



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ -
ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΗ: ΕΥΔΟΚΙΑ ΒΑΠΟΡΙΔΗ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΑΜΠΙΣΟΠΟΥΛΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2010

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Η εξέλιξη του τουρισμού	3
1.2 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού	6

Κεφάλαιο 2

Ψυχαγωγία και άθληση στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

2.1 Η animation και η αναγκαιότητά της	18
2.1.a Ψυχαγωγία	18
2.1.b Αθλητισμός	18
2.2 Το έργο της animation	19
2.3 Ψυχαγωγικές δραστηριότητες	19
2.3.1 Οι ομάδες των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων	19
2.3.2 Τα εργαλεία της ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας	19
2.4 Αθλητικές τακτικές	20
2.4.1 Συνήθεις αθλητικές δραστηριότητες στα καλοκαιρινά hotel clubs	20
2.5 Οι διακρίσεις της παιδικής ψυχαγωγίας	21

Κεφάλαιο 3

Οικογενειακός τουρισμός. Διακοπές για μικρούς και μεγάλους

3.1. Οικογένεια – τουριστικές επιλογές και «κύκλος ζωής» της οικογένειας	22
3.2. Οικογενειακά ξενοδοχεία (family hotels)	26
3.3. Παιδική animation, Mini Club	29
3.4. Η τεχνική υποδομή	32
3.5. Εγκαταστάσεις του “Mini Club”	32
3.6. Εγκαταστάσεις για τους δεκαεπτάχροτους	34
3.7. Το έμπυχο δυναμικό	35
3.8. Τα πιθανά προβλήματα	35
3.9. Στον παράδεισο των Family Hotels	36
3.9.1. Aldemar Olympian Village (Σκαφιδιά, Πελοπόννησος)	36
3.9.2. Silva Maris (Χερσόνησος, Κρήτη)	37
3.9.3. Messonghi Beach (Μωραΐτικα, Κέρκυρα)	38
3.9.4. Porto Carras (Σιθωνία, Χαλκιδική)	40
3.9.5. Athenia Med Hotel (Μαραθώνας, Αττική)	41
3.9.6. Sunmarotel Miramare Beach (Μοραΐτικα, Κέρκυρα)	42
3.9.7. AKS Annabelle Village (Χερσόνησος, Κρήτη)	42
3.9.8. Καλημέρα Κρήτη Hotel and Village Resort (Σίσσυ, Κρήτη)	43

Κεφάλαιο 4

4.1. Έρευνα Κάπα Research	
Αμείωτη η διάθεση των Ελλήνων για τουρισμό	44
4.2. Τουριστικό Πανόραμα 2003	
Έρευνα: «Η ύφεση επηρεάζει αλλά δεν ματαιώνει τα σχέδια των Ελλήνων για διακοπές»	47
4.3. Ενδεικτικές τιμές δωματίων	49
4.3.1. Aldemar Olympian village, Πελοπόννησος	50
4.3.2. Silva Maris, Κρήτη	53
4.3.3. Messonghi Beach, Κέρκυρα	53
4.3.4. Sunmarotel Miramare Beach, Κερκύρα	54
4.4. Στατιστική έρευνα των οικογενειακών προϋπολογισμών	55

Κεφάλαιο 5

5. Επίλογος	58
5.1. Συνεργασία για ανάπτυξη	58
5.3. Προβλέψεις.	59

Βιβλιογραφία

60

1.1 Η εξέλιξη του τουρισμού

Η εξέλιξη του τουρισμού¹, σαν οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο υπήρξε εντυπωσιακή στο δεύτερο μισό του αιώνα μας. Αυτή θα πρέπει να αποδοθεί κυρίως στον εκδημοκρατισμό του και στη "λαϊκοποίηση" των μεταφορικών μέσων, αλλά και σε άλλους εξίσου σημαντικούς παράγοντες όπως είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η δικαιότερη διανομή του εθνικού εισοδήματος και του πλούτου, η βελτίωση των συνθηκών εργασίας και των όρων αμοιβής των εργαζομένων, η απλούστευση των διατυπώσεων στις μετακινήσεις των ανθρώπων από χώρα σε χώρα κλπ.

Η συνειδητοποίηση των άμεσων και έμμεσων ευεργετικών επιδράσεων του τουρισμού στις οικονομίες οδήγησε τις πολιτικές εξουσίες πολλών χωρών να πάρουν μέτρα για την ανάπτυξη του και για την αντιμετώπιση του σαν ιδιαίτερου κλάδου οικονομικής δραστηριότητας. Ο τουρισμός διακρίνεται σήμερα σε έξι βασικές κατηγορίες και συγκεκριμένα τις εξής: (1) στο μαζικό τουρισμό, που χαρακτηρίζεται από ομαδικότητα συμμετοχής των τουριστών στις διάφορες φάσεις της τουριστικής δραστηριότητας, (2) στον ατομικό τουρισμό, που χαρακτηρίζεται από την ανεξάρτητη ατομική οργάνωση και εκτέλεση του ταξιδιού εκ μέρους των τουριστών, (3) στον εσωτερικό τουρισμό, που πραγματοποιείται από τον ντόπιο πληθυσμό μιας χώρας μέσα στα φυσικά της όρια, δηλαδή μέσα στην επικράτεια της, (4) στον εξωτερικό τουρισμό, που πραγματοποιείται από άτομα που εγκαταλείπουν προσωρινά την χώρα στην οποία διαμένουν μόνιμα για να επισκεφτούν κάποιες άλλες χώρες για τουριστικούς λόγους, (5) στο συνεχή τουρισμό, που διαρκεί όλο τον χρόνο και (6) στον εποχιακό τουρισμό που δεν διαρκεί όλο το χρόνο.

Παρά το γεγονός ότι η συμβολή τουρισμού στην οικονομική ανάπτυξη και πρόοδο αποτέλεσε σχεδόν πάντα αντικείμενο αντιπαράθεσεων και κριτικής, σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι αυτή είναι κατά κανόνα θετική. Αυτό όμως σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει ότι η ανάπτυξη του τουρισμού μπορεί να αποτελέσει πανάκεια για την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων μιας χώρας. Γι' αυτόν το λόγο η μονόπλευρη ανάπτυξή του δεν ενδείκνυται.

Ας σημειωθεί ότι η σημασία του τουρισμού και ειδικότερα η θέση του στις οικονομίες τόσο των αναπτυσσόμενων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών θα πρέπει να εξετάζεται κάτω από το πρίσμα της αναζήτησης του βαθμού αποδοτικότητας του, σαν κλάδου οικονομικής δραστηριότητας, μέσα στο ευρύτερο φάσμα του οικονομικού και κοινωνικού κόστους που δημιουργείται από την ανάπτυξη της παραγωγικής του δραστηριότητας.

Η μαζική μετακίνηση των τουριστών μέσα κι έξω από την χώρα στην οποία διαμένουν μόνιμα αποτελεί ένα από τα χαρακτηριστικότερα γνωρίσματα του σύγχρονου τουρισμού. Στην ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού μελλοντικά, σημαντικό ρόλο θα παίξει η παραπέρα εξέλιξη των αερομεταφορών, αλλά κι η προώθηση νέων δυναμικών εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

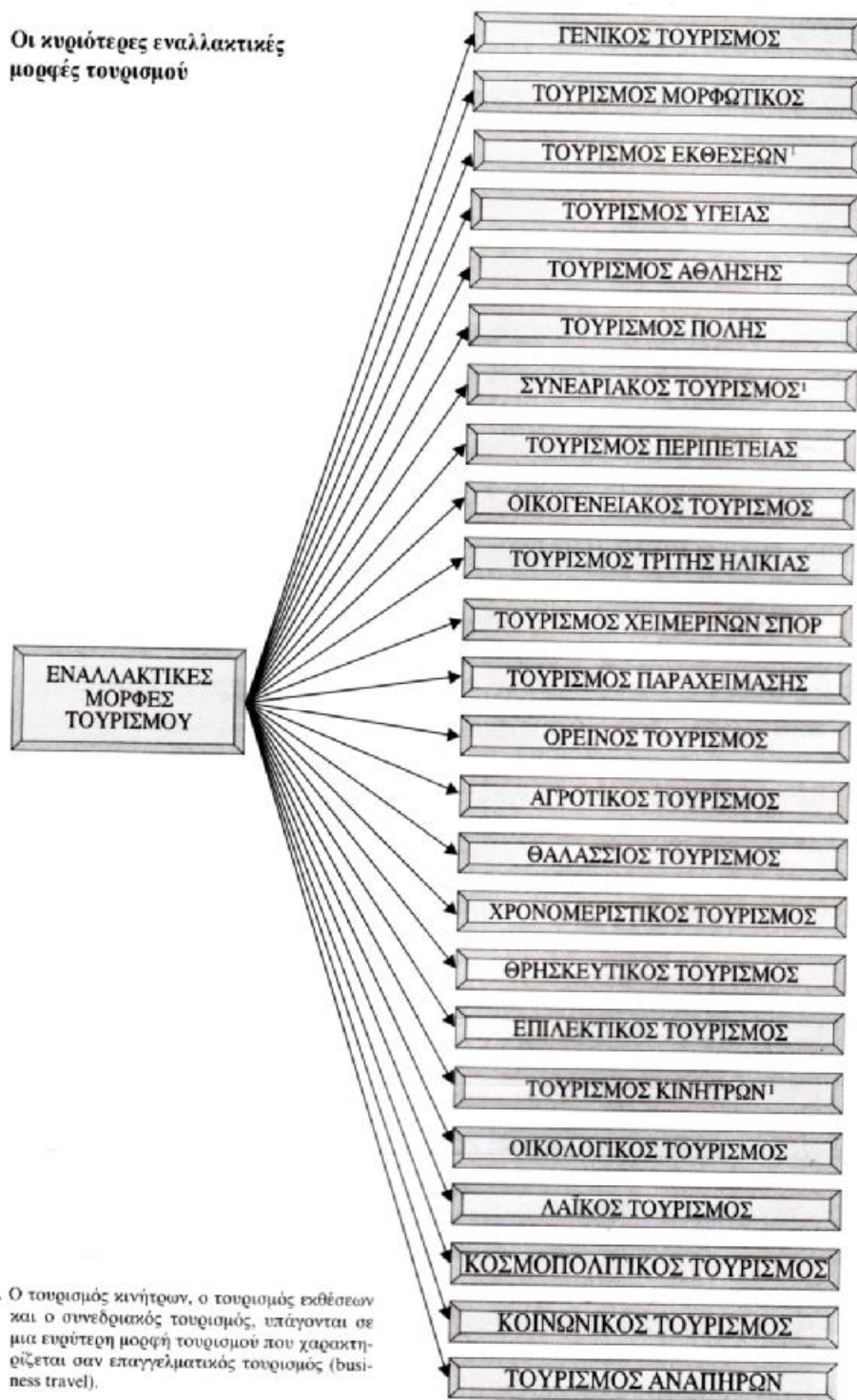
Παράλληλα με την τάση αύξησης του μαζικού τουρισμού παρατηρείται και μια τάση αύξησης του ατομικού τουρισμού, πλην όμως σε ποσοστά μικρότερα εκείνων του μαζικού τουρισμού. Στη μελλοντική ανάπτυξη του ατομικού τουρισμού αποφασιστικό ρόλο θα παίξει τόσο η μείωση του κόστους που απαιτείται σήμερα για την εκτέλεση ενός ατομικού προγράμματος διακοπών, όσο και η βελτίωση και επέκταση των διάφορων μορφών τοπικών συγκοινωνιών, η αναβάθμιση της λειτουργίας των σταθμών υποδοχής τουριστών, η βελτίωση της οδικής σήμανσης και η απλούστευση των διαδικασιών εισόδου-εξόδου των τουριστών στις χώρες του τουριστικού τους προορισμού. Προκειμένου να επαναπροσδιοριστεί η τουριστική πολιτική πολλών χωρών ώστε να ξεπεραστούν στο μέτρο του εφικτού τα

¹ Νίκου Γ. Ηγουμενάκη, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1997.

προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές τους οικονομίες, οι πολιτικές τους εξουσίες ενθαρρύνουν την ανάπτυξη ορισμένων εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Η αύξηση του τουρισμού αναπόφευκτα δημιουργεί στις χώρες υποδοχής τουριστών προβλήματα και υποχρεώσεις. Για να μπορέσουν αυτές να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των διογκούμενων ρευμάτων του διεθνούς τουρισμού, θα πρέπει να αντιμετωπιστούν εκ μέρους τους ορισμένα βασικά προβλήματα τα σημαντικότερα από τα οποία είναι: η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος, η ποιοτική βελτίωση της τουριστικής πελατείας, η δημιουργία νέων τύπων τουριστικών καταλυμάτων, η βελτίωση των συγκοινωνιών και ο εκσυγχρονισμός των αεροδρομίων, η απρόσκοπτη τροφοδοσία των τουριστών, η αναβάθμιση των τουριστικών και άλλων υπηρεσιών και τέλος η ποσοτική και ποιοτική βελτίωση των μέσων ψυχαγωγίας των τουριστών.

Οι κυριότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού



ΠΗΓΗ: Τουριστική Οικονομία, Ν.Γ. Ηγουμενάκης, Interbooks, 1997

1.2 Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού²

Για την καταπολέμηση σοβαρών προβλημάτων που αντιμετωπίζει σήμερα ο τουρισμός σε πολλές χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών, μεταξύ των οποίων και το πρόβλημα της εποχικότητας, οι πολιτικές τους εξουσίες και ειδικότερα οι αρμόδιοι για τον τουρισμό στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα αναπτύσσουν διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες κάτω από προϋποθέσεις μπορούν να δώσουν διέξοδο στα αδιέξοδά του.

Στη συνέχεια παραθέτουμε μία σειρά ειδικών μορφών τουρισμού, οι οποίες συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη μιας χώρας και παρουσιάζουν παράλληλα ψυχολογικό και κοινωνικό ενδιαφέρον, όπως εμφανίζονται και στο παραπάνω διάγραμμα.

Η αναφορά δεν είναι αναλυτική, γιατί στόχος της είναι η απλή καταγραφή και ανάδειξη των βασικών χαρακτηριστικών των ειδικών μορφών τουρισμού.

α. Γενικός τουρισμός

Ο γενικός τουρισμός ή τουρισμός διακοπών-αναψυχής, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου που σχετίζεται στενά με την ανάγκη ή την επιθυμία που έχει αυτό για ανάπαυση και αναψυχή. Η μορφή αυτή τουρισμού είναι αναμφίβολα η σημαντικότερη τόσο από άποψης μεγέθους στο σύνολο της τουριστικής αγοράς όσο και από άποψης αναγκών σε πόρους και υπηρεσίες που απαιτούνται για την καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών.

Ο γενικός τουρισμός, δηλαδή τουρισμός διακοπών-αναψυχής, ως προς τη μορφή του διακρίνεται γενικά σε τρεις κατηγορίες και συγκεκριμένα: (1) σε τουρισμό περιήγησης, όπου ο τουρίστας παρουσιάζει γεωγραφική κινητικότητα και μετακινείται τον περισσότερο χρόνο των διακοπών του από χώρα σε χώρα ή/ και από περιοχή σε περιοχή στην ίδια μοναδική χώρα τουριστικού προορισμού, (2) σε τουρισμό διαμονής, όπου ο τουρίστας παραμένει στην ίδια συγκεκριμένη περιοχή ή τόπο της χώρας τουριστικού προορισμού σε όλη τη διάρκεια των διακοπών του, και (3) σε τουρισμό μικτού χαρακτήρα, που περιλαμβάνει τουρισμό περιήγησης και τουρισμό διαμονής.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του γενικού τουρισμού, που, όπως είναι γνωστό, αποτελεί την πιο προσοδοφόρα μορφή του σύγχρονου τουρισμού, είναι η δημιουργία μιας κατάλληλης υποδομής, όπως είναι για παράδειγμα η κατασκευή τουριστικών καταλυμάτων όλων των ειδών και κατηγοριών, η ύπαρξη αναπτυγμένου συγκοινωνιακού δικτύου και σύγχρονων μεταφορικών μέσων, η επάρκεια ψυχαγωγίας και διασκέδασης, η δυνατότητα για ψώνια και κατά προτίμηση αφορολογητών ειδών, η κατάλληλη εκπαίδευση των στελεχών και του ειδικευμένου προσωπικού που απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία κλπ.

² Νίκου Γ. Ηγουμενάκη, «Τουριστική Οικονομία», Τόμος Α', εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1997.

β. Μορφωτικός τουρισμός

Ο μορφωτικός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού, στην οποία τα άτομα έχουν

σαν κύριο σκοπό τη συμμετοχή σε πολιτιστικές, γενικά εκδηλώσεις. Συγκεκριμένα, αυτό το είδος τουρισμού, που ως σημειωθεί εμφανίζει ανοδικές τάσεις διεθνώς, περιλαμβάνει μεταξύ άλλων επισκέψεις ιστορικών μνημείων αρχαιολογικών χώρων, μουσείων, πινακοθηκών, παρακολουθήσεις συναυλιών, θεατρικών παραστάσεων, όπερας, καθώς επίσης συμμετοχές σε πολιτιστικές εκδηλώσεις ή σεμινάρια γλωσσολογίας, φιλοσοφίας, ψυχολογίας, κοινωνιολογίας, ανθρωπολογίας κλπ.

Εξυπακούεται ότι για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού απαιτείται πέρα από τη βασική τουριστική υποδομή και ειδική υποδομή, όπως για παράδειγμα πλούσια προγράμματα πολιτιστικών, καλλιτεχνικών και μορφωτικών εκδηλώσεων. Κάτι τέτοιο όμως προϋποθέτει την ύπαρξη διεθνούς φήμης θεάτρων κάθε είδους, μουσείων, πινακοθηκών, ιστορικών χώρων, βιβλιοθηκών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων όλων των βαθμίδων της εκπαίδευσης κλπ.

γ. Τουρισμός εκθέσεων

Ο τουρισμός εκθέσεων πρόκειται ουσιαστικά για μια μορφή τουρισμού που αναπτύσσεται δυναμικά ολοένα και περισσότερο. Σε αυτήν υπάγονται κάθε είδους εκθέσεις που συνήθως οργανώνονται σε μεγάλα αστικά κέντρα, ώστε οι επισκέπτες τους να μπορούν να συνδυάσουν την επαγγελματική τους ενημέρωση με κάποια μορφή τουρισμού όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού εκθέσεων, απαιτείται εκτός άλλων και η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και συγκεκριμένα σύγχρονων εκθεσιακών χώρων, που να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι και να διαθέτουν τους αναγκαίους βοηθητικούς χώρους, δηλαδή εστιατόρια, καφετέριες, ταχυδρομείο, γραφείο εξυπηρέτησης επισκεπτών, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρείο κλπ.

δ. Τουρισμός υγείας

Ο τουρισμός υγείας ή θεραπευτικός τουρισμός, όπως ονομαζόταν, παλαιότερα, εξελίσσεται σε μια από τις βασικότερες μορφές τουρισμού, τα δε άτομα που μετέχουν σε αυτόν έχουν σαν κύριο κίνητρο την αποκατάσταση και διατήρηση της υγείας τους, τη θεραπεία και ανάρρωση τους από διάφορες ασθένειες κλπ.

Ας σημειωθεί ότι τα άτομα αυτά, που κυρίως κατοικούν σε μεγαλουπόλεις και είναι κατά το πλείστον εύπορα, επενδύουν χρόνο και χρήματα στην υγεία τους και κατ' επέκταση στη μακροζωία τους.

Τα βασικά χαρακτηριστικά αυτής της μορφής τουρισμού αναφέρονται από τη μια πλευρά στη σύνθεση της πελατείας του, που αποτελείται αποκλειστικά από άτομα της δεύτερης και τρίτης ηλικίας και από την άλλη πλευρά στον τουριστικό προορισμό που προσφέρονται οι υπηρεσίες υγείας και που προσδιορίζεται αποκλειστικά από τους

φυσικούς του πόρους.

Η μορφή αυτή τουρισμού, εκτός από ειδικές εγκαταστάσεις υδρο-λουτρο-θαλασσο-αεροθεραπείας και καταλύματα αξιώσεων με συμπληρωματικές εγκαταστάσεις, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, χώρους ψυχαγωγίας, χώρους άθλησης κλπ., απαιτεί και ειδικές ιατρικές και φυσιοθεραπευτικές υπηρεσίες.

ε. Τουρισμός άθλησης

Ο τουρισμός άθλησης έχει σαν κύριο κίνητρο την άσκηση ενός αθλήματος, όπως είναι για παράδειγμα η ποδηλασία, η ιππασία, το τένις, η πεζοπορία, το γκολφ, η ανεμοπορία, διάφορα προγράμματα γυμναστικής κλπ.

Η άθληση σαν απασχόληση κατά τη διάρκεια των διακοπών θεωρείται σε αυτήν τη μορφή τουρισμού ο πιο σημαντικός παράγοντας μαζί με τη δυνατότητα που υπάρχει για την πραγματοποίηση εκδρομών και περιηγήσεων.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού είναι η δημιουργία εγκαταστάσεων άθλησης εκ μέρους των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και η απασχόληση έμπειρων γυμναστών, εκπαιδευτών κλπ. Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι μια τέτοια επένδυση σε συμπληρωματικές εγκαταστάσεις άθλησης, ανεβάζει αναμφίβολα το επίπεδο αξίας της απόλαυσης των διακοπών, παράλληλα δε με την ανταγωνιστικότητα και το κύρος της ξενοδοχειακής επιχείρησης, βελτιώνει την πληρότητα της και γενικά προσελκύει πελατεία υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

στ. Τουρισμός πόλης

Ο τουρισμός πόλης πρόκειται για μια μορφή τουρισμού που έχει σαν κύριο χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που μετέχουν σε αυτόν ταξιδεύουν σε μια πόλη και την περιηγούνται για μερικές ημέρες, συνήθως δε τρεις ως τέσσερις. Οι περιηγήσεις είναι άμεσα δεμένες με το μορφωτικό τουρισμό και ιδιαίτερα με διάφορες πολιτιστικές εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια παίζουν και αυτά με τη σειρά τους σημαντικό ρόλο.

Ο τουρισμός πόλης πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από άτομα ανώτερης μορφωτικής και εισοδηματικής στάθμης, που κατοικούν κατά το πλείστον σε μεγάλα αστικά κέντρα και που ταξιδεύουν τις περισσότερες φορές χωρίς να συνοδεύονται από τις οικογένειές τους. Τα ταξίδια αυτά οργανώνονται και εκτελούνται σε μεγάλο ποσοστό από tour operators, ταξιδιωτικά / τουριστικά πρακτορεία και αεροπορικές εταιρίες.

Επίσης θα πρέπει να ειπωθεί ότι ένας ακόμα πόλος έλξης για πολλά άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό, είναι η νυκτερινή ζωή, η διασκέδαση, τα ψώνια, οι ενδιαφέρουσες εκδρομές και τέλος το ωραίο περιβάλλον.

ζ. Συνεδριακός τουρισμός

Στο συνεδριακό τουρισμό υπάγονται κάθε είδους οργανωμένες εκδηλώσεις, όπως για παράδειγμα συνέδρια ή συναντήσεις με μεγάλο ή μικρό αριθμό συμμετοχών και σε οποιοδήποτε επίπεδο, δηλαδή τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές. Επειδή ο συνεδριακός τουρισμός είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας, δυο ως τέσσερις ημέρες συνήθως, συνδυάζεται με κάποια άλλη μορφή τουρισμού, όπως για παράδειγμα τουρισμό πόλης, μορφωτικό τουρισμό κλπ.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού σε μια χώρα υποδοχής τουριστών είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής και ανωδομής και συγκεκριμένα η κατασκευή σύγχρονων συνεδριακών κέντρων άρτια τεχνικά εξοπλισμένων και με βοηθητικούς χώρους κάθε είδους, όπως για παράδειγμα εστιατόρια, αναψυκτήρια, χώρους στάθμευσης αυτοκινήτων, ιατρεία, ταχυδρομεία, γραφεία εξυπηρέτησης συνέδρων κλπ., καθώς επίσης η κατασκευή αιθουσών συνεδρίων μεγάλης χωρητικότητας εκ μέρους των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων του κέντρου και της περιφέρειας.

Ας σημειωθεί ότι η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερομένων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει να αναπτύξει το συνεδριακό τουρισμό, πέρα από το ό,τι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλκυση ενδιαφερομένων, θα προβάλλει παράλληλα και την ίδια στο εξωτερικό σαν χώρα συνεδριακού τουρισμού.

η. Τουρισμός περιπέτειας

Ο τουρισμός περιπέτειας πρόκειται για μια μορφή τουρισμού με έντονο το στοιχείο του απροσδόκητου, του άγνωστου και της έκπληξης. Φωτογραφικά σαφάρι, περιπλανήσεις σε άγνωστες περιοχές, κωπηλασία σε ορμητικούς ποταμούς κλπ. αποτελούν μερικά από τα χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τουρισμό είναι συνήθως νέοι άνθρωποι, κατά κύριο λόγο δε ελεύθεροι επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων.

Επίσης θα πρέπει να σημειωθεί ότι η ζήτηση για τουρισμό περιπέτειας προβλέπεται να σημειώσει διεθνώς αύξηση, έρχεται δε να καλύψει μια ανάγκη ή επιθυμία του σύγχρονου ανθρώπου των μεγαλουπόλεων για εκτόνωση από το στρες που του προκαλεί ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η ανία της ρουτίνας.

θ. Οικογενειακός τουρισμός

Είναι γνωστό ότι η ύπαρξη παιδιών σε μια οικογένεια αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα επιλογής τόσο του τόπου διακοπών όσο και του χρόνου που θα πραγματοποιηθούν αυτές.

Οι tour operators γνωρίζουν ότι όταν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν στην τουριστική αγορά είναι προσιτά στις οικογένειες, τότε αυτές ταξιδεύουν συνήθως με τα παιδιά τους. Αλλά ακόμα και αν τα τουριστικά πακέτα που προσφέρουν δεν είναι και τόσο προσιτά στον οικογενειακό προϋπολογισμό, προσπαθούν να τα κάνουν, προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις για τα παιδιά. Επίσης προσφέρουν διάφορες εκπτώσεις και στα παιδιά των οικογενειών που κάνουν ατομικό και όχι μαζικό τουρισμό, όπως για παράδειγμα στα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν για τη μετακίνησή τους από τον τόπο της μόνιμης διαμονής τους στον τόπο του τουριστικού

τους προορισμού.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του οικογενειακού τουρισμού είναι η δημιουργία κατάλληλης υποδομής, όπως για παράδειγμα αίθουσες παιχνιδιών, παιδικές χαρές, παιδικές πισίνες, παιδικόι σταθμοί κλπ. και ακόμα ειδικευμένο προσωπικό για να προσέχει και να συντροφεύει μικρά κυρίως παιδιά.

ι. Τουρισμός τρίτης ηλικίας

Η τάση που υπάρχει σήμερα για περισσότερα και μακρύτερα ταξίδια επηρέασε, όπως είναι φυσικό, και την τρίτη ηλικία που συνήθως διαθέτει, ελεύθερο χρόνο, σταθερό εισόδημα, ψηλό δείκτη αποταμίευσης λόγω νοοτροπίας και τρόπου ζωής, μα πάνω απ' όλα μεγάλη επιθυμία για τα ταξίδια και γενικότερα για τουρισμό.

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι η τρίτη ηλικία αποτελεί το συντηρητικότερο τμήμα του τουριστικού δυναμικού μιας χώρας που κινείται συνήθως τουριστικά στο εσωτερικό της ή το πολύ σε χώρες κοντινές και κυρίως σε αυτές που συνορεύουν με τη χώρα της μόνιμης διαμονής τους. Τα συγκοινωνιακά μέσα που χρησιμοποιεί γι αυτόν το σκοπό είναι κατά κύριο λόγο το τρένο, κατά δεύτερο λόγο το ιδιωτικό αυτοκίνητο και το πούλμαν και κατά τρίτο λόγο το αεροπλάνο.

Για τον τουρισμό τρίτης ηλικίας δεν απαιτείται ειδική υποδομή εκ μέρους των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να τον αναπτύξουν.

κ. Τουρισμός χειμερινών σπορ

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ είναι μια δυναμική μορφή τουρισμού που προσπαθούν να αναπτύξουν οι χώρες υποδοχής τουριστών στο πλαίσιο της προσπάθειάς τους να διαφοροποιήσουν το τουριστικό τους προϊόν και με αυτόν τον τρόπο να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευτούν τους αδρανείς μήνες και να προσελκύσουν διάφορες κατηγορίες τουριστών, κυρίως δε υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Ο τουρισμός χειμερινών σπορ καλύπτει το σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που διεξάγονται στη διάρκεια του χειμώνα. Συγκεκριμένα καλύπτει τις δραστηριότητες εκείνες που εκδηλώνονται σε ορισμένο γεωγραφικό χώρο και για την ακρίβεια συνήθως σε ορεινές περιοχές σε συνδυασμό πάντα με ορισμένες κλιματολογικές συνθήκες, όπως για παράδειγμα χαμηλές θερμοκρασίες που πλησιάζουν τους 0° Κελσίου ή και κάτω από αυτούς, πολύ χιόνι κλπ.

Τα άτομα που κάνουν αυτής της μορφής τον τουρισμό συνδέονται αποκλειστικά με χειμερινά σπορ και με συναφείς προς αυτά δραστηριότητες.

Η ανάπτυξη του τουρισμού χειμερινών σπορ προϋποθέτει εκτός άλλων τη δημιουργία μιας κατάλληλης υποδομής όπως για παράδειγμα άρτια οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα, πίστες πάγου για έλκηθρα και άλλης κατηγορίας έλκηθρα, αγωνιστικές πίστες σκι, πίστες σκι για παιδιά, αρχάριους και ερασιτέχνες σκιέρ, τουριστικά καταλύματα όλων των κατηγοριών και κυρίως πέντε και τεσσάρων αστέρων, συγκοινωνιακή σύνδεση των κέντρων χειμερινών σπορ με τα μεγάλα αστικά κέντρα και τους χώρους υποδοχής τουριστών, όπως για παράδειγμα αεροδρόμια, σιδηροδρομικούς σταθμούς, λιμάνια κλπ.

λ. Τουρισμός παραχείμασης

Ο τουρισμός παραχείμασης αναφέρεται στις τουριστικές δραστηριότητες ατόμων που κατά τη διάρκεια του χειμώνα κάνουν διακοπές μικρής ή μεγάλης διάρκειας σε χώρες με ήπια κλίματα για να αποφύγουν τις αντίξοες καιρικές συνθήκες που επικρατούν στους τόπους της μόνιμης διαμονής τους.

Τα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό είναι κατά το πλείστον άτομα της τρίτης ηλικίας που αντιμετωπίζουν προβλήματα υγείας και που έχουν ελεύθερο χρόνο στη διάθεση τους και σταθερό εισόδημα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού παραχείμασης με ταχύτερους ρυθμούς θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες κυρίως όμως από την αρτιότητα των τουριστικών πακέτων παραχείμασης και την τιμή διάθεσης τους στην τουριστική αγορά. Στη διαμόρφωση χαμηλών τιμών τουριστικών πακέτων παραχείμασης θα συμβάλουν η καθιέρωση ειδικών χαμηλών ναύλων από τα διάφορα μέσα μαζικής μεταφοράς, καθώς επίσης η πραγματοποίηση εκπτώσεων στις υπηρεσίες φιλοξενίας που προσφέρουν τα διάφορα τουριστικά καταλύματα κατά τη χειμερινή περίοδο.

μ. Ορεινός τουρισμός

Ο ορεινός τουρισμός, αν και παρουσιάζει ορισμένες ομοιότητες με τον τουρισμό χειμερινών σπορ, σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να ταυτιστεί με αυτόν. Συγκεκριμένα δεν έχει χρονικούς περιορισμούς εκδήλωσης και αναφέρεται στο σύνολο των δραστηριοτήτων υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που εκδηλώνεται αποκλειστικά και μόνο στις ορεινές περιοχές των χωρών υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν αυτής της μορφής τουρισμό.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του ορεινού τουρισμού είναι η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων που δένουν με το φυσικό περιβάλλον και διαθέτουν όσο το δυνατό περισσότερους συμπληρωματικούς χώρους, όπως εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες, αίθουσες αναψυχής κλπ.

Επίσης θα πρέπει οι ορεινές αυτές περιοχές, στις οποίες αναπτύσσονται κάθε είδους δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού, να εξυπηρετούνται συγκοινωνιακά όσο το δυνατό πληρέστερα και καλύτερα γίνεται.

ν. Αγροτικός τουρισμός

Ο αγροτικός τουρισμός ή αγροτουρισμός, όπως χαρακτηρίζεται και αλλιώς, αναφέρεται στις δραστηριότητες υπαίθριας αναψυχής και τουρισμού που αναπτύσσονται στον αγροτικό χώρο και εντάσσονται στο πλαίσιο του αγροτικού περιβάλλοντος και της αγροτικής ζωής.

Συγκεκριμένα αναφέρεται σε μορφές τουριστικών δραστηριοτήτων που εντάσσονται οργανικά και αρμονικά στον αγροτικό χώρο και περιλαμβάνει διάφορες τουριστικές δραστηριότητες που είναι συμπληρωματικές ή δεν έρχονται σε σύγκρουση με άλλες δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα οικονομικές και κοινωνικές, που χαρακτηρίζουν τον αγροτικό χώρο.

Σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική και εμπειρία, ο αγροτικός τουρισμός διακρίνεται σε δύο βασικές μορφές και συγκεκριμένα:

(1) Σε εκείνη που καλύπτει υποδοχή και φιλοξενία τουριστών σε αγροκτήματα, όπου οι φιλοξενούμενοι συμμετέχουν στη ζωή των αγροτών και στις αγροτικές δραστηριότητες γενικότερα. Η μορφή αυτή αγροτικού τουρισμού είναι ευρύτερα γνωστή σαν *διακοπές αγροικιών*.

(2) Σε εκείνη που αφορά στη δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων και ενοικιαζόμενων δωματίων σε εξωαστικούς μικροσυνοικισμούς όχι απαραίτητα αγροτικού χαρακτήρα, και τη φιλοξενία τουριστών σε αυτά συνήθως με το σύστημα "κλίνη και πρόγευμα".

Η ανάπτυξη του αγροτικού τουρισμού σε οποιαδήποτε αγροτική περιοχή προϋποθέτει τη δημιουργία της κατάλληλης εκείνης υποδομής που θα επιτρέψει την ανάπτυξη των σχετικών δραστηριοτήτων, όπως για παράδειγμα εσωτερική διαμόρφωση και εξοπλισμός δωματίων που προορίζονται για ενοικίαση, διάνοιξη δρόμων ή βελτίωση του ήδη υφιστάμενου οδικού δικτύου, δημιουργία χώρων εστίασης και αναψυχής, αξιοποίηση των τουριστικών φυσικών πόρων της περιοχής κλπ.

ξ. Θαλάσσιος τουρισμός

Ο θαλάσσιος τουρισμός αναφέρεται στο σύνολο των τουριστικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο χώρο μιας χώρας υποδοχής τουριστών και όχι μόνο. Αναμφίβολα ο θαλάσσιος τουρισμός αποτελεί μια από τις δυναμικότερες και επιλεκτικότερες μορφές του σύγχρονου τουρισμού, αφού η σημασία του στις τουριστικές οικονομίες των χωρών που έχουν τόσο τις φυσικές προϋποθέσεις όσο και τις οικονομικές δυνατότητες να τον αναπτύξουν είναι κυριολεκτικά μεγάλη.

Η πιο παραγωγική και συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι, οπωσδήποτε, εκείνη της ναύλωσης σκαφών αναψυχής κάθε είδους, όπως για παράδειγμα πολυτελών θαλαμηγών, ιστιοφόρων, ταχύπλων σκαφών κλπ. Η πελατεία στην οποία απευθύνεται και οι ανάγκες ή επιθυμίες της οποίας ικανοποιεί, είναι κατά το πλείστον τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Άλλη αξιόλογη συναλλαγματοφόρα δραστηριότητα του θαλάσσιου τουρισμού είναι και αυτή των κρουαζιέρων, η ζήτηση των οποίων παρουσιάζει διεθνώς σημαντική αύξηση. Οι σύγχρονες τάσεις της αγοράς κρουαζιέρων συγκλίνουν στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα κρουαζιερόπλοια, τα οποία εξασφαλίζουν υψηλή ποιότητα διαμονής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους, που κατά κανόνα αποτελούν τουρίστες μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής, το κόστος της οποίας κάθε άλλο παρά χαμηλό είναι, ιδιαίτερα δε σε ό,τι αφορά στην κατασκευή σύγχρονων και άρτια εξοπλισμένων μαρίνων για τον ελλιμενισμό, τον ανεφοδιασμό και γενικά την εξυπηρέτηση των σκαφών αναψυχής, άσχετα αν αυτά είναι ενοικιαζόμενα ή ιδιωτικής χρήσης και στη συμπλήρωση ή και ανανέωση του στόλου των σκαφών αναψυχής και των κρουαζιερόπλοιων.

ο. Χρονομεριστικός τουρισμός

Ο χρονομεριστικός τουρισμός είναι αναμφίβολα η ταχύτερα αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού σήμερα. Με ρυθμό ανάπτυξης 30% περίπου το χρόνο, οι χρονομεριστικές διακοπές πιστεύεται βέβαια ότι θα αποτελέσουν μελλοντικά, ό,τι ήταν το οργανωμένο τουριστικό πακέτο για τη δεκαετία του '50. Ο πρωτοποριακός αυτός θεσμός δίνει τη λύση στον "κορεσμένο" τουρίστα του τουριστικού πακέτου, που απαιτητικός όσο ποτέ άλλοτε σήμερα αναζητά υψηλή ποιότητα στις διακοπές του.

Η υπερσύγχρονη αυτή μορφή τουρισμού, που ως σημειωθεί έχει κατά κανόνα πελατεία μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, βασίζεται στην αρχή της πώλησης του δικαιώματος χρήσης ορισμένων ημερών ή εβδομάδων σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων την ίδια χρονική περίοδο του έτους κάθε χρόνο. Επειδή όμως είναι πολύ φυσικό ο αγοραστής του δικαιώματος αυτού να αρχίσει γρήγορα να κουράζεται με την ιδέα της επιστροφής στο ίδιο μέρος, στο ίδιο ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων, την ίδια χρονική περίοδο του έτους κάθε χρόνο, οδηγήθηκε από τα πράγματα να επιδιώξει την ανάπτυξη δικτύων ανταλλαγής παρόμοιων δικαιωμάτων. Και το πέτυχε τελικά. Έτσι λοιπόν μπορεί πια σήμερα να ανταλλάξει κανείς το δικαίωμα χρήσης που έχει αγοράσει σε ένα ξενοδοχείο ή ένα συγκρότημα διαμερισμάτων για ορισμένο χρονικό διάστημα κάθε χρόνο, με παρόμοιο δικαίωμα χρήσης άλλου αγοραστή σε ξενοδοχείο ή συγκρότημα διαμερισμάτων όχι μόνο σε άλλη περιοχή, αλλά και σε άλλη χώρα. Επίσης μπορεί να το πουλήσει, να το νοικιάσει ή να το κληροδοτήσει, όπως ακριβώς συμβαίνει με τα άλλα ακίνητα.

Ειδικότερα σε ό,τι αφορά στα ξενοδοχεία, θα πρέπει να ειπωθεί ότι πολλά από αυτά έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι γίνεται ολοένα και πιο δύσκολο γι' αυτά να πετύχουν ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο, σε μια εποχή που οι tour operators πιέζουν για χαμηλότερες τιμές. Γι' αυτό και επιδιώκουν να εφαρμόσουν το σύστημα των χρονομεριστικών διακοπών που τους εξασφαλίζει, πέρα από την αρχική εισροή κεφαλαίων, ένα σταθερό εισόδημα και μια σταθερή πληρότητα με τουρίστες κατά κανόνα μέσης και υψηλής εισοδηματικής στάθμης, όπως ήδη ειπώθηκε.

π. Θρησκευτικός τουρισμός

Ο θρησκευτικός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που αφορά σε μια κατηγορία ατόμων που επισκέπτονται θρησκευτικούς τόπους που βρίσκονται στη χώρα της μόνιμης διαμονής τους ή σε κάποια άλλη είτε για λόγους λατρείας είτε για να πάρουν μέρος σε κάποιες θρησκευτικές εκδηλώσεις ή τελετές είτε για να πάνε κάποιο τόπο που είχαν κάνει κλπ.

Η μορφή αυτή τουρισμού είναι επίσης περιορισμένης διάρκειας, συνήθως μια ως τρεις ημέρες. Επίσης τα τουριστικά πακέτα για θρησκευτικό τουρισμό είναι σχετικά φτηνότερα από εκείνα άλλων μορφών τουρισμού επειδή είναι οπωσδήποτε λιγότερα, ενώ τα οικονομικά ωφέληματα για τους θρησκευτικούς τόπους και κατ' επέκταση για τις οικονομίες των χωρών στις οποίες βρίσκονται, αυτοί σημαντικά. Για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού δεν χρειάζεται ειδική υποδομή, αλλά μόνο βασική.

ρ. Επιλεκτικός τουρισμός

Η συνειδητοποίηση των τουριστικών επιχειρηματιών, αλλά και των πολιτικών ηγεσιών των χωρών υποδοχής τουριστών, ότι η ικανοποιητική απόδοση του κεφαλαίου που έχουν επενδύσει στην τουριστική οικονομία γίνεται με το πέρασμα του χρόνου ολοένα και πιο δύσκολη, όταν εξαρτώνται μόνο από το παραδοσιακό τουριστικό πακέτο και μάλιστα σε μια εποχή που οι μεγάλοι tour operators πιέζουν συνεχώς για χαμηλότερες τιμές, οδήγησε στην ωρίμανση της ιδέας για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού.

Ο επιλεκτικός τουρισμός πραγματοποιείται κατά κανόνα από άτομα υψηλής εισοδηματικής στάθμης που, όπως μπορεί να συμπεράνει κανείς, όχι μόνο θέλουν αλλά και μπορούν να ξοδέψουν μεγάλα ποσά για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών. Τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως μεμονωμένα, δηλαδή κάνουν ατομικό τουρισμό, που σημαίνει ότι είτε αγοράζουν ατομικά τουριστικά πακέτα IIT (individual inclusive tours) είτε τα φτιάχνουν όπως αυτά ακριβώς τα θέλουν, έτσι ώστε να ικανοποιούνται κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο οι τουριστικές τους ανάγκες ή επιθυμίες, είτε δεν αγοράζουν καθόλου τουριστικά πακέτα, που σημαίνει ότι αγοράζουν τις διάφορες τουριστικές υπηρεσίες μεμονωμένα.

Τα άτομα που κάνουν επιλεκτικό τουρισμό μπορεί να ξοδεύουν πολλά χρήματα για την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών, αλλά ταυτόχρονα είναι και απαιτητικά. Συγκεκριμένα έχουν την απαίτηση τα χρήματα που ξοδεύουν για την αγορά τουριστικών προϊόντων να τους προσφέρουν τουλάχιστον την ικανοποίηση ή την ωφέλεια ή τη χρησιμότητα που προσδοκούν.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του επιλεκτικού τουρισμού είναι η χώρα υποδοχής αυτής της κατηγορίας τουριστών να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή, δηλαδή ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων με πολλούς συμπληρωματικούς χώρους, υψηλής ποιοτικής στάθμης σέρβις, νυκτερινή ζωή, καλλιτεχνική κίνηση, αναπτυγμένη αγορά, μουσεία, πινακοθήκες, καλό συγκοινωνιακό δίκτυο, άνετα μεταφορικά μέσα, καθαρό περιβάλλον κλπ.

σ. Τουρισμός κινήτρων

Ο τουρισμός κινήτρων είναι ουσιαστικά μια σχετικά νέα μορφή τουριστικής δραστηριότητας που αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς και που υπόσχεται σημαντικά οικονομικά ωφέληματα για τις χώρες εκείνες υποδοχής τουριστών που θέλουν αλλά και που έχουν τις προϋποθέσεις να την αναπτύξουν.

Η μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος αποτελεί αναμφίβολα ένα αποτελεσματικό μέσο του σύγχρονου management, που χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερο οι μεγάλες βιομηχανικές, εμπορικές και παροχής υπηρεσιών επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αυξήσουν την παραγωγικότητα των εργαζομένων που απασχολούν και κατ' επέκταση την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στις αγορές του εσωτερικού όσο και του εξωτερικού. Για να επιτευχθούν λοιπόν οι στόχοι αυτοί των επιχειρήσεων, προσφέρονται εκ μέρους τους διάφορα κίνητρα στους εργαζομένους μεταξύ των οποίων και ομαδικά τουριστικά πακέτα GIT (group inclusive tours) συνήθως για τουριστικούς προορισμούς στο εξωτερικό. Αυτή η μέθοδος παρακίνησης των εργαζομένων, εκ μέρους των επιχειρήσεων, αποδείχτηκε στην πράξη αποτελεσματική, γι' αυτό και έχει εξαπλωθεί, όπως ήδη ειπώθηκε, σημαντικά τα τελευταία χρόνια και ιδιαίτερα στις Η.Π.Α. απ' όπου άρχισε να εφαρμόζεται για πρώτη φορά στα μέσα της δεκαετίας του '60.

Ο τουρισμός κινήτρων έχει κατά κανόνα περιορισμένη χρονική διάρκεια, τρεις ως τέσσερις ημέρες συνήθως. Στόχος του tour operator που αναλαμβάνει για λογαριασμό της επιχείρησης να φτιάξει το σχετικό τουριστικό πακέτο-κίνητρο είναι να δώσει στο χρήστη του, στο ολιγοήμερο αυτό διάστημα, την ευκαιρία να απολαύσει κάτι το ξεχωριστό, κάτι το οποίο δεν θα είχε ο ίδιος τη δυνατότητα να ζήσει αν έπρεπε να αγοράσει με δικά του χρήματα το τουριστικό αυτό πακέτο.

Για την ανάπτυξη του τουρισμού κινήτρων, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να προσφέρεται ένας τουριστικός προορισμός που κατά προτίμηση να ξεχωρίζει από τους συνηθισμένους. Σε αντίθεση με άλλες μορφές τουρισμού, ο τουρισμός κινήτρων δεν δίνει έμφαση στις πολυσύχναστες μεγαλουπόλεις, αλλά στην ατμόσφαιρα που δημιουργεί το περιβάλλον ενός τουριστικού προορισμού, καθώς επίσης στην άνεση και την πολυτέλεια που προσφέρουν τα ξενοδοχεία του κατά κύριο λόγο και οι άλλες συμπληρωματικές τους εγκαταστάσεις.

τ. Οικολογικός τουρισμός

Για την ανάπτυξη του οικολογικού τουρισμού δεν χρησιμοποιούνται βαριές κατασκευές, ενώ τόσο ο τουρίστας όσο και το τουριστικό κύκλωμα υποδοχής και εξυπηρέτησης του σέβονται τη φύση, μέχρι του σημείου να αποφεύγονται τα μαζικά μέσα μετακίνησης παντού όπου είναι αυτό εφικτό.

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης του οικολογικού τουρισμού εντάσσεται η τουριστική ανάπτυξη των παραδοσιακών οικισμών, των βιότοπων, των εθνικών δρυμών κλπ.

Ο οικολογικός τουρισμός αποτελεί αναμφίβολα την εξισορρόπηση μιας χώρας υποδοχής τουριστών στο μαγικό τουρισμό και τα ποοβήματά του, γι αυτό και η ανάπτυξη του κρίνεται επιτακτική παντού όπου αυτή είναι εφικτή.

υ. Λαϊκός τουρισμός

Ο λαϊκός τουρισμός είναι μια μορφή τουρισμού που χαρακτηρίζεται για την πελατεία του και συγκεκριμένα για το ό,τι αποτελείται αυτή από άτομα που κατά το πλείστον είναι χαμηλής εισοδηματικής στάθμης και ακόμα ότι τα άτομα αυτά ταξιδεύουν συνήθως οικογενειακά και με κάθε είδους ιδιόκτητα μεταφορικά μέσα, όπως τροχόσπιτα, αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες κλπ.

Παρά το γεγονός ότι τα οικονομικά ωφελήματα από αυτήν τη μορφή τουρισμού κάθε άλλο παρά σημαντικά είναι, όλες χωρίς εξαίρεση οι χώρες υποδοχής τουριστών έχουν λίγο-πολύ αναπτύξει την απαραίτητη υποδομή για την εξυπηρέτηση τουριστών αυτής της κατηγορίας. Συγκεκριμένα έχουν κατασκευάσει κάμπινγκ σε οδικούς άξονες, σε τουριστικές τοποθεσίες και στις παρυφές πόλεων, που προσφέρουν στα άτομα που πραγματοποιούν αυτής της μορφής τουρισμό υπηρεσίες που κάνουν τη διαμονή τους όσο το δυνατό ανετότερη.

Ας σημειωθεί ότι η διαμονή σε κάμπινγκ είναι συγκριτικά με αυτή σε άλλα τουριστικά καταλύματα αισθητά φτηνότερη. Το γεγονός αυτό εκτιμάται πάρα πολύ από τους τουρίστες του λαϊκού τουρισμού και κυρίως από αυτούς που συνοδεύονται στις τουριστικές τους μετακινήσεις από τις οικογένειές τους, ιδιαίτερα δε όταν αυτές είναι πολυμελείς.

φ. Κοσμοπολίτικος τουρισμός

Η πελατεία του κοσμοπολίτικου τουρισμού είναι κατά κύριο λόγο ο κόσμος της αριστοκρατίας και οι μεγιστάνες του πλούτου που συχνά ταξιδεύουν από το ένα κοσμοπολίτικο κέντρο στο άλλο. Όπως γίνεται αντιληπτό τα άτομα αυτά ξοδεύουν μεγάλα χρηματικά ποσά τόσο κατά τη μετακίνησή τους όσο και κατά τη διαμονή τους, γι' αυτό και οι απαιτήσεις τους γενικά είναι παρά πολύ μεγάλες.

Τα άτομα που κάνουν κοσμοπολίτικο τουρισμό μετακινούνται συνήθως με ιδιότητα μεταφορικά μέσα, όπως για παράδειγμα ιδιότητα αεροπλάνα, θαλαμηγούς κλπ. Στον τουριστικό προορισμό τους διαμένουν είτε σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων είτε σε ιδιόκτητες ή ενοικιασμένες πολυτελείς επαύλεις είτε σε ιδιόκτητες πολυτελείς θαλαμηγούς. Επίσης η ζωή που κάνουν τα άτομα αυτά στα διάφορα κοσμοπολίτικα κέντρα που επισκέπτονται κατά διαστήματα είναι πάρα πολύ κοσμική, κάτι άλλωστε που είναι πολύ φυσικό και απόλυτα συνυφασμένο με τη μορφή τουρισμού για την οποία ο λόγος.

Η ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού, αν και θα την επιθυμούσαν πολλές χώρες υποδοχής τουριστών για καθαρά οικονομικούς λόγους, είναι οπωσδήποτε δύσκολη και αυτό γιατί εκτός από την κατάλληλη υποδομή και ανωδομή απαιτείται και η καταξίωση του τουριστικού προορισμού στη συνείδηση της αριστοκρατίας και των μεγιστάνων του πλούτου σαν τόπος κοσμοπολίτικου τουρισμού. Αυτό όμως απαιτεί συνεχή και έντονη προσπάθεια, μα πάνω απ' όλα μακριά περιθώρια χρόνου και αναμονής.

χ. Κοινωνικός τουρισμός

Ο κοινωνικός τουρισμός, σαν ιδιαίτερη μορφή τουρισμού, ορίζεται το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων τουριστικού χαρακτήρα που διευκολύνουν τη συμμετοχή στον τουρισμό των ασθενέστερων οικονομικών τάξεων. Με άλλα λόγια ο κοινωνικός ή επιδοτούμενος τουρισμός αποτελεί το είδος εκείνο του τουρισμού που χαρακτηρίζεται από το γεγονός ότι πραγματοποιείται από μέλη του κοινωνικού συνόλου, των οποίων η αγοραστική δύναμη είναι λίγο-πολύ περιορισμένη, χάρη σε ειδικές παροχές προς αυτά που μπορεί να είναι άμεσες ή έμμεσες.

Οι παροχές για κοινωνικό τουρισμό αποτελούν σήμερα για τις αναπτυσσόμενες οικονομικά χώρες υποχρέωση του κράτους. Συγκεκριμένα το σύγχρονο "κοινωνικό κράτος" έχει υποχρέωση πέρα από υγεία, καλά γερατειά, εργασία, παιδεία κλπ, να εξασφαλίσει σε άτομα χαμηλής εισοδηματικής στάθμης τη δυνατότητα να κάνουν διακοπές και με αυτόν τον τρόπο να ισορροπήσουν τόσο ψυχικά όσο και σωματικά.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη του κοινωνικού τουρισμού είναι η δημιουργία της κατάλληλης υποδομής και ανωδομής, όπως για παράδειγμα κατασκευή ειδικών τουριστικών καταλυμάτων που να ανταποκρίνονται στις οικονομικές δυνατότητες της πελατείας τους, δηλαδή των "κοινωνικών τουριστών", χορήγηση επιδομάτων διακοπών που να αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις πραγματικές ανάγκες κάθε οικογένειας, εφαρμογή επιχορηγούμενων προγραμμάτων κοινωνικού τουρισμού για ειδικές κατηγορίες ατόμων, όπως για παράδειγμα σπουδαστές, στρατιώτες, συνταξιούχους, που η οικονομική τους κατάσταση κάθε άλλο παρά τους επιτρέπει να κάνουν διακοπές, χρηματοδότηση των διακοπών με ευνοϊκούς όρους κλπ.

ψ. Τουρισμός Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ)

Ο τουρισμός αναπήρων πρόκειται για μια ειδική μορφή τουρισμού η ανάπτυξη της οποίας προωθείται τελευταία ολοένα και περισσότερο σε ορισμένες χώρες.

Βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού ατόμων με ειδικές ανάγκες, είναι η δημιουργία κάθε είδους τουριστικών εγκαταστάσεων που να διαθέτουν ανάλογο εξοπλισμό για την εξυπηρέτηση των ατόμων με ειδικές ανάγκες τουριστών, όπως και η προσφορά τουριστικών πακέτων που θα απευθύνεται στην ειδική αυτή κατηγορία πελατείας και θα ικανοποιεί της δικές της τουριστικές ανάγκες ή επιθυμίες.

Επίσης θα πρέπει, οι χώρες υποδοχής τουριστών που επιθυμούν να αναπτύξουν την ειδική αυτή μορφή τουρισμού να θεσπίσουν ειδικές προδιαγραφές που θα πρέπει απαραίτητα, να τηρούν τα τουριστικά καταλύματα και οι άλλες τουριστικές εγκαταστάσεις που κατασκευάζονται ειδικά για την εξυπηρέτηση των ατόμων με ειδικές ανάγκες τουριστών. Τέτοιου είδους προδιαγραφές είναι για παράδειγμα ράμπες, ανελκυστήρες, ειδικός εξοπλισμός στα δωμάτια και για τους λοιπούς χώρους, των τουριστικών καταλυμάτων κλπ., ώστε να μπορεί να γίνεται χρήση τους εκ μέρους των ατόμων με ειδικές ανάγκες τουριστών χωρίς προβλήματα ή τουλάχιστον με όσο το δυνατό λιγότερα γίνεται.

2.1. Η animation και η αναγκαιότητά της

2.1.α. Ψυχαγωγία³

Από την αρχαιότητα η ψυχαγωγία και η άθληση αποτελούσαν μεγάλης σημασίας κοινωνικές εκδηλώσεις. Με την εξέλιξη του τουρισμού κάνουν αισθητή την παρουσία τους, και στον κόσμο των ξενοδοχείων. Ορισμένα ξενοδοχεία στηρίζουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν, πάνω στην οργανωμένη άθληση και ψυχαγωγία. Τα ξενοδοχεία αυτά λέγονται hotel clubs και οι ειδικευμένοι στην οργάνωση της ψυχαγωγίας κι άθλησης (animation) υπάλληλοι λέγονται animateurs.

Η ψυχαγωγία, ετυμολογικά "ψυχήν άγω", έχει σαν σκοπό την τέρψη της ψυχής. Είναι έννοια σχετική με αυτή της διασκέδασης, η οποία μπορεί να εξηγηθεί ως ο αποβολή των αρνητικών συναισθημάτων.

Η ψυχαγωγία, συνδέεται περισσότερο με την πνευματική απόλαυση, παρά μ' αυτή των αισθήσεων. Όταν η ψυχική απόλαυση αφορά περισσότερο στην ικανοποίηση των αναγκών διαφυγής από τα προβλήματα της καθημερινότητας, τότε μπορούμε να μιλάμε για διασκέδαση. Αυτές οι δύο έννοιες μπορεί να συμπίπτουν, μπορεί και όχι.

Η ψυχαγωγία αποτελούσε πάντοτε ένα μέρος του συνόλου των κοινωνικών εκδηλώσεων. Στην εποχή μας, ο άνθρωπος αναζητά την ψυχαγωγία σε όλα τα μήκη και πλάτη της γης. Οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις έχουν τη μορφή της συγκέντρωσης ανθρώπων, της νυκτερινής εξόδου, της γιορτής, της εκδρομής, των διακοπών κ.λ.π.

2.1.β. Αθλητισμός

Ο αθλητισμός ήταν δημοφιλής από αρχαιοτάτων χρόνων. Στην αρχαία Ελλάδα γινόταν διοργανώσεις αγώνων σωματικής αντοχής και ρώμης. Οι νικητές, οι επιτυγχόντες "άθλον" (κατόρθωμα), λάμβαναν ως αμοιβή το έπαθλο. Το έπαθλο ήταν ένα βραβείο συμβολικό. Σε περιόδους ειρήνης, ο αθλητισμός απορροφούσε μεγάλο μέρος από το ενδιαφέρον των αρχαίων Ελλήνων.

Οι Ολυμπιακοί αγώνες στην αρχαιότητα, είχαν στη βάση τους ειρηνιστικό χαρακτήρα. Κατά τη διάρκεια τους όλες οι ελληνικές πόλεις-κράτη έκαναν ανακωχή. Οι προστριβές και οι πόλεμοι σταματούσαν και η αναμέτρηση έπαιρνε το χαρακτήρα της αθλητικής άμιλλας, όπου οι αθλητές εκτός από τα αγωνίσματα αμίλλονταν και στο ήθος. Οι αγώνες της Ολυμπίας γίνονταν κάθε τέσσερα χρόνια. Κάθε τετραετία διεξάγονταν και τα Πύθια στους Δελφούς. Κάθε δύο χρόνια διεξάγονταν τα Ίσθμια και τα Νέμεα. Τα μικρά Παναθήναια ήταν αθλητικές εκδηλώσεις που γινόντουσαν κάθε χρόνο, ενώ τα μεγάλα κάθε τετραετία.

Παράλληλα οι αθλητικές αυτές εκδηλώσεις είχαν και εορταστικό χαρακτήρα.

Πομπές, θυσίες, μουσικοί αγώνες αλλά και φαγοπότι μερικές φορές, συμπλήρωναν το πριν και μετά των αθλητικών αγώνων. Ρήτορες, αιδοί και γενικά καλλιτέχνες, παρουσιάζονταν στο τεράστιο πανελλήνιο κοινό που έσπευδε να παρακολουθήσει τους αγώνες. Στις εκδηλώσεις αυτές, συνήθως απαγορεύονταν η γυναικεία παρουσία.

³ Δημήτριου Λαλούμη, «Ξενοδοχειακή Ψυχαγωγία & Άθληση», εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, 1999.

Σήμερα ο αθλητισμός συνεχίζει να απασχολεί με το ίδιο έντονο ενδιαφέρον, μεγάλο μέρος της ανθρωπότητας.

Για την αναγκαιότητα της ψυχαγωγίας και άθλησης των πελατών στα ξενοδοχεία έχουν γραφτεί πολλά κατά καιρούς από ειδικούς και μη. Έτσι, έχει διαπιστωθεί η ύπαρξη της μόνο σε ελάχιστες ελληνικές μονάδες ενώ το σύνολο του ξενοδοχειακού κόσμου προβάλλει το αδιαφιλονίκητο άλλοθι που αφορά στην έλλειψη ειδικού προσωπικού, στο υψηλό κόστος λειτουργίας της και στο αρχικό κόστος της απαραίτητης υλικοτεχνικής υποδομής.

2.2. Το έργο της animation

Οι κοινωνικές αλλαγές σε συνδυασμό με τη δομή προσφοράς των τουριστικών υπηρεσιών, δημιούργησαν πρόβλημα, σε τρεις τομείς τουριστικών αναγκών. Τη πληροφόρηση, τις εμπειρίες και τις ανθρώπινες σχέσεις. Αποτέλεσμα είναι να γίνεται πλέον εμφανές, ότι οι τουρίστες πέρα από τις παραδοσιακές τουριστικές υπηρεσίες, όπως το ταξίδι, τη διαμονή και την περιποίηση, έχουν ανάγκη μία επί πλέον υπηρεσία, τη διαμόρφωση διακοπών. Αυτό ακριβώς είναι το έργο της animation.

Η animation μπορεί να γίνει μέσα ή έξω από το ξενοδοχείο, να καλύψει μικρό ή μεγάλο μέρος του χρόνου διακοπών, να είναι αποτελεσματική ή όχι. Συνήθως όμως προσφέρει ποικιλία απασχολήσεων στολίζοντας τις διακοπές, προσφέροντας εμπειρίες και πραγματοποιείται κύρια μέσα στο ξενοδοχείο. Ολοκληρωμένη όμως ανάπτυξη της animation, μπορούμε να παρατηρήσουμε μόνο σ' ένα ξενοδοχείο το οποίο λειτουργεί ως club.

Η ξενοδοχειακή animation είναι ένα προϊόν. Ένα προϊόν με άγνωστη συνταγή και ταυτόχρονα, με μεγάλη ζήτηση. Μέχρι στιγμής ελάχιστοι επιστήμονες στον κόσμο έχουν καταπιαστεί με την προσπάθεια εντοπισμού των συστατικών και της μεθόδου παραγωγής αυτού του προϊόντος, που το κυριότερο τμήμα του είναι άυλο.

2.3. Ψυχαγωγικές δραστηριότητες

Η ψυχαγωγία στα hotel club στηρίζεται σε ψυχαγωγικές δραστηριότητες που μπορούν να έχουν δημιουργικό, εκπαιδευτικό, κοινωνικό, περιπετειώδη ή αθλητικό χαρακτήρα. Οι έντονες ψυχαγωγικές δραστηριότητες όμως πρέπει να εναλλάσσονται με ήπιες, ώστε οι πελάτες να έχουν την ευκαιρία να ξεκουράζονται και να ηρεμούν.

2.3.1. Οι ομάδες των ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων

Οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες διαιρούνται σε πέντε ομάδες, οι οποίες αναφέρονται παρακάτω:

- Δημιουργικές δραστηριότητες
- Κοινωνικές δραστηριότητες
- Εκπαιδευτικές δραστηριότητες
- Δραστηριότητες περιπέτειας
- Δραστηριότητες ηρεμίας και αυτοσυγκέντρωσης

2.3.2. Τα εργαλεία της ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας

Οι ψυχαγωγικές δραστηριότητες που γεμίζουν το χρόνο της ξενοδοχειακής

εμπυχωτικής πρέπει να γίνονται μέσα σε ψυχολογικά θετική ατμόσφαιρα και είναι κατά κανόνα ομαδικές. Οι δραστηριότητες αυτές χρησιμοποιούν σαν βασικά εργαλεία τις καλές τέχνες, τα παιχνίδια, τους διαγωνισμούς και διανθίζονται με χιούμορ.

Τα μέσα αυτά είναι τα εξής:

- Γλυπτική - ζωγραφική
- Φωτογραφία – βιντεοσκόπηση
- Μουσική
- Χορός
- Θέατρο
- Θεάματα
- Happenings
- Παιχνίδια
- Διαγωνισμοί

2.4. Αθλητικές τακτικές

Οι αθλητικές δραστηριότητες ή αθλήματα, μπορούν να έχουν προπαρασκευαστικό χαρακτήρα, ανταγωνιστικό χαρακτήρα ή να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στον ψυχαγωγικό. Ανάλογα διαμορφώνεται η αθλητική τακτική των ασκήσεων, των αγωνισμάτων ή των παιχνιδιών.

2.4.1. Συνήθεις αθλητικές δραστηριότητες στα καλοκαιρινά hotel clubs

- 1) Αερόβιες γυμναστικές ασκήσεις
- 2) Ασκήσεις σουηδικής γυμναστικής.
- 3) Αθλητισμός τσίρκο (σχοινοβάσια, ακροβάσια κ.λ.π.).
- 4) Βόλεϊ στην παραλία (Beach volley).
- 5) Βόλεϊ.
- 6) Γιόγκα.
- 7) Γκολφ.
- 8) Γυμναστικές ασκήσεις με τη συνοδεία μουσικής (aerobic).
- 9) Ελεύθερες καταδύσεις στο θαλάσσιο βυθό.
- 10) Ενόργανη γυμναστική, σε υποδομή γυμναστηρίου.
- 11) Εξειδικευμένες ασκήσεις για έντονη μυϊκή ανάπτυξη (body building stretching).
- 12) Επιτραπέζια αντισφαίριση (Ping pong).
- 13) θαλάσσιο σκι.
- 14) θαλάσσιο σκούτερ (jet ski).
- 15) Ιππασία.
- 16) Ιστιοπλοΐα με εκπαιδευτικά μικρά σκάφη μιας θέσης.
- 17) Ιστιοπλοΐα με μεγαλύτερα σκάφη.
- 18) Ιστιοσανίδα (wind surf).
- 19) Καταδύσεις στην πισίνα.
- 20) Καταδύσεις με εξοπλισμό δύτε στο θαλάσσιο βυθό.
- 21) Κωπηλασία.
- 22) Μπάσκετ.
- 23) Ποδήλατο.
- 24) Ποδόσφαιρο.
- 25) Προπόνηση αμερικανικού ποδοσφαίρου (Ragby).
- 26) Συγχρονική κολύμβηση.
- 27) Τένις.
- 28) Τζούντο.
- 29) Τοξοβολία.

- 30) Τροχάδην κάλυψη μεγάλων αποστάσεων (jocking).
- 31) Υδατοστεγείς βάρκες (kayak).
- 32) Υδατοσφαίριση (Polo)
- 33) Ψάρεμα σε ανοικτή θάλασσα.

Τα παραπάνω αθλήματα αρκετές φορές συνδυάζονται μεταξύ τους, ώστε να προσφέρεται στους πελάτες μια περισσότερο πλήρης και ενδιαφέρουσα άθληση.

Επίσης συχνά παραλλάσσονται οι κανονισμοί με τέτοιο τρόπο, ώστε η άθληση να γίνεται περισσότερο ψυχαγωγική. Ορισμένα παραδείγματα είναι:

- Δίαθλο ανώμαλου δρόμου σε συνδυασμό με κολύμβηση.
- Συνδυασμός rugby με handball.
- Ρυθμική γυμναστική (aerobic) με συνεχή βήματα προς τα πίσω, ώστε από την παραλία καταλήγει να γίνεται μέσα στη θάλασσα.

2.5. Οι διακρίσεις της παιδικής ψυχαγωγίας⁴

Όπως η animation που αφορά ενήλικες έτσι και η παιδική animation διακρίνεται σε πολλές κατηγορίες και κυρίως ανάλογα με την οπτική γωνία που κάθε φορά εξετάζεται. Στη συνέχεια παραθέτουμε τα κριτήρια από τα οποία διακρίνεται η παιδική animation.

α. *Η ηλικία.* Σύμφωνα με το κριτήριο αυτό μπορούμε να διακρίνουμε:

Τη φροντίδα των νηπίων (baby sitting) που δεν κάνει τίποτε περισσότερο από το να επιτρέπει στους γονείς να περνούν πιο ξεκούραστα και ν' αφιερώνουν χρόνο για τη δική τους animation.

Την animation της παιδικής κυρίως ηλικίας που αποβλέπει στην εποικοδομητική απασχόληση των μικρών παιδιών και στην εκμάθηση με ψυχαγωγία (χρήση και μίξη χρωμάτων, ζωγραφική, χορός, αθλήματα). Animation κυρίως καθοδηγούμενη, ελεγχόμενη και δημιουργική.

Την animation γύρω από την ηλικία των 13χρόνων⁵ με έμφαση στην καθοδηγούμενη εκμάθηση κυρίως αθλημάτων. Τα παιδιά της ηλικίας αυτής, ίσως περισσότερο από τους μεγάλους, έχουν την ανάγκη της σωματικής άσκησης, πρέπει να ξεδεύουν την ενεργητικότητά τους.

β. *Ο χώρος διεξαγωγής της.* Ανάλογα με τον τρόπο διεξαγωγής της η animation μπορεί να προσφέρεται σε:

Εσωτερικούς χώρους και εγκαταστάσεις. Σ' αυτή την περίπτωση έχει επικρατήσει ο ξενόγλωσσος αγγλικός όρος *in door recreation*. Σαν τέτοια χαρακτηρίζεται, για παράδειγμα, η παρακολούθηση κινηματογραφικών ταινιών ή video ή παράσταση ενός κλόουν κ.ο.κ.

Εξωτερικούς χώρους και εγκαταστάσεις, γνωστή σαν *out door recreation*. Σ' αυτή, για παράδειγμα, εντάσσεται η άθληση, μια παράσταση σε εξωτερικό αμφιθέατρο κ.λπ.

Εκτός τον ξενοδοχείου. Που μπορεί δηλαδή να προσφέρεται στην ευρύτερη περιοχή που ανήκει η μονάδα. Με την έννοια μιας γνωριμίας με την κοντινή πόλη ή

⁴ Περικλή Λύτρα, «Τουρισμός Προς το 2000», εκδόσεις Interbooks, 1989.

⁵ Αρκετά ξενοδοχεία πιστεύουν πως και μέχρι και τα 18 τους χρόνια οι νέοι πρέπει να αντιμετωπίζονται αυτόνομα στη ψυχαγωγία τους.

χωριό, μιας εκδρομής, μιας επίσκεψης σε ζωολογικό κήπο, πάρκο κ.λπ.

γ. Ο βαθμός ενεργοποίησης των παιδιών. Με κριτήριο την ενεργοποίηση τους αυτή μπορεί να είναι:

Ενεργητική, με μορφή διαγωνισμού χορού, συμμετοχή σε ομαδικό ή ατομικό άθλημα κ.λπ.

Παθητική, όταν παρακολουθούν, χωρίς να συμμετέχουν άμεσα, μια παράσταση ή μια ταινία. Χωρίς δηλαδή να καταβάλλουν ιδιαίτερο σωματικό ή διανοητικό κόπο.

3.1. Οικογένεια - Τουριστικές Επιλογές και ο "Κύκλος Ζωής" της Οικογένειας

Μια βασική κοινωνιολογική έννοια που σχετίζεται άμεσα με τον τουρισμό, είναι η έννοια και ο θεσμός της *Οικογένειας*, η οποία αποτελεί βασικό παράγοντα κοινωνικού επηρεασμού του ατόμου τόσο στις κύριες επιλογές του όσο και στις επιμέρους συμπεριφορές του⁶.

Ανάμεσα σ' αυτές τις συμπεριφορές που η οικογενειακή κατάσταση διαδραματίζει σημαντικό ρόλο είναι και η όλη καταναλωτική συμπεριφορά, μέρος της οποίας αποτελεί η τουριστική καταναλωτική συμπεριφορά.

Η οικογένεια αποτελεί έναν από τους κυριότερους κοινωνικούς θεσμούς κάθε ανθρώπινης κοινωνίας, μιας και είναι η βασικότερη κοινωνικό-οικονομική μονάδα.

Κατά τη διάρκεια της ζωής τους όλα τα άτομα γίνονται μέλη δύο συνήθως (αλλά όχι και υποχρεωτικά) τύπων οικογενειακών ομάδων:

1 Της λεγόμενης *εκτεταμένης* οικογένειας (*extended family*), ή αλλιώς αποκαλούμενης οικογένειας καταγωγής, μέσα στην οποία το άτομο γεννιέται και συνήθως μεγαλώνει.

2 Της λεγόμενης *πυρηνικής* οικογένειας (*nuclear family*), ή αλλιώς αποκαλούμενης οικογένειας αναπαραγωγής ή γάμου (*family of procreation or marriage*), δηλαδή της οικογένειας εκείνης της οποίας το άτομο αποτελεί βασικό μέλος⁵⁷.

Η πυρηνική οικογένεια (που προέρχεται από την ελληνική λέξη πυρήν) περιλαμβάνει τον πατέρα, τη μητέρα, τα παιδιά τους (αρσενικά - θηλυκά) που ζουν κάτω από μια ενιαία στέγη και υποδιαιρείται:

- στην *πλήρη* πυρηνική οικογένεια (όταν υπάρχει στη ζωή και οι δύο γονείς).
- στην *ελλιπή* πυρηνική οικογένεια (όταν υπάρχει στη ζωή μόνο ο ένας γονέας)

Η εκτεταμένη οικογένεια αποτελείται από τη βασική πυρηνική με επιπλέον μέλη διάφορα άτομα στενού συγγενικού δεσμού (λ.χ. παππούδες, γιαγιάδες, ξαδέλφια κ.λπ.) που ζουν επίσης κάτω από μια ενιαία στέγη.

Κάθε μορφή οικογένειας από τις παραπάνω έχει και μια διαφορετική οικονομική συμπεριφορά (δηλαδή αφενός μεν παραγωγική και αφετέρου καταναλωτική και από αυτή τη διαπίστωση και μόνο συνεπάγεται ότι όσο πιο υψηλό είναι το κοινωνικό πλαίσιο και το βιοτικό επίπεδο ενός λαού, τόσο κυριαρχούν οι λεγόμενες πυρηνικές οικογένειες. Αντίθετα η υπανάπτυξη και το χαμηλό βιοτικό επίπεδο έχουν ως χαρακτηριστικό τις εκτεταμένες οικογένειες.

Βέβαια η καταναλωτική συμπεριφορά κάθε οικογένεια είναι συνάρτηση πολλών και διαφορετικών παραγόντων, όπως, λ.χ., η δομή της, η φύση της, το επίπεδο και ο αριθμός απασχολούμενων, το προηγούμενο οικονομικό, επαγγελματικό και πολιτιστικό υπόβαθρο κ.λπ., καθώς επίσης και ο κύκλος ζωής της οικογένειας.

⁶ Περικλή Ν. Λύτρα, (1998), «Κοινωνιολογία του Τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.

Πίνακας Α' Επίπεδα ή φάσεις του κύκλου ζωής της οικογένειας

<u>Επίπεδα/Φάσεις</u>	<u>Κατάσταση ατόμου</u>
1. Άγαμος - Άγαμη	Νεαρό, μοναχικό άτομο
2. Νεόνυμφα ζευγάρια	Νέα άτομα χωρίς παιδιά
3. Μεσόνυμφα ζευγάρια	Άτομα μέσης ηλικίας με εξαρτημένα παιδιά
4. Παλαιόνυμφα ζευγάρια (1)	Άτομα μεγαλύτερης ηλικίας με εξαρτημένα παιδιά
5. Παλαιόνυμφα ζευγάρια (2)	Άτομα μεγαλύτερα σε ηλικία δίχως παιδιά που να ζουν μαζί
6. Μοναχικά άτομα (1)	Μεγάλης ηλικίας άτομα
7. Μοναχικά άτομα (2)	Μεγάλης ηλικίας άτομο που ζει μόνο του (λ.χ. λόγω θανάτου του συντρόφου)

Πηγή: Από το βιβλίο των J. Lansing και J. Morgan, "Consumer Finances over the life (cycle)" "Consumer Behavior", N. York, University Press, 1955.

Με τον όρο *κύκλος ζωής* της οικογένειας νοείται το σύνολο των διαφορετικών επιπέδων της ζωής του ατόμου μέσα στο χρόνο.

Όπως ο P. Kotler και πολλοί άλλοι επιστήμονες (κυρίως οικονομολόγοι, κοινωνιολόγοι και ψυχολόγοι) απέδειξαν, η καταναλωτική αγορά -μέσα στην οποία και η *τουριστική*- συντίθεται από επιμέρους οικογένειες, τα λεγόμενα "νοικοκυριά". Και τούτο, γιατί σε κάθε φάση του κύκλου ζωής του πίνακα Α' απαιτούνται διαφορετικά προϊόντα και υπηρεσίες που ικανοποιούν τις ανθρώπινες ανάγκες. Μέσα από έρευνες καταναλωτικής συμπεριφοράς σε μεγάλα στατιστικά δείγματα έχει γίνει φανερό, για παράδειγμα, ότι:

- Στις μεγάλες και σοβαρές οικονομικά αποφάσεις (λ.χ. στέγη, αγορά αυτοκινήτου, επιλογή ακινήτου περιουσίας, μεγάλο-μακρινό και συνεπώς δαπανηρό ταξίδι κ.λπ.) ο ρόλος του άνδρα παραμένει ακόμα και σήμερα σημαντικός στη διεθνή οικογένεια, παρά τις επιμέρους κατακτήσεις του γυναικείου κινήματος.
- Αντίθετα όλες οι μικρότερου οικονομικού βεληνεκούς αποφάσεις, όπως οι καθημερινές οικογενειακές ανάγκες και επιλογές ανήκουν στην γυναίκα.

Ο τύπος των ρόλων σχετικά με τις αγοραστικές επιλογές μέσα στην οικογένεια έχει σήμερα μελετηθεί πολλαπλώς στην αναπτυγμένη, αλλά και στη μη αναπτυγμένη οικογένεια επαρκώς, με βάση ορισμένες μεταβλητές, όπως ο τύπος του ατόμου που λαμβάνει αποφάσεις (πίνακας Β') των J. Engel, R. Blackwell και D. Kollat,

Πίνακας Β'
Τύποι ρόλων στη λήψη αποφάσεων στην οικογένεια

<u>Τύπος</u>	<u>Αποτέλεσμα αποφάσεων</u>
1. Αυτόνομος	Ίσος αριθμός αποφάσεων λαμβανόμενες από τον σύζυγο ή τη σύζυγο χωριστά
2. Ανδρικός	Αποφάσεις λαμβανόμενες από τον σύζυγο
3. Γυναικείος	Αποφάσεις λαμβανόμενες από τη σύζυγο
4. Συγκροτημένος	Αποφάσεις λαμβανόμενες από κοινού

Πηγή: J. Engel, R. Blackwell και D. Kollat, *όπου πριν*, σελ. 152.

ή ακόμα η σχέση λήψης των αποφάσεων σε συνάρτηση με την οικογενειακή κατάσταση μεταξύ του συζύγου και της συζύγου (πίνακας Γ') του J. Field.

Οικογενειακή κατάσταση	Λήψη αποφάσεως από		
	Τον σύζυγο	Τη σύζυγο	Από κοινού
Οικογένειες με παιδιά προσχολικής ηλικίας	+	0	+
Νεότερα ζευγάρια	0	0	+
Οικογένειες κατώτερης κοινωνικής στάθμης	0	+	0
Οικογένειες μεσαίας κοινωνικής στάθμης	0	0	+
Ανώτερης κοινωνικής στάθμης	+	0	0

Πηγή: Από το βιβλίο του J. Field, "the Influence of Household Members on Housewife Purchases", London, Thomson Organisation, 1968.

Εξαιτίας αυτών των διακρίσεων ακριβώς το σύγχρονο εμπορικό μάρκετινγκ και η εμπορική διαφήμιση αντιμετωπίζουν την οικογένεια ως έναν σημαντικότερο θεσμό με εξόχως *αγοραστικό* (καταναλωτικό) χαρακτήρα. Ο P. Kotler πάλι καθόρισε πέντε διαφορετικούς ρόλους, που κάθε άτομο μπορεί να διαδραματίσει στη διαδικασία των αγοραστικών αποφάσεων της οικογένειας.

Τους παραθέτουμε στη συνέχεια, επισημαίνοντας ότι η κοινωνιολογική ανάλυση απαιτεί τον εντοπισμό του "ποια άτομα" διαδραματίζουν καθέναν από αυτούς:

- *Ο ασκών επιρροή* (the influencer): είναι το άτομο εκείνο που επισημαίνει την ανάγκη αγοράς κάποιου προϊόντος ή της παροχής υπηρεσίας, και που η απόφασή του έχει κάποια επιρροή πάνω στον τελικό αγοραστή.

- Ο *θεματοφύλακας* (the gatekeeper): πρόκειται για το άτομο που συλλέγει πληροφορίες για το προϊόν ή την υπηρεσία, αποφασίζει ποιες από τις επιλογές

πρέπει να γίνουν δεκτές και ποιες να απορριφθούν κ.λπ. Συνήθως, λένε οι στατιστικές, ο ρόλος αυτός ανήκει στη μητέρα.

- Ο *αποφασίζων* (the decider): είναι το άτομο που έχει την τελευταία λέξη στην αγορά του προϊόντος ή στην παροχή της υπηρεσίας που έχει ήδη υποδειχθεί από τον θεματοφύλακα. Είναι αυτός, δηλαδή, που καθορίζει το "τι", το "πώς;" και το "γιατί" θα αγοραστεί το καθετί και το "πού" θα αγοραστεί.

Σημαντικό εδώ στοιχείο είναι ο βαθμός των επιρροών που δέχεται ο αποφασίζων.

- Ο *αγοραστής* (the buyer): πρόκειται για το άτομο που διεκπεραιώνει την αγορά του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

- Ο *χρήστης ή οι χρήστες* [the user(s)]: πρόκειται για τα άτομα που καταναλώνουν το προϊόν ή στα οποία παρέχεται η υπηρεσία ή ακόμα σε εκείνα που επωφελούνται από την αγορά ή την παροχή υπηρεσιών.

Σε σχέση με τις διακρίσεις αυτές του P. Kotler. οφείλουμε να κάνουμε δύο βασικές επισημάνσεις:

1. ότι το ίδιο άτομο μπορεί και είναι σε θέση να διαδραματίζει έναν ή και περισσότερους από τους παραπάνω αναφερόμενους ρόλους, επηρεάζοντας και, τα άλλα μέλη της οικογένειας, και
2. ότι η σχέση των στοιχείων της προσωπικότητας και της συμπεριφοράς (λ.χ. αντίληψη, μάθηση, ανάγκες και ικανοποίηση τους, κοινωνικές τάξεις, λογική σκέψη, αυτοδημιουργία κ.λπ.) επηρεάζουν σημαντικά ένα μέρος της ατομικής αγοραστικής συμπεριφοράς.

Είναι ευνόητο ότι όλα τα στοιχεία που προαναφέρθηκαν σε σχέση με την κοινωνιολογική έννοια του θεσμού της οικογένειας έχουν άμεση συνάρτηση με τον τουρισμό και την όλη καταναλωτική τουριστική συμπεριφορά, δηλαδή με τις εκάστοτε αγοραστικές επιλογές των μελών της κοινωνίας στον χώρο αυτό.

Ο ρόλος λοιπόν της ύπαρξης ή της μη ύπαρξης οικογένειας είναι απόλυτα συνδεδεμένος με τις τουριστικές επιλογές του ατόμου, ενώ και η ύπαρξη ή όχι πυρηνικής ή εκτεταμένης οικογένειας αποτελεί σημαντικό παράγοντα επηρεασμού των τουριστών.

Εξάλλου, ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις του πολίτη-καταναλωτή που συνδέεται με τον τουρισμό είναι η ύπαρξη ή η ανυπαρξία παιδιών. που συχνά αποβαίνει κυριαρχικός παράγοντας της τουριστικής επιλογής του ζευγαριού.

Από τα ίδια αυτά στοιχεία, που προέρχονται από την ανάλυση του θεσμού της οικογένειας στον τουριστικό τομέα, εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό η επιλογή του τόπου καταλύματος (λ.χ. μεγαλύτερα ζευγάρια με ανεξαρτητοποιημένα παιδιά προτιμούν ξενοδοχειακές μονάδες υψηλών κατηγοριών -πολυτελείας, Α' ή Β', όχι βέβαια μόνο λόγω ηλικίας ή συνηθειών, αλλά κυρίως για λόγους εισοδηματικής κατάστασης).

3.2. Οικογενειακά Ξενοδοχεία (Family Hotels)

Η πολυπόθητη ώρα ήρθε. Διακοπές! Αλλαγή παραστάσεων, χαλάρωση, διασκέδαση και κυρίως ξεκούραση. Για όλους; Όσοι πάνε διακοπές με παιδιά ξέρουν ότι τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά. Οι οικογενειακές διακοπές μπορεί να αποβούν για τους γονείς -και τις περισσότερες φορές για τη μητέρα ειδικότερα- πλήρες ωράριο εντατικής δουλειάς και με υπερωρίες, μάλιστα. Τη λύση για ξέγνοιαστες διακοπές για όλους την προσφέρουν τα Family Hotels. Ξενοδοχεία που, έχοντας προνοήσει να απασχολούν δημιουργικά τα νεαρά μέλη της οικογένειας, αποτελούν παράδεισο ανάπαυσης για τους γονείς, οι οποίοι όταν... κουραστούν να απολαμβάνουν τις ιδιαίτερες ανέσεις που τους παρέχονται, μπορούν να ασχοληθούν με ποικίλες δραστηριότητες και ψυχαγωγικά προγράμματα.

Η τάση για δημιουργία τέτοιων ξενοδοχείων ήρθε στη χώρα μας στις αρχές της δεκαετίας του '90 και η βασική τους αρχή είναι, ότι και τα παιδιά αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστοί πελάτες που έχουν συγκεκριμένες ανάγκες και γι' αυτό τους προσφέρονται εξειδικευμένες υπηρεσίες. Τα περισσότερα οικογενειακά ξενοδοχεία χωρίζουν τα παιδιά σε τρεις ηλικιακές ομάδες, από 2-6 ετών, από 6-15 και από 15 και άνω. Για την κάθε ομάδα οργανώνονται διαφορετικές δραστηριότητες, ενώ συνήθως υπάρχει πρόβλεψη και για ειδική διατροφή.⁷

Πάντως τα τελευταία δύο με τρία χρόνια, αρχίζει να διαμορφώνεται και μια άλλη τάση σε ό,τι αφορά στον οικογενειακό τουρισμό, μια τάση που ταιριάζει περισσότερο με τις συνήθειες της ελληνικής οικογένειας. Ενώ μέχρι τώρα οι γονείς, αναζητώντας λίγη ξεκούραση, επιθυμούσαν να βρίσκονται αρκετές ώρες την ημέρα μακριά από τα παιδιά τους, πλέον θέλουν να βρίσκονται περισσότερο μαζί με τα παιδιά και να συμμετέχουν σε διάφορες δραστηριότητες.

Τα family hotels βασίζονται κυρίως στην ικανοποίηση των παιδιών, δίνοντας δυνατότητα και στους γονείς να ξεκουραστούν και να διασκεδάσουν. Είναι χαρακτηριστικό, ότι πολλοί tour operators ζητούν μέσω ερωτηματολογίων από τα παιδιά να βαθμολογήσουν το ξενοδοχείο στο οποίο έκαναν τις διακοπές τους. Οι tour operators βασίζονται στο γεγονός ότι, αν τα παιδιά έχουν περάσει καλά, τότε πιέζουν τους γονείς τους να ξανακάνουν us διακοπές τους στο ίδιο ξενοδοχείο, δημιουργώντας έτσι επαναλαμβανόμενη πελατεία.

Τα παιδιά είναι οι πιο απαιτητικοί, επίμονοι και δύσκολοι πελάτες, συγχρόνως όμως και οι πιο καλοπληρωτές γιατί⁸:

Τα παιδιά είναι πολλά. Τα νοικοκυριά με παιδιά μέχρι 18 ετών αποτελούν το πολυπληθέστερο τμήμα του ενεργού οικονομικά πληθυσμού, σύμφωνα όχι μόνο με εθνικές αλλά και διεθνείς στατιστικές.

⁷ Βίκης Τρύφωνα, (2004), «Family Hotels», *The Tourism Report*.

⁸ Περικλή Λύτρα, «Ο Τουρισμός Προς το 2000», εκδόσεις Interbooks, 1989.

Οι γονείς δεν προτιμούν χωριστές διακοπές. Οι γονείς και ιδιαίτερα οι νέοι γονείς επιθυμούν —εφόσον υπάρχουν οι απαραίτητες προϋποθέσεις— να κάνουν διακοπές μαζί με τα παιδιά τους. Την τελευταία δεκαετία πολλά ξενοδοχεία σ' όλο τον κόσμο εφαρμόζουν προγράμματα απασχόλησης των παιδιών, όχι μόνον για λίγες ώρες την ημέρα αλλά από το πρωί μέχρι τα μεσάνυχτα. Προγράμματα του τύπου «ελάτε με τα παιδιά σας κι αφήστε τα σε μας», πολλαπλασιάζουν την πελατεία, ιδιαίτερα στα εποχιακά ξενοδοχεία.

Τα παιδιά επιλέγουν για τους γονείς. Οι γονείς είναι πρόθυμοι να αφήσουν τα παιδιά τους να επιλέξουν το ξενοδοχείο εφόσον αυτό τους εγγυάται ότι και τα παιδιά αλλά και οι ίδιοι θα περάσουν στιγμές χαλάρωσης και διασκέδασης.

Συνεπώς, τα παιδιά διαλέγουν ξενοδοχείο, αποκλείοντας συγχρόνως κάποιο άλλο ξενοδοχείο, ενδεχομένως πιο επώνυμο. Με βάση αυτά που έχουν ακούσει από συνομηλικούς τους ή από προσωπικές εμπειρίες.

Τα παιδιά αποτελούν σταθερή πελατεία. Πράγματι τα παιδιά αποτελούν —εφόσον ικανοποιηθούν— μόνιμη πελατεία για αρκετά χρόνια στα ξενοδοχεία που τα ψυχαγωγούν. Κι αυτό έχει σαν αποτέλεσμα όταν ενηλικιωθούν να έχουν μια πολύ καλή ανάμνηση από το συγκεκριμένο ξενοδοχείο και το πιθανότερο είναι να το επισκεφτούν ξανά.

Τα παιδιά είναι καλοπληρωτές. Η οργανωμένη animation, εκτός του ότι ικανοποιεί τους μικρούς πελάτες της με όλα τα πλεονεκτήματα που απορρέουν μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα από αυτό, έχει τη δυνατότητα ν' αποτελέσει και μια άμεση πηγή εσόδων. Ένα βασικό πρόγραμμα μπορεί να παρέχεται δωρεάν, αλλά τμήματα του προγράμματος αυτού (π.χ. μαθήματα σε συγκεκριμένα σπορ, ξεναγήσεις στην κοντινή πόλη ή χωριό) μπορούν ν' αποτελέσουν έσοδα για τη μονάδα, χωρίς φυσικά ν' αναφέρουμε και την άμεση κατανάλωση που μπορούν να κάνουν τα παιδιά παρακινούμενα το ένα από το άλλο τόσο στις παρεχόμενες από το ξενοδοχείο υπηρεσίες, όσο και από τα καταστήματα του που παρέχουν εξοπλισμό και μέσα για συγκεκριμένες μορφές ψυχαγωγίας και άθλησης του (στολές, φόρμες, μαγιό, γυαλιά, ρακέτες κ.λπ.).

Τα παιδιά είναι... «πονοκέφαλος». Τα παιδιά, αλλά και όχι μόνον παιδιά, ακόμα και νέοι, όταν συνοδεύουν τους γονείς τους στις κοινές διακοπές σε ξενοδοχεία που δεν παρέχουν ούτε την απολύτως απαραίτητη υποδομή ψυχαγωγίας υπάρχει πιθανότητα γρήγορα να γίνουν ανυπόφοροι γι' αυτούς. Η φυσική βέβαια συνέπεια θα είναι είτε να μειωθεί η προγραμματισμένη διάρκεια παραμονής, είτε πράγματι οι διακοπές, με όλες τις μελλοντικές συνέπειες, να μείνουν «αξέχαστες» σ' όλη την οικογένεια.

Βέβαια, η οικονομική κρίση των τελευταίων χρόνων έπληξε πρωτίστως τα family hotels καθώς οι tour operators άρχισαν να ζητούν δωρεάν υπηρεσίες για τα παιδιά, όπως γίνεται και στα κλασικά ξενοδοχεία. Όμως οι οικογενειακές μονάδες έχουν διαφοροποιημένο προϊόν για τα παιδιά και δίνοντάς το δωρεάν, αντιμετώπισαν σοβαρό οικονομικό πλήγμα.

Σταδιακά πάντως η αγορά των οικογενειακών διακοπών ανακάμπτει,

δημιουργώντας νέα προϊόντα για τα παιδιά και πολλοί γονείς επιλέγουν αυτό τον τρόπο διακοπών, αφού τελικά το κόστος τους είναι πολύ λογικό. Μάλιστα, όταν ξεκίνησαν τα ξενοδοχεία αυτά στην Ελλάδα, πολλές μονάδες ακολούθησαν μια τιμολογιακή

πολιτική που θα μπορούσε συνοπτικά να περιγραφεί, ως φθηνότερη από αυτή των γνωστών αλυσίδων Club Med και Robinsson, αλλά ακριβότερη από πακέτα ημιδιατροφής.

3.3. Παιδική Animation, Mini Club

Συχνά στα hotel clubs λαμβάνεται ιδιαίτερη μέριμνα για την αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών του οικογενειακού τουρισμού⁹. Τα ανδρόγυνα με παιδιά έχουν ορισμένα ειδικά ψυχολογικά χαρακτηριστικά, τα οποία οφείλονται στις πολύπλοκες σχέσεις που συνυπάρχουν σε κάθε οικογένεια. Εμείς θα ασχοληθούμε αποκλειστικά με τη σχέση των γονέων με το ή τα παιδιά τους. Γονείς και παιδιά έχουν σχέσεις αλληλεπίδρασης, ως προς τα αίτια και τα αποτελέσματα της συμπεριφοράς του κάθε μέρους.

Οι γονείς αγαπούν τα παιδιά τους και αισθάνονται υπεύθυνοι για την ικανοποίηση των αναγκών τους. Η αγάπη δημιουργεί την πιθανότητα αυταπάρνησης, στην περίπτωση που το ατομικό όφελος των γονέων συγκρούεται με το όφελος των παιδιών. Έτσι τα ζευγάρια, από την εποχή της εγκυμοσύνης και τουλάχιστον μέχρι την ενηλικίωση των παιδιών, θυσιάζουν ένα μέρος από την ελευθερία τους. Συχνά δε, υποφέρουν από τη σύγκρουση των γονικών και κοινωνικών τους υποχρεώσεων.

Για να ψυχαγωγηθεί αποτελεσματικά ο γονέας, είναι απαραίτητες δύο προϋποθέσεις. Πρώτον να κάνει κάτι το οποίο πραγματικά τον ευχαριστεί, και δεύτερον να αισθάνεται ότι αυτή του η ευχάριστη ενασχόληση, δεν είναι αντίθετη με την ευχαρίστηση της οικογένειάς του. Οι δύο προϋποθέσεις λοιπόν, αφορούν στην ταυτόχρονη εξασφάλιση του ατομικού και οικογενειακού οφέλους.

Στο hotel club οι γονείς πρέπει να αισθανθούν πραγματικά ελεύθεροι για να διασκεδάσουν και απαλλαγμένοι της ενοχής ότι παραμελούν τα παιδιά τους. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει τα ίδια τα μικρά τους παιδιά, να ζητήσουν τη μερική αυτή απελευθέρωση των γονέων. Αυτό προϋποθέτει την ύπαρξη ενός αποτελεσματικού mini club στο ξενοδοχείο, το οποίο υποκαθιστά τους γονείς ικανοποιητικά και επιτυγχάνει την κάλυψη των ειδικών αναγκών των παιδιών. Το mini club για να λειτουργήσει αποτελεσματικά περιορίζει τις ηλικίες των παιδιών που φιλοξενεί. Έτσι διαμορφώνονται τρεις περιπτώσεις mini club: βρεφών, νηπίων και παιδιών.

Από τη γέννηση και μετά τα παιδιά αναπτύσσονται σωματικά (ύψος, βάρος κ.λπ.) και οργανικά (νευρικό, μυϊκό και αναπνευστικό σύστημα). Ταυτόχρονα αναπτύσσεται και η νοημοσύνη τους. Παρουσιάζεται δε το φαινόμενο ότι δεν υπάρχουν μεγάλες διαφορές νοητικών δυνατοτήτων, ανάμεσα σε παιδιά που δεν είναι μεγαλύτερα των έξι ετών. Με την πάροδο της ηλικίας παρουσιάζονται σημαντικές διαφορές στην

⁹ Δημήτριου Λαλούμη, «Ξενοδοχειακή Ψυχαγωγία & Άθληση, εκδόσεις Αθ. Σταμούλη, 1999.

προσωπικότητα των παιδιών. Τα παιδιά παρουσιάζουν αλλαγές: προτίμησης των παιχνιδιών που παίζουν, στα ενδιαφέροντα τους, στην ψυχαγωγία που προτιμούν, στα αίτια θυμού ή φόβου κ.λπ.

Τα βρέφη έχουν την ανάγκη της αγάπης και της άμεσης ικανοποίησης των αναγκών τους. Τα βρέφη όταν αγαπιούνται και έχουν περιποίηση, αναπτύσσουν τα συναισθήματα της ασφάλειας, της εμπιστοσύνης και της αισιοδοξίας. Η ηλικία των βρεφών φθάνει μέχρι το δεύτερο έτος.

Στο δεύτερο και τρίτο έτος το παιδί αρχίζει να αποκτά τις ικανότητες για συντονισμένη σωματική κίνηση, και διανοητική λειτουργία. Έχει την ανάγκη να ενεργεί με το δικό του τρόπο και το δικό του ρυθμό, ώστε να αισθανθεί ότι ασκεί έλεγχο πάνω στον εαυτό του και στο περιβάλλον. Απαγορεύσεις ή υπερπροστασία, έχουν σαν αποτέλεσμα να αναπτύσσονται στο παιδί συναισθήματα ντροπής και αμφιβολίας.

Από το τρίτο μέχρι και το πέμπτο έτος, το παιδί επεμβαίνει στο περιβάλλον κατόπιν σκέψης και όχι αυθόρμητα. Η απόρριψη των ενεργητικών πρωτοβουλιών του παιδιού, δημιουργεί σ' αυτό το συναίσθημα της ενοχής.

Από το έκτο μέχρι και το ενδέκατο έτος, το παιδί ζητά να γνωρίσει τον κόσμο. Γνώσεις που αφορούν τα πάντα και δυνατότητες για να συνεργάζεται με τους συνομηλικούς του, οδηγούν το παιδί στην ενεργητικότητα και τη φιλοπονία. Αν το περιβάλλον θεωρήσει τις προσπάθειες του παιδιού για εξερεύνηση του κόσμου αταξίες και ακαταστασίες, τότε το παιδί δημιουργεί το συναίσθημα της κατωτερότητας.

Από το δωδέκατο μέχρι το εικοστό έτος, το παιδί προσπαθεί να συνενώσει τις γνώσεις και εμπειρίες του, ώστε να διαμορφώσει μια συνολική θεωρία για μία ιδεώδη κοινωνία. Προσπαθεί να συγχωνεύσει τις αντιθετικές πλευρές της κοινωνικής λειτουργίας και να δημιουργήσει μια σαφή εικόνα του ποιος είναι, από που προήλθε και πού κατευθύνεται. Αν υπήρξαν όμως προβλήματα στα προηγούμενα στάδια της εξέλιξης του, ή αν υπάρχουν σ' αυτό το στάδιο της εφηβείας δυσχερείς κοινωνικές συνθήκες, τότε ο έφηβος καταλαμβάνεται από σύγχυση ρόλων και κρίση συνείδησης.

Στο βρεφικό club εργάζονται άτομα τα οποία αγαπούν τα βρέφη και αρέσκονται στην περιποίηση τους. Μόνο μ' αυτόν τον τρόπο είναι δυνατόν να υποκατασταθεί έστω και μερικώς, η έλλειψη των γονέων. Τα βρέφη πρέπει να είναι μεγαλύτερα των τεσσάρων μηνών. Εκτός από την εξασφάλιση της τροφής, ανάπαυσης και περιποίησης των βρεφών, το mini club φροντίζει για το καθημερινό τους μπάνιο στη θάλασσα και το παιχνίδι τους.

Το νηπιακό mini club πρέπει να δίνει εμπιστοσύνη και ελευθερία στα παιδιά και να τα παροτρύνει σε ενεργητικότητα που τα γοητεύει. Τα παιχνίδια πρέπει να έχουν διδακτικό χαρακτήρα. Κάθε διδακτικό παιχνίδι καλύπτει τρεις στόχους, φανερώνει κάτι καινούριο στο παιδί, γεννά μια νέα αποκάλυψη ικανότητας σ' αυτό και το διασκεδάζει. Εμπλουτίζουν ακόμα την αυτοέκφρασή του, διότι οι συγκινήσεις, τα αισθήματα και οι σκέψεις εξαφανίζονται από τη ζωή μας όταν στερούνται έκφρασης.

Τα παιδιά δεν εκφράζονται εύκολα με λέξεις, γι' αυτό χρειάζεται να τους δίνονται πολλές ευκαιρίες και για έκφραση με την κίνηση, το χορό, τη ζωγραφική και τη χειροτεχνία.

Το νηπιακό mini club απαιτεί μία ανάλογη υποδομή, στο μέγεθος που εξυπηρετεί τα νήπια. Τα παιδιά επιθυμούν να ζήσουν όπως οι γονείς τους, διότι αυτοί οι τελευταίοι έχουν την εξουσία, τη δύναμη και τα μέσα για να ικανοποιούν τις παιδικές επιθυμίες. Έτσι μια μικρή παιδική πόλη, μικρές αθλητικές εγκαταστάσεις, αναπαραστάσεις γνωστών παραμυθιών, η δυνατότητα να ταξιδέψουν μόνα και ασφαλή σε βάρκες ή αυτοκίνητα, μπορούν να δημιουργήσουν στο παιδί τα συναισθήματα της ολοκλήρωσης και της αυτοεπιβεβαίωσης. Τότε τα παιδιά σταματούν να ζηλεύουν την ισχύ των γονέων και κατακλυσμένα από ενθουσιώδη συναισθήματα, τους πείθουν ότι ευχαριστήθηκαν τα παιχνίδια τους και την ανεξαρτησία που τους πρόσφερε η παιδική animation.

Τα παιδιά πρέπει να συμβιώνουν με παιδιά. Στο mini club παιδιών οκτώ μέχρι δεκατριών ετών, δίνεται η ευκαιρία στα παιδιά να κάνουν παρέα μεταξύ τους και να μπουν ενεργά στον κόσμο των καλών τεχνών και του αθλητισμού. Να συμμετέχουν ακόμη και σε σχολές τσίρκο. Να ζήσουν σε ένα κόσμο που απευθύνεται στην ηλικία τους, ανοιχτό στη ζωή, την ανακάλυψη και το γέλιο.

Μία δημοφιλής απασχόληση όλων των ηλικιών στο club αποτελεί και το θεατρικό παιχνίδι, το οποίο δεν αφορά στο παίξιμο θεατρικού ρόλου, αλλά η έκφραση καταστάσεων και ρόλων αυθόρμητα, αβίαστα και υποκειμενικά. Ο animateur παροτρύνει σταδιακά τα παιδιά σε αισθησιοκινητική δράση, σε αυτοσχέδιους ρόλους και σε επεξεργασία αυτών, μέχρι που διαμορφώνεται και εξελίσσεται η ιστορία.

Ο Freud υποστηρίζει ότι η μεγαλύτερη απόλαυση των παιδιών, δημιουργείται όταν ένας ενήλικας κατέρχεται στο επίπεδο τους, εγκαταλείπει την καταθλιπτική του υπεροχή και παίζει μαζί τους σαν ίσος. Αυτό είναι δύσκολο για τους γονείς, είναι όμως καθήκον των animateurs των mini clubs.

Οι γονείς, όταν αισθάνονται ότι τα παιδιά τους είναι ευτυχισμένα στον κόσμο των mini clubs, μπορούν να επωφεληθούν από τα αποτελέσματα που προσφέρει η ξενοδοχειακή animation. Όταν η animation των παιδιών και των γονέων είναι αποτελεσματικές, δε βελτιώνεται μόνον η βιοψυχική κατάσταση των μελών της οικογένειας και οι μεταξύ τους σχέσεις, αλλά ευχαριστιούνται και τις διακοπές τους.

Οι animateurs του mini club πρέπει να διαφοροποιούν το ρόλο τους από αυτόν του δασκάλου. Πρέπει να είναι φίλοι με τα παιδιά και να συνωμοτούν μαζί τους απέναντι στον κόσμο της εξουσίας, δηλαδή στον κόσμο των ενηλίκων. Αυτό οδηγεί σε μία κοινωνική οργάνωση ελευθερίας, όπου τα παιδιά μπορούν να είναι ξυπόλητα, να έχουν το δικαίωμα να λερωθούν, αλλά να είναι ταυτόχρονα τα κεντρικά μέλη της ομάδας του mini club, το οποίο καθημερινά προσφέρει νέες εμπειρίες και περιπέτειες.

Οι animateurs του mini club αποφεύγουν την κριτική και τις παρατηρήσεις. Τα

παιδιά με ασταθή προσωπικότητα διαπαιδαγωγούνται μέσα από τις δραστηριότητες της animation, οι οποίες οδηγούν σε συγκεκριμένη δημιουργική συμπεριφορά. Πρέπει να παίρνουν πληροφορίες για τις ονομαστικές γιορτές και τα γενέθλια των παιδιών, στα οποία τα παιδιά δίνουν μεγάλη σημασία και να διοργανώνουν ε-ορταστικές εκδηλώσεις.

Τα επιτεύγματα και οι κατασκευές των παιδιών πρέπει να παρουσιάζονται στον κόσμο των μεγάλων. Κάτι τέτοιο ικανοποιεί και καθησυχάζει τους γονείς, αλλά ταυτόχρονα επισημοποιεί τις δραστηριότητες του mini club στα ίδια τα παιδιά. Κάτι τέτοιο δεν πρέπει να γίνεται υπερβολικά συχνά, γιατί χάνει την αξία του και δημιουργεί ενόχληση.

3.4. Η τεχνική υποδομή

Είναι γεγονός ότι η ψυχαγωγία για τη χώρα μας, χωρίς ν' αποτελεί προνόμιο προσφοράς των ξενοδοχείων τύπου resort¹⁰ (εκτός πόλεων, εκτός σχεδίου, ίσως εντός ζωνών), αφορά και είναι επιτακτικότερη θα λέγαμε κυρίως γι' αυτά.

Κυρίαρχο στοιχείο της υλικότεχνικής υποδομής αποτελεί το στοιχείο της προστασίας και ασφάλειας των παιδιών από κάθε ορατό ή όχι κίνδυνο. Άλλωστε δε θα πρέπει να ξεχνάμε πως η ψυχαγωγία και άθληση των παιδιών έχει δύο βασικούς στόχους: να έχουν τα ίδια χαρούμενες και ασφαλείς διακοπές αλλά και οι γονείς το αίσθημα ότι τα παιδιά τους κινούνται σ' ένα από κάθε άποψη ασφαλές περιβάλλον. Μ' άλλα λόγια, το προσφερόμενο τυποποιημένο ξενοδοχειακό προϊόν είναι οικογενειακό.

Η προστασία κι ασφάλεια των παιδιών δε θα πρέπει να προσφέρεται μόνον στους αποκλειστικούς γι' αυτά χώρους, αλλά σ' όλο το ξενοδοχείο γενικά, τόσο στους εσωτερικούς χώρους όσο και στον περιβάλλοντα χώρο.

Σ' ό,τι αφορά, την τεχνική υποδομή, θα το εξετάσουμε χωριστά για τις απαραίτητες εγκαταστάσεις που αφορούν εσωτερικούς χώρους (in door) και διαφορετικά για τις εξωτερικές (out door). Επίσης σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη γενικές παράμετροι κανόνων προστασίας τόσο στο δομημένο, όσο και στο διαμορφωμένο περιβάλλον, που συνοψίζονται ενδεικτικά σε:

- Μείωση των κινδύνων που προέρχονται από κυκλοφορία αυτοκινήτων τόσο μέσα στον περιβάλλοντα, όσο και στον ευρύτερο χώρο.
- Καλαίσθητα κιγκλιδώματα που θα απαγορεύουν την προσπέλαση ή είσοδο σε χώρους που δεν παρέχουν προστασία.
- Κατάλληλη σήμανση με σύμβολα και επιγραφές.
- Ασφαλής προσπέλαση (μείωση σκαλοπατιών, μικρές κλίσεις) για παιδικά καροτσάκια και αναπηρικές πολυθρόνες.
- Ικανοποιητική απαγωγή των νερών της βροχής για να μη δημιουργούνται

¹⁰ Περικλή Λύτρα, «Ο Τουρισμός Προς το 2000», εκδόσεις Interbooks, 1989.

«λίμνες» και γλιστεροί διάδρομοι.

— Υαλόφρακτες με σήμανση, ανθεκτικοί και που στο σπάσιμο τους να μην είναι επικίνδυνοι.

— Πρίζες ασφάλειας

— Επιμελημένη καθαριότητα.

— Επίπλωση που να μη δημιουργεί αιχμές και επικίνδυνες γωνίες.

3.5. Εγκαταστάσεις του «Mini Club»

Ο όρος mini club αναφέρεται στην animation της παιδικής κυρίως ηλικίας. Αποτελεί το εντευκτήριο, τη λέσχη των μικρών. Η λέσχη αυτή — όταν αναφερόμαστε σε ξενοδοχεία διακοπών και μάλιστα καλοκαιρινών— προσφέρει εσωτερική (in door) και εξωτερική (out door) αναψυχή σε συνδυασμό και συνάφεια.

Ο εσωτερικός χώρος που είναι προτιμότερο να βρίσκεται στο κέντρο βάρους δραστηριότητας της μονάδας, αποτελεί ένα ξεχωριστό οίκημα με την ίδια αρχιτεκτονική φιλοσοφία. Ένας παιδικός σταθμός με όλα τα απαραίτητα, όπως:

— Τουαλέτες με είδη υγιεινής των ανθρωπομετρικών διαστάσεων αυτής της ηλικίας.

— Φαρμακείο για πρώτες βοήθειες.

— Μικρή κουζίνα.

— Σύστημα κλιματισμού.

— Σύστημα πυρασφάλειας.

— Τηλεφωνική σύνδεση.

— Έπιπλα (τραπέζια-καρέκλες) ανάλογων διαστάσεων. Ανάλογα με τη δυναμικότητα της μονάδας (ή τον αριθμό των μικρών πελατών) μπορεί ο χώρος να μην είναι ενιαίος αλλά να διαθέτει δορυφορικά μικρότερους χώρους, συνεχόμενους, χωρίς πόρτες, για καλύτερη εποπτεία και ασφάλεια. Στην περίπτωση αυτή οι ομάδες χωρίζονται κατ' απόλυτη ηλικία ή κατ' αντικείμενο απασχόλησης στο οποίο, φυσικά, εναλλάσσονται.

Ο χώρος πρέπει να διαθέτει:

— Βιβλιοθήκες με βιβλία.

— Παιχνίδια (συναρμολογούμενα, puzzles κ.λπ.) με τους απαραίτητους αποθηκευτικούς χώρους.

— Εγκατάσταση τηλεόρασης - video με τις απαραίτητες κασσέτες.

— Στον εσωτερικό χώρο του mini club είναι προτιμότερο να λειτουργεί και το baby sitting, γι' αυτό θα πρέπει να γίνει πρόβλεψη για πτυσσόμενα παιδικά κρεβάτια ή στρώματα καθώς και για χώρο αποθήκευσης τους όταν αυτά δε θα είναι σε χρήση.

Ο εξωτερικός χώρος του mini club (πάντα στο ίδιο επίπεδο, χωρίς σκαλοπάτια) είναι καλαίσθητα περιφραγμένος για να ξεχωρίζει από τον υπόλοιπο περιβάλλοντα χώρο της μονάδας όχι μόνο για λόγους ασφάλειας και πληρέστερης επιτήρησης, αλλά και για να δηλώνει πως... «εδώ βρίσκεται η χώρα των μικρών».

Εκεί βρίσκεται λάκκος με καθαρή άμμο, τσουλήθρες, τραμπάλες, κούνιες, εγκαταστάσεις αναρρίχησης κ.ά., που όμως διαλέγονται με το βασικό κριτήριο αυτό

της προστασίας και ασφάλειας των παιδιών

Επιλογή family resort με βάση την ηλικία των παιδιών

Μέχρι 3 χρόνων

Επιλέξτε ένα family resort με ειδικές παροχές, όπου το μωρό σας δεν θα ενοχλεί και εσείς θα διευκολυνθείτε. Διευκρινίστε την ηλικία του παιδιού όταν θα κάνετε την κράτηση και ρωτήστε για baby-sitting. Όταν τα παιδιά σας είναι νήπια, καλό είναι να επιλέγετε για τη διαμονή σας μέρη όπου μπορούν να τρέξουν ελεύθερα, αλλά χωρίς κίνδυνο-π.χ., ένα family resort με μια μεγάλη αμμουδιά, κήπους με μαλακό χορτάρι, αλλά και mini club για να απασχολείται δημιουργικά.

4-6 χρόνων

Κλείστε ένα ενοικιαζόμενο σπίτι με εξοπλισμένη κουζίνα και κήπο σε ένα νησί ή σε ένα resort με παιδότοπους και activities. Αν μένετε σε ενοικιαζόμενο δωμάτιο, αποφύγετε πάση θυσία μια παραλία που απαιτεί περπάτημα-αφήστε τις μοναχικές καταστάσεις γι'αργότερα. Τα μεγάλα οργανωμένα κάμπινγκ είναι άλλη μια καλή πρόταση αν σας ταιριάζει αυτό το στιλ διακοπών.

7-10 χρόνων

Μπορείτε πλέον να προγραμματίσετε εκείνο το ταξίδι στο εξωτερικό που τόσα χρόνια επιθυμούσατε. Γαλλία-Eurodisney, Αυστρία ή Ιταλία είναι μερικές από τις πιο εύκολες εκδρομές με πολλά activities για τα παιδιά. Για το sightseeing, προτιμήστε αντί του Λούβρου μια επίσκεψη στο πάρκο του Αστερίξ ή στο ζωολογικό κήπο.

11-13 χρόνων

Ανάλογα με το στιλ σας, μπορείτε να επιλέξετε πιο μακρινά ταξίδια, διακοπές κοντά στη φύση με εναλλακτικές δραστηριότητες αλλά και resorts με activities και σπορ για εφήβους

14-16 χρόνων

Η πιο δύσκολη περίοδος συνύπαρξης παιδιών και γονιών σε διακοπές-και γενικότερα.

Θέλετε ησυχία, θέλουν βραδινή έξοδο. Θέλετε μεσημεριανή σιέστα, θέλουν να κατεβαίνουν στην παραλία στις 3 το μεσημέρι για να συναντήσουν την παρέα. Θέλετε οικογενειακές διακοπές, θέλουν να φορτωθείτε και τους φίλους τους, που φυσικά πάνε πακέτο με την οικογένειά τους. Ψυχραιμία! Διαπραγματευτείτε το: ανταλλάξτε μουσεία με παραλίες και ξενύχτι με οικογενειακό δείπνο σε ένα καλό ρεστοράν. Πέντε ημέρες με την παρέα τους, επτά ημέρες οικογενειακά. Ένα weekend στη Μύκονο, μια εβδομάδα σε resort με σπορ facilities. Κανονίστε ομαδικές διακοπές με οικογένειες που έχουν παιδιά στην ίδια ηλικία. Ιδανική πρόταση: ένα νησί με επλογές διασκέδασης ή ένα τουρ με ιστιοπλοϊκό που θα σας χαρίσει ώρες με τα παιδιά το πρωί και θα δώσει σε εκείνα λίγο δικό τους χρόνο στο λιμάνι το βράδυ.

3.6. Εγκαταστάσεις για τους 13άχρονους

Ο εσωτερικός χώρος μπορεί να είναι ένας αυτόνομος χώρος, όπως ένα ή δύο

συνεχόμενα δωμάτια ή ένας ξεχωριστός οικίσκος. Διαθέτει αυτά που σαν απαραίτητα μνημονεύονται στο mini club, τηρουμένων των αναλογιών της ηλικίας. Χώρος επιτηρούμενος από ειδικό προσωπικό.

Ο *εξωτερικός χώρος*. Χρήση ολόκληρου του περιβάλλοντος χώρου και των εγκαταστάσεων άθλησης και ψυχαγωγίας που βρίσκονται σ' αυτόν. Βάσει προγραμμάτων μπορεί να γίνει χρήση σε ειδικές ώρες από τους εφήβους των εγκαταστάσεων των διαφόρων sport.

3.7. Το έμπυχο δυναμικό

Μιλώντας για το απαραίτητο προσωπικό που θ' ασχοληθεί με την πραγμάτωση της παιδικής animation θα πρέπει να σημειώσουμε πως δεν αναφερόμαστε σ' αυτό που απασχολείται με την ψυχαγωγία των μεγάλων αλλά ούτε και σ' αυτό που μπορεί ν' απασχολείται κάποιο χρόνο του ωραρίου του σε προγράμματα για τους μικρούς μας φίλους και φίλες.

Θα πρέπει να τονίσουμε, βέβαια, πως το προσωπικό της τελευταίας κατηγορίας, αυτό δηλαδή της διπλής απασχόλησης και κατά συνέπεια ιδιότητας, είναι το πολυπληθέστερο χωρίς να λάβουμε υπόψη μας ότι παιδιά της ηλικίας 13 και πάνω παρακολουθούν και προγράμματα για μεγάλους.

Με βάση τις παραπάνω τοποθετήσεις μας αναφερόμαστε στο προσωπικό κυρίως του *baby sitting* και της *παιδικής κυρίως ηλικίας*.

Η *προέλευση* του προσωπικού αυτού μπορεί να είναι οι σχολές, πανεπιστημιακές ή όχι, νηπιαγωγών, δασκάλων ή γυμναστών κ.α.

3.8. Τα πιθανά προβλήματα

Στις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις παρατηρείται μέχρι σήμερα μεγάλη διστακτικότητα όσον αφορά τη σκοπιμότητα της ψυχαγωγίας και κυρίως των παιδιών, την κάλυψη της απαραίτητης επένδυσης και τη δημιουργία επιπρόσθετων λειτουργικών εξόδων. Δεν συμπεριλαμβάνονται οι περιπτώσεις δικαιολογημένης επιφύλαξης ή και απόρριψης της σχετικής ιδέας (εμπορικά ξενοδοχεία, ελάχιστη διάρκεια παραμονής πελατών, ξενοδοχεία τύπου κλαμπ για συγκεκριμένες ηλικίες κ.λπ.) αλλά εκείνες οι περιπτώσεις που όλα συνηγορούν για την ύπαρξη της. Εδώ θα πρέπει να τονίσουμε πως αν πριν από 20 χρόνια ήταν σε διεθνές επίπεδο η παιδική animation πρωτοποριακή και οι ξενοδόχοι που την πρόσφεραν διορατικοί σήμερα αποτελεί στοιχείο ανταγωνιστικής άμυνας, ίσως και επιβίωσης για μονάδες ιδίως σε παραθεριστικούς τόπους τουριστικών προορισμών.

Παραθέτουμε τα προβλήματα αυτά με τις πιθανές προσωπικές μας απόψεις για την απάλειψή τους:

— Ο ελληνικός τουρισμός είναι μικτός. Έχουμε πολλές εθνικότητες και το δίμηνο Ιουλίου - Αυγούστου Έλληνες, σε ποσοστό 50%.

Προφανώς η «δυσκολία» εμφανίζεται στην επιλογή της εθνικότητας του προσωπικού ή στη δυσχέρεια εξεύρεσης ξενόγλωσσου προσωπικού. Η κυρίαρχη εθνικότητα σ' όλη τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου μπορεί ν' αποτελέσει το στοιχείο επιλογής. Σ' ό,τι αφορά τους Έλληνες πελάτες, ένα ξενόγλωσσο mini club θα τους χαροποιήσει ιδιαίτερα, μια και θα το θεωρήσουν —και πολύ σωστά— ευκαιρία για εξάσκηση των παιδιών τους στην ξένη γλώσσα. Άλλωστε η γλώσσα του παιχνιδιού και της χαράς λένε πως είναι διεθνής.

— Έχει γίνει χρήση όλου του επιτρεπόμενου από την πολεοδομία ποσοστού κάλυψης (όρων δόμησης) και δεν έχει το ξενοδοχείο να δημιουργήσει mini club. Φυσικά δε «ρισκάρουν» κάποιο παράνομο κτίσμα.

Σ' αυτή την περίπτωση πρέπει να εξετάζεται η κατάλληλη διαρρύθμιση ενός bungalow ή δύο επικοινωνούντων υπνοδωματίων του ισογείου κ.ο.κ. Ίσως μία λυόμενη προκατασκευή θα μπορούσε να λύσει το πρόβλημα.

— Δε έχει ζητηθεί κάτι τέτοιο από το τουριστικό γραφείο που φέρνει τη μεγαλύτερη πληρότητα στο ξενοδοχείο.

Αυτός ο ισχυρισμός είναι άτοπος γιατί με τον εμπλουτισμό των υπηρεσιών μας επιτυγχάνουμε μεγαλύτερη πληρότητα και ενδεχομένως υψηλότερες τιμές και φυσικά το ξενοδοχείο γίνεται πιο ανταγωνιστικό.

— Η απαραίτητη υποδομή σημαίνει νέο δάνειο και αύξηση των τοκοχρεολυτικών δόσεων.

Τέλος, υπάρχει ο φόβος ότι για την δημιουργία της κατάλληλης υποδομής θα χρειαστεί να ξοδευτούν τεράστια ποσά που ενδεχομένως να σημαίνει ένα καινούργιο δάνειο.

Προτείνεται οι ιδιοκτήτες των ξενοδοχείων να διενεργήσουν σχετική έρευνα για το κόστος ώστε να έχουν μια ολοκληρωμένη άποψη για το κόστος.

3.9. Στον Παράδεισο των Family Hotels

3.9.1. Aldemar Olympian Village (Σκαφιδιά, Πελοπόννησος)

Εστιατόρια · Μπαρ · 37 πισίνες · Υδροτσουλήθρα · Τένις · Μπάσκετ · Ποδόσφαιρο · Beach volley · Μίνι γκολφ · Κέντρο θαλάσσιων σπορ · Κέντρο θαλασσοθεραπεία · Mini Club · 2 παιδικές χαρές

Πάνω σε μία απέραντη αμμουδιά του Ιονίου, στη Δυτική Πελοπόννησο, τον επισκέπτη καλωσορίζουν πολυτελή bungalows, δωμάτια, σουίτες και οικογενειακά διαμερίσματα που περιβάλλονται από ατέλειωτες επιφάνειες νερού και καταπράσινους κήπους. Η φροντισμένη λεπτομέρεια και το ποιοτικό service προδιαγράφουν τις ιδανικές συνθήκες διακοπών, καθώς η κάθε μέρα υπόσχεται νέες δραστηριότητες και στιγμές απόλαυσης για μικρούς και μεγάλους. Η έντονη δραστηριότητα εναλλάσσεται αρμονικά με τη χαλάρωση στον ήλιο και την ήρεμη απόδραση πλάι στην πισίνα σας. Τα παιδιά ζουν τη δική τους εμπειρία διακοπών με τη φροντίδα των ψυχαγωγών. Τα τοπικά εδέσματα και η ελαφριά κουζίνα εναλλάσσονται με διεθνείς γαστρονομικές βραδιές και μεσογειακές γεύσεις.

Το 5 αστέρων ξενοδοχείο, που βρίσκεται στη Σκαφιδιά, 13 χλμ. από τον Πύργο Ηλείας, διαθέτει 431 δωμάτια και 82 σουίτες σε κτιριακά συγκροτήματα και σε συγκροτήματα bungalows και 49 οικογενειακές βίλες σε συγκροτήματα bungalows.

Υπάρχουν μάλιστα και bungalows τα οποία μοιράζονται ιδιωτικές πισινές.

Στα δωμάτια υπάρχει έγχρωμη δορυφορική τηλεόραση, δυνατότητα σύνδεσης στο Internet και εγκατάσταση PC και video, θυρίδα ασφαλείας, ψυγείο, επιπλωμένο μπαλκόνι, ενώ στις βίλες υπάρχει επίσης πολυκουζινάκι.

Το συγκρότημα διαθέτει πλήθος εστιατορίων και μπαρ, ενώ υπάρχουν συνολικά 37 εξωτερικές πισίνες, 4 μεγάλες, 2 παιδικές, και 31 πισίνες για τις σουίτες τα διαμερίσματα και τα bungalows. Φυσικά, η τεράστια αμμώδης παραλία με ομπρέλες και ξαπλώστρες είναι στη διάθεση των επισκεπτών, όπως και η υδροσουλήθρα 93 μέτρων που υπάρχει στο συγκρότημα. Οι γονείς μπορούν να διασκεδάσουν και να αθληθούν στα γήπεδα τένις, μπάσκετ, ποδοσφαίρου, beach volley, μίνι γκολφ και στο κέντρο θαλάσσιων σπορ, ενώ υπάρχουν τραπέζια πινγκ-πονγκ, αίθουσα TV & video με μεγάλη οθόνη, αίθουσα bridge, ενώ οργανώνονται βραδινά προγράμματα και shows από την ομάδα των ψυχαγωγών. Για στιγμές χαλάρωσης και ευεξίας, μην παραλείψετε να επισκεφθείτε το Royal Olympian Spa.

Όσο για τα παιδιά, αυτά θα περάσουν τις πιο ξέγνοιαστες στιγμές τους στο Mini Club του συγκροτήματος και τις δύο παιδικές χαρές, όπου οργανώνονται προγράμματα ψυχαγωγίας και αθλητικών δραστηριοτήτων με τους ψυχαγωγούς, ενώ κατόπιν αίτησης υπάρχει η δυνατότητα φύλαξης των παιδιών. Στην υδροσουλήθρα θα διασκεδάσουν κάτω από την επίβλεψη των ειδικών, ενώ μπορείτε να οργανώσετε μέσω του ξενοδοχείου κοντινές εκδρομές.

Τα κατοικίδια δεν επιτρέπονται στους χώρους του ξενοδοχείου.

3.9.2. *Silva Maris (Χερσόνησος, Κρήτη)*



2 εστιατόρια · 3 μπαρ · 2 πισίνες · Πρόγραμμα γυμναστικής · Χορός · Μαθήματα κρητικής κουζίνας · Mini Club · Παιδικός σταθμός · Παιδική Χαρά · Παιδική πισίνα

Μόλις μισή ώρα από το Διεθνές Αεροδρόμιο του Ηρακλείου, στην ανατολική πλευρά της Χερσονήσου, βρίσκεται ένα κατ' εξοχήν family hotel, από τα πιο δημοφιλή της Κρήτης, το Silva Maris. Το τεσσάρων αστέρων παραθαλάσσιο ξενοδοχείο, χτισμένο σαν ένα παραδοσιακό κρητικό χωριό, λούζεται από τον ήλιο της Κρήτης μέσα σε πανέμορφους κήπους 5.000 τ.μ. με βουκαμβίλιες και ιβίσκους σε

υπέροχους χρωματισμούς, που τονίζουν τους πετρόχτιστους τοίχους και τις μικρές πλατείες του.

Το Silva Maris λειτουργεί ως ένα all-inclusive ξενοδοχείο, όπου μπορεί κανείς να βρει πληθώρα δραστηριοτήτων για να απασχοληθεί ή αλλιώς να ξεκουραστεί στην παραλία και στις πισίνες, απολαμβάνοντας τις υπηρεσίες του συγκροτήματος και την εξυπηρέτηση του έμπειρου και φιλόξενου προσωπικού. Μπορείτε να συμμετέχετε στις εκδρομές που πραγματοποιούνται σε διάφορα σημεία του νησιού ή να πάρετε μέρος στα μαθήματα κρητικής κουζίνας.

Το συγκρότημα διαθέτει συνολικά 312 δωμάτια, τα περισσότερα από αυτά είναι bungalows κατάλληλα για οικογένειες και πλήρως εξοπλισμένα με πολυκουζινάκι, κλιματισμό, δορυφορική τηλεόραση, ραδιόφωνο ή μουσικό κανάλι, απ' ευθείας τηλεφωνική σύνδεση, ψυγείο, στεγνωτήρα μαλλιών κ.α. Υπάρχουν, επίσης, σαλόνια, αίθουσα μπριτζ - TV γωνιά, ιατρείο με εφημερεύοντα ιατρό, Πρώιες Βοήθειες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ταχεία διεκπεραίωση check-in, πρόσβαση στο Internet, καταστήματα, θαλάσσια σπορ, γήπεδο τένις, πινγκ πονγκ, μπιλιάρδο, beach volleyball. Στα δύο εστιατόρια (που προσφέρουν και διαιτητικό μενού) και τα 4 μπαρ θα απολαύσετε τις μοναδικές κρητικές λιχουδιές.

Υπάρχουν δύο εξωτερικές πισίνες, και μια παιδική, ενώ διοργανώνονται μαθήματα γυμναστικής και γυμναστικής στο νερό, διαγωνισμοί χορού, μαθήματα ελληνικών χορών, μαθήματα κρητικής κουζίνας, ελληνικής γλώσσας για τους ξένους, θεματικά πάρτι, ελληνικές παραδοσιακές βραδιές, αλλά και διάφορα παιχνίδια, κουίζ, σκάκι, bingo, darts, τόμπολα κ.λπ.

Τα παιδιά θα περάσουν ευχάριστες και ξέγνοιαστες μέρες στο Mini Club παρέα με συνομήλικους και υπό την επίβλεψη των ειδικών. Υπάρχει επίσης παιδικός σταθμός, παιδική χαρά, σταθμός φροντίδας μωρών καθώς και δυνατότητα φύλαξης των παιδιών.

Τα παιδιά μπορούν να απολαύσουν το μπάνιο τους στην ειδική παιδική πισίνα, να παρακολουθήσουν μαθήματα τένις και θαλάσσιου σκι. Ακόμα υπάρχουν ειδικά παιδικά μενού και μπουφέ και παιδικά καθισματάκια στα εστιατόρια. Και φυσικά υπάρχει ειδικό πρόγραμμα ψυχαγωγίας από εξειδικευμένους animators, που οργανώνουν πολλά παιχνίδια, χορούς και πάρτι στη ντίσκο.

Ένας ιδανικός χώρος για ανέμελες οικογενειακές διακοπές σε ένα πλούσιας φυσικής ομορφιάς νησί.

3.9.3. Messonghi Beach (Μωραϊτικά, Κέρκυρα)



4 Πισίνες · Βόλεϊ · Beach Volley · Μπάσκετ · Ποδόσφαιρο · Πινγκ πονγκ · Water polo · Αερόμπικς · Fitness Center · Κέντρο θαλάσσιων σπορ · Σχολή Καταδύσεων · Mini Club · 3 παιδικές Πισίνες · Παιδικό εστιατόριο · Ενοικιαζόμενα παιδικά αυτοκινήτα · Παραδοσιακό τρενάκι

Ένα από τα πιο δημοφιλή family hotels της Κέρκυρας βρίσκεται μεταξύ των χωριών Μωραΐτικα και Μεσογγή, είκοσι χιλιόμετρα νοτιοανατολικά από την πόλη της Κέρκυρας και 18 χιλιόμετρα από το αεροδρόμιο. Πρόκειται για το Messonghi Beach, ένα κλασικό οικογενειακό ξενοδοχείο που σέβεται το περιβάλλον, τοποθετημένο σε εξαιρετική θέση σε ένα καταπράσινο τοπίο, μέσα σε κήπους με πολύχρωμα λουλούδια και γρασίδι, μπροστά σε μια μεγάλη και ρηχή παραλία, προσφέροντας όλες τις ανέσεις για αξέχαστες διακοπές και ιδανικές υπηρεσίες για οικογένειες.

Το συγκρότημα αποτελείται από 870 δωμάτια, bungalows και σουίτες. Το Messonghi Holiday Resort, δίνει ιδιαίτερη προσοχή στους χώρους ψυχαγωγίας και αθλητισμού. Διαθέτει 7 πισίνες και πλήθος γηπέδων Βόλεϊ, beach volley, μπάσκετ, ποδοσφαίρου, τραπέζια πινγκ-πονγκ, μαθήματα αερόμπικς, και αγώνες water polo. Υπάρχει, επίσης fitness center, κέντρο θαλάσσιων σπορ και η διεθνώς αναγνωρισμένη σχολή καταδύσεων Nautilus Diving.

Υπάρχουν, ακόμα πολλά εστιατόρια, μεταξύ των οποίων και εστιατόριο με θαλασσινά πάνω στο κύμα, 12 μπαρ, gelateria, καταστήματα, χρυσοχοείο, κομμωτήριο, ιατρικές υπηρεσίες, tv room, playground, card room, δορυφορική τηλεόραση, Internet corner, κέντρο συνεδριάσεων με χωρητικότητα 150-200 ατόμων, εκπαιδευμένο και φιλόξενο προσωπικό έτοιμο για τη δική σας εξυπηρέτηση.

Το Messonghi προσφέρει οργανωμένα προγράμματα και εκδηλώσεις από έμπειρη ομάδα animators. Οι γονείς θα διασκεδάσουν επίσης στα beach party που οργανώνονται, στις θεματικές βραδιές, τα παιχνίδια και τις παραδοσιακές βραδιές, ενώ θεατρικές παραστάσεις καθημερινά και μουσικά σχήματα υπόσχονται αξέχαστες διακοπές. Παράλληλα, τα τρενάκια του συγκροτήματος προσφέρουν υπέροχες διαδρομές στους καταπράσινους κήπους.

Τα παιδιά από 4 έως 12 ετών θα απασχοληθούν στο Mini Club που προσφέρει οργανωμένα παιδικά προγράμματα σε όλη τη διάρκεια της ημέρας από εκπαιδευμένους παιδαγωγούς με μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων όπως πικ νικ, ζωγραφική στο πρόσωπο, κυνήγι θησαυρού, κ.λπ. Η παιδική χαρά είναι εξοπλισμένη με ασφαλή παιχνίδια. Υπάρχουν 3 πισίνες για τους μικρούς φίλους καθώς και ειδικό εστιατόριο για παιδιά με μπουφέ ειδικά προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους. Το βράδυ είναι ανοιχτή η disco για τα παιδιά, ενώ κάθε Κυριακή οργανώνεται πάρτι με το Μίκυ, τη Μίνι, το Κογιότ και τον Κακό Πειρατή,

Ακόμα τα παιδιά μπορούν να παίξουν παιχνίδια με βίντεο, ή ακόμα να νοικιάσουν μικρά αυτοκινητάκια, με τα οποία μπορούν να κινούνται μέσα στους χώρους του ξενοδοχείου. Τέλος, το θαλάσσιο πάρκο και η οργάνωση πολλαπλών εκδηλώσεων προσφέρουν ποιότητα στη διασκέδαση των παιδιών.

3.9.4. Porto Carras (Σιθωνία, Χαλκιδική)



1 Πισίνα · Κέντρο Θαλασσοθεραπείας · Γήπεδο γκολφ 18 οπών · Μαρίνα · Ιππικός Όμιλος · Κέντρο θαλάσσιων σπορ · Σχολή καταδύσεων · Τέννις · Γυμναστήριο · Μπάσκετ · Βόλεϋ · Μονοπάτια πεζοπορίας · θέατρο · Κινηματογράφος · Καζίνο · Mini Club

Σε ένα εκπληκτικήςμορφιάς σημείο τηςΧαλκιδικής εκτείνεται το Porto Carras. Ένα τεράστιο συγκρότημα, έκτασης 17.630 στρεμμάτων με περισσότερα από 1.000 δωμάτια και πλήρως ανακαινισμένες εγκαταστάσεις. Εννέα χιλιόμετρα ιδιωτικών ακτών, 25 ιδιωτικοί κολπίσκοι, μαρίνα, αμπέλια, ελαιώνες, λαχανόκηποι, καζίνο, γήπεδο γκολφ, Ιππικός όμιλος, κέντρο Θαλασσοθεραπείας είναι μερικά από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του συγκροτήματος.

Παιδιά και ενήλικες θα νοιώσουν ότι βρίσκονται σε έναν άλλο κόσμο, έναν κόσμο ηρεμίας επαφής με τη φύση, αλλά και πολυτέλειας.

Επαγγελματία animators προσφέρουν σε μικρούς και μεγάλους προγράμματα διασκέδασης όλη την ημέρα μέχρι αργά το βράδυ. Θεατρικές παραστάσεις, συναυλίες, ελληνικές βραδιές και διάφορες άλλες εκδηλώσεις λαμβάνουν χώρα στο θέατρο Απόλλων, στο κλειστό θέατρο Gina Bachauer, στο υπαίθριο Small Theatre καθώς και στους υπαίθριους χώρους της μαρίνας. Στη μαρίνα, επίσης, λειτουργεί θερινός κινηματογράφος με τις τελευταίες κινηματογραφικές επιτυχίες. Όταν φτάνει η νύχτα απολαύστε την άλλη όψη της διασκέδασης. Ζωντανό ελληνικό πρόγραμμα ή διεθνείς επιτυχίες στο Asteria Night Club και στο Kohi Kohi Club.

Για τους λάτρεις των σπορ, υπάρχει κέντρο θαλάσσιων σπορ, επαγγελματική σχολή καταδύσεων, εννέα γήπεδα τέννις, γήπεδο γκολφ 18 οπών, γυμναστήριο, αεροβική, γήπεδα μπάσκετ, ποδοσφαίρου, βόλεϊ, τραπέζι πινγκ-πονγκ, υπάρχουν επίσης δύο διαμορφωμένα μονοπάτια για πεζοπορία στο εσωτερικό του πανέμορφου πευκοδάσος και των αμπελώνων, ενώ μπορεί κανείς να νοικιάσει και ποδήλατο ή να κάνει μια βόλτα με τα όμορφα και εκπαιδευμένα άλογα. Στο κέντρο

θαλασσοθεραπείας προσφέρονται μοναδικές στιγμές χαλάρωσης και ευεξίας, ενώ στο καζίνο θα ζήσετε μαγευτικές βραδιές. Στη μαρίνα του συγκροτήματος υπάρχει η δυνατότητα

ελλιμενισμού 325 σκαφών. Και φυσικά θα δοκιμάσετε τα μοναδικά κρασιά των αμπελώνων του Πόρτο Καρράς.

Για τους μικρούς φίλους, από 4 έως 12 ετών, η εξειδικευμένη ομάδα ψυχαγωγών έχει σχεδιάσει ένα πλούσιο πρόγραμμα με πολλές εκπλήξεις, που σίγουρα θα διασκεδάσει τα παιδιά σας. Δίνεται και η δυνατότητα για φύλαξη των παιδιών, ενώ οργανώνονται διάφορες εκδρομές. Για τα μικρότερα παιδάκια, υπάρχει δυνατότητα ετοιμασίας κατάλληλου φαγητού για μωρά ενώ παρέχεται θερμαντήρας μπιμπερό. Και πάντα υπάρχει διαθέσιμος γιατρός.



3.9.5. Athenia Med Hotel (Μαραθώνας, Αττική)

2 Εστιατόρια · 2 μπαρ · 3 πισίνες · Windsurfing · Roller blading · Water aerobics · Water polo · Καγιάκ · Τέννις· Μπάσκετ · Βόλεϋ · Μίνι ποδόσφαιρο · Πινγκ πονγκ · Mini Club Med · Juniors Club Med · Παιδική πισίνα

Ξέγνοιαστες διακοπές δύο βήματα από την Αθήνα. Το Athenia Med Hotel, προσφέρει πρόγραμμα για χαλάρωση και ελευθερία επιλογής αθλημάτων σε ένα Χωριό ιδανικό για οικογένειες. Τα 421 δωμάτια, μοιρασμένα στα bungalows και στο ξενοδοχείο, είναι πολύ απλά διακοσμημένα.

Τρεις πισίνες βρίσκονται στη διάθεση σας, ενώ μπορείτε να επιλέξετε ανάμεσα σε windsurfing, roller blading, μαθήματα καγιάκ, water aerobics, τένις, μπόσκετ, βόλεϊ, μίνι ποδόσφαιρο, water polo, πινγκ πονγκ, πετάνγκ.

Στο Mini Club Med για παιδιά 4-10 ετών και στο Juniors Club Med για παιδιά από 11-13 ετών και 14 -17 ετών, τα μικρότερα ή τα μεγαλύτερα παιδιά απασχολούνται με δημιουργικές δραστηριότητες. Πάντα κάτω από την επίβλεψη των ειδικών G.Os τα παιδιά παίρνουν μέρος σε μια σειρά αθλητικών και δημιουργικών δραστηριοτήτων, που σημειώνονται καθημερινά στην είσοδο του Mini Club Med. Με βάση την ηλικία και το Χωριό, οι δραστηριότητες χωρίζονται σε διάφοροι τομείς: δημιουργικά παιχνίδια, σπορ και δραστηριότητες στην ύπαιθρο. Το Mini Club Med είναι ανοιχτό 6 μέρες την εβδομάδα, από τις 8.30 ή 9.00 π.μ. έως τις 9 μ.μ. με ένα διάλειμμα για

ντους 1 ώρα πριν το φαγητό.

3.9.6. Sunmarotel Miramare Beach (Μοραΐτικα, Κέρκυρα)

3 εστιατόρια · 4 μπαρ · 4 πισίνες · Κέντρο θαλάσσιων σπορ · Σχολή καταδύσεων · Τένις · Γυμναστική · Γκολφ · Πινγκ πονγκ · Μπιλιάρδα · Kiddy Club · Παιδική πισίνα

Το ξενοδοχείο Sunmarotel Miramare Beach είναι χτισμένο σε μια έκταση 75 στρεμμάτων, μόλις λίγα μέτρα από τη θάλασσα, περικυκλωμένο από αιωνόβιες ελιές, σπυροφόρα δέντρα και πολύχρωμα λουλούδια. Απέχει από το χωριό Μωραΐτικα περίπου 400 μέτρα και 17 χλμ. περίπου από την πόλη, το αεροδρόμιο και το λιμάνι της Κέρκυρας.

Το ξενοδοχείο χτίστηκε από την οικογένεια Ωνάση το 1960 και υπήρξε ένα από τα καλύτερα ξενοδοχεία στον ελληνικό χώρο. Το 1992 περιήλθε στην εταιρεία Sunmarotel, η οποία και ανέλαβε την ανανέωση και ανακαίνιση του, δημιουργώντας ένα ξενοδοχείο που «κερδίζει» ιδιαίτερα υψηλή βαθμολογία, όχι μόνο από τους ενήλικες, αλλά και κυρίως από την παιδική πελατεία του.

Το συγκρότημα διαθέτει 250 δωμάτια διαφόρων τύπων. Υπάρχουν 4 μπαρ, ντίσκο, καφέ, ταβέρνα, πιτσαρία, εστιατόριο, 4 πισίνες, κέντρο θαλάσσιων σπορ, σχολή καταδύσεων, 3 γήπεδα τένις, πρόγραμμα aerobics, γυμναστική, κέντρο ιππασίας κοντά στο ξενοδοχείο, γήπεδο γκολφ, τραπέζια πινγκ πονγκ, μπιλιάρδα, υπαίθρια σκακίερα.

Για τα παιδιά υπάρχει παιδική χαρά με ειδικό προσωπικό (kiddy club) καθώς και παιδική πισίνα, ενώ υπάρχει πρόγραμμα με επαγγελματίες animators τόσο για τους μικρούς όσο και τους ενήλικες επισκέπτες του ξενοδοχείου.

3.9.7. AKS Annabelle Village (Χερσόνησος, Κρήτη)

2 Εστιατόρια · 3 Μπαρ · 1 Ντίσκο · 2 Πισίνες · Θαλάσσια Σπορ · Beach Volley · Τένις · Μπιλιάρδα · Fitness Center · Mini Club · Παιδική Χαρά · 2 Παιδικές Πισίνες.

Το Annabelle Village του κυπριακού ομίλου AKS είναι ένα πολυτελές ξενοδοχείο διακοπών, πολύ κοντά στη δημοφιλή Χερσόνησο της Κρήτης. Διαθέτει ιδιωτική αμμώδη παραλία, η οποία έχει βραβευθεί πολλές φορές με τη Γαλάζια Σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το συγκρότημα διαθέτει κυρίως bungalows μέσα σε πανέμορφους κήπους και όλα τα σπιτάκια είναι χτισμένα με την αιγαιοπελαγίτικη αρχιτεκτονική. Και τα 262 δωμάτια έχουν θέα στη θάλασσα ή τον κήπο, ενώ υπάρχουν δύο εξωτερικές πισίνες και μια εσωτερική, πολλά θαλάσσια σπορ (σκι, wind surfing, jet ski, κανό, καταδύσει, κ.λ.π) καθώς και γήπεδο beach volley. Επίσης στο συγκρότημα θα βρείτε δύο γήπεδα τένις, fitness center με σάουνα, Jacuzzi και μασάζ, μπιλιάρδα, υπαίθριο σκάκι, προγράμματα γυμναστικής. Στα δύο εστιατόρια και τα τρία μπαρ του συγκροτήματος θα δοκιμάσετε παραδοσιακές και διεθνείς λιχουδιές. Για τα παιδιά, το mini club "Cinderella" αναλαμβάνει να διασκεδάσει τους μικρούς φίλους ηλικίας από 4 έως 12 ετών, ενώ υπάρχουν δύο πισίνες για παιδιά καθώς και ειδική διατροφή. Στην παιδική χαρά, αλλά και στα προγράμματα που οργανώνουν οι animators του συγκροτήματος, τα παιδιά θα περάσουν ξέγνοιαστες

στιγμές. Το ξενοδοχείο διαθέτει και φύλαξη παιδιών κατόπιν αίτησης.

3.9.8. Καλημέρα Κρήτη Hotel and Village Resort (Σίσσυ, Κρήτη)

3 Εστιατόρια · Piano Bar · 2 Πισίνες · Τένις · Squash · Πινγκ Πονγκ · Mountain Bikes · Mini Golf · Θαλάσσια Σπορ · Mini Club · Προγράμματα Για Εφήβους · Παιδική Χαρά

Το ξενοδοχείο «Καλημέρα Κρήτη» του ομίλου Μαντωνανάκη βρίσκεται κοντά στο γραφικό χωριό Σίσσυ περίπου 35 λεπτά από το αεροδρόμιο του Ηρακλείου. Πρόκειται για ένα εκπληκτικής αρχιτεκτονικής παραθαλάσσιο ξενοδοχείο με 415 δωμάτια, εμπνευσμένα από την αρχιτεκτονική των Μινωικών ανακτόρων, ενσωματώνοντας νεοκλασικά στοιχεία. Τα τρία χωριά είναι αρμονικά διεσπαρμένα στο χώρο έκταση 210.000 τ.μ.

Τα τρία εστιατόρια και το ρίανο bar σας περιμένουν για gourmet απολαύσεις, αλλά και γεύματα διαίτης, ενώ στη φυσική σπηλιά που υπάρχει στο χώρο μπορείτε να πιείτε τον καφέ σας. Στο συγκρότημα υπάρχουν δύο εξωτερικές πισίνες και μια εσωτερική καθώς και αμμουδερή παραλία. Έξι γήπεδα τένις, δύο γήπεδα squash, τραπέζια πινγκ πονγκ, mountain bikes,



beach volley, mini golf, αλλά και μεγάλη ποικιλία θαλάσσιων σπορ (σκι, surfing, καταδύσεις κανό, «μπανάνα» κ.λ.π.) θα σας κρατήσουν σε φόρμα και θα σας διασκεδάσουν.

Τα βράδια οργανώνονται παραδοσιακοί χοροί, αλλά και barbecue, ενώ οι animators φροντίζουν για τη διασκέδαση των επισκεπτών όλη τη διάρκεια της ημέρας.

Για τα παιδιά από 4 χρονών και πάνω υπάρχουν προγράμματα το πρωί και το απόγευμα καθώς και προγράμματα για εφήβους, ενώ λειτουργεί παιδική χαρά και διατίθεται παιδικό μενού στα εστιατόρια. Επίσης, υπάρχει φύλαξη παιδιών κατόπιν αίτησης.

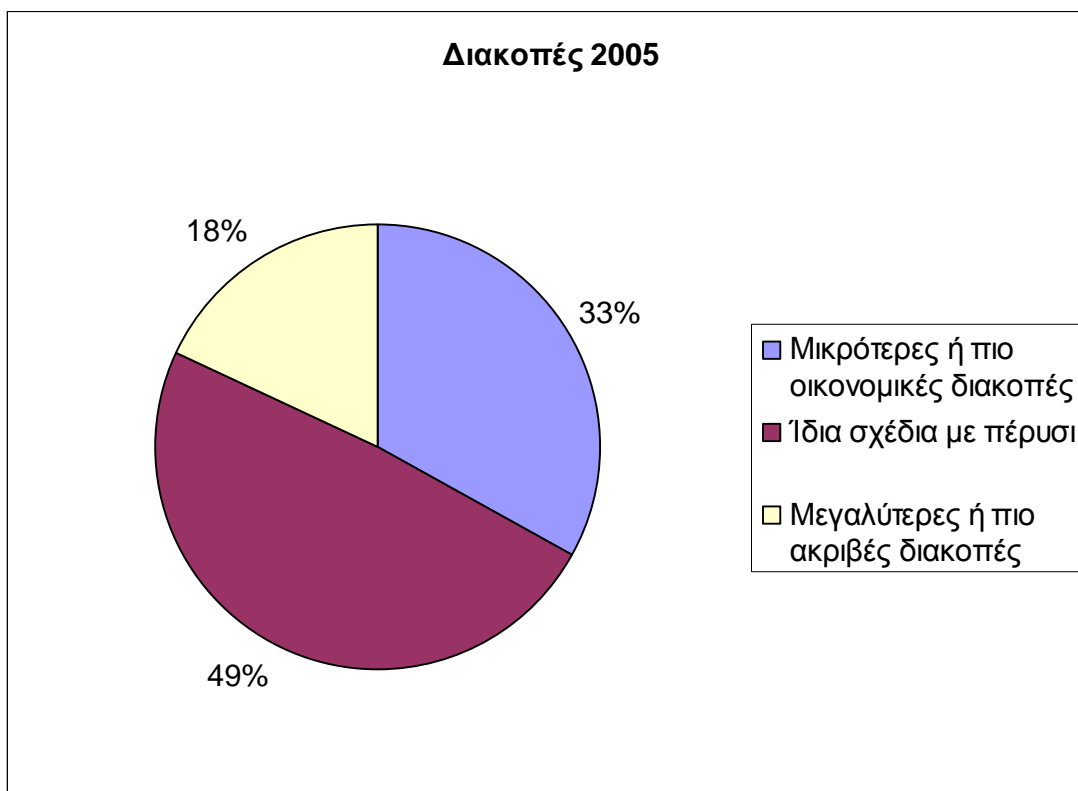
4.1. Έρευνα Κάπα Research¹¹ Αμείωτη η διάθεση των Ελλήνων για τουρισμό

Αμείωτη παραμένει η διάθεση των Ελλήνων για τουρισμό, αλλά πολλοί αναγκάζονται να προσαρμόζουν ορισμένες από τις ταξιδιωτικές συνήθειες και προτιμήσεις τους ανάλογα με τις οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Αυτό είναι το βασικό συμπέρασμα, που προκύπτει από την τέταρτη ετήσια έρευνα για την τουριστική συμπεριφορά των Ελλήνων, που διενήργησε η εταιρία Κάπα Research και που παρουσιάστηκε στο πλαίσιο της έκθεσης τουρισμού και διακοπών *Τουριστικό Πανόραμα 2005'*.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της φετινής έρευνας και τα συγκριτικά στοιχεία και των τριών προηγούμενων ερευνών (2002-2004), καταγράφονται κάποιες αξιοσημείωτες μεταβολές στις ταξιδιωτικές προτιμήσεις των Ελλήνων, μεταξύ των οποίων:

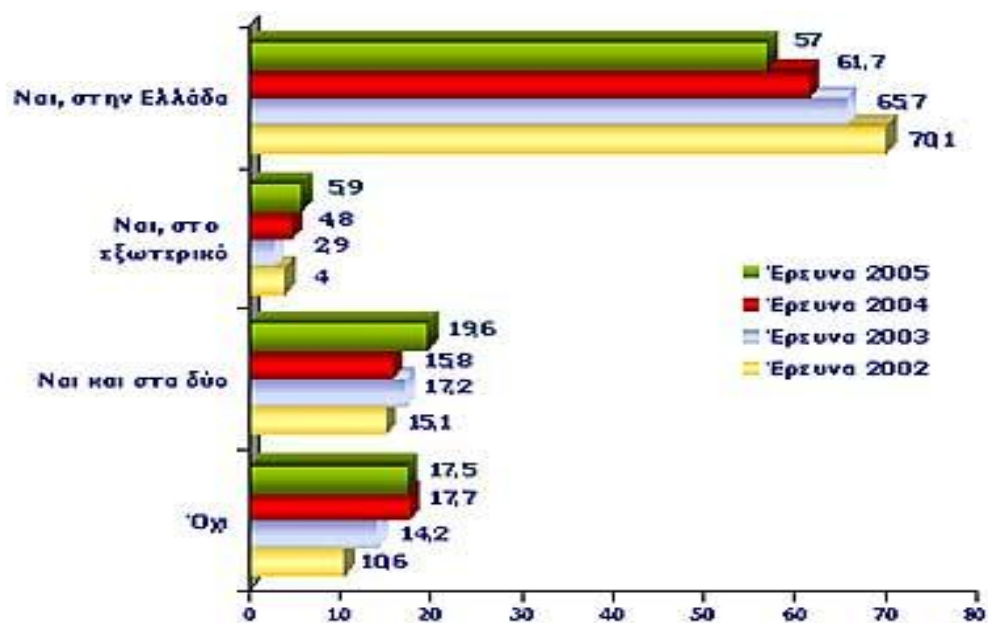
- Η σταθερή αύξηση από χρόνο σε χρόνο των ταξιδιών των Ελλήνων στο εξωτερικό. Ποσοστό 25,8% δηλώνει ότι ταξιδεύει μία φορά στο εξωτερικό και ποσοστό 6,1% ότι ταξιδεύει δύο φορές το χρόνο. Ένας στους τέσσερις Αθηναίους ταξίδεψε στο εξωτερικό τους τελευταίους 12 μήνες. Αντιθέτως καταγράφεται τάση μείωσης των ταξιδιών αναψυχής με διανυκτερεύσεις στην Ελλάδα. Το σχετικό ποσοστό φθάνει το 57% έναντι 70%, που ήταν στην έρευνα του 2002. Ωστόσο, μεταξύ εκείνων, που δηλώνουν ότι πραγματοποιούν ένα ή περισσότερα ταξίδια αναψυχής στην Ελλάδα, αύξηση εμφανίζει το ποσοστό εκείνων, που πραγματοποιούν τρία ταξίδια το χρόνο.
- Ο μέσος όρος διάρκειας καλοκαιρινών διακοπών των Ελλήνων είναι οι 2 εβδομάδες, με ποσοστό όμως που υποχωρεί τα τελευταία χρόνια. Τάση μείωσης εμφανίζει γενικά ο αριθμός των ημερών για διακοπές.
- Μέσος όρος εξόδων στις διακοπές είναι το ποσό των 1.300 ευρώ με την αναλογία των 105 ευρώ την ημέρα. Όπως προκύπτει, όμως, οι διακοπές κοστίζουν κάθε χρόνο και ακριβότερα.
- Επιβεβαίωση της τάσης διαμονής κυρίως σε ιδιόκτητες εξοχικές κατοικίες.
- Σταθερά, μήνας διακοπών για τους Έλληνες παραμένει ο Αύγουστος. Ειδικά όσον αφορά στα αποτελέσματα της φετινής έρευνας προκύπτουν μεταξύ άλλων τα εξής:
- Ένας στους τρεις Έλληνες προγραμματίζουν μικρότερες ή πιο οικονομικές διακοπές για φέτος. Ποσοστό περίπου 49% δηλώνει ότι κάνει τα ίδια σχέδια με πέρυσι.

¹¹ Θεοδωρής Κουμέλης, (2005), «Αμείωτη η διάθεση των Ελλήνων για τουρισμό», The Travel Daily News, 8 Απριλίου 2005, www.traveldailynews.gr

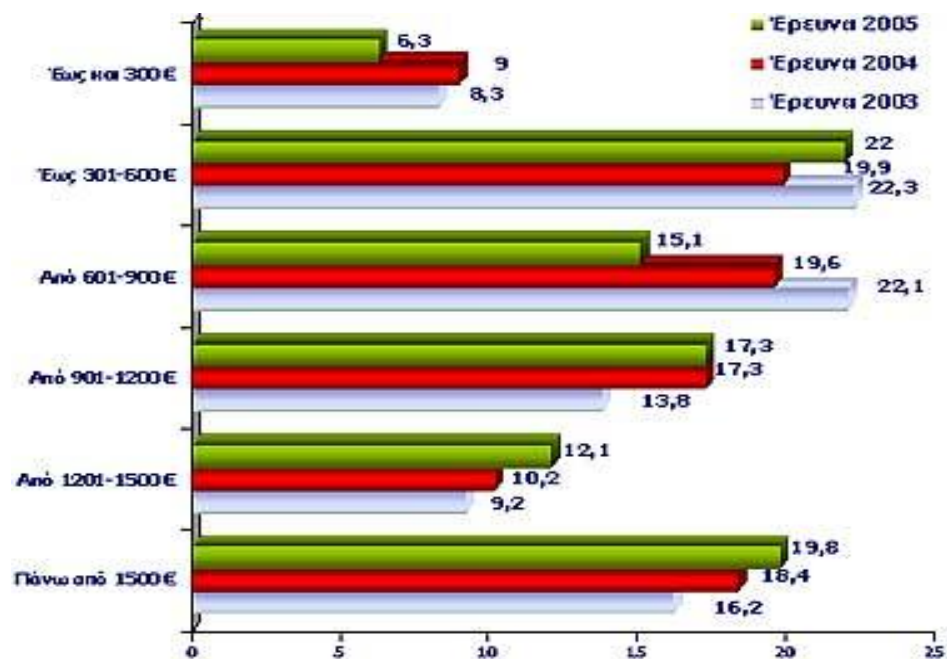


- Η καθαριότητα, η τοποθεσία και η τιμή αποτελούν τα βασικότερα κριτήρια επιλογής καταλύματος, με αυτή τη σειρά προτίμησης.
- Ραγδαία ανερχόμενη πηγή ενημέρωσης αναδεικνύεται το Internet. Αποτελεί πλέον την δεύτερη πηγή ενημέρωσης για την επιλογή καταλύματος μετά τις συστάσεις συγγενών και φίλων.
- Σχετικά καλό το επίπεδο τουριστικών υποδομών στην Ελλάδα, αλλά υπολείπεται σε μεγάλο βαθμό των λοιπών ευρωπαϊκών χωρών.
- Τα ενοικιαζόμενα δωμάτια χρήζουν της μεγαλύτερης βελτίωσης στη χώρα μας. Ακολουθούν ξενοδοχεία και οργανωμένα κάμπινγκ.
- Σημαντικό είναι το ποσοστό (44%) όσων θεωρούν πως στην χώρα μας προσέχουν περισσότερο τους ξένους τουρίστες, σε σχέση με τους Έλληνες.
- Εκφράζεται συγκρατημένη αισιοδοξία για τη φετινή τουριστική περίοδο. Ένας στους τρεις Έλληνες αναμένουν μεγαλύτερη προσέλευση τουριστών.

Πέρυσι πραγματοποιήσατε κάποιο ταξίδι αναψυχής;



Πόσα χρήματα κατά μέσο όρο ξοδεύετε στις διακοπές σας;



4.2. Τουριστικό Πανόραμα 2003¹²

Έρευνα: Η ύφεση επηρεάζει αλλά δεν ματαιώνει τα σχέδια των Ελλήνων για διακοπές

Η οικονομική ύφεση επηρεάζει το σχεδιασμό διακοπών των Ελλήνων, σε ποσοστό της τάξης του 60%, καθώς η πλειονότητα των ελληνικών νοικοκυριών, σε ποσοστό 49%, δηλώνουν ότι η οικονομική τους κατάσταση είναι χειρότερη από αυτήν του 2002. Ωστόσο, το 30,8% των Ελλήνων δηλώνει ότι πραγματοποιεί τουλάχιστον τρία ταξίδια στην Ελλάδα κάθε χρόνο, ενώ ποσοστό 65,7% πραγματοποίησε κάποιο ταξίδι αναψυχής στη χώρα μας το 2002.



Κάπα research 2003

Αυτό προκύπτει, μεταξύ άλλων, από την τρίτη ετήσια έρευνα για τις ταξιδιωτικές συνήθειες των Ελλήνων, που διενεργεί η εταιρία Κάπα Research, για λογαριασμό του περιοδικού «Τουρισμός και Οικονομία». Σε σύγκριση με τις αντίστοιχες έρευνες του 2001 και του 2002, η τάση των Ελλήνων για ταξίδια εντός της Ελλάδας, παραμένει ισχυρή και σε ορισμένες περιπτώσεις αυξανόμενη, με σχετικά ελαφρές διαφοροποιήσεις, ως προς επιμέρους παράγοντες, όπως π.χ. η διάρκεια των διακοπών, το διάστημα πραγματοποίησής τους, οι δαπάνες, τα κριτήρια επιλογής καταλύματος κ.ο.κ..

Ειδικά όσον αφορά το ερώτημα για το αν η οικονομική ύφεση θα επηρεάσει τις

¹² Δάφνη Κάλη, (2003), «Η ύφεση επηρεάζει αλλά δεν ματαιώνει τα σχέδια των Ελλήνων για διακοπές», The Travel Daily News, 31 Μαρτίου 2003, www.traveldailynews.gr

* Η έρευνα διενεργήθηκε στο διάστημα 21-24 Μαρτίου 2003, με δείγμα 807 νοικοκυριών, στο Λεκανοπέδιο Αττικής.

διακοπές φέτος, ποσοστό 60% των ερωτηθέντων απάντησε ότι σχεδιάζει να κάνει λιγότερες ή πιο οικονομικές διακοπές και ποσοστό 33,3% δήλωσε ότι δεν επηρεάζεται.

Στην ερώτηση αν ο οικογενειακός προϋπολογισμός, η οικονομική κατάσταση των νοικοκυριών το 2003 είναι χειρότερη ή καλύτερη από πέρυσι, ποσοστό 49% δήλωσε ότι είναι σε χειρότερη κατάσταση και ποσοστό 42% ότι βρίσκεται στα ίδια επίπεδα. Ποσοστό 9% δήλωσε ότι βρίσκεται σε καλύτερη κατάσταση.

Άλλα σημεία ενδιαφέροντος της έρευνας είναι τα εξής:

- Το 30,8% των Ελλήνων δήλωσε ότι πραγματοποιεί το λιγότερο 3 ταξίδια στην Ελλάδα, με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση κάθε χρόνο και το 30,2%, ένα ταξίδι. Κανένα ταξίδι, δηλώνει ότι δεν πραγματοποιεί το 13,4%.
- Ποσοστό 65,7% δήλωσε ότι πέρυσι πραγματοποίησε κάποιο ταξίδια αναψυχής στην Ελλάδα.
- Το 67,1% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι δεν ταξίδεψε στο εξωτερικό, ενώ ποσοστό 21,7% δήλωσε ότι ταξίδεψε μία φορά. Η τάση σε επίπεδο τριετίας, είναι αυξητική για μη πραγματοποίηση ταξιδιών στο εξωτερικό ενώ υποχώρησε το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι πραγματοποίησαν ένα ταξίδι.
- Το 41% των Ελλήνων προτιμά να ταξιδεύει για διακοπές το Πάσχα, πέραν της καλοκαιρινής περιόδου και το 36,4% τα Χριστούγεννα.
- Οι περισσότεροι Έλληνες δαπανούν από 301 έως 600 ευρώ και 601 έως 900 ευρώ για τις διακοπές τους, σε ποσοστό 22,3% και 22,1% αντίστοιχα. Ποσοστό
- 16,2% δηλώνει ότι δαπανά περισσότερα από 1500 ευρώ. Παρατηρείται υποχώρηση σε όλες τις κατηγορίες δαπάνης, σε σχέση με το 2002, χρονιά κατά την οποία είχε καταγραφεί σημαντική αύξηση, κυρίως στις υψηλότερες δαπάνες (άνω των 1.500 ευρώ).
- Ο Αύγουστος παραμένει ο μήνας που προτιμάται περισσότερο για καλοκαιρινές διακοπές, σε ποσοστό 57,6%, έναντι του Ιουλίου με ποσοστό 26,5%.
- Οι δύο εβδομάδες είναι η διάρκεια διακοπών που λαμβάνει το μεγαλύτερο ποσοστό, 30,7%, το οποίο εμφανίζει και αυξητική τάση.
- Ποσοστό 29,5% συνήθως διαμένει σε ξενοδοχείο, ποσοστό 29,2% σε ιδιόκτητη εξοχική κατοικία και ποσοστό 25,6% σε ενοικιαζόμενα δωμάτια. Το ποσοστό όσων διαμένουν σε εξοχική κατοικία εμφανίζει σταθερά αυξητική πορεία τα τελευταία τρία χρόνια.
- Πρωταρχικό κριτήριο για επιλογή ξενοδοχείου ή καταλύματος, παραμένει σε ποσοστό 83,8% η καθαριότητα, με αυξανόμενη τάση στην τριετία και ακολουθούν η τοποθεσία/ θέα, 57,3% και η τομή, 54,7%.
- Οι περισσότεροι Έλληνες, τέλος, σε ποσοστό 43,3% κρίνουν το επίπεδο των τουριστικών υπηρεσιών στην Ελλάδα μέτριο, ενώ ποσοστό 41,8% κρίνουν ότι το επίπεδο είναι καλό.

4.3. Ενδεικτικές τιμές δωματίων

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΤΙΜΕΣ ΔΩΜΑΤΙΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ από 01/4/2005-31/3/2006

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ		Δ Ω Μ Α Τ Ι Α			
ΑΣΤΕΡΙΑ	ΤΑΞΗ	ΜΙΑΣ ΚΛΙΝΗΣ		ΔΥΟ ΚΛΙΝΩΝ	
		ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ
5	ΑΑ	35,00	45,00	50,00	70,00
4	Α	28,00	35,00	40,00	55,00
3	Β	20,00	24,00	24,00	30,00
2	Γ	14,00	17,00	20,00	25,00
1	Δ & Ε	12,00	15,00	15,00	20,00

ΠΗΓΗ: Ε.Ο.Τ.

ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΤΙΜΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΤΥΠΟΥ ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΩΝ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ
ΑΠΟ 1/4/2005-31/3/2006

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ		1 δίκλινο δωμάτιο		1 μονόκλινο & 1 δίκλινο δωμάτιο		2 δίκλινα δωμάτια		1 μονόκλινο & 2 δίκλινα δωμάτια	
ΑΣΤΕΡΙΑ	ΤΑΞΗ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΧΑΜΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ	ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ
4	Α	50,00	60,00	70,00	85,00	80,00	95,00	100,00	120,00
3	Β	45,00	50,00	50,00	65,00	60,00	70,00	70,00	90,00
2	Γ	28,00	35,00	40,00	50,00	40,00	50,00	50,00	65,00
1	Δ & Ε	24,00	30,00	35,00	40,00	35,00	45,00	45,00	55,00

ΠΗΓΗ: Ε.Ο.Τ.

4.3.1. Aldemar Olympian village, Πελοπόννησος

Τιμοκατάλογος 2005

σε EURO, ανά δωμάτιο, ανά διανυκτέρευση, Bed & Breakfast

Τουρ. Περίοδος	Χαμηλή		Μεσαία		Υψηλή	Πολύ Υψηλή	
	18.04. - 31.05.		01.06 - 30.06.		01.07. - 24.07.	25.07. - 23.08.	
	16.10. - Τέλος		16.09. - 15.10.		24.08. - 15.09.		
	Μόνο Σαβ/κα	Κυριακή με Πέμπτη Μόνο.	Μόνο Σαβ/κα	Κυριακή με Πέμπτη μόνο	Καθημερινά 01-24.07, 24-31.08 & Σαβ/κα 01 -15.09	Κυριακή με Πέμπτη μόνο για 1 - 15/09	Ισχύει για όλες τις περιόδους
Δίκλινο ή Bungalow Θέα στον κήπο	147,00	117,60	160,00	128,00	175,00	140,00	199,00
Δίκλινο ή Bungalow Θέα στην θάλασσα	176,00	141,00	188,00	151,00	204,00	163,20	235,00
Δίκλινο ή Bungalow θέα στην πισίνα	184,00	148,00	199,00	160,00	215,00	172,00	255,00
Δίκλινο με καλύτερη θέα στην θάλασσα	189,00	151,20	205,00	164,00	225,00	180,00	262,00
Δίκλινο Bungalow με μοιραζόμενη πισίνα	200,00	160,00	215,00	172,00	238,00	190,40	275,00

Στο Μονόκλινο δωμάτιο υπάρχει έκπτωση 10% Discount από τις παραπάνω τιμές

Στην τιμή του δίκλινου υπάρχει προσαύξηση 35% για extra bed.

Οι παραπάνω τιμές δεν ισχύουν σε περιπτώσεις ειδικών group, συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρου.

Τα παιδιά μοιράζονται το δωμάτιο των γονιών τους:

Μέχρι 2 ετών: Δωρεάν

1^ο παιδί από 2-12 ετών: δωρεάν κατά τη διάρκεια της Χαμηλής, Μεσαίας κι Υψηλής περιόδου για εβδομαδιαία διαμονή ή το διάστημα Κυριακή – Πέμπτη

1^ο παιδί από 02-12 ετών κατά την Υψηλή περίοδο: 25 € επιπλέον από τις παραπάνω τιμές.

Σουίτες, σε EURO, ανά Σουίτα, ανά διανυκτέρευση, Bed & Breakfast

Τουρ. Περίοδος	Χαμηλή	Μεσαία	Υψηλή	Πολύ Υψηλή
	18.04. - 31.05.	01.06. - 30.06.	01.07. - 24.07.	25.07. - 23.08.
	16.10. - Τέλος	16.09. - 15.10.	24.08. - 15.09.	
Σουίτα στο κεντρικό κτίριο	310,00	340,00	390,00	450,00
Σουίτα μπροστά στην θάλασσα	380,00	450,00	520,00	600,00
Main Building Suite Pool Front or Sea View	380,00	450,00	520,00	600,00
Main Building Suite Superior Sea Front	470,00	580,00	685,00	805,00
Sharing Pool Suite	470,00	580,00	685,00	805,00
Family Suite	470,00	580,00	685,00	805,00
Executive Suite	790,00	970,00	1.150,00	1.320,00
Olympia Suite	990,00	1.200,00	1.450,00	1.700,00
Royal Suite	1.200,00	1.500,00	1.800,00	2.100,00

Διαμερίσματα

Τουρ. Περίοδος	Χαμηλή		Μεσαία		Υψηλή	Πολύ Υψηλή	
	18.04. -31.05.		01.06. - 30.06.		01.07. - 24.07.		25.07. - 23.08.
	16.10. - Τέλος		16.09. - 15.10.		24.08. - 15.09		Ισχύει για όλες τις περιόδους
	Σαβ/κα	Κυριακή με Πέμπτη Μόνο.	Μόνο Σαβ/κα	Κυριακή με Πέμπτη Μόνο.	Καθημερινά 01-24.07, 24-31.08 & Σαβ/κα 01 -15.09	Κυριακή με Πέμπτη Μόνο για την 1-15/09	
Διαμέρισμα με θέα κήπο	285,00	228,00	305,00	244,00	325,00	260,00	362,00
Διαμέρισμα με μοιραζόμενη πισίνα	305,00	244,00	335,00	268,00	380,00	304,00	445,00

Όλες οι παραπάνω χρεώσεις δεν ισχύουν για ειδικά γκρουπ, συνέδρια και ταξίδια κινήτρου.

Η συμφωνία ημιδιατροφή: 20 ευρώ/ άτομο/ μέρα. Παιδιά 2-12 ετών: 10 ευρώ/ μέρα

Οι παραπάνω τιμές δεν ισχύουν για τα διαστήματα: 28.4 – 2.05.05, 20-23.06.05

Τιμητικό καλάθι άφιξης για τους φιλοξενούμενους στις σουίτες:

Στην άφιξη: σαμπάνια, μεταλλικό νερό, παντόφλες, μπουρνούζι, πετσέτες θαλάσσης

Καθημερινά: Φρέσκα φρούτα και μεταλλικό νερό, εσπερινή υπηρεσία δωματίου

Για όλους τους πελάτες στις Σουίτες: Mini-Bar & A/C, Express Check-in/ Late Check-out upon availability, Εστιατόριο Σουίτας για πρωινό, Υπηρεσία Δωματίου

Παροχές στο δωμάτιο: Πρόσβαση σε Email, απευθείας τηλεφωνική γραμμή, ηλεκτρονικό θησαυροφυλάκιο, στεγνωτήρας μαλλιών.

Διαμερίσματα, σε EURO, ανά διαμέρισμα/ διανυκτέρευση, Bed & Breakfast

Γενικές Πληροφορίες

Supplements

Rooms:

Halfboard: EURO 20 ανά άτομο / ημέρα. Παιδιά 2-12 EURO 10 / ημέρα

Fullboard: EURO 40 ανά άτομο / ημέρα. Παιδιά 2-12 EURO 20 / ημέρα
 Στην Πολύ Υψηλή περίοδο είναι υποχρεωτική η Ημιδιατροφή.

4.3.2. *Silva Maris, Κρήτη*

Στοιχεία ξενοδοχείου						
Περιοχή	Λιμένας Χερσονήσου	Τάξη A				
Νησί	Κρήτη	Πρωινό (€)	6,50-7,50			
Περίοδος	3-10	Γεύμα (€)	20&30			
Αριθμός δωματίων	255					
Αριθμός κλινών	433					
Μπάνιο Μονόκλινο (€)	45,70-138,50					
Μπάνιο Δίκλινο (€)	68,60-189					

4.3.3. *Messonghi Beach, Κέρκυρα*

Στοιχεία ξενοδοχείου						
Περιοχή	Μοραΐτικα	Τάξη A				
Νησί	Κέρκυρα	Πρωινό (€)	7			
Περίοδος	4-10	Γεύμα (€)	15			
Αριθμός δωματίων	870	Σουίτες (€)	47-71			
Αριθμός κλινών	1671					
Μπάνιο Μονόκλινο (€)	36-50					
Μπάνιο Δίκλινο (€)	47-71					

4.3.4. Sunmarotel Miramare Beach, Κερκύρα		
	from	to
Period A	26-Apr-2005	30-May-2005
:	27-Sep-2005	31-Oct-2005
Period B	31-May-2005	04-Jul-2005
:	30-Aug-2005	26-Sep-2005
Period C	05-Jul-2005	29-Aug-2005
:		

Single Room

Occupancy 1

	Period A	Period B	Period C
price	55.25 [HB] Per Room	97.62 [HB] Per Room	130.88 [HB] Per Room

Bungalow
Occupancy 2

	Period A	Period B	Period C
price	49.80 [HB] Per Person	69.60 [HB] Per Person	93.00 [HB] Per Person

Double Room
Occupancy 2-3

	Period A	Period B	Period C
price	36.96 [HB] Per Person	54.18 [HB] Per Person	73.74 [HB] Per Person

Junior Suite

Occupancy 2-3

	Period A	Period B	Period C
price	49.80 [HB] Per Person	69.60 [HB] Per Person	93.00 [HB] Per Person

Family Room

Occupancy 2-4

	Period A	Period B	Period C
price	43.14 [HB] Per Person	60.36 [HB] Per Person	79.92 [HB] Per Person

Cottage VIP

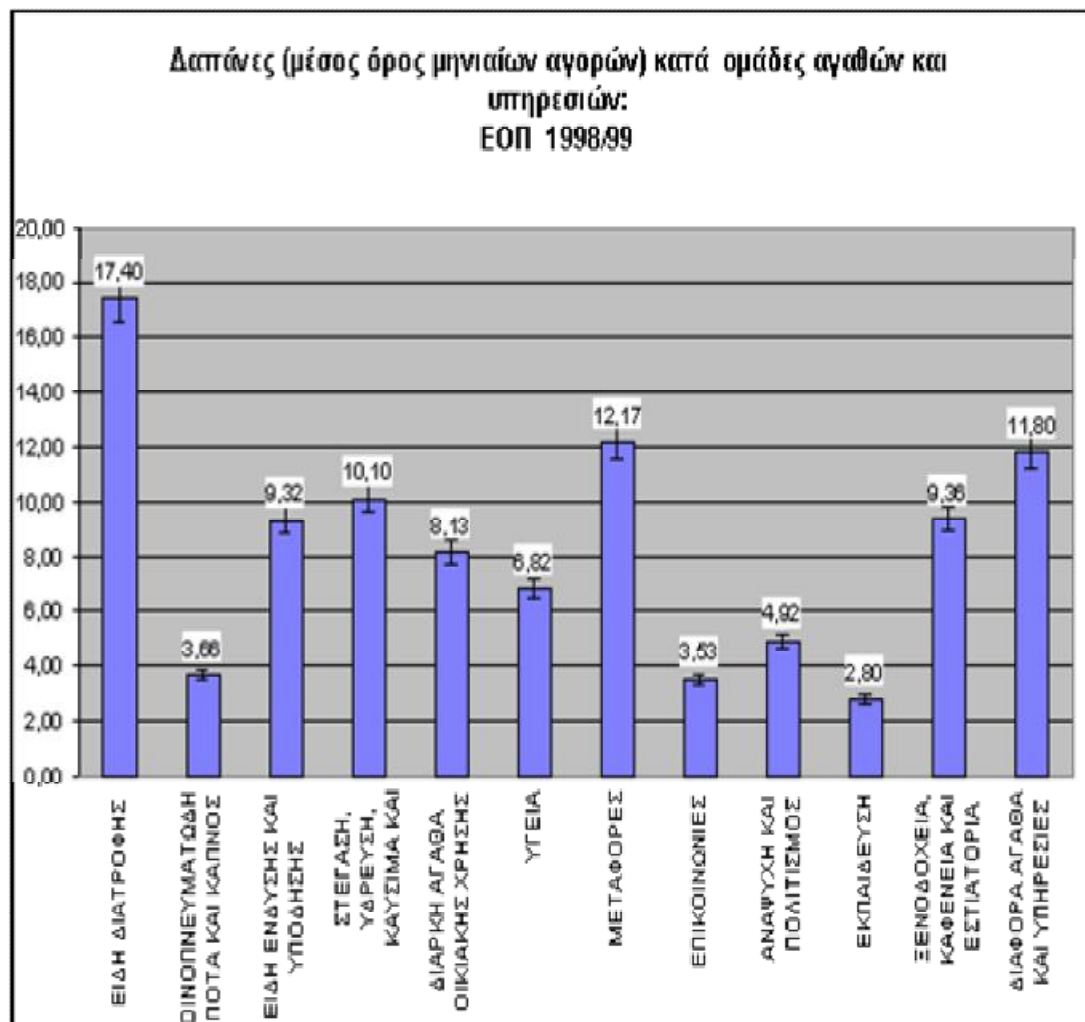
Occupancy 4

	Period A	Period B	Period C
price	51.00 [HB] Per Person	71.40 [HB] Per Person	104.40 [HB] Per Person

4.4. Στατιστική έρευνα των οικογενειακών προϋπολογισμών

Στον πίνακα που ακολουθεί (πίνακας Α') παρατηρείται ότι το 17.4/20 των μηνιαίων αγορών ήταν για είδη διατροφής, το 12.17/20 για μεταφορές το 11.8/20 για διάφορα αγαθά και υπηρεσίες και το μόλις 9.36/20 για ξενοδοχεία, καφενεία και εστιατόρια.

Πίνακας Α'



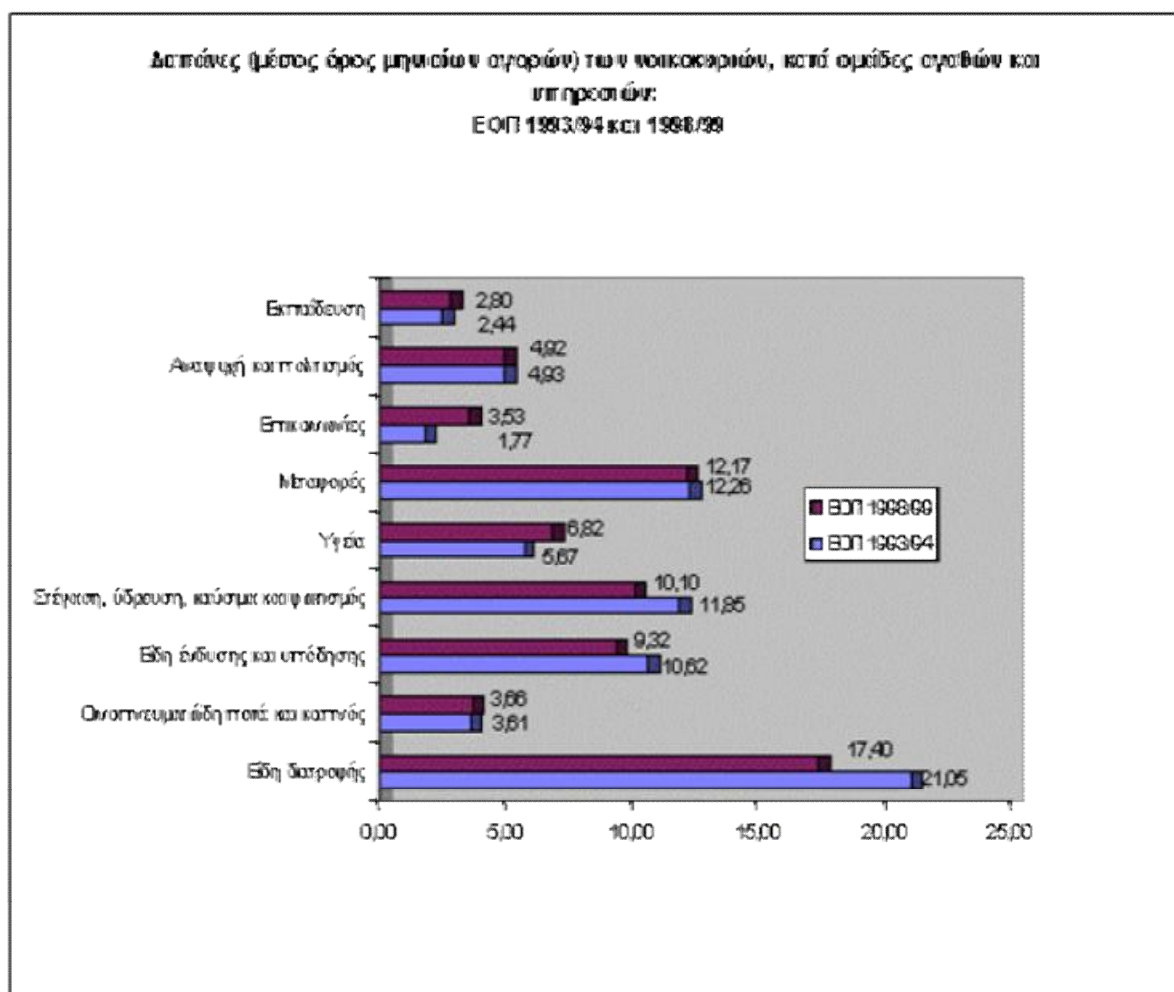
ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε.

Στον πίνακα που ακολουθεί (πίνακας Β') γίνεται μια συγκριτική έρευνα σχετικά με το μέσο όρο των μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών, τα έτη 1993-94 και 1998-99.

Η κατηγορία για την οποία δαπανήθηκαν περισσότερα χρήματα είναι «είδη διατροφής» στην οποία παρατηρείται μείωση το 1998-99 σε σχέση με την περίοδο 1993-94 της τάξεως του 3.1/25.

Για «αναψυχή και πολιτισμό» δαπανήθηκαν μόλις 4.9/25 του οικογενειακού προϋπολογισμού. Και συγκριτικά στις δύο περιόδους δεν παρουσιάζει αξιόλογη μεταβολή.

Πίνακας Β'



ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε.

ΕΡΕΥΝΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΩΝ					
ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ, ΕΟΠ 1993/94 και 1998/99					
Μέσος όρος μηναίων αγορών για είδη και υπηρεσίες					
Σύνολο Χώρας					τρέχουσες τιμές
	ΕΟΠ 1993/94	ΕΟΠ 1998/99	Μεταβολή		
	Δραχμές	%	Δραχμές	%	%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΩΝ	290204	100,00	471339	100,00	
Είδη διατροφής	61.091	21,05	82000	17,40	-3,65
Οινοπνευματώδη ποτά και καπνός	10474	3,61	17240	3,66	0,05
Είδη ένδυσης και υπόδησης	30823	10,62	43937	9,32	-1,30
Στέγαση, ύδρευση, καύσιμα και φωτισμός	34399	11,85	47609	10,10	-1,75
Διαρκή αγαθά	*		38324	8,13	*
Υγεία	16450	5,67	32132	6,82	1,15
Μεταφορές	35571	12,26	57383	12,17	-0,08
Επικοινωνίες	5125	1,77	16654	3,53	1,77
Αναψυχή και πολιτισμός	14308	4,93	23173	4,92	-0,01
Εκπαίδευση	7080	2,44	13181	2,80	0,36
Ξενοδοχεία, εστιατόρια και καφενεία	*		44094	9,36	*
Διάφορα αγαθά και υπηρεσίες	*		55611	11,80	*
* Δεν είναι συγκρίσιμα					

ΠΗΓΗ: Ε.Σ.Υ.Ε.

5. Επίλογος

Η οικογένεια ως κοινωνικός θεσμός δεν αποτελεί μια ανεξάρτητη κοινωνική ομάδα. Οι κοινωνικοοικονομικές συνθήκες του κοινωνικού περιβάλλοντος επηρεάζουν άμεσα την οικογένεια. Αναμφισβήτητα ως θεσμός έχει σημαντικούς κοινωνικούς σκοπούς και οφείλουμε να προσφέρουμε αλλά και να προσαρμόσουμε τις υπηρεσίες στις ανάγκες αυτού του μεγάλου θεσμού.

Η Ελλάδα αποτελεί έναν ώριμο τουριστικό προορισμό ο οποίος είναι συνδεδεμένος με τουρισμό τύπου «Ήλιου & Θάλασσας». Σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον το οποίο επηρεάζεται από τις δυσμενείς διεθνείς οικονομικές και πολιτικές συνθήκες, η Ελλάδα πρέπει να βρει τρόπους δράσης και αντίδρασης προκειμένου να διατηρήσει τη θέση της στο διεθνή τουριστικό χάρτη. Ένας τρόπος είναι η στροφή προς μία από τις σημαντικότερες μορφές του εναλλακτικού τουρισμού, τον οικογενειακό τουρισμό. Ο οικογενειακός τουρισμός απευθύνεται στο μεγαλύτερο ποσοστό αλλά ταυτόχρονα και στο σημαντικότερο θεσμό και έχει τη δυνατότητα μεγάλης προσφοράς υπηρεσιών.

5.1 Συνεργασία για ανάπτυξη

Ιδιωτικοί και δημόσιοι φορείς

Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο τουρισμός είναι μια περίπλοκη διαδικασία η οποία σχετίζεται με διαφορετικούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας, γίνεται εμφανές ότι για τη βιώσιμη ανάπτυξή του απαιτείται αμοιβαίος σεβασμός, ενότητα και μόνιμη συνεργασία μεταξύ όλων των ιδιωτικών και δημόσιων φορέων, που οι δραστηριότητές τους άπτονται του τουρισμού άμεσα ή έμμεσα σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Μέσω αυτής της συνεργασίας κάθε αναπτυξιακός σχεδιασμός, που αφορά τουριστικές υποδομές, επενδύσεις (δημόσιες ή ιδιωτικές), αλλά και κάθε άλλο στοιχείο που συμβάλλει στην ανάπτυξη και διεύθυνση του τουρισμού γίνεται απόρροια κοινής πολιτικής και στόχων. Είναι ουσιαστικό η συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα να στηρίζεται στην καλή θέληση όλων των μερών για την επιτυχία ενός κοινού σκοπού (βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη) και όχι στην ικανοποίηση ιδιοτελών συμφερόντων.

Tour Operators και Τουριστικά γραφεία

Αναγνωρίζοντάς τη σημασία του οικογενειακού τουρισμού, οι tour operators θα πρέπει να εντάξουν στις υπηρεσίες τους τον οικογενειακό τουρισμό δεδομένου ότι ένα μεγάλο μέρος των πελατών τους είναι οικογένειες.

Για να καλυφθούν όμως οι ανάγκες του συγκεκριμένου αυτού πελατολογίου, θα πρέπει να γίνεται τακτική και συνεχής έρευνα των απαιτήσεων και των προδιαγραφών.

Να ερευνώνται, να συγκεντρώνονται και να αναλύονται οι ανάγκες και οι απαιτήσεις τους και στη συνέχεια να γίνεται η σωστή επιλογή υπηρεσιών.

Να προτείνουν ξενοδοχεία που έχουν τις προδιαγραφές για «οικογενειακό τουρισμό».

Να συνεργάζονται με οικονομικά αλλά και με πολυτελή ξενοδοχεία δίνοντας την λύση διακοπών στον μέσο οικογενειάρχη που θα προτιμήσει κάτι απλό, λιτό, καθαρό και οικονομικό αλλά και σε εκείνον που θεωρείται πελάτης υψηλότερου budget και επομένως μεγαλύτερων απαιτήσεων.

Ξενοδοχεία και καταλύματα

Από την πλευρά των ξενοδοχείων επίσης πρέπει να γίνεται προσπάθεια για έρευνα των προτιμήσεων και των αναγκών των οικογενειών, αλλά και να αξιολογούν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους.

Η κάλυψη πρωινού και γεύματος είναι κάτι που ζητείται και θεωρείται απαραίτητο δεδομένου ότι επιθυμούν να εξασφαλίσουν το φαγητό για όλα τα μέλη της οικογένειας. Ιδιαίτερως προτιμούνται τα ξενοδοχεία που προσφέρουν το γεύμα σε buffet επομένως δίνουν την δυνατότητα επιλογής των εδεσμάτων, εξαιρετικά βολικό για τα παιδιά που δεν τρώνε όλα τα φαγητά. Το all inclusive δεν το προτιμούν διότι περιλαμβάνει πρωινό, γεύμα και δείπνο και ως εκ τούτου έχει αρκετά υψηλή τιμή και δεδομένης της πλήρους σίτισης δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες της οικογένειας της οποίας συνήθως τα παιδιά τρώνε ένα καλό πρωινό και ένα κυρίως γεύμα την ημέρα.

5.3. Προβλέψεις.

Προβλέπεται ότι θα υπάρξει ένας μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των tour operators και των διαδικτυακών κρατήσεων και προσφορών απευθείας από τα ξενοδοχεία.

Το ίντερνετ είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο «εργαλείο» κρατήσεων για ταξίδια αυτή τη στιγμή.

Η όλο και μεγαλύτερη εξοικείωση του Έλληνα καταναλωτή με την διαδικτυακή πώληση θα προβληματίσει το έργο και την απόδοση των ταξιδιωτικών γραφείων αλλά μπορεί να δώσει νέα περιθώρια ανάπτυξης του τουρισμού .

Η απάντηση των τουριστικών γραφείων και των tour operators σε αυτόν τον ανταγωνισμό θα πρέπει να είναι η σχεδίαση προγραμμάτων διακοπών με ιδιαίτερα χαμηλές τιμές, κρατώντας μεγάλο αριθμό allotment δωματίων και προωθώντας την πώληση τους όχι μόνο μέσω του δικού τους πελατολογίου αλλά και μέσω άλλων μικρότερων ταξιδιωτικών γραφείων. Παράλληλα να ερευνούν νέους προορισμούς, να ανατρέχουν στην συνεργασία νέων καταλυμάτων ώστε να είναι πάντα έτοιμοι για νέες προτάσεις διακοπών.

Τα σχέδιά όλων θα πρέπει να είναι η όσο το δυνατόν ποιοτικότερη και οικονομικότερη κάλυψη των αναγκών για ιδανικές οικογενειακές διακοπές.

1. Βαρβαρέσος Στέλιος, «Τουρισμός. Οικονομικές Προσεγγίσεις», εκδόσεις Προπομπός, Αθήνα 1997.
2. Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, «Τουριστική Οικονομία», τόμος Α, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1997.
3. Ηγουμενάκης Γ. Νίκος, Κραβαρίτης Ν. Κώστας, Λύτρας Ν. Περικλής, «Εισαγωγή στον Τουρισμό», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1999.
4. Λαλούμης Δημήτρης, «Ξενοδοχειακή Ψυχαγωγία & Άθληση», εκδόσεις Αθ. Σταμούλης, Αθήνα, 1999.
5. Λύτρας Ν. Περικλής, «Τουριστική Ψυχολογία», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1993.
6. Λύτρας Ν. Περικλή, «Κοινωνιολογία του Τουρισμού», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1998.
7. Λύτρα Ν. Περικλή, (επιμέλεια) «Τουρισμός Προς το 2000: θεωρητικές επισημάνσεις και πρακτικές προσεγγίσεις, συλλογικό έργο 14 συγγραφέων», εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, 1989.
8. Τρύφωνα Β., (2004). «Family Hotels». «*The Tourism Report*» (13).

Διαδύκτιο

- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία
www.statistics.gr
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
www.eot.gr
- www.traveldailynews.gr
- Aldemar Olympian Village, Peloponnisos
www.aldermar.gr
- Messonghi Beach, Corfu
www.messonghibeach.gr
- Silva Maris, Crete
www.maris.gr