
- ✓ πάλη
- ✓ χειροσφαίριση (χαντμπολ)
- ✓ άρση βαρών

ενώ οι γυναίκες ασχολούνται κυρίως με :

- Ø ρυθμική γυμναστική,
- Ø παγοδρομία,
- Ø Χορός
- Ø Βόλλευ
- Ø Κολύμβηση
- Ø Σουηδική γυμναστική
- Ø Step aerobic
- Ø Τζόκινγκ



Υπάρχουν κάποια αθλήματα που γίνονται στην ξηρά σε εσωτερικούς χώρους (γυμναστήρια) και εξωτερικούς χώρους ( εγκαταστάσεις άθλησης) και αθλήματα που γίνονται στη φύση , κυρίως στο νερό ή κοντά στο νερό ( παραλία , πισίνα , θάλασσα)

Οι εγκαταστάσεις της πισίνας και της θάλασσας είναι οι σημαντικότερες για την αναψυχή και άθληση των πελατών. Ειδικά όταν δεν υπάρχει θάλασσα κοντά ο χώρος της πισίνας πρέπει να οργανώνεται με εγκαταστάσεις και από δραστηριότητες πισίνες πάρα πολύ καλές.

Υπάρχουν και οι αθλητικές δραστηριότητες που δεν γίνονται μέσα ή κοντά σε χώρους ξενοδοχείων όπως:

- Ø Ποδηλασία
- Ø Πεζοπορία
- Ø Ορειβασία

Εσωτερικές αθλητικές δραστηριότητες είναι το σύνολο των αθλητικών δραστηριοτήτων που εξελίσσονται στο χώρο του ξενοδοχείου (άθληση σε πισίνα, τένις , μπάσκετ, κτλ

Εξωτερικές αθλητικές δραστηριότητες είναι το σύνολο των δραστηριοτήτων που γίνονται έκτος του χώρου των ξενοδοχείων . δραστηριότητες όπως ποδηλασία, πεζοπορία, ορειβασία και σε αυτές που γίνονται εντός της θάλασσας όπως κανό , καταδύσεις , θαλάσσιο ποδήλατο κτλ.

Συνήθεις αθλητικές δραστηριότητες

1. Δραστηριότητες πισίνας

- Ø Κολύμβηση
- Ø Καταδύσεις
- Ø Πόλο
- Ø Βόλλευ πισίνας
- Ø Μπάσκετ πισίνας
- Ø Παιχνίδια πισίνας



## 2. Δραστηριότητες εξωτερικών εγκαταστάσεων

- Ø Τζόκινγκ
- Ø Γκολφ
- Ø Τένις
- Ø Μπάσκετ
- Ø Ποδόσφαιρο
- Ø Βόλλευ
- Ø Ιπασία



### 3. Δραστηριότητες εσωτερικών εγκαταστάσεων

- Ø Πάλη
- Ø Άρση βαρών
- Ø Body building
- Ø Τζούντο



### 4. Δραστηριότητες θάλασσας

- Ø Ιστιοπλοΐα
- Ø Θαλάσσιο σκι
- Ø Αλεξίπτωτο
- Ø Καταδύσεις με αναπνευστήρα
- Ø Καταδύσεις με εξοπλισμό δύτη
- Ø Ποδήλατο
- Ø Κανό
- Ø Καγιάκ

Ø Ψάρεμα



5. δραστηριότητες παραλίας

Ø βόλει

Ø ποδόσφαιρο

Ø ρακέτες



## Προγράμματα και παρουσίαση της ξενοδοχειακής animation

Πρόγραμμα- στρατηγική

Τα προγράμματα της animation ανάλογα με τους στόχους που έχουν μπορεί να χωριστούν σε :

- ✓ προγράμματα εξ αρχής οργανωμένα για κάποια συγκεκριμένη μέρα όπως την πρώτη μέρα παραμονής των πελατών ή την αποχαιρετιστήρια βραδιά με πάρτυ , πρόγραμμα εκδρομών , κτλ
- ✓ προγράμματα που σχεδιάζονται για την επόμενη μέρα ανάλογα με την δυναμική της ομάδας των τουριστών και το διαθέσιμο προσωπικό.

Οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν για το πρόγραμμα animation του ξενοδοχείου από τα ειδικά ενημερωτικά φυλλάδια που τους δίνονται με την άφιξη τους αλλά και από τους ίδιους τους animateur σε ειδικές συγκεντρώσεις.

Οι πιο συνήθεις τρόποι παρουσίασης ενός προγράμματος είναι είτε με την αναγραφή του στον πίνακα ανακοινώσεων που βρίσκεται συνήθως στην ρεσεψιόν είτε με τη παρουσίαση του από τους ίδιους τους animateur , οι οποίοι παρουσιάζουν τη βραδινή ψυχαγωγία

Είναι επίσης πιθανό να γίνεται και παρουσίαση ενός συγκεκριμένου event (εκδήλωσης ) εκτός ξενοδοχείου το οποίο είναι προγραμματισμένο από πριν για συγκεκριμένη ημέρα (πικ νικ, διοργάνωση αγώνα βάλλει σε κοντινό νησί στο οποίο θα πάνε με καραβάκια κτλ.). Βέβαια για να έχουμε επιτυχία στα προηγούμενα χρειάζεται πολλή σωστή οργάνωση και πρόβλεψη όλων των κινδύνων οι οποίοι μπορεί να υπάρξουν .

Υπάρχουν ξενοδοχειακές αλυσίδες οι οποίες έχουν καταφέρει να δημιουργήσουν κοινά προγράμματα animation για όλα τα ξενοδοχεία τους Με τη μόνη διαφορά τις προσθήκες η μειώσεις που εξαρτώνται από το κράτος στο οποίο εδρεύει το εκάστοτε ξενοδοχείο.

Η παρουσίαση ενός προγράμματος animation γίνεται πρώτη φορά από τους ταξιδιωτικούς πράκτορες , οι οποίοι δείχνουν φωτογραφίες αλλά και φυλλάδια και αν το ξενοδοχείο είναι πολύ οργανωμένο τότε και τις ήδη οργανωμένες εκδηλώσεις για την περίοδο που ενδιαφέρει τον πελάτη, Και βέβαια στο ξενοδοχείο δίνεται ιδιαίτερη σημασία στην ενημέρωση του πελάτη ( φυλλάδια, ειδικά σήματα, αναμνηστικά δώρα, animateur με ειδικές ενδυμασίες κτλ.)

## ΗΜΕΡΗΣΙΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΗΣ ANIMATION

Κάθε πρωί ο υπεύθυνος του προγράμματος πρέπει να έχει έτοιμο το πρόγραμμα της επόμενης ημέρας. Οι προϋποθέσεις –παράμετροι που πρέπει να ελεγχθούν είναι :

- ✚ τα πρόγραμμα να καλύπτει όλες τις ηλικίες και φύλα
- ✚ το πλήθος των συμμετεχόντων
- ✚ την αρτιότητα και ετοιμότητα των εγκαταστάσεων
- ✚ την καταλληλότητα του προσωπικού
- ✚ σε περίπτωση που γίνει κάτι απρόοπτο να υπάρχει εναλλακτική λύση
- ✚ οι ιδιαιτερότητες της κάθε ομάδας συμμετεχόντων ξεχωριστά
- ✚ το ενδιαφέρον για κάθε νέα δραστηριότητα αλλά και την δυνατότητα μελέτης και πραγματοποίηση της
- ✚ την αναλογία κόστους του ξενοδοχείου για την συγκεκριμένη δραστηριότητα.

Υπάρχουν διαφορετικές τακτικές που μπορεί να ακολουθήσει ο υπεύθυνος για να συντάξει το ημερήσιο πρόγραμμα σε σχέση πάντα με το τι προσφέρει το κάθε ξενοδοχείο

### 1. απλό πρόγραμμα animation.

Ο τρόπος αυτός χρησιμοποιείται σε μικρότερα ξενοδοχεία που δεν καλύπτουν όλες τις ειδικότητες animateurs .Τονίζεται μόνο ένα γεγονός κατά την διάρκεια της ημέρας και ιδιαίτερα η βραδυνή ψυχαγωγία . Πολλές φορές και οι πελάτες προτιμούν αυτό το είδος του προγράμματος επειδή ξεφεύγει από το αυστηρά κατευθυνόμενο. Οι υπεύθυνοι προσανατολίζονται σε αυτό , μετά από αξιολόγηση της πελατείας τους και εφόσον διαπιστώσουν ότι οι πελάτες τους ενδιαφέρονται πιο πολύ για ηλιοθεραπεία και χαλάρωση παρά για αθλητισμό.

### 2. Πρόγραμμα χωρισμένο σε ζώνες ( πλήρες πρόγραμμα)

- ✚ Πρωινή ζώνη (09:00-12:30)
- ✚ Μεσημεριανή ζώνη (12:30-16:00)
- ✚ Απογευματινή ζώνη (16:00-19:00)
- ✚ Βραδυνή ζώνη (21:30-02:00)



#### A) Πρωινή ζώνη

Το πρωί η ψυχαγωγία καλύπτεται από τους animateur με τις παρακάτω δραστηριότητες:

Εσωτερικού χώρου

✚ Aerobic

✚ Steps

✚ Γυμναστήριο

Εξωτερικού χώρου

✚ Τένις

✚ Τζόκινγκ

✚ Μπάσκετ

✚ Βόλεϊ

✚ Aerobic παραλίας

✚ karoeera στην παραλία

Για τα παιδιά

✚ ζωγραφική

✚ χειροτεχνία

✚ παιχνίδια σε κλειστό παιδότοπο

✚ παιχνίδια σε εξωτερικό χώρο ( γκαζόν)

#### B) Μεσημεριανή ζώνη

Η μεσημεριανή ζώνη είναι συνήθως ελεύθερη προς χρήση από τους πελάτες . η πιο συνήθης είναι η παραλία ή η πισίνα στην οποία ο πελάτης μπορεί να κάνει μπάνιο , ηλιοθεραπεία , να χαλαρώσει , να φάει ή να πιει καφέ . Μπορεί να γίνουν κάποιες μορφές ψυχαγωγίας με πολύ χαλαρό όμως ρυθμό.

Για τα παιδιά ενδύκνεται παιχνίδι στη παραλία ή στην πισίνα

#### Γ) Απογευματινή ζώνη

Η απογευματινή ζώνη είναι η πιο γεμάτη από δραστηριότητες ζώνη σε αυτή περιλαμβάνονται τα παρακάτω :

Δραστηριότητες παραλίας και θάλασσας

✓ beach βόλεϊ

✓ ρακέτες

✓ κανό

✓ Μπανάνα

✓ Σκι

✓ Surf

✓ Καταδύσεις

✓ Ιστιοπλοΐα

#### Δραστηριότητες πισίνας

- ✓ Κολύμβηση
- ✓ Πόλο
- ✓ Βόλλευ πισίνας
- ✓ Μπάσκετ πισίνας
- ✓ Παιχνίδια πισίνας

Στην απογευματινή ζώνη για τα παιδιά περιλαμβάνονται

- ⇒ Παιχνίδια στη θάλασσα
- ⇒ Παιχνίδια στην άμμο
- ⇒ Παιχνίδια στην πισίνα
- ⇒ Κολύμβηση ( εκμάθηση )

Στην απογευματινή ζώνη γίνεται επίσης ελεύθερη χρήση όλων των αθλητικών εγκαταστάσεων , και επίσης μπορεί ο animateur να προωθήσει κάποιες δημιουργικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες.

#### Δ) Βραδυνή ζώνη

Η βραδυνή ζώνη κατά πολλούς θεωρείται η σημαντικότερη ζώνη της μέρας , ίσως γιατί είναι πιο δύσκολη ως προς την οργάνωση . Η βραδυνή ζώνη περιλαμβάνει :

- ✓ Χορό
- ✓ Βραδυνά παιχνίδια
- ✓ Θεατρικές παραστάσεις
- ✓ Happening

Οι πιο πολλές βραδυνές δραστηριότητες λαμβάνουν χώρο κυρίως στο night club του ξενοδοχείου και σε αυτές συμμετέχουν όλοι οι animateur καθώς και η διοίκηση του ξενοδοχείου.

Η βραδυνή ψυχαγωγία αναφέρεται στο ημερήσιο πρόγραμμα μόνο όταν χρειάζεται ιδιαίτερη προετοιμασία από τους πελάτες . Σε καμία περίπτωση δεν αναφέρονται τα happenings ώστε να είναι πιο επιτυχημένο το ξάφνιασμα των πελατών. Στο πρόγραμμα αναφέρεται μόνο ο χώρος συνάντησης .

Παραδείγματα ημερήσιου προγράμματος

Υπάρχουν ξενοδοχεία που απευθύνονται σε άτομα όλων των ηλικιών, σε οικογένειες και άλλα που ακολουθούν πιο ενεργητικό τρόπο ψυχαγωγίας τα οποία απευθύνονται κυρίως σε νέους.

Παρακάτω παρουσιάζουμε ένα εβδομαδιαίο πρόγραμμα animation το οποίο απευθύνεται σε ενήλικους.

***Κυριακή / Sunday / Sonntag, 26.05.***

10 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b> (Silk & T-Shirt Painting) (Seiden & T-Shirt Malerei)	LOBBY TERRACE
10:30	“Kalimera” Keep Fit (Low impact aerobics)	FITNESS CENTER (TAVERNA)
11:00	Volleyball	<b>BEACH – STRAND</b>
11:00	Greek Language Lesson <b><u>Griechisch–Sprachunterricht</u></b>	taverna
12:00	<b><u>Hotel Tour</u></b>	MEETING POINT / <b>TREFFPUNKT:</b> RECEPTION
A vertical line of small squares separating the morning and afternoon sessions.		
14:00	<b><u>Windsurfing &amp; Sailing</u></b> (Test lesson) / <i>Schupperstude</i>	WATERSPORTS <i>WASSERSPORTS</i>
16:00	“Syrtaki” dance lesson <i>Tanz Unterricht</i>	LOBBY TERRACE
16 <sup>30</sup> – 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
16:30	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
17:00	<b>Tennis Test lesson</b>	TENNIS PARK

<b><i>Tennis Schupperstunde</i></b>		
<b>17:00</b>	<b><i>“Bodyshaping”</i></b> (Bauch , Beine & Po)	<b><i>FITNESS CENTER (TAVERNA)</i></b>
<b>17:45</b>	<b><i>“Relaxing &amp; Stretching”</i></b> <b><i>“Stretching &amp; Entspannungsprogramm”</i></b>	<b><i>FITNESS CENTER (TAVERNA)</i></b>
<b>21:45</b>	<b><i>“All Star Show”</i></b> <b><i>Animation Welcome Show</i></b>	<b><i>THEATRE</i></b>
<b>22:30</b>	<b><i>“ THE POOL BAR IS OPEN”</i></b> <b><i>“ DIE POOL BAR IST GEÖFFNET”</i></b>	<b><i>POOL AREA</i></b>
<b>23:30</b>	<b><i>MUSIC BAR “IN”</i></b>	

**Δευτέρα / Monday / Montag, 27.05.**

10 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b> (Silk & T-Shirt Painting) (Seiden & T-Shirt Malerei)	<b>LOBBY TERRACE</b>
10:30	<b><u>“Kalimera”</u> Keep Fit</b> (Low impact aerobics)	<b>FITNESS CENTER</b> (TAVERNA)
11:00	Volleyball	<b>BEACH –</b> <b>STRAND</b>
11:00	<b><u>“Greek Mythology”</u></b> Slide Presentation	<b>CONFERENCE</b> <b>ROOM</b>
11:30	<b><u>“Aqua Gym”</u></b>	<b>AT THE SEA</b> <b>AM MEER</b>
		
16:00	<b><u>“Syrtaki”</u> dance lesson</b> Tanz Unterricht	<b>LOBBY TERRACE</b>
16:00	BOCCIA TOURNAMENT	Beach - <b>STRAND</b>
16 <sup>30</sup> - 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach – <b>STRAND</b>
16:30	<b><u>Backgammon</u></b>	taverna
16:30	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
17:00	<b>Step Aerobics</b>	<b>FITNESS CENTER</b>

		<b>(TAVERNA)</b>
<b>17:45</b>	<b><i>“Relaxing &amp; Stretching”</i></b> <b><i>“Stretching &amp; Entspannungsprogramm”</i></b>	<b>FITNESS CENTER</b> <b>(TAVERNA)</b>
<b>21:30</b>	<b><i>“Casino night”</i></b> <b><i>Game evening</i></b>	<b>LOBBY</b>
<b>22:30</b>	<b><i>“THE POOL BAR IS OPEN”</i></b> <b><i>“DIE POOL BAR IST GEÖFFNET”</i></b>	<b>POOL AREA</b>
<b>23:30</b>	<b><i>MUSIC BAR “IN”</i></b>	

**Τρίτη / Tuesday / Dienstag, 28.05.**

10 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b> (Silk & T-Shirt Painting) (Seiden & T-Shirt Malerei)	<b>LOBBY TERRACE</b>
10:30	<b><u>“Kalimera” Keep Fit</u></b> (Low impact aerobics)	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
11:00	Volleyball	<b>BEACH – STRAND</b>
11:00	<b>Greek Cooking Lesson Griechischer Kochkurs</b>	<b>TAVERNA</b>
11:30	<b><u>“Aqua Gym”</u></b>	<b>AT THE SEA AM MEER</b>
A shaded separator row with vertical lines.		
16:00	<b><u>“Syrtaki” dance lesson</u></b> <i>Tanz Unterricht</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
16 <sup>30</sup> – 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach – <b>STRAND</b>
16:30	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
17:00	<b><u>Aerobics</u></b>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
17:45	<b><u>Vertebral gymnastic</u></b> Rückengymnastik	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>



---

<b>20:30</b>	<b><i>“Chris &amp; Louise in Concert”</i></b>	<b><i>LOBBY</i></b>
--------------	---------------------------------------------------	---------------------

<b>21:30</b>	<b><i>“Thalasso Spa” Presentation</i></b>	<b><i>THALASSO SPA CENTER</i></b>
--------------	-------------------------------------------	---------------------------------------

16:30	<b>DARTS TOURNAMENT</b> <i>Τετάρτη / Wednesday / Mittwoch, 29.05.</i>	TAVERNA
16:30	<b><u>Backgammon</u></b>	taverna
<del>10:00</del> 16:30 12:00	<b><u>Atelier Volleyball</u></b>	LOBBY TERRACE Beach - STRAND
17:00	(Silk & T-Shirt Painting) <b>TAI BO (EAA)</b> (Seiden & T-Shirt Malerei)	FITNESS CENTER (TAVERNA)
<del>10:40</del> 10:40	“Kalimera” Keep Fit “Relaxing & Stretching” (Low impact aerobics)	FITNESS CENTER (TAVERNA) CENTER (TAVERNA)
11:00	“Stretching & Volleyball Entspahnungsprogramm”	BEACH – STRAND
11:00	Greek Language Lesson <b><u>Griechisch–Sprachunterricht</u></b>	taverna
11:30	<b><u>“Aqua Gym”</u></b>	AT THE SEA
21:30	<b><u>“Greek Folklore”</u></b>	LOBBY
		TREFFPUNKT: RECEPTION
14:00	<b><u>Windsurfing &amp; Sailing</u></b> (Test lesson) / <b><u>Schupperstude</u></b>	WATERSPORTS WASSERSPORTS
16:00	“Syrtaki” dance lesson <b><u>Tanz Unterricht</u></b>	LOBBY TERRACE
16 <sup>30</sup> - 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach – STRAND

**Πέμπτη / Thursday / Donnerstag, 30.05.**

10 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b> (Silk & T-Shirt Painting) (Seiden & T-Shirt Malerei)	<b>LOBBY TERRACE</b>
10:30	<b>“Kalimera” Keep Fit</b> (Low impact aerobics)	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
11:00	Volleyball	<b>BEACH – STRAND</b>
11:00	<b>Wine Tasting</b> <b>Weinprobe</b>	taverna
11:30	<b>“Aqua Gym”</b>	<b>AT THE SEA AM MEER</b>
12:00	<b><u>Hotel Tour</u></b>	<b>MEETING POINT / TREFFPUNKT: RECEPTION</b>
16:00	<b>“Syrtaki” dance lesson</b> <i>Tanz Unterricht</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
16 <sup>30</sup> – 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach – <b>STRAND</b>
16:30	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
17:00	<b>Step Aerobics</b>	<b>FITNESS CENTER</b>

		<b>(TAVERNA)</b>
<b>17:45</b>	<i>“Relaxing &amp; Stretching”</i> <b>“Stretching &amp; Entspannungsprogramm”</b>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
<b>21:30</b>	<b>“Comedy Show”</b> <i>Animation Show</i>	<b>THEATRE</b>
<b>22:30</b>	<i>“THE POOL BAR IS OPEN”</i> <i>“DIE POOL BAR IST GEÖFFNET”</i>	<b>POOL AREA</b>
<b>23:30</b>	<b>MUSIC BAR “IN”</b>	

**Παρασκευή / Friday / Freitag, 31.05.**

<b>10<sup>00</sup> – 12<sup>00</sup></b>	<b><u>Atelier</u></b> <i>(Silk &amp; T-Shirt Painting)</i> <i>(Seiden &amp; T-Shirt Malerei)</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
<b>10:30</b>	<b><u>“Kalimera” Keep Fit</u></b> <i>(Low impact aerobics)</i>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
<b>11:00</b>	Volleyball	<b>BEACH – STRAND</b>
<b>11:00</b>	<u>Greek Language Lesson</u> <b><u>Griechisch–Sprachunterricht</u></b>	taverna
<b>11:30</b>	<b><u>“Aqua Gym”</u></b>	<b>AT THE SEA AM MEER</b>
<b>16:00</b>	<b><u>“Syrtaki” dance lesson</u></b> <i>Tanz Unterricht</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
<b>16<sup>30</sup>– 18<sup>00</sup></b>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach – <b>STRAND</b>
<b>16:30</b>	<b><u>Backgammon</u></b>	taverna
<b>16:30</b>	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
<b>17:00</b>	<b><u>“Bodyshaping”</u></b>  (Bauch , Beine & Po)	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>

---

<b>21:30</b>	<b>“Lès Miserables”</b> <i>Premiere Gala Show</i>	<b><i>THEATRE</i></b>
--------------	------------------------------------------------------	-----------------------

<b>22:30</b>	<b>“ THE POOL BAR IS OPEN”</b> <b>“ DIE POOL BAR IST GEÖFFNET”</b>	<b>POOL AREA</b>
<b>22.45</b>	<b>COCTAIL</b>	<b>POOL</b>
<b>23:30</b>	<b>MUSIC BAR “IN”</b>	

## *Σάββατο / Saturday, 1.06.*

10 <sup>00</sup> – 12 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b> <i>(Silk &amp; T-Shirt Painting)</i> <i>(Seiden &amp; T-Shirt Malerei)</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
10:30	<b>“Kalimera” Keep Fit</b> <i>(Low impact aerobics)</i>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
11:00	Volleyball	<b>BEACH – STRAND</b>
11:00	Greek Language Lesson <b><u>Griechisch–Sprachunterricht</u></b>	taverna
12:00	<b>“<u>Aqua Gym</u>”</b>	<b>AT THE SEA AM MEER</b>
14:00	<b><u>Windsurfing &amp; Sailing</u></b> <i>(Test lesson) / Schupperstunde</i>	<b>WATERSPORTS</b> <i>WASSERSPORTS</i>
16:00	<b>“Syrtaki” dance lesson</b>  <i>Tanz Unterricht</i>	<b>LOBBY TERRACE</b>
16 <sup>30</sup> - 18 <sup>00</sup>	<b><u>Atelier</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
16:30	<b><u>Volleyball</u></b>	Beach - <b>STRAND</b>
17:00	<b>Tennis Test lesson</b> <b><i>Tennis Schupperstunde</i></b>	<i>TENNIS PARK</i>
17:00	<b>“Bodyshaping”</b>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>








	(Bauch , Beine & Po)	
17:45	<i>“Relaxing &amp; Stretching”</i> <i>“Stretching &amp; Entspannungsprogramm”</i>	<b>FITNESS CENTER (TAVERNA)</b>
21:45	<b>“All Star Show”</b> <i>Animation goodbye Show</i>	<b>THEATRE</b>
22:30	<i>“ THE POOL BAR IS OPEN”</i> <i>“ DIE POOL BAR IST GEÖFFNET”</i>	<b>POOL AREA</b>
23:30	<i>MUSIC BAR “IN”</i>	








## ΜΑΘΗΜΑΤΑ – ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΙ

ΜΑΘΗΜΑΤΑ που μπορούν να γίνουν είναι:





### 1. Αθλήματα

-  Τένις
-  Τοξοβολία
-  Τζούντο
-  Γκολφ
-  Ιστιοπλοΐα
-  Θαλάσσιο σκι
-  Wind surfing

### 2. Χορού

-  δημοτικοί
-  ευρωπαϊκοί
-  τζαζ
-  λατινοαμερικάνικοι
-  oriental

### 3. Δημιουργικά

-  θέατρο
-  μουσική
-  μαγειρική
-  γλυπτική

### 4. Ιστορία

### 5. Πολιτισμός

### 6. Γλώσσα

## ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ

Τα παιχνίδια προορίζονται για όλους , αλλά μπορεί και για συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες .

### ΤΥΠΟΙ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ

#### 1. παιχνίδια κίνησης

##### 1,1 παιχνίδια περιπέτειας – δράσης – δραστηριότητες στη φύση

###### ▼ κυνήγι χαμένου θησαυρού

Οι παίκτες χωρίζονται σε ομάδες των 5 ή 6 ατόμων . χρησιμοποιείται όλος ο εξωτερικός χώρος του ξενοδοχείου. Δίνονται οδηγίες έτσι ώστε να κατευθύνουν τους παίκτες σε κάποιο σημείο του ξενοδοχείου , εκεί η ομάδα βρίσκει άλλες οδηγίες και ερωτήσεις , μετά από αρκετά σημεία η ομάδα που θα οδηγηθεί πρώτη στο θησαυρό είναι η νικήτρια. Θησαυρός μπορεί να είναι ένα άγαλμα ή μια απομίμηση της τοπικής ιστορίας ή ακόμα σουβενίρ του ξενοδοχείου κ.α.

###### ▼ η περιπέτεια στις διακοπές

Περιέχει τρία βασικά σημεία:

Αλλαγή = νέο , απρόσμενο , ασυνήθιστο.

Απαίτηση = όχι εύκολο , όχι βολικό , γαργαλιστικό και ίσως επικίνδυνο.

Ρομαντικοί της μετανόησης = Απλή ζωή , πρωτόγονη , συνδεόμενη με τη φύση.

Παραδείγματα είναι :

1. φαγητό στη φύση
2. διανυκτέρευση στην ύπαιθρο
3. περιπετειώδη σπορ
4. νυχτερινός περίπατος
5. περιηγήσεις στα άκρα της φύσης ( όπου αυτό προσφέρεται )
6. Ανακαλύψεις
7. Ακραίες εκδρομές

###### ▼ Παιχνίδια διασκέδασης

Τα παιχνίδια διασκέδασης μπορούν να χωριστούν σε

1. κοινωνικά παιχνίδια σε τραπέζι: σκάκι , ντόμινο , παιχνίδια με χαρτιά κτλ.
2. κοινωνικά παιχνίδια : παιχνίδια ομιλίας , παιχνίδια τραγουδιού , παιχνίδια με λέξεις , σταυρόλεξα , κουίζ , παιχνίδια σκίτσου και γραψίματος

3. θεατρικά παιχνίδια
4. παιχνίδια αισθήσεων
5. παιχνίδια αυτοσχεδιασμού
6. τυχερά παιχνίδια

#### ▼ Διαγωνισμοί

Οι διαγωνισμοί περιλαμβάνουν διαγωνισμούς χορού (κατά το τέλος των διακοπών και ειδικά αν είχε προηγηθεί πρόγραμμα εκμάθησης χορού τις προηγούμενες μέρες.) , διαγωνισμούς τραγουδιού , γέλιου κτλ. Επίσης μπορεί να είναι διαγωνισμός κατασκευών από άμμο στη παραλία , γνώσεων , αθλητισμού κτλ.

#### ▼ Εορταστικές βραδιές

Συνήθως γίνονται στο club του ξενοδοχείου και σπάνια στη παραλία . για να είναι επιτυχής απαιτείται εξαιρετική προετοιμασία από τους animateur ( διακόσμηση , μουσική , ενδυμασία κέφι ) .

Στις εορταστικές βραδιές περιλαμβάνονται :

1. ελληνική βραδιά
2. reggae party
3. πάρτυ ειδικού χαρακτήρα , όπως γενέθλια , ονομαστική γιορτή , τοπική και εθνική γιορτή.

Για να έχουν επιτυχία όλα τα παραπάνω ο animateur πρέπει να έχει υπόψη του :

1. πότε γίνονται οι καινούργιες αφίξεις . οι πιο συνήθεις μέρες αφίξεων είναι οι Κυριακές . Την μέρα της άφιξης δεν διοργανώνεται ποτέ εκδρομή.
2. την επόμενη μέρα επίσης δεν διοργανώνεται εκδρομή για το λόγο του να ξεκουραστούν οι πελάτες είναι όμως ενδεικτικό να διοργανώνεται πάρτυ γνωριμίας.
3. μια εκδρομή μπορεί να συνδυαστεί με φαγητό , πάρτυ και με happenings οργανωμένα από τους animateur
4. πρέπει πάντα να υπάρχει εναλλακτική λύση για την περίπτωση που κάποιος παράγοντας (κυρίως φυσικός αέρας , βροχή κτλ) αποτρέψει τη ομαλή διεξαγωγή μιας εκδήλωσης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Ειδικά θέματα που αφορούν την ξενοδοχειακή animation

Παιδική animation

Στα ξενοδοχεία που φιλοξενούνται οικογένειες πρέπει οι γονείς να νοιώσουν ελεύθεροι για να διασκεδάσουν αλλά και σίγουροι ότι τα παιδιά τους έχουν διέξοδο ώστε να μπορέσουν να περάσουν χρόνο μακριά από τους γονείς τους . αυτό βέβαια προϋποθέτει την ύπαρξη ενός οργανωμένου χώρου το οποίο να είναι προορισμένο για να καλύψει τις ανάγκες των παιδιών.

Ιδανικός χώρος για τα παιδιά οροθετείται ο χώρος αυτός στον οποίο τα παιδιά θα μπορούν να πραγματοποιήσουν τα όνειρα τους και τις φαντασίες τους ελεύθερα . Τα παιδιά πρέπει να μπορούν να πειραματίζονται στο παιχνίδι , να δοκιμάζουν , να δημιουργούν και να ασκούν την κοινωνική τους συμπεριφορά και την κινητικότητα τους .

Χώροι για παιδιά :

1. Εξωτερικός χώρος

✓ Μικρή πισίνα

✓ Χώρος για ελεύθερο παιχνίδι με γκαζόν και δένδρα για σκιά

✓ Ξύλινες κατασκευές

✓ Κούνιες

✓ Δίχτυα

Στα παραπάνω πρέπει ο χώρος να διαχωρίζεται από το χώρο των μεγάλων για μεγαλύτερη ασφάλεια.



2. εσωτερικός χώρος
- ✓ καθαρός , βασικός κανόνας
  - ✓ φωτεινός
  - ✓ αεριζόμενος
  - ✓ διαμορφωμένος για παιδιά , καρέκλες , τραπέζια τουαλέτες.
  - ✓ Κατάλληλο υλικό για
    1. ζωγραφική
    2. παιχνίδια
    3. βιβλία
    4. ταινίες



Οι παραπάνω χώροι πρέπει να είναι προσεχτικά σχεδιασμένοι και πάντα με την επιμέλεια ειδικών.

Ο animateur πρέπει να επιτρέπει στα παιδιά να παίρνουν πρωτοβουλίες , πρέπει να είναι πάντα πρόθυμος σε ότι του ζητήσουν τα παιδιά και να είναι συνέχεια δίπλα τους , να διαμορφώνει κατάλληλα την ατμόσφαιρα του παιχνιδιού και να κινητοποιεί τα παιδιά για συμμετοχή , πρέπει να συμμετέχει διακριτικά , όχι νευρικά και έντονα , Πρέπει περισσότερο να επιβραβεύει την προσπάθεια των παιδιών παρά να επικρίνει . η επιβράβευση έχει θετική δημιουργική ενώ η επίπληξη ανασταλτική λειτουργία.

Πάνω από όλα προέχει η ασφάλεια των παιδιών .

Στα ξενοδοχεία διαχωρίζεται η ηλικία των παιδιών σε:

**Baby** ηλικίες ως 2ετών

Συνήθως την ευθύνη έχουν ειδικευμένοι βρεφονηπιοκόμοι , οι οποίοι εξασφαλίζουν στα παιδιά την τροφή , ανάπαυση , καθαριότητα , απασχόληση , το παιχνίδι αλλά και το καθημερινό τους μπάνιο. Είναι μια κρίσιμη ηλικία και τα παιδιά πρέπει να νοιώθουν ασφάλεια , ζεστασιά , εμπιστοσύνη.

**Petit** ηλικίες 2-4 ετών

Τα παιδιά είναι πιο μεγάλα και με ανεπτυγμένη τη σωματική κίνηση και την νοητική λειτουργία. Τα παιχνίδια πρέπει να έχουν έντονο το στοιχείο της κίνησης και του ρυθμού για να μπορούν να τα απασχολούν.

**Mini** ηλικίες 4-10ετών

Δίνεται μεγαλύτερη σημασία στην έκφραση των παιδιών , θεατρικά παιχνίδια , μουσικά παιχνίδια , χορός , ζωγραφική κ.α. Τα παιδιά αυτά έχουν μεγαλύτερη ανάγκη για κίνηση οπότε οι μικρές αθλητικές εγκαταστάσεις και η παιδική χαρά είναι απαραίτητα .

**Kids** ηλικίες 10-12 ετών

Σε αυτή την ηλικία τα παιδιά μπαίνουν πιο ενεργά στο κόσμο των καλών τεχνών και του αθλητισμού και έτσι είναι πιο εύκολο να καλλιεργήσουν την κοινωνικότητα τους . δημιουργούν αθλητικές ομάδες , παιχνίδια περιπέτειας , εκδρομές και φίλους.

**Teens** ηλικίες 12-16 ετών

Σε αυτή την ηλικία τα παιδιά συμμετέχουν σε πολλές δραστηριότητες των μεγάλων . δίνεται μεγάλη σημασία στη δημιουργία στενών φιλικών σχέσεων μεταξύ τους.

Ο πίνακας ανακοινώσεως για τα παιδιά πρέπει να είναι όσο το δυνατόν μεγαλύτερος με σχέδια και εικόνες έτσι ώστε να απευθύνονται στη ψυχολογία των παιδιών . ο προγραμματισμός πρέπει να είναι έγκαιρος ώστε να έχουν και οι γονείς τον κατάλληλο χρόνο ώστε να προετοιμαστούν κατάλληλα.

## ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΟ ΘΕΣΜΟ ΤΗΣ ANIMATION

Τα προβλήματα μπορούν να χωριστούν σε γενικά και ειδικά.

### Γενικά προβλήματα

- ✓ Η στελέχωση του τμήματος άθλησης και ψυχαγωγίας
- ✓ Οι animateur πρέπει να ψυχαγωγούν τους πελάτες με αγάπη , ενθουσιασμό και τις πρέπουσες αθλητικές , ψυχολογικές και εκπαιδευτικές γνώσεις
- ✓ Η γνώση ξένης γλώσσας ώστε να είναι εύκολη η επικοινωνία με τον πελάτη.
- ✓ Η έλλειψη εξειδίκευσης από κάποια κρατική σχολή ή δημόσια

### Ειδικά προβλήματα

- ✓ Υψηλό κόστος λειτουργίας του προγράμματος
- ✓ Συχνή αλλαγή προσωπικού και εγκατάλειψη καθηκόντων
- ✓ Χαμηλές επιδόσεις στη βαθμολογία του προγράμματος
- ✓ Προβλήματα επικοινωνίας και ένταξης στο τμήμα
- ✓ Δυσκολίες συνεργασίας του τμήματος animation με τα άλλα τμήματα του ξενοδοχείου.

Παρακάτω παρουσιάζουμε τις πιο σημαντικές αδυναμίες , ευκαιρίες και απειλές της animation στην Ελλάδα

### ***ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ***

Από τη γεωγραφική διασπορά των ξενοδοχείων με animation φαίνεται ότι οι θέσεις εργασίας προσφέρονται εκτός αστικών περιοχών και οι κύριοι εργοδότες είναι τα πολυτελή ξενοδοχεία στη Νότιο Ελλάδα. Η εργασία σε τέτοιες περιοχές απαιτεί αρχικά αλλαγή τρόπου ζωής και μετεγκατάσταση για μελλοντικούς εργαζομένους. Ταυτόχρονα, η εργασία αυτή προσφέρεται σε μια τουριστική



περίοδο κάθε φορά και οι animateurs πρέπει είτε να αναζητήσουν κάποια άλλη απασχόληση για τη χειμερινή περίοδο, είτε να παραμείνουν άνεργοι έως την επόμενη τουριστική περίοδο. Επιπλέον η υπάρχουσα εκπαίδευση στην animation είναι ελλιπής σε ξένες γλώσσες και πρακτική εξάσκηση και γενικά δεν μπορεί να θεωρηθεί επαρκής. Επίσης, στην εργασία αυτή απαιτείται αδιάκοπη διαπροσωπική επαφή με τους πελάτες. Αυτό σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι είναι διαρκώς εκτεθειμένοι σε άλλους ανθρώπους και ότι το έργο τους είναι εντατικό και συναισθηματικά εξουθενωτικό. Επιπρόσθετα, η εργασία στον ξενοδοχειακό τομέα έχει θεωρηθεί χαμηλών δεξιοτήτων (Choy, 2000), αν και αυτό πρέπει να εξετάζεται κατά περίπτωση. Οι παραπάνω διαπιστώσεις λειτουργούν σαν αντικίνητρα για καριέρα στους εν δυνάμει Έλληνες animateurs.

### ***ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.***

Ευκαιρία για την ανάπτυξη και βιωσιμότητα της animation αποτελούν τα κοινοτικά ερευνητικά προγράμματα, και τα προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας και εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος, όπως το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ενίσχυσης της Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ). Μέσα από τέτοια προγράμματα οι εκπαιδευτικοί και επαγγελματικοί φορείς μπορούν να καλλιεργήσουν σχετικά προγράμματα εκπαίδευσης και επαγγελματικής επιμόρφωσης όχι μόνο για ανιματέρ αλλά και για τα υπόλοιπα ξενοδοχειακά στελέχη που σχετίζονται με τη λειτουργία της ανιμασιόν (διευθυντές προσωπικού, δημόσιες σχέσεις, στελέχη υποδοχής). Ακόμη οι επαγγελματικοί φορείς μπορούν να προωθήσουν την animation σε νέες και νέους σαν ευκαιρία για εξάσκηση σε ξένες

γλώσσες και εκπαιδευτικά ταξίδια.

### ***ΑΠΕΙΛΕΣ.***

Απειλή για την βιωσιμότητα της ανιμασιόν στην Ελλάδα, μπορούν να θεωρηθούν η αστάθεια στη ζήτηση και στην προσφορά και η πτώση της τουριστικής κίνησης αφού οι ανιματέρ αποτελούν περιφερειακή ειδικότητα. Φαίνεται ότι αυτή είναι και η αιτία συρρίκνωσης του πληθυσμού των animateurs στην Ελλάδα, αν υπολογίσουμε τον αριθμό τους το 2003 σε 2.500 περίπου, ενώ ο Λύτρας (1993) ανέφερε 7.000 πριν από το 1993.

Η απειλή αυτή αντισταθμίζεται από την ευκαιρία που έχει η χώρα μας για την τουριστική δραστηριότητα μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Ακόμη, η βιωσιμότητα της animation σαν ειδικότητα αντιμετωπίζει τις ίδιες απειλές όπως και το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα, δηλαδή γραφειοκρατία, παραδοσιακές αντιλήψεις διοίκησης και υψηλή εποχικότητα. Επίσης απειλή μπορεί να θεωρηθεί η έλλειψη κινήτρων και ο «τυχοδιωκτισμός» των animateurs. Η παρούσα εικόνα των animateurs στην Ελλάδα δεν ανταποκρίνεται στα πρότυπα που αναφέρουν οι Oraschowski (1996) και Costa (2000) κάτι που απομακρύνει πιθανούς υποψήφιους για καριέρα.

Η εποχιακή εργασία μπορεί να θεωρηθεί πρόκληση από μη Έλληνες animateurs (για συλλογή εμπειριών), ενώ για τους Έλληνες η εποχική εργασία μάλλον θεωρείται αντικίνητρο. Άλλη απειλή θεωρείται η μεγάλη κινητικότητα στο χώρο αφού η πλειοψηφία των ανιματέρ στα

ξενοδοχεία είναι νεαρής ηλικίας, αλλά δεν την έχουν πρόθεση να εργαστούν ξανά στο ίδιο ξενοδοχείο. Έτσι μεγάλο μέρος του προσωπικού αντικαθίσταται σε κάθε τουριστική περίοδο με αποτέλεσμα

(α) τη διαρκή έλλειψη προσωπικού

(β) την αποτυχία αξιοποίησης της όποιας επαγγελματικής εμπειρίας.

Αυτά συνεπάγονται και χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών.

Η αυξημένη πρόθεση για αποχώρηση δείχνει ότι η animation αντιμετωπίζεται σαν πρόσκαιρη απασχόληση. Αιτία μπορεί να είναι το ότι δεν έχει θεσμοθετηθεί σαν ξενοδοχειακό επάγγελμα στην Ελλάδα και έτσι δεν υπάρχουν σαφείς προδιαγραφές και έλεγχος από αναγνωρισμένο φορέα. Αν και η ύπαρξη δυνατοτήτων άθλησης και ψυχαγωγίας συνδέεται με την κατάταξη των ξενοδοχειακών μονάδων σε κατηγορίες πολυτελείας (Ντιγριντάκης, 2000), η αναγνώριση της animation σε ξενοδοχειακό επάγγελμα δεν προβλέπεται να συμβεί σύντομα. Όσο αυτό δεν συμβαίνει δεν μπορούν να υπάρξουν και επίσημα στατιστικά στοιχεία για την πορεία της.

Η εποχικότητα και η γεωγραφικά απομακρυσμένη θέση των ξενοδοχείων μπορούν να αντιστραφούν σε κίνητρα, αν οι επιχειρήσεις δημιουργήσουν ελκυστικό περιβάλλον και πακέτο παροχών για Έλληνες που ενδιαφέρονται να εργαστούν ως animateurs. Αυτό προϋποθέτει υψηλό λειτουργικό κόστος, αλλά το παράδειγμα ορισμένων επιχειρήσεων δείχνει ότι μπορούν να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές (Bourgignon, 1998; Γλυνιά & Μαλλιωτάκης, 1999).

Άλλωστε, λόγω επέκτασης της αγοράς της διαμονής τύπου all inclusive στην ελληνική πελατεία, φαίνεται ότι θα υπάρξει ζήτηση για εργασία περισσότερων Ελλήνων για animateurs.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ /ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ ΚΩΝ/ΝΟΣ
2. WWW.TRAVELDAILYNEWS.GR
3. CANNAN ET AT (1992: 72-73 )
4. GATTI MEREVAK TAGILIAFERRO 2000
5. WWW.CLUBMED.COM
6. WWW.SANDALSINN.COM
7. Η ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΟΝ ΤΟΜΕΑ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ  
ANIMATION ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ / ΕΛΕΝΗ ΓΛΥΝΙΑ ΚΑΙ ΓΕΩΡΓΙΟΣ  
ΚΩΣΤΑ
8. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΘΛΗΣΗΣ ΚΑΙ  
ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΔΙΑΚΟΠΩΝ / ΕΛΕΝΗ  
ΓΛΥΝΙΑ ΚΑΙ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΩΣΤΑ
9. ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ ΚΑΙ ΑΘΛΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ /  
ΦΙΛΙΠΠΙΔΗΣ -ΓΚΟΛΙΑΣ