

ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ

ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑ ΑΘΛΗΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΚΙΝΗΤΙΚΗ ΑΝΑΨΥΧΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (ANIMATION), ΣΕ
ΜΕΓΑΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.**

**ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ
ΕΜΨΥΧΩΤΩΝ (ANIMATEUR)**

ΧΡΥΣΟΣΠΑΘΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΑΜ: 1300158

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:

κ. ΑΥΘΙΝΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΣΕΦΑΑ - ΑΘΗΝΑ 2022

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή κύριο Ιωάννη Αυθίνο και τον κύριο Ιωάννη Θαμνόπουλο για τη βοήθειά τους στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας, καθώς και την οικογένεια μου για τη στήριξη που μου παρείχε.

Σελίδα copyright

© Copyright

ΧΡΥΣΟΣΠΑΘΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

Σημείωμα συγγραφέα

Το δοκίμιο αυτό αποτελεί πτυχιακή εργασία που συντάχθηκε για το Προπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών του ΤΕΦΑΑ στη Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού του ΕΚΠΑ και υποβλήθηκε τον Φεβρουάριο του 2022.

Η συγγραφέας βεβαιώνει ότι το περιεχόμενο του παρόντος έργου είναι αποτέλεσμα προσωπικής της εργασίας και ότι έχει γίνει η κατάλληλη αναφορά στην εργασία τρίτων -όπου κάτι τέτοιο ήταν απαραίτητο-, σύμφωνα με τους κανόνες της ακαδημαϊκής δεοντολογίας.

Χρυσospάθη Αικατερίνη



.....

Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού

Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών

Εθνικής Αντιστάσεως 41, 172 37, Δάφνη

ΑΘΗΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός: Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας, ήταν η αποτύπωση των δραστηριοτήτων κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας (animation) σε μεγάλες τουριστικές ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας, καθώς και η αξιολόγηση της σημαντικότητας των χαρακτηριστικών, ικανοτήτων και δεξιοτήτων που θα πρέπει να κατέχει ένας εμψυχωτής (animateur), ώστε να είναι αποδοτικός κατά την εκτέλεση των καθηκόντων του.

Μεθοδολογία: Για την υλοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος και τα δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου: *“Κινητική Αναψυχή, Τουρισμός και Animation. Το Εργασιακό Μοντέλο των Animateurs σε Ελληνικά Ξενοδοχεία”* των Παπαγεωργίου, Κώστα και Τζέτζη (2012). Το ερωτηματολόγιο τροποποιήθηκε για τις ανάγκες της έρευνας και ελέγχθηκε για το σκοπό αυτό από τριμελή επιτροπή καθηγητών, σχετικά με τη φαινομενική του εγκυρότητα (face validity). Στη συνέχεια, μέσω του διαδικτύου (google forms) το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε n=73 μεγάλες παραθαλάσσιες ξενοδοχειακές μονάδες, που αποτέλεσαν το δείγμα ευκολίας της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο επέστρεψαν συμπληρωμένο οι 30 από αυτές (ποσοστό 43%).

Αποτελέσματα: Τα αποτελέσματα έδειξαν, ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα ήταν άντρες (f=19, 63.30%) νέοι σε ηλικία (31-40 ετών, f=12, 40.00%), με ανώτατο μορφωτικό επίπεδο (AEI) (f=13, 43.30%). Οι ξενοδοχειακές μονάδες που διερευνήθηκαν ανήκουν στον τύπο All Inclusive (f=11, 36.70%), διαθέτουν animateurs (f=21, 84.00%), των οποίων ο αριθμός είναι ένας έως δύο (f=26, 86.70%), ενώ προσφέρουν ειδικά προγράμματα αναψυχής και ψυχαγωγίας (f=21, 70.00%) για όλες τις ηλικίες (f=23, 76.70%) σε ειδικές εγκαταστάσεις (f=24, 80.00%), οι οποίες είναι κατά κύριο λόγο πισίνα (f=28, 93.30%), παιδότοποι (f=25, 83.30%) και γυμναστήρια (f=24, 90.00%). Σε ό,τι αφορά τα χαρακτηριστικά, τις δεξιότητες και τις ικανότητες των animateur, οι συμμετέχοντες στην έρευνα αξιολογούν ως πιο σημαντικά στοιχεία, τη γνώση ξένης γλώσσας (f=29, 96.70%), την κατανόηση των αναγκών και της κουλτούρας των τουριστών (f=25, 83.30%), όπως επίσης τη φαντασία και τη δημιουργικότητά (f=24, 80%).

Λέξεις Κλειδιά: Ανιμασιόν, τουρισμός, ξενοδοχεία διακοπών, αναψυχή,

Abstract

Purpose: The purpose of this research was to investigate the animation services that offered by large Hotels and resorts in Greece, as well as to evaluate the importance of competencies needed by an animateur in order to be effective in his/her job.

Methodology: The methodology used was the quantitative research. The data were collected by the questionnaire “*Recreation, Tourism and Animation. The work model of animateurs in Greek hotels*”, used in similar research by Papageorgiou, Kosta & Tzetzis (2012). However, it was modified for the needs of the present research and was tested by three academicians for its face validity. Then, it was sent via email to n=73 resorts hotels, 30 of which replied (43.00%).

Results: The results of the data analysis showed that the majority of the participants were male (f=19, 63.30%), young (aged 31-40 years old) (f=12, 40.00%), with a high level of education (University degree/bachelor) (f=13, 43.30%). The resorts that were examined were mostly “All Inclusive Hotels” (f=11, 36.70%) employing animateurs (f=25, 83.30%), mainly up to two persons (f=21, 84.00%) providing related programs (f=21, 70.00%) suitable to all ages (f=23, 76.70%), in specially designed facilities and venues (f=24, 80%), such as swimming pools (f=28, 93.30%), playgrounds (f=25, 83.30%) and gyms (f=24, 90.00%). Regarding the competencies of an animateur, the participants in this research consider as the most important the knowledge of a foreign language (f=29, 96.70%), the understanding of client needs and culture (f=25, 83.30%), as well as imagination and creativity (f=24, 80.00%).

Key words: Tourism, hotel animation, vacation hospitality, hotel entertainment, recreation.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
Abstract	5
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	6
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	9
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ	10
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
2.1. Τουρισμός και Τουριστικά Καταλύματα	13
2.2. Αναψυχή - Τουριστική Ψυχαγωγία (Animation)	13
2.2.1. Δραστηριότητες Αναψυχής	15
2.3 Animateurs και τα χαρακτηριστικά τους	15
2.4 Παροχή υπηρεσιών Animation στην Ελλάδα	17
2.4.1 Ανασκόπηση ερευνών για παροχή animation σε ξενοδοχεία στην Ελλάδα	17
III ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	20
3.1 Είδος της έρευνας	20
3.2 Πληθυσμός και Δείγμα	20
3.3. Ερωτηματολόγιο	20
IV ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	22
4.1.Δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων και των μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα.	22
4.1.1 Φύλο	22
4.1.2 Ηλικία	22
4.1.3 Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων στην έρευνα	23
4.1.4 Θέση εργασίας	23
4.1.5 Τύπος ξενοδοχείου	24
4.1.6 Διάστημα παροχής υπηρεσιών αναψυχής	24
4.1.7 Γεωγραφική θέση	25
4.2. Πρώτο ερευνητικό ερώτημα:	25
4.2.1 Υπο-ερώτημα 1: Υπάρχουν ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα αναψυχής;	26
4.2.2 Υπο-ερώτημα 2: απασχολούν οι ξενοδοχειακές μονάδες εκπαιδευμένους animateurs;	26

4.2.3 Υπο-ερώτημα 3: Ποιος είναι ο αριθμός των animateur που απασχολούνται στις ξενοδοχειακές μονάδες;	26
4.3. Δεύτερο ερευνητικό ερώτημα: Τι είδους υπηρεσίες και προγράμματα animation προσφέρουν οι ξενοδοχειακές μονάδες;	27
4.3.1 Υπο-ερώτημα 1: Σε ποιες ηλικιακές ομάδες απευθύνονται τα προγράμματα αναψυχής στις ξενοδοχειακές μονάδες;	27
4.3.2 Υπο-ερώτημα 2: Τι είδους δραστηριότητες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας προσφέρονται;	27
4.3.3 Υπο-ερώτημα 3: Υπάρχουν ειδικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για τα προγράμματα και τις υπηρεσίες animation που προσφέρονται;	28
4.4. Τρίτο Ερευνητικό ερώτημα: Πόσο σημαντικές θεωρούνται οι δεξιότητες, ικανότητες και χαρακτηριστικά που πρέπει να κατέχει ένας animateur ; ..	29
4.4.1. Υπο-ερώτημα 1: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η Φυσική κατάσταση των animateur;	29
4.4.2 Υπο-ερώτημα 2: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί το πτυχίο Φυσικής Αγωγής;	29
4.4.3 Υπο-ερώτημα 3: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι αθλητικές ικανότητες βασικού επιπέδου;	30
4.4.4 Υπο-ερώτημα 4: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι αθλητικές ικανότητες υψηλού επιπέδου	30
4.4.5 Υπο-ερώτημα 5: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η γνώση ξένης γλώσσας;	31
4.4.6. Υπο-ερώτημα 6: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η κατανόηση αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας ;	31
4.4.7. Υπο-ερώτημα 7: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ικανότητα καλής επικοινωνίας (γραπτός – προφορικός λόγος);	32
4.4.8 Υπο-ερώτημα 8: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί ο σχεδιασμός και η οργάνωση των δραστηριοτήτων αναψυχής και ψυχαγωγίας;	32
4.4.9 Υπο-ερώτημα 9: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ικανότητα τήρησης των χρονοδιαγραμμάτων;	33
4.4.10 Υπο-ερώτημα 10: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί ο ενθουσιασμός και η παρακίνηση;	33
4.4.11. Υπο-ερώτημα 11: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η φαντασία και η δημιουργικότητα;	34
4.4.12 Υπο-ερώτημα 12: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αίσθηση υπευθυνότητας;	34

4.4.13 Υπο-ερώτημα 13: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η γνώση παροχής Α΄ βοηθειών;	34
4.4.14. Υπο-ερώτημα 14: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι γνώσεις θεατρικού παιχνιδιού, παντομίμας και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων;	35
4.4.15. Υπο-ερώτημα 15: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι γνώσεις χορού και αθλημάτων;.....	35
4.4.16 Υπο-ερώτημα 16: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η εμπειρία/προϋπηρεσία;	36
V ΣΥΖΗΤΗΣΗ -ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	37
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ	40
VI. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	41
Ελληνική	41
Ξενόγλωσση	43
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	44

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 4.1: Φύλο συμμετεχόντων στην έρευνα	σελ.22
Πίνακας 4.2: Ηλικία συμμετεχόντων στην έρευνα.....	σελ.22
Πίνακας 4.3: Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων στην έρευνα	σελ.23
Πίνακας 4.4: Θέση εργασίας συμμετεχόντων στην έρευνα.....	σελ.23
Πίνακας 4.5: Τύπος Ξενοδοχείου.....	σελ.24
Πίνακας 4.6: Παροχή υπηρεσιών animation σε όλη τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου.....	σελ.24
Πίνακας 4.7: Γεωγραφική θέση ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα...	σελ.25
Πίνακας 4.8: Ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα για τις υπηρεσίες ψυχαγωγίας	σελ.26
Πίνακας 4.9: Ομάδα εκπαιδευμένων animateurs στις ξενοδοχειακές μονάδες.....	σελ.26
Πίνακας 4.10: Αριθμός animateurs που απασχολούνται στα ξενοδοχεία.....	σελ.26
Πίνακας 4.11: Ηλικιακές ομάδες στις οποίες απευθύνονται τα προγράμματα	σελ.27
Πίνακας 4.12: Ειδικές εγκαταστάσεις για τις υπηρεσίες ψυχαγωγίας	σελ.28
Πίνακας 4.13: Φυσική κατάσταση των animateurs.....	σελ.29
Πίνακας 4.14: Πτυχίο φυσικής αγωγής.....	σελ.29
Πίνακας 4.15: Βασικές αθλητικές ικανότητες που πρέπει να κατέχει ένας animateur	σελ.30
Πίνακας 4.16: Υψηλού επιπέδου αθλητικές ικανότητες που πρέπει να κατέχει ένας animateur.....	σελ.31
Πίνακας 4.17: Γνώση ξένης γλώσσας	σελ.31
Πίνακας 4.18.: Κατανόηση αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας	σελ.31
Πίνακας 4.19: Ικανότητα επικοινωνίας σε προφορικό και γραπτό λόγο.....	σελ.32
Πίνακας 4.20: Σχεδιασμός και οργάνωση δραστηριοτήτων.....	σελ.32
Πίνακας 4.21: Ικανότητα τήρησης χρονοδιαγραμμάτων.....	σελ.33
Πίνακας 4.22: Ενθουσιασμός και παρακίνηση	σελ.33

Πίνακας 4.23: Φαντασία και δημιουργικότητα	σελ.34
Πίνακας 4.24: Αίσθηση υπευθυνότητας	σελ.34
Πίνακας 4.25: Γνώση παροχής Α΄ βοηθειών	σελ.35
Πίνακας 4.26: Γνώσεις θεάτρου, παιχνιδιού, παντομίμας και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων.....	σελ.35
Πίνακας 4.27: Γνώσεις χορού και αθλημάτων.....	σελ.36
Πίνακας 4.28: Εμπειρία/Προϋπηρεσία	σελ.36

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Δραστηριότητες κινητικής αναψυχής που προσφέρονται.....	σελ.27
---	--------

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ανθρώπινες ανάγκες δεν είναι μόνο οι βασικές, όπως η διαμονή, η διατροφή, η ένδυση κ.λπ., αλλά και η ψυχαγωγία και η αναψυχή, καθώς και η ανάγκη για ταξίδια και γνωριμία με τόπους και πολιτισμούς. Οι ανάγκες αυτές καλύπτονται μέσα από τον τουρισμό. Στην περίπτωση που το άτομο επιθυμεί να διαμείνει σε ξενοδοχεία (Resort ή club hotels), η παραμονή εκεί συνήθως περιλαμβάνει εκτός των βασικών υπηρεσιών διαβίωσης, δραστηριότητες ψυχαγωγίας και αναψυχής οι οποίες είναι γνωστές με τον τουριστικό όρο «animation». Μέσω της animation δεν επιδιώκεται μόνο η παρακίνηση σε οργανωμένες δραστηριότητες, αλλά και η κοινωνικότητα με την προώθηση συγκεκριμένων συμπεριφορών και καθοδήγησης από ειδικούς.

Τα προγράμματα animation έχουν διπλό ρόλο και αξία. Αφενός, να προσφέρουν στον καταναλωτή – τουρίστα εμπειρίες και βιώματα που θα επιδράσουν θετικά στην κινητική αναψυχή και ψυχαγωγία του γενικότερα και αφετέρου για την ίδια την ξενοδοχειακή μονάδα, που θα μπορέσει να παράξει προστιθέμενη αξία με στόχο να προσελκύσει περισσότερους πελάτες. Σημαντικοί παράγοντες για την επιτυχία του ξενοδοχειακού animation, αποτελούν τόσο οι εγκαταστάσεις αναψυχής που προσφέρονται από τις ξενοδοχειακές μονάδες, όσο και οι ίδιοι οι animateurs, το εξειδικευμένο προσωπικό δηλαδή που απασχολείται από αυτές τις μονάδες και είναι υπεύθυνο για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγραμμάτων αναψυχής και ψυχαγωγίας. Επομένως, τόσο η animation ως έννοια αλλά και οι δεξιότητες – ικανότητες των animateurs αποτελούν σημαντικούς παράγοντες της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους τουρίστες. Για τον λόγο αυτό, είναι σημαντικό να επικαιροποιηθούν τα σχετικά στοιχεία, καθώς από τις τελευταίες σχετικές έρευνες έχει παρέλθει περισσότερο από μια δεκαετία. Η παρούσα έρευνα έρχεται να καλύψει αυτή την ανάγκη.

Μελετώνται μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στον ελληνικό χώρο με στόχο να διερευνηθούν τα χαρακτηριστικά της παροχής υπηρεσιών κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας που προσφέρουν. Πιο συγκεκριμένα, επιμέρους στόχοι είναι η διερεύνηση της σημαντικότητας της εμπύχωσης για τα ξενοδοχεία και τους πελάτες τους, ο βαθμός που τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα χρησιμοποιούν την animation στις εγκαταστάσεις τους, καθώς και πόσο σημαντικές είναι οι δεξιότητες και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να κατέχει ένας εμπυχωτής (animateur). Επίσης, η

έρευνα στοχεύει να δώσει μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα για την έννοια του animation, καθώς και τις δραστηριότητες που αυτή η έννοια περιλαμβάνει.

Με βάση τα παραπάνω, τίθενται τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

- 1) Οι ξενοδοχειακές μονάδες διακοπών στην Ελλάδα, προσφέρουν υπηρεσίες animation;
- 2) Τι είδους υπηρεσίες animation προσφέρουν οι ξενοδοχειακές μονάδες διακοπών στην Ελλάδα;
- 3) Πόσο σημαντικές θεωρούνται οι δεξιότητες, ικανότητες και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να κατέχει ένας animateur;

II. ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1. Τουρισμός και Τουριστικά Καταλύματα

Ο τουρισμός είναι μια από τις πλέον έντονες μαζικές, κοινωνικές εκδηλώσεις της παγκόσμιας κοινότητας, με ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Η μαζική αυτή κοινωνική εκδήλωση αναπτύχθηκε με σταθερό ετήσιο ρυθμό 4% έως 5%, το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα (Ακρίβος & Σαλεσιώτης, 2007). Σήμερα αποτελεί μια βιομηχανοποιημένη δραστηριότητα, η οποία έχει αναχθεί σε σημαντικό παράγοντα της παροχής υπηρεσιών και σε κύρια πηγή απόκτησης συναλλάγματος, ενώ παράλληλα έχει συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και εισοδήματος σε πολλές χώρες υποδοχής τουριστών. Ο τουρισμός -μαζί με την ναυτιλία και τη γεωργία- αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας (Ακρίβος & Σαλεσιώτης, 2007).

Για τον τουρισμό έχουν δοθεί πολλοί ορισμοί. Σύμφωνα με τον Κουτούλα (2001), ο τουρισμός αφορά την οικειοθελή μετακίνηση ενός ατόμου και την προσωρινή παραμονή του σε έναν διαφορετικό τόπο από αυτόν της μόνιμης κατοικίας και εργασίας του και γίνεται κυρίως για λόγους αναψυχής και ανάπαυσης.

Οι τουριστικές επιχειρήσεις αποτελούν οικονομικές μονάδες, οι οποίες παράγουν και εκμεταλλεύονται τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Οι τουριστικές εγκαταστάσεις έχουν ως σκοπό την εξυπηρέτηση των αναγκών των τουριστών σε ένα προορισμό. Οι ανάγκες αυτές έχουν να κάνουν με τη διαμονή, την εστίαση, την αναψυχή, την άθληση και τη δημιουργική διάθεση του ελεύθερου χρόνου, αλλά και με την ικανοποίηση των ειδικών ενδιαφερόντων ή των ειδικών σκοπών της μετακίνησής τους.

2.2. Αναψυχή - Τουριστική Ψυχαγωγία (Animation)

Η λέξη ψυχαγωγία ετυμολογικά προέρχεται από το «ψυχήν άγω» και σημαίνει την τέρψη της ψυχής (Μάντζιος & Γλυνιά, 2005). Η έννοια της ψυχαγωγίας μπορεί να συγγέεται με την έννοια της διασκέδασης, όταν η ψυχική αυτή απόλαυση αφορά περισσότερο στην ικανοποίηση των αναγκών διαφυγής από τα προβλήματα της καθημερινότητας. Αυτές οι δύο έννοιες μπορεί να συμπίπτουν μπορεί και όχι (Μάντζιος & Γλυνιά, 2005).

Η ψυχαγωγία καλλιεργεί πνευματικά τον άνθρωπο, πλουτίζοντας τον φυσικό του κόσμο, ενώ η διασκέδαση λειτουργεί ως μέσο αποφόρτισης. Η αναψυχή είναι ψυχαγωγία και διασκέδαση (ξεκούραση, ανακούφιση, ψυχική ηρεμία, γαλήνη, ανάταση ψυχής). Ο Sotiriadis (2014), υποστηρίζει ότι η αναψυχή και η ψυχαγωγία αναφέρονται σε μια διάθεση και μια ενέργεια, μια απασχόληση με την οποία κάποιος γεμίζει τον ελεύθερο χρόνο του και περνάει ευχάριστα.

Την περίοδο που κάνει κάποιος τουρισμό, επιθυμεί να έχει μεγαλύτερο χρονικό διάστημα γεμάτο με δραστηριότητες αναψυχής. Ο τουρισμός αναψυχής, έχει ποικιλία στη μορφή του και τοποθετεί τον άνθρωπο έτσι ώστε να συμμετέχει ενεργά στο "χτίσιμο" της ψυχαγωγίας του και να ικανοποιήσει ανάγκες σωματικές, πνευματικές και ψυχικές μέσα από την ενεργή συμμετοχή του.

Ο συνδυασμός ψυχαγωγίας και άθλησης είναι διεθνώς γνωστός με τον όρο «animation». Η λέξη animation που χρησιμοποιείται στην ξενοδοχειακή κυρίως ορολογία, προέρχεται από την ελληνική λέξη «άνεμος» με την έννοια του ψυχικού ανέμου που γεμίζει ένα χώρο και παρακινεί για δράση, για ζωή. Από τη λέξη άνεμος προέρχονται και οι λατινικές λέξεις «animus» που σημαίνει «πνοή ζωής» και «anima» που σημαίνει «ψυχή», από τις οποίες προέρχεται και το ρήμα «animare» που σημαίνει εμψυχώνω, δίνω ζωή. Γι αυτό και οι animateurs στα ελληνικά πολλές φορές αναφέρονται ως «εμψυχωτές». Ως animation, επίσης θεωρείται κάθε ψυχαγωγική δραστηριότητα που κάνει ο τουρίστας στον ελεύθερο χρόνο του (Sotiriadis, 2014). Η animation εφαρμόστηκε για πρώτη φορά στα μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα Club Mediterranee.

Η κεντρική ιδέα για το νέο αυτό «προϊόν», ήταν η γνωριμία και επικοινωνία αγνώστων μεταξύ τους πελατών, που θα είχε σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη ανθρώπινων σχέσεων, την εξάλειψη της ανίας και της πλήξης που μπορεί να επιφέρει η παραμονή για μέρες σε κάποιο μέρος και επιπλέον τη διασκέδαση, την ψυχαγωγία και την άθληση των πελατών. Σήμερα η animation έχει επεκταθεί σε πολλές ξενοδοχειακές μονάδες, κρουαζιερόπλοια, θεματικά πάρκα, καζίνο κ.τ.λ.

Η αναψυχή είναι αναγκαία σήμερα, καθώς ικανοποιεί βασικές ψυχικές ανάγκες του ατόμου.

2.2.1. Δραστηριότητες Αναψυχής

Οι δραστηριότητες αναψυχής χωρίζονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: (α) στις κινητικές δραστηριότητες και (β) στις αισθητικές δραστηριότητες (Παπαγεωργίου, Κώστα & Τζέτζης, 2012).

Οι κινητικές δραστηριότητες που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ενός προγράμματος, ταξινομούνται με διάφορους τρόπους όπως:

- Παιχνίδια και αθλήματα συναγωνισμού (μπάσκετ, βόλεϊ, ποδόσφαιρο κ.ά.).
- Υπαιθριες δραστηριότητες (πεζοπορία, ορειβασία, υπαίθρια διαβίωση κ.ά.).
- Αισθητικές/κινητικές δραστηριότητες (χορός, πατινάζ, ρυθμική γυμναστική κ.ά.).
- Δραστηριότητες φυσικής κατάστασης (γυμναστική, αεροβίωση κ.ά.).

Οι στόχοι της animation αφορούν, αφενός την τουριστική μονάδα που την προσφέρει, αφετέρου τους τουρίστες που συμμετέχουν στα προγράμματα. Οι δύο κατηγορίες συνδέονται άμεσα, γεγονός που είναι αυτονόητο, αν αναλογιστεί κανείς ότι κύρια επιδίωξη της διοίκησης των σύγχρονων ξενοδοχείων είναι η ικανοποίηση των πελατών τους.

Έμμεσα οφέλη αποτελούν συνήθως, η προσέλκυση νέας πελατείας και η δημιουργία αφοσιωμένων πελατών, η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και η ενίσχυση της θέσης της μονάδας στην αγορά, η καλή φήμη και η αύξηση της δαπάνης για καταναλώσεις στα επιμέρους τμήματα του ξενοδοχείου, καθώς ο πελάτης περνάει περισσότερες ώρες σε αυτά. Κατά κανόνα, η παροχή ψυχαγωγίας πραγματοποιείται χωρίς επιπλέον οικονομική επιβάρυνση των πελατών. Τα κυριότερα οφέλη των ξενοδοχείων είναι οι προσωπικές καταναλώσεις που γίνονται στη διάρκεια των προγραμμάτων στα αντίστοιχα τμήματα και η ικανοποίηση των πελατών (Παπαγεωργίου, Κώστα & Τζέτζης, 2012).

2.3 Animateurs και τα χαρακτηριστικά τους

Τα ξενοδοχεία που εφαρμόζουν την animation προσλαμβάνουν ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό, τους «animateurs». Animateur σημαίνει εμψυχωτής, αναζωογονητής. Σκοπός ενός animateur είναι η ψυχαγωγία των τουριστών, την οποία επιτυγχάνει με τον σχεδιασμό, την οργάνωση και υλοποίηση διαφόρων δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια των διακοπών, οι οποίες ποικίλουν (Checkland et al, 2012). Οι animateurs αποτελούν το έμψυχο δυναμικό της animation και ο ρόλος τους είναι καταλυτικός,

γιατί από αυτούς κυρίως εξαρτάται η ορθή ή όχι επιλογή και υλοποίηση προγραμμάτων animation, η επιτυχία ή όχι των δραστηριοτήτων και η συμμετοχή ή όχι του κόσμου (Αυθίνος, 1998). Το έργο ενός animateur είναι πολυποίκιλο, πολυσύνθετο και η περιγραφή της θέσης εργασίας του, ιδιαίτερος απαιτητική. Οι Παπαδοπούλου και συν. (2001), περιγράφουν τον animateur ως ένα άτομο ηλικίας μεταξύ 18-35 ετών, με ικανότητες που διακρίνονται σε αυτές της καλής φυσικής κατάστασης και υγείας, της επικοινωνίας και της ψυχολογίας, όπως επίσης γνώσεις του μανάτζμεντ και του μάρκετινγκ. Όσον αφορά τα στοιχεία της προσωπικότητας και του χαρακτήρα του, τονίζονται ιδιαίτερος η φαντασία, η δημιουργικότητα, η παρακίνηση, η φιλική διάθεση, η αίσθηση του χιούμορ, αλλά και στοιχεία της εμφάνισης και της εν γένει παρουσιάσής του. Οι γνώσεις του αφορούν κυρίως τομείς των σπορ και δραστηριοτήτων αθλητικής αναψυχής, ψυχολογίας, των παιχνιδιών, του θεάτρου και συναφών αντικειμένων, της εφαρμογής κανόνων υγιεινής και ασφάλειας και της οργάνωσης ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων (Checkland et al, 2012).

Οι Checkland et al, (2012), αναφέρουν ότι οι γνώσεις που θα πρέπει να έχει κάποιος animateur, είναι συνήθως γνώσεις Ψυχολογίας-Κοινωνιολογίας, δραματικής τέχνης, μουσικές ικανότητες (τραγούδι ή γνώσεις μουσικών οργάνων), πρακτικές και θεωρητικές γνώσεις γύρω από πολλές αθλητικές και ψυχαγωγικές δραστηριότητες, οπτικοακουστικών μέσων, ξένες γλώσσες και επίσης βασικές γνώσεις μάρκετινγκ,, οργάνωσης και διοίκησης τουριστικών επιχειρήσεων.

Γενικότερα, στους επιτυχημένους animateurs συναντάται μια πληθώρα ικανοτήτων και δεξιοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σε τρεις τομείς: (α) ανθρώπινες δεξιότητες, δηλαδή να μπορούν να επικοινωνούν και να μεταδώσουν τις σκέψεις, τις διαθέσεις και τα συναισθήματα τους στους πελάτες, (β) νοητικές ικανότητες, να διαθέτουν ταχύτητα αντίληψης, οργανωτικό πνεύμα και ικανότητα λήψης αποφάσεων. Πρέπει να είναι σε θέση να λύνουν τα διάφορα προβλήματα που παρουσιάζονται κατά τη διάρκεια της εκτέλεσης του έργου τους. Το χιούμορ είναι απαραίτητο στις δραστηριότητες της animation, (γ) οι animateurs πρέπει να έχουν πληθώρα τεχνικών δεξιοτήτων και γνώσεων που σχετίζονται με τις καλές τέχνες και τον αθλητισμό (Charest & Doucet, 2014).

Η animation διδάσκεται στα Τμήματα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού (ΤΕΦΑΑ) της χώρας και στα πανεπιστημιακά Τμήματα με προγράμματα

Τουριστικών Επιχειρήσεων των πρώην ΤΕΙ. Στον ιδιωτικό τομέα και σε ορισμένα κέντρα και ινστιτούτα επαγγελματικής κατάρτισης, γίνεται θεωρητική και πρακτική προσέγγιση διάρκειας τεσσάρων εξαμήνων (Τζέτζης, 1999). Παρόλα αυτά σύμφωνα με τους Γλυνιά, και Κώστα (2004), δεν υπάρχει κάποιος επίσημος φορέας πιστοποίησης, ενώ σε έρευνά τους σε τουριστικά καταλύματα της Χαλκιδικής, βρήκαν ότι από όσους εργάζονταν ως animateurs μόνο το 7% είχε εκπαίδευση σχετική με τον αθλητισμό ή ήταν απόφοιτοι ΤΕΦΑΑ.

2.4 Παροχή υπηρεσιών Animation στην Ελλάδα

Σε σύγκριση με άλλες τουριστικές χώρες, η Ελλάδα βρίσκεται σε πρώιμο σχετικά στάδιο σε ό,τι αφορά τον τουρισμό αναψυχής (Παπαδοπούλου και συν., 2001). Γι αυτό μάλιστα και πολλές ξενοδοχειακές μονάδες καταφεύγουν στη λύση της πρόσληψης αλλοδαπών animateurs (Γλυνιά, & Κώστα, 2004). Ο ελληνικός τουρισμός πρέπει να αναπτύξει και άλλες μορφές, αλλιώς θα αρχίσει να χάνει σε δημοτικότητα και έσοδα. Άλλωστε η ραγδαία ανάπτυξη των αθλητικών δραστηριοτήτων αναψυχής που γίνεται τον τελευταίο καιρό και στη χώρα μας, επιβάλλει μια οργανωμένη κίνηση ανάπτυξης προς τον τουρισμό αναψυχής (Παπαγεωργίου, Κώστα & Τζέτζης, 2012).

2.4.1 Ανασκόπηση ερευνών για παροχή animation σε ξενοδοχεία στην Ελλάδα

Οι ξενοδοχειακές μονάδες που παρέχουν υπηρεσίες animation στην Ελλάδα, είναι σχεδόν αποκλειστικά παραθαλάσσιες και συνδέονται αεροπορικά με τις χώρες προέλευσης των τουριστών. Τέτοιες μονάδες βρίσκονται στην Κρήτη, τη Ρόδο, την Κω, την Κέρκυρα, τη Χαλκιδική και τη Δυτική Πελοπόννησο. Στην αγορά της animation ξενοδοχείων την τουριστική περίοδο 1999-2002, δραστηριοποιούνταν περίπου 750 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις κυρίως στη νησιωτική Ελλάδα, ενώ 30 τουλάχιστον από αυτές, τα επονομαζόμενα club hotels προσέφεραν ποικίλα και ιδιαίτερα εξειδικευμένα προγράμματα για παιδιά και ενήλικες (Κώστα et al., 2003). Σε έρευνα των Γλυνιά και Κώστα (2003), βρέθηκε ότι οι μισές περίπου από τις μονάδες (26 στις 51) που παρέχουν υπηρεσίες animation, ανήκουν στον τύπο κέντρων παραθερισμού «all inclusive». Η παραμονή των τουριστών σε αυτά τα κέντρα είναι μεγάλης διάρκειας και οι δραστηριότητες άθλησης και αναψυχής περιλαμβάνονται στο συνολικό «πακέτο υπηρεσιών», μαζί με διαμονή και διατροφή.

Σύμφωνα με νεότερες εκτιμήσεις, ο αριθμός των ξενοδοχείων αλλάζει λόγω της κινητικότητας στον τουριστικό τομέα και της ελαστικότητας της ζήτησης των τουριστικών υπηρεσιών (Ritchards, 2019), αλλά επιβεβαιώνεται μια αυξητική τάση (Γλυνιά & Κώστα, 2004), η οποία ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο μετά από τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας το 2004.

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

Σε έρευνα των Μαυρίδη και συν. (1999), μεταξύ 39 ξενοδοχείων στις Κυκλάδες, βρέθηκε ότι το 89.70% παρείχαν αθλητικές δραστηριότητες αναψυχής, αλλά απουσίαζαν προγράμματα για την τρίτη ηλικία (15.40%) ενώ στο 51.30% του δείγματος, υπήρχε ειδική μέριμνα για τον οικογενειακό τουρισμό. Σε πανελλαδική όμως έρευνα (Αυθίνος, Τζέτζης & Χαραλάμπους, 2001), σε 43 ξενοδοχεία, το ποσοστό που πρόσφερε προγράμματα animation για τρίτη ηλικία ανέρχονταν στο 25.60% και σε παιδιά κατά την περίοδο Απρίλιο έως Οκτώβριο στο 72.10%. Οι Βογιατζάκη, Χαραχούσου και Καμπίτσης (2001) σε δείγμα 28 ξενοδοχείων λουξ και Α΄ κατηγορίας, βρήκαν ότι σε όλα υπήρχε τουλάχιστον μία πισίνα, επιτραπέζια αντισφαίριση, γήπεδο τένις και το 25% προσέφερε μεταξύ άλλων τοξοβολία. Όλα διέθεταν χώρους ψυχαγωγίας, σάουνα, παιδικές χαρές, πισίνες για παιδιά και προσέφεραν θαλάσσια σπορ. Γυμναστήριο διέθετε το 50% των ξενοδοχείων.

Πραγματοποιώντας μια επιλογή 250 ξενοδοχειακών μονάδων - μεταξύ των 383 συνολικά καταχωρημένων το 1994 στον Οδηγό Greek Travel Pages (GTP)-, οι Αυθίνος, Βλάχου και Χαραλάμπους (2000), διερεύνησαν την ύπαρξη βασικής υποδομής για την παροχή υπηρεσιών κινητικής αναψυχής. Τα ξενοδοχεία αυτά επιλέχθηκαν γιατί διέθεταν ένα τουλάχιστον από τα ακόλουθα μέσα - εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής: (α) πισίνα (παιδική και ενηλίκων) (β) χώρους αναψυχής (χορού, παιχνιδιών, μπιλιάρδου, κλπ) (γ) θαλάσσιες δραστηριότητες (μαρίνα,

ανεμοπλοΐα, ιστιοπλοΐα, αλεξίπτωτο παραλίας, κανό, θαλάσσιο σκι, υδατοσφαίριση, καταδύσεις, ψάρεμα, θαλάσσιο ποδήλατο, τζετ σκι, κωπηλασία) (δ) άθληση (γκολφ, μίνι γκολφ, τένις, πινγκ – πονγκ, ιπασία, ποδηλασία, σκουός, τοξοβολία, τζόκινγκ, βόλεϊ, μπάσκετ, ποδόσφαιρο) (ε) κέντρο υγείας και φυσικής κατάστασης (αίθουσα με βάρη, αερόμπικ, σάουνα, χαμάμ, μασάζ, γιόγκα) (στ) παιδική χαρά. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ποσοστό των ξενοδοχείων που διαθέτουν μέσα και εγκαταστάσεις κινητικής αναψυχής, σύμφωνα με τα κριτήρια της έρευνας, είναι διπλάσιο (65.27%) από το αντίστοιχο ποσοστό εκείνων που δεν διαθέτουν (34.73%). Καταγράφηκε η συντριπτική υπεροχή της πισίνας (90.8%) ως μέσο - εγκατάσταση δημιουργίας δραστηριοτήτων animation, έναντι των υπολοίπων.

Σε έρευνα του Πυνηρτζή (1998), σε δείγμα 403 τουριστών (225 άντρες, 178 γυναίκες) που διέμεναν σε τέσσερα ξενοδοχεία λουξ και οκτώ Α΄ κατηγορίας στην ευρύτερη περιοχή της Κρήτης, βρέθηκε ότι το 67.50% των αντρών και το 65.40% των γυναικών ασχολούνταν συστηματικά με αθλητική αναψυχή. Οι άντρες πιο πολύ ασχολούνταν με αθλήματα, όπως κολύμπι, περπάτημα, τζόκινγκ και ποδηλασία, ενώ θα ήθελαν κατά τη διάρκεια των διακοπών τους να ασχοληθούν με κωπηλασία, ιστιοπλοΐα, θαλάσσιο σκι, wind surfing, υποβρύχιες δραστηριότητες, μίνι γκολφ, ιπασία και πρωινή γυμναστική. Οι γυναίκες ασχολούνταν (με σειρά προτίμησης) με κολύμβηση, ποδηλασία, γυμναστική και περπάτημα.

III ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

3.1 Είδος της έρευνας

Για την πραγματοποίηση της παρούσας πτυχιακής έρευνας, ακολουθήθηκε η ποσοτική ερευνητική μέθοδος μέσω ερωτηματολογίου.

3.2 Πληθυσμός και Δείγμα

Ο πληθυσμός της έρευνας ήταν μεγάλες ξενοδοχειακές ομάδες στην Ελλάδα που ανήκουν στην κατηγορία πέντε αστέρων και άνω και βρίσκονται σε παραθαλάσσιες περιοχές με μεγάλη τουριστική κίνηση. Η αναζήτηση έγινε μέσω του διαδικτύου (Booking.com) και αποκάλυψε $n=73$ ξενοδοχειακές μονάδες (οι οποίες ανταποκρίνονταν στα κριτήρια που τέθηκαν), αποτελώντας το δείγμα της έρευνας και στις οποίες στάλθηκε το ερωτηματολόγιο. Τελικά το ερωτηματολόγιο συμπλήρωσαν οι υπεύθυνοι 30 ξενοδοχειακών μονάδων (43%).

3.3. Ερωτηματολόγιο

Για τις ανάγκες συλλογής των δεδομένων της παρούσας έρευνας χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο “*Κινητική Αναψυχή, Τουρισμός και Animation. Το Εργασιακό Μοντέλο των Animateurs σε Ελληνικά Ξενοδοχεία*” των Παπαγεωργίου, Κώστα και Τζέτζη (2012). Το ερωτηματολόγιο προσαρμόστηκε για τις ανάγκες της έρευνας (Παράρτημα Α), καθώς παραλήφθηκαν ερωτήσεις που δεν συσχετιζόνταν με την παρούσα έρευνα και ελέγχθηκε από τριμελή επιτροπή καθηγητών για τη φαινομενική του εγκυρότητα. Περιλαμβάνει 32 ερωτήσεις, οι οποίες κατανέμονται σε τρία μέρη:

Το Α΄ μέρος περιλαμβάνει επτά ερωτήσεις που σχετίζονται με δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων και των ξενοδοχειακών μονάδων όπως: το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και η θέση εργασίας, η γεωγραφική θέση της μονάδας, η διάρκεια παροχής των υπηρεσιών και ο τύπος των μονάδων.

Το Β΄ μέρος περιλαμβάνει οκτώ ερωτήσεις που σχετίζονται με τις εγκαταστάσεις, τα προσφερόμενα προγράμματα και το είδος των δραστηριοτήτων.

Το Γ΄ μέρος περιλαμβάνει 17 ερωτήσεις που σχετίζονται με τη σημαντικότητα των χαρακτηριστικών, ικανοτήτων και δεξιοτήτων των animateurs.

Για την αξιολόγηση της σημαντικότητας των δεξιοτήτων, ικανοτήτων και των χαρακτηριστικών που πρέπει να κατέχει ένας animateur, χρησιμοποιήθηκε πενταβάθμια κλίμακα τύπου Likert, όπου το 1 αντιστοιχούσε στο χαμηλότερο όριο (καθόλου σημαντικό) και το 5 στο υψηλότερο όριο (πολύ σημαντικό).

Τα ερωτηματολόγια στάλθηκαν μέσω του διαδικτύου με τη μορφή των Google forms και αφού είχε προηγηθεί τηλεφωνική επικοινωνία με τον υπεύθυνο της ξενοδοχειακής μονάδας. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε από 13/05/2021 μέχρι 13/09/2021.

Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκαν υπολογιστικά φύλλα excel.

IV ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Από την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχτηκαν, προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα:

4.1. Δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων και των μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα.

Σε ό,τι αφορά στα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων, διερευνήθηκαν το φύλο, η ηλικία το μορφωτικό επίπεδο και η θέση εργασίας τους, ενώ για τις ξενοδοχειακές μονάδες διερευνήθηκαν ο τύπος της μονάδας, το χρονικό διάστημα παροχής υπηρεσιών animation και η γεωγραφική τους θέση.

4.1.1 Φύλο

Η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν άνδρες (f=19, 63.30%). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.1.

Πίνακας 4.1: Φύλο συμμετεχόντων στην έρευνα.

Φύλο	f	%
Άνδρας	19	63
Γυναίκα	11	37
Σύνολο	30	100

4.1.2 Ηλικία

Από τα στοιχεία της έρευνας προέκυψε ότι οι συμμετέχοντες, ήταν νέοι, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία 31-40 ετών (f=12, 40%). Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.2.

Πίνακας 4.2: Ηλικία συμμετεχόντων στην έρευνα.

Ηλικία (έτη)	f	%
20-30	1	3,33
31-40	12	40.0
41-50	9	30.0
>51	8	26.77
Σύνολο	30	100

4.1.3 Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων στην έρευνα

Τα στοιχεία έδειξαν ότι η πλειονότητα των συμμετεχόντων, είναι κάτοχοι προπτυχιακού τίτλου σπουδών (f=13, 43.30%) και ακολούθησαν οι απόφοιτοι των ΤΕΙ (f=7, 23.30%). Αναλυτικά τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.3.

Πίνακας 4.3: Επίπεδο μόρφωσης συμμετεχόντων στην έρευνα.

Μορφωτικό επίπεδο	f	%
ΑΕΙ	13	43.30
ΤΕΙ	7	23.30
ΙΕΚ	4	13.30
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	6	20.00
Σύνολο	30	100

4.1.4 Θέση εργασίας

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων, φέρει τον τίτλο εργασίας «Υπεύθυνος Ανθρώπινου Δυναμικού» (f=9, 30%), «Διευθυντής» (f=6, 20%) και «Υπεύθυνος Τμήματος Ποιότητας» (f=6, 20%). Αναλυτικά τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.4.

Πίνακας 4.4: Θέση εργασίας συμμετεχόντων στην έρευνα.

Θέση Εργασίας	f	%
Υπεύθυνος Διαχείρισης Προσωπικού	9	30.0
Διευθυντής	6	20.0
Υπεύθυνος Τμήματος Ποιότητας	6	20.0
Υπεύθυνος δημοσίων Σχέσεων	5	16.7
Υπεύθυνος Animation	3	10.0
Υπεύθυνος Κρατήσεων	1	3.3
Σύνολο	30	100

4.1.5 Τύπος ξενοδοχείου

Σε ό,τι αφορά τον τύπο των ξενοδοχειακών μονάδων, το μεγαλύτερο ποσοστό (f=11, 36.70%) είναι «All Inclusive» και ακολουθούν τα «Resorts» (f=9, 30%) και τα «Hotels» (f=8, 26.70%). Αναλυτικά τα αποτελέσματα εμφανίζονται στον Πίνακα 4.5.

Πίνακας 4.5: Τύπος ξενοδοχειακής μονάδας.

Τύπος Ξενοδοχείου	f	%
All Inclusive	11	36.70
Resort	9	30.00
Hotel	8	26.70
Appartments	1	3.30
Bungalows	1	3.30
Σύνολο	30	100

4.1.6 Διάστημα παροχής υπηρεσιών αναψυχής

Οι ξενοδοχειακές μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα, στην πλειονότητά τους (f=21, 70%), προσφέρουν υπηρεσίες animation σε όλη την διάρκεια της λειτουργίας τους. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.6.

Πίνακας 4.6: Παροχή υπηρεσιών animation του ξενοδοχείου

Υπηρεσίες αναψυχής σε όλη τη διάρκεια λειτουργίας	f	%
ΝΑΙ	21	70.00
ΟΧΙ	9	30.00
Σύνολο	30	100

4.1.7 Γεωγραφική θέση

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ξενοδοχειακών μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα, ανήκαν στα γεωγραφικά διαμερίσματα της Πελοποννήσου (f=13, 43.3%) και των Επτανήσων (f=4, 13.30%). Αναλυτικά τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.7.

Πίνακας 4.7: Γεωγραφική θέση ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα.

Γεωγραφική Θέση	f	%
Πελοπόννησος	13	43.30
Επτάνησα	4	13.30
Κυκλάδες	3	10.00
Κρήτη	3	10.00
Βόρεια Ελλάδα	3	10.00
Δωδεκάνησα	2	6.60
Αττική	1	3.40
Δυτική Ελλάδα	1	3.40
Σύνολο	30	100

4.2. Πρώτο ερευνητικό ερώτημα: Οι ξενοδοχειακές μονάδες, προσφέρουν υπηρεσίες και προγράμματα animation;

Από την ανάλυση των αποτελεσμάτων προέκυψε ότι οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα προσφέρουν υπηρεσίες και προγράμματα animation, Συγκεκριμένα:

Για να απαντηθεί το ερώτημα αυτό διερευνήθηκαν τα ακόλουθα υπο-ερωτήματα: η υλοποίηση ειδικά σχεδιασμένων προγραμμάτων animation, η ύπαρξη ή όχι εκπαιδευμένων animateurs, καθώς και ο αριθμός τους.

4.2.1 Υπο-ερώτημα 1: Προσφέρονται ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα animation;

Από τα στοιχεία της έρευνας προέκυψε ότι η πλειονότητα των καταλυμάτων ($f=21$, 70%) προσφέρουν ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα αναψυχής και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.8.

Πίνακας 4.8: Ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα για animation, αναψυχή και ψυχαγωγία.

Ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα animation	f	%
ΝΑΙ	21	70.0
ΟΧΙ	9	30.0
Σύνολο	30	100

4.2.2 Υπο-ερώτημα 2: Απασχολούν οι ξενοδοχειακές μονάδες εκπαιδευμένους animateurs;

Η έρευνα έδειξε ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες στη συντριπτική πλειονότητά τους ($f=25$, 83.30%) διαθέτουν ομάδα εκπαιδευμένων animateurs. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.9.

Πίνακας 4.9: Ομάδα εκπαιδευμένων animateurs στις ξενοδοχειακές μονάδες.

Υπάρχει ομάδα εκπαιδευμένων animateurs	f	%
ΝΑΙ	25	83.30
ΟΧΙ	5	16.70
Σύνολο	30	100

4.2.3 Υπο-ερώτημα 3: Ποιος είναι ο αριθμός των animateurs που απασχολούνται στις ξενοδοχειακές μονάδες;

Από τα στοιχεία της έρευνας προέκυψε ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό των μονάδων ($f=21$, 84.70%), ο αριθμός των animateurs δεν ξεπερνάει τους δύο. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.10.

Πίνακας 4.10: Αριθμός animateur που απασχολούνται στις ξενοδοχειακές μονάδες.

Αριθμός animateur που απασχολούνται	f	%
1-2	21	84.0
3-5	3	12.0
>5	1	4.0
Σύνολο	25	100

4.3. Δεύτερο ερευνητικό ερώτημα: Τι είδους υπηρεσίες και προγράμματα animation προσφέρουν οι ξενοδοχειακές μονάδες;

Από τα στοιχεία της έρευνας προέκυψε ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες και προγράμματα animation για όλες τις ηλικίες, σε ένα πλήθος δραστηριοτήτων κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας σε ειδικές εγκαταστάσεις.

Για να απαντηθεί το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, διερευνήθηκαν τα ακόλουθα υπο-ερωτήματα: η υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων για συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες, το είδος των δραστηριοτήτων κινητικής αναψυχής και η ύπαρξη ειδικών εγκαταστάσεων και εξοπλισμού.

4.3.1 Υπο-ερώτημα 1: Σε ποιες ηλικιακές ομάδες απευθύνονται τα προγράμματα αναψυχής στις ξενοδοχειακές μονάδες;

Ειδικότερα τα ξενοδοχεία προσφέρουν τις υπηρεσίες αναψυχής σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, όπως φαίνεται και από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα ($f=23$, 76.70%), ενώ κάποια παρέχουν υπηρεσίες αποκλειστικά για παιδιά ($f=7$, 23.30%). Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.11.

Πίνακας 4.11: Ηλικιακές ομάδες στις οποίες απευθύνονται τα προγράμματα αναψυχής στις ξενοδοχειακές μονάδες.

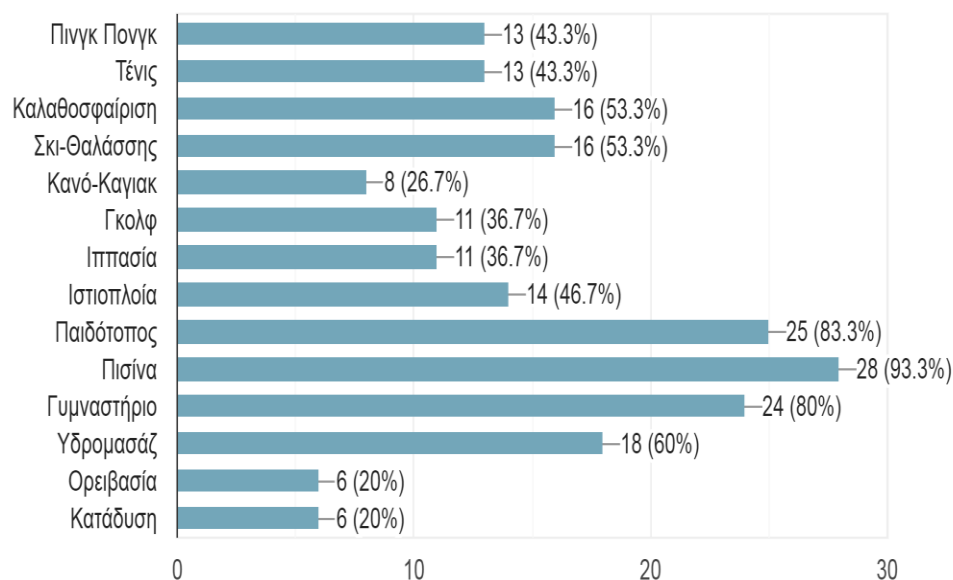
Ηλικιακές ομάδες στις οποίες απευθύνονται τα προγράμματα αναψυχής	f	%
Παιδιά	7	23.30
Σε όλες	23	76.70
Σύνολο	30	100

4.3.2 Υπο-ερώτημα 2: Τι είδους δραστηριότητες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας προσφέρονται;

Όσον αφορά στις δραστηριότητες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας, την πρώτη θέση κατέχουν δραστηριότητες στην πισίνα (παιχνίδια και aqua aerobic) ($f=28$, 93.30%), ενώ ακολουθούν με μικρή διαφορά τα παιχνίδια σε παιδότοπο ($f=25$, 83.30%) και γυμναστική στο γυμναστήριο (αερόμπικ, βάρη, pilates κ.ά) ($f=24$, 80%). Άλλες δημοφιλείς δραστηριότητες που προσφέρονται, είναι το θαλάσσιο σκι, αθλοπαιδιές (για παράδειγμα καλαθοσφαίριση), ιστιοπλοΐα, τένις και πινγκ-πονγκ. Τα αναλυτικά αποτελέσματα, παρουσιάζονται στο Γράφημα 1.

Δραστηριότητες Κινητικής Αναψυχής που προσφέρει το ξενοδοχείο

30 responses



Γράφημα 1: Δραστηριότητες κινητικής αναψυχής που προσφέρει η ξενοδοχειακή μονάδα

4.3.3 Υπο-ερώτημα 3: Υπάρχουν ειδικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμός για τα προγράμματα και τις υπηρεσίες animation που προσφέρονται;

Σχετικά με τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό, η συντριπτική πλειονότητα ($f=24$, 80%) των συμμετεχόντων, δήλωσε ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες διαθέτουν ειδικές εγκαταστάσεις και εξοπλισμό για υπηρεσίες αναψυχής και ψυχαγωγίας. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.12.

Πίνακας 4.12: Ειδικές εγκαταστάσεις για τις υπηρεσίες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας.

Ειδικές εγκαταστάσεις	f	%
ΝΑΙ	24	80.0
ΟΧΙ	6	20.0
Σύνολο	30	100

4.4. Τρίτο Ερευνητικό ερώτημα: Πόσο σημαντικές θεωρούνται οι δεξιότητες, ικανότητες και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να κατέχει ένας animateur;

Για να απαντηθεί αυτό το ερώτημα, διερευνήθηκαν τα ακόλουθα υπο-ερωτήματα:

4.4.1. Υπο-ερώτημα 1: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η Φυσική κατάσταση των animateurs;

Οι περισσότεροι συμμετέχοντες (f=17, 56.70%), θεωρούν ότι η φυσική κατάσταση των animateurs, είναι σημαντικό ή πολύ σημαντικό στοιχείο για την αποτελεσματική εκτέλεση των καθηκόντων τους, ενώ μόνο 13.30% (f=4) διαφωνούν με αυτή την άποψη. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.13.

Πίνακας 4.13: Φυσική κατάσταση των animateurs

Φυσική κατάσταση animateurs	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	1	3.30
2 Λίγο σημαντικό	3	10.00
3 Μέτρια σημαντικό	9	30.00
4 Σημαντικό	9	30.00
5 Πολύ σημαντικό	8	26.70
Σύνολο	30	100

4.4.2 Υπο-ερώτημα 2: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί το πτυχίο Φυσικής Αγωγής;

Μόλις δύο συμμετέχοντες στην έρευνα (6.60%) θεωρούν ότι το πτυχίο από τις ΣΕΦΑΑ είναι πολύ σημαντικό στοιχείο για την αποτελεσματική εκτέλεση των καθηκόντων των animateurs. Η πλειονότητα (f=16, 53.30%) δεν το θεωρεί σημαντικό, ενώ 12 συμμετέχοντες (40.00%), τήρησαν ουδέτερη στάση. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.14.

Πίνακας 4.14: Πτυχίο φυσικής αγωγής

Πτυχίο Φυσικής Αγωγής	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	6	20.00
2 Λίγο σημαντικό	10	33.30
3 Μέτρια σημαντικό	12	40.00
4 Σημαντικό	1	3.30
5 Πολύ σημαντικό	1	3.30
Σύνολο	30	100

4.4.3 Υπο-ερώτημα 3: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι αθλητικές ικανότητες βασικού επιπέδου;

Στην ερώτηση για το εάν οι βασικές αθλητικές ικανότητες που πρέπει να κατέχει ο απασχολούμενος animateur είναι σημαντικό στοιχείο, η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα (f=16, 53.20%) συμφωνεί ότι είναι αρκετά σημαντικό στοιχείο. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.15.

Πίνακας 4.15: Βασικές αθλητικές ικανότητες animateur.

Αθλητικές Ικανότητες βασικού επιπέδου	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	3	10.00
2 Λίγο σημαντικό	2	6.80
3 Μέτρια σημαντικό	9	30.00
4 Σημαντικό	8	26.60
5 Πολύ σημαντικό	8	26.60
Σύνολο	30	100

4.4.4 Υπο-ερώτημα 4: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι αθλητικές ικανότητες υψηλού επιπέδου των animateur;

Σε αντίθεση με τις αθλητικές ικανότητες βασικού επιπέδου, οι συμμετέχοντες στην έρευνα (f=13, 43.30%) δε θεωρούν το ίδιο σημαντικές τις αθλητικές ικανότητες υψηλού επιπέδου. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.16.

Πίνακας 4.16: Υψηλού επιπέδου αθλητικές ικανότητες των animateurs.

Αθλητικές Ικανότητες υψηλού επιπέδου animateur	f	%
1 Καθόλου Σημαντικό	6	20.00
2 Λίγο σημαντικό	7	23.30
3 Μέτρια σημαντικό	12	40.00
4 Σημαντικό	4	13.30
5 Πολύ σημαντικό	1	3.30
Σύνολο	30	100

4.4.5 Υπο-ερώτημα 5: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η γνώση ξένης γλώσσας;

Στην ερώτηση σχετικά με τη σημαντικότητα της γνώσης ξένης γλώσσας από τον animateur, οι συμμετέχοντες στην έρευνα, συμφώνησαν σχεδόν στο σύνολό τους ($f=29$, 96.70%) ότι είναι ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό. Τα σχετικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.17.

Πίνακας 4.17. Γνώση ξένης γλώσσας από τους animateur.

Γνώση ξένης γλώσσας	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	0	0
3 Μέτρια σημαντικό	1	3.30
4 Σημαντικό	5	16.70
5 Πολύ σημαντικό	24	80.00
Σύνολο	30	100

4.4.6. Υπο-ερώτημα 6: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η κατανόηση αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας από τον animateur.

Σχετικά με την ικανότητα κατανόησης των αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας από τον animateur, η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα ($f=25$, 83.30%) συμφωνεί ως προς τη σημαντικότητα της. Τα σχετικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.18.

Πίνακας 4.18.: Κατανόηση αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας από τον animateur.

Κατανόηση αναγκών, διαφορετικών εθνικοτήτων και κουλτούρας από τον animateur.	f	%
1 Καθόλου Σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	1	3.30
3 Μέτρια σημαντικό	4	13.30
4 Σημαντικό	6	20.00
5 Πολύ σημαντικό	19	63.30
Σύνολο	30	100

4.4.7. Υπο-ερώτημα 7: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ικανότητα καλής επικοινωνίας (γραπτός – προφορικός λόγος);

Σχετικά με την ικανότητα επικοινωνίας, τόσο στον γραπτό, όσο και στον προφορικό λόγο, οι δύο στους τρεις συμμετέχοντες περίπου (f=19, 63.30%), συμφωνούν ότι είναι σημαντική και απαραίτητη. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.19.

Πίνακας 4.19: Ικανότητα επικοινωνίας σε προφορικό και γραπτό λόγο

Ικανότητα επικοινωνίας (προφορικός και γραπτός λόγος)	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	1	3.30
2 Λίγο σημαντικό	4	13.30
3 Μέτρια σημαντικό	6	20.00
4 Σημαντικό	8	26.70
5 Πολύ σημαντικό	11	36.70
Σύνολο	30	100

4.4.8 Υπο-ερώτημα 8: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί ο σχεδιασμός και η οργάνωση των δραστηριοτήτων;

Αναφορικά με την ικανότητα σχεδιασμού και οργάνωσης δραστηριοτήτων animation, οι έξι στους δέκα (f=18, 60.00%) συμφωνούν ότι είναι σημαντική, ενώ το 13.30% (f=4) δεν τη θεωρούν σημαντική. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.20.

Πίνακας 4.20: Σχεδιασμός και οργάνωση δραστηριοτήτων.

Σχεδιασμός και οργάνωση δραστηριοτήτων	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	1	3.30
2 Λίγο σημαντικό	3	10.00
3 Μέτρια σημαντικό	8	26.70
4 Σημαντικό	4	13.30
5 Πολύ σημαντικό	14	46.70
Σύνολο	30	100

4.4.9 Υπο-ερώτημα 9: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η ικανότητα τήρησης των χρονοδιαγραμμάτων;

Σχετικά με την ικανότητα τήρησης των χρονοδιαγραμμάτων από τους animateurs, οι μισοί από τους συμμετέχοντες (f=15, 50.00%), τη θεωρούν σημαντική και μόνο δύο συμμετέχοντες (6.60%) δεν τη θεωρούν σημαντική. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.21.

Πίνακας 4.21: Ικανότητα τήρησης χρονοδιαγραμμάτων.

Ικανότητα τήρησης χρονοδιαγραμμάτων	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	2	6.70
3 Μέτρια σημαντικό	13	43.30
4 Σημαντικό	7	23.30
5 Πολύ σημαντικό	8	26.70
Σύνολο	30	100

4.4.10 Υπο-ερώτημα 10: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί ο ενθουσιασμός και η παρακίνηση;

Η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα (f=21, 70%) θεωρούν ότι ο ενθουσιασμός και η παρακίνηση πρέπει να είναι βασικά χαρακτηριστικά ενός animateur, ενώ μόνο ένας (3.30%) διαφωνεί. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.22.

Πίνακας 4.22: Ενθουσιασμός και παρακίνηση

Ενθουσιασμός και παρακίνηση	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	1	3.30
3 Μέτρια σημαντικό	8	26.70
4 Σημαντικό	7	23.30
5 Πολύ σημαντικό	14	46.70
Σύνολο	30	100

4.4.11. Υπο-ερώτημα 11: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η φαντασία και η δημιουργικότητα;

Οκτώ στους δέκα συμμετέχοντες (f=24, 80.00%), συμφωνούν ότι η «φαντασία και η δημιουργικότητα», είναι σημαντικά στοιχεία και πρέπει να χαρακτηρίζουν έναν αποτελεσματικό animateur. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.23.

Πίνακας 4.23: Φαντασία και δημιουργικότητα.

Φαντασία και δημιουργικότητα	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	1	3.30
3 Μέτρια σημαντικό	5	16.70
4 Σημαντικό	9	30.00
5 Πολύ σημαντικό	15	50.00
Σύνολο	30	100

4.4.12 Υπο-ερώτημα 12: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αίσθηση υπευθυνότητας;

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η υπευθυνότητα, θεωρείται σημαντικό χαρακτηριστικό για έναν animateur από την πλειονότητα (f=22, 73.30%) των συμμετεχόντων. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.24.

Πίνακας 4.24: Αίσθηση υπευθυνότητας

Υπευθυνότητα	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	0	0
2 Λίγο σημαντικό	1	3.30
3 Μέτρια σημαντικό	7	23.30
4 Σημαντικό	10	33.30
5 Πολύ σημαντικό	12	40.00
Σύνολο	30	100

4.4.13 Υπο-ερώτημα 13: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η γνώση παροχής Α' βοηθειών;

Στην ερώτηση για την σημαντικότητα της γνώσης παροχής Α' βοηθειών από τους animateurs, το 40.00% των συμμετεχόντων (f=12) τη θεωρεί σημαντική και το 43.30% (f=12) όχι. Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.25.

Πίνακας 4.25: Γνώση παροχής Α΄ βοηθειών

Α΄ βοήθειες	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	8	26.7
2 Λίγο σημαντικό	5	16.7
3 Μέτρια σημαντικό	5	16.7
4 Σημαντικό	3	10.0
5 Πολύ σημαντικό	9	30.0
Σύνολο	30	100

4.4.14. Υπο-ερώτημα 14: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι γνώσεις θεατρικού παιχνιδιού, παντομίμας και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων;

Το 30.00% (f=9) των συμμετεχόντων, δε θεωρεί ότι οι γνώσεις θεατρικού παιχνιδιού, παντομίμας και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων, είναι σημαντικό προσόν για έναν animateur, σε αντίθεση με το 26.70% (f=8) που τις θεωρούν σημαντικές, ενώ η πλειονότητα κράτησε ουδέτερη στάση (f=13, 43.30%) (μέτρια σημαντικό). Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.26.

Πίνακας 4.26: Γνώσεις θεάτρου, παιχνιδιού, παντομίμας και άλλων παρεμφερών δραστηριοτήτων.

Γνώσεις θεάτρου, παιχνιδιού, παντομίμας κ.λ.π.	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	3	10.00
2 Λίγο σημαντικό	6	20.00
3 Μέτρια σημαντικό	13	43.30
4 Σημαντικό	5	16.70
5 Πολύ σημαντικό	3	10.00
Σύνολο	30	100

4.4.15. Υπο-ερώτημα 15: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελούν οι γνώσεις χορού και αθλημάτων;

Στην ερώτηση εάν οι γνώσεις χορού / αθλημάτων είναι σημαντικές για έναν animateur, συμφωνεί ένας στους τρεις (f=10, 33.33%). Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.27.

Πίνακας 4.27: Γνώσεις χορού και αθλημάτων

Γνώσεις χορού και αθλημάτων	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	3	10.00
2 Λίγο σημαντικό	6	20.00
3 Μέτρια σημαντικό	11	36.70
4 Σημαντικό	6	20.00
5 Πολύ σημαντικό	4	13.30
Σύνολο	30	100

4.4.16 Υπο-ερώτημα 16: Πόσο σημαντικό στοιχείο αποτελεί η εμπειρία/προϋπηρεσία;

Οι μισοί από τους συμμετέχοντες (f=15, 50.00%) πιστεύουν ότι η εμπειρία/προϋπηρεσία είναι σημαντικό προσόν για έναν animateur, άποψη με την οποία διαφωνεί το 16.70% (f=5). Τα αναλυτικά αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.28.

Πίνακας 4.28: Εμπειρία/Προϋπηρεσία

Εμπειρία/Προϋπηρεσία	f	%
1 Καθόλου σημαντικό	2	6.70
2 Λίγο σημαντικό	3	10.00
3 Μέτρια σημαντικό	10	33.30
4 Σημαντικό	5	16.70
5 Πολύ σημαντικό	10	33.30
Σύνολο	30	100

V ΣΥΖΗΤΗΣΗ -ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες είναι άνδρες, νεαρής σχετικά ηλικίας με ανώτερες σπουδές τόσο σε προπτυχιακό, όσο και σε μεταπτυχιακό και διδακτορικό επίπεδο. Η αύξηση του τουρισμού, ο αυξημένος ανταγωνισμός (τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και στο εξωτερικό) και η αύξηση των απαιτήσεων, οδηγούν στην αναγκαιότητα απόκτησης γνώσεων και δεξιοτήτων σε υψηλό επίπεδο, ώστε να μπορέσουν οι ξενοδοχειακές μονάδες να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις αυτές.

Σχετικά με τις θέσεις εργασίας των συμμετεχόντων στην έρευνα, αυτές ήταν κυρίως «Υπεύθυνος Διαχείρισης Προσωπικού», «Διευθυντής» και «Υπεύθυνος Τμήματος Ποιότητας», οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την παροχή υπηρεσιών κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας προς τους πελάτες, αλλά και για τη διαχείριση και την αξιολόγηση των animateurs.

Σε ό,τι αφορά στις ξενοδοχειακές μονάδες που διερευνήθηκαν κυριαρχεί ο τύπος «All Inclusive», συμφωνώντας με τα αντίστοιχα ευρήματα των Γλυνιά και Κώστα (2003), καθώς επίσης τα Resorts και τα Hotels. Τέτοιου είδους μονάδες κινούνται στη λογική της φροντίδας της συνολικής εμπειρίας των πελατών (και όχι απλά και μόνο της διαμονής-διατροφής) και μπορούν να προσφέρουν πλήθος υπηρεσιών, μεταξύ άλλων και υπηρεσίες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας, για την απασχόληση των πελατών στον ελεύθερο χρόνο τους (Γλυνιά & Κώστα 2003). Οι παραπάνω μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας σε όλη τη διάρκεια της λειτουργίας τους, γεγονός που συμφωνεί με το αντίστοιχο εύρημα των Γλυνιά και Κώστα (2003).

Σε ό,τι αφορά στο πρώτο ερευνητικό ερώτημα σχετικά με τις υπηρεσίες και τα προγράμματα κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας, οι περισσότερες μονάδες προσφέρουν προγράμματα κινητικής αναψυχής, άθλησης και ψυχαγωγίας τα οποία απευθύνονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Σε αυτό το στοιχείο υπάρχει βελτίωση, καθώς σε παλαιότερη έρευνα των Αυθίνου, Τζέτζη και Χαραλάμπους (2001) είχε βρεθεί ότι τα προγράμματα για ενήλικες προσέφεραν μόνο μία στις τέσσερις μονάδες. Φαίνεται λοιπόν ότι ενώ τα προηγούμενα χρόνια δίνονταν σημασία στην ψυχαγωγία κυρίως των παιδιών, ενώ τώρα δίνεται προσοχή σε όλες τις ηλικίες.

Τα προγράμματα αυτά προσφέρονται σε μια σειρά από εξειδικευμένες εγκαταστάσεις οι οποίες πλέον υφίστανται στην πλειονότητα των ξενοδοχειακών μονάδων (το 80.00% δήλωσε ότι προσφέρει ειδικές εγκαταστάσεις για animation) ενώ σε έρευνα του Μπαμπάνα που πραγματοποιήθηκε το 2003 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν κοντά στο 50%.

Σχετικά με το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα και αναφορικά με το είδος των εγκαταστάσεων/δραστηριοτήτων, κυριαρχούν η πισίνα, οι παιδότοποι και τα γυμναστήρια, αλλά και αρκετές δραστηριότητες που σχετίζονται με τη θάλασσα (όπως θαλάσσιο σκι, κανό καγιάκ, ιστιοπλοΐα και καταδύσεις) ακολουθώντας μια αντίστοιχη τάση που επικρατεί τα τελευταία χρόνια. Τα ευρήματα αυτά συμφωνούν με αυτά παλαιότερης έρευνας των Αυθίνου, Βλάχου και Χαραλάμπους (2000).

Παρόμοια τάση, υπάρχει και για την προσφορά δραστηριοτήτων, που ίσως δεν είναι τόσο δημοφιλείς στην Ελλάδα, αλλά είναι αρκετά δημοφιλείς στους τουρίστες, όπως είναι το γκολφ και η ιππασία. Παρόμοια αποτελέσματα είχαν βρει και οι Βογιατζάκη, Χαραχούσου και Καμπίτσης σε έρευνά τους το 2001.

Επίσης, από τα στοιχεία της έρευνας συνάγεται το συμπέρασμα ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες δίνουν πλέον μεγαλύτερη σημασία στην αναψυχή και την ψυχαγωγία των πελατών τους, καθώς στη συντριπτική πλειονότητά τους εντάσσουν πλέον στο προσωπικό τους εξειδικευμένους animateurs. Παρόλα αυτά όμως ο αριθμός τους είναι μικρός, καθώς δεν υπερβαίνει τους δύο. Σε αυτό πιθανόν να συνέβαλλε και η πτώση του τουρισμού τα δύο τελευταία χρόνια εξαιτίας της πανδημίας Covid 2019, καθώς σε προηγούμενες έρευνες (Λύτρας, 2002) ο αριθμός τους ήταν μεγαλύτερος. Επομένως, παρά την μεγαλύτερη προσοχή και σημασία που δίνεται στην κινητική αναψυχή και ψυχαγωγία, υστερούμε σε σχέση με τα διεθνή τουριστικά κλαμπ που διαθέτουν πολύ περισσότερους animateurs (Γλυνιά & Κώστα, 2003).

Σχετικά με το τρίτο ερευνητικό ερώτημα που αφορά στα χαρακτηριστικά των animateurs που θεωρούνται σημαντικά από τους υπευθύνους των ξενοδοχειακών καταλυμάτων, προέκυψαν μια σειρά από ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Τα πρώτα στην κατάταξη-και πλέον σημαντικά- στοιχεία στα οποία συμφωνούν σχεδόν όλοι είναι ότι ένας animateur πρέπει να κατέχει, είναι να γνωρίζει (τουλάχιστον) μία ξένη γλώσσα και να κατανοεί και να σέβεται τις ιδιαίτερες ανάγκες των τουριστών και τη διαφορετική κουλτούρα τους.

Σε πολύ υψηλά ποσοστά και κατ' επέκταση ως πολύ σημαντικά στοιχεία, θεωρούνται η φαντασία και δημιουργικότητά (f=24, 80.00%), η υπευθυνότητα (f=22, 73.30%), ο ενθουσιασμός και η παρακίνηση (f=21, 70.00%). Επίσης, για τα καταλύματα και τους εκπροσώπους τους, είναι πολύ σημαντικό ο animateur που απασχολείται εκεί να έχει καλή επικοινωνία με τους πελάτες, είτε αυτό αφορά τον προφορικό, είτε τον γραπτό λόγο, αλλά και οι ικανότητες σχεδιασμού και οργάνωσης προγραμμάτων (f=18, 60.00%). Για τις ξενοδοχειακές μονάδες, είναι σημαντικό να μπορεί ο ίδιος ο animateur να σχεδιάζει, να οργανώνει και να υλοποιεί τα προγράμματα δραστηριοτήτων. Παλαιότερα, σε έρευνα του Αυθίνου (1998) είχε βρεθεί ότι η οργάνωση των προγραμμάτων γινόταν από τις διευθύνσεις των ξενοδοχείων και αυτό μπορεί να σήμαινε, είτε αδικαιολόγητη παρέμβαση στο έργο των animateur, είτε έλλειψη ειδικά καταρτισμένων ατόμων. Η κατάσταση αυτή φαίνεται να αλλάζει, γεγονός που οδηγεί σε βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας.

Η φυσική κατάσταση ενός animateur, η γνώση των βασικών στοιχείων των αθλημάτων, θεωρούνται σημαντικά στοιχεία, αλλά σε μικρότερο βαθμό σε σχέση με τα προηγούμενα.

Σημαντικό στοιχείο επίσης θεωρείται η ικανότητα τήρησης των χρονοδιαγραμμάτων, με δεδομένο μάλιστα ότι αυτό το στοιχείο υπάρχει στην κουλτούρα των περισσότερων τουριστών.

Σε ό,τι αφορά στην εμπειρία, ένα στοιχείο που σε άλλες περιπτώσεις βρίσκεται πολύ ψηλά στην ιεραρχία των απαιτούμενων προσόντων, προκαλεί έκπληξη ότι μόνο οι μισοί συμφωνούν ότι είναι πολύ σημαντικό στοιχείο για έναν animateur.

Ως λιγότερο σημαντικά στοιχεία θεωρήθηκαν οι γνώσεις παροχής Α' Βοηθειών (f=12, 40.00%), γεγονός που επίσης προκαλεί εντύπωση, αλλά πιθανόν να οφείλεται στην ύπαρξη γιατρών στις ξενοδοχειακές μονάδες, αλλά και ναυαγοσωστών στις θαλάσσιες δραστηριότητες. Παρομοίως, ως λιγότερο σημαντικά στοιχεία θεωρούνται οι γνώσεις χορού και αθλημάτων (f=10, 33.30%) και θεατρικού παιχνιδιού και παντομίμας (f=8, 26.70%) Το γεγονός αυτό, πιθανόν να οφείλεται στο ότι οι δραστηριότητες αυτές δεν είναι πολύ διαδεδομένες στη χώρα μας και δεν εντάσσονται τόσο πολύ στην κουλτούρα μας. Πρόκειται όμως για δραστηριότητες που είναι δημοφιλείς ανάμεσα στους ξένους τουρίστες και γι' αυτό δεν θα πρέπει να υποτιμούνται, αλλά θα πρέπει να αναβαθμιστούν.

Τέλος, εντύπωση προκαλεί ότι τελευταίο στην κατάταξη, δηλαδή το λιγότερο σημαντικό στοιχείο για έναν animateur, βρίσκεται το πτυχίο Φυσικής Αγωγής και οι αντίστοιχες σπουδές, καθώς μόνο δύο συμμετέχοντες (6.60%) στην έρευνα, το θεωρούν ως σημαντικό προσόν για έναν animateur. Αυτό συμφωνεί με τα ευρήματα των Γλυνιά και Κώστα (2003), αλλά σίγουρα το γεγονός ότι εξακολουθεί να υπάρχει αυτή η αντίληψη και κατάσταση ακόμη και σήμερα, πρέπει να προβληματίσει αλλά και να παρακινήσει τους υπευθύνους να αναπτύξουν ακόμη περισσότερο την κινητική αναψυχή και την ψυχαγωγία στα προγράμματα σπουδών των ΣΕΦΑΑ της χώρας.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να γίνουν σε ξενοδοχειακές μονάδες και καταλύματα μικρότερων κατηγοριών, για να αποτυπώσουν καλύτερα την εικόνα της κινητικής αναψυχής και ψυχαγωγίας στη χώρα μας σε ό,τι αφορά στον τουρισμό. Επίσης θα μπορούσαν να γίνουν έρευνες ανάμεσα στους ίδιους τους εμπυχωτές (animateur), για να επικαιροποιηθούν τα στοιχεία που αφορούν το προφίλ και τα χαρακτηριστικά τους.

VI. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Ακρίβος, Χ. Σαλεσιώτης, Μ., (2007). *Τουρισμός: εισαγωγικές έννοιες, τουριστική συνείδηση, τουριστική συμπεριφορά*, Αθήνα : εκδόσεις Interbooks:
- Αυθίνος Γ. (1998). *Άσκηση-Άθληση, Κινητική Αναψυχή: Οργανωτική Διάσταση*. Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τ.Ε.Φ.Α.Α., Αθήνα.
- Αυθίνος, Γ., Βλάχου, Χ., & Χαραλάμπους, Κ. (2000). Χώροι διακοπών στην Ελλάδα: Εργασιακές προοπτικές για τελειόφοιτους ΤΕΦΑΑ. *Αθλητική Απόδοση και Υγεία*. *Αθλητική Απόδοση και Υγεία*, 2, σελ.63-73
- Αυθίνος, Γ., Τζέτζης, Γ. & Χαραλάμπους, Κ. (2001). Η εμπύχωση (animation) σε ξενοδοχεία διακοπών της Ελλάδας. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός – Υγεία*, Vol. (10-11), σελ.39-51
- Βογιατζάκη Ε., Χαραχούσου, Υ. & Καμπίτσης, Χ. (2001). Αθλητικές εγκαταστάσεις και προγράμματα animation στα ξενοδοχεία Λουξ και Α' κατηγορίας της Κρήτης. Πρακτικά 9ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή
- Γλυνιά, Ε. & Μαλλιωτάκης, Μ. (1998). Εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής για μεγάλες τουριστικές μονάδες στην Ελλάδα. *Άθληση και Κοινωνία*, 22. Πρακτικά 7ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε. & Κώστα, Γ. (2003). Η απασχόληση στον τομέα της ξενοδοχειακής animation στην Ελλάδα. *Περιοδικό Διοίκησης Αθλητισμού και Αναψυχής*, 1(2), σελ.25-36
- Γλυνιά, Ε. & Κώστα, Γ. (2004). Αθλητικός Τουρισμός και Αναψυχή στην Ελλάδα. *Πρακτικά 4ου Πανελληνίου Συνεδρίου της Ελληνικής Εταιρείας Διοίκησης Αθλητισμού*, Πειραιάς, σελ. 121-124
- Κούτουλας, Δ., (2001). Ο Θεωρητικός Προσδιορισμός του Τουριστικού Προϊόντος ως Βασική Προϋπόθεση του Τουριστικού Μάρκετινγκ. Διδακτορική διατριβή

Χίος : Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Ανακτήθηκε από:
<https://www.didaktorika.gr/eadd/handle/10442/13189>

Κώστα, Γ., Γλυνιά, Ε., Αντωνίου, Π., Γούδας, Μ. & Κουθούρης, Χ. (2003). Εκτίμηση της Ποιότητας Υπηρεσιών Άθλησης και Ψυχαγωγίας σε Ξενοδοχεία Διακοπών. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή και τον Αθλητισμό Vol 1* (1), σελ.8 – 18.

Λύτρας, Π. (2002). *Η Κοινωνία της Αναψυχής: Η αξιοποίηση του ελεύθερου χρόνου στις διακοπές*. Αθήνα: Interbooks.

Μάντζιος, Ν., Γλυνιά, Ε. (2005). Η αγορά της Άθλησης και Ψυχαγωγίας (Ανιμασιόν) σε ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα. Προβλήματα και προοπτικές. *Αναζητήσεις στη Φυσική Αγωγή & τον Αθλητισμό*, 3(1), σελ.64-76.

Μπαμπάνας Σ., (2003). *Η επίδραση των οργανωμένων προγραμμάτων άθλησης και ψυχαγωγίας στην κερδοφορία των ξενοδοχειακών μονάδων πολυτελείας*. Μεταπτυχιακή Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς. Ανακτήθηκε από <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/handle/unipi/481?locale-attribute=en>

Νάσσης, Π. & Παπαγεωργίου, Φ. (1998). Αθλητισμός και άσκηση σε ξενοδοχειακές μονάδες. Άθληση και Κοινωνία, *Άθληση και Κοινωνία*, 17. Πρακτικά 6ου Διεθνούς Συνεδρίου Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού, Κομοτηνή

Παπαγεωργίου Π., Κώστα Γ., Τζέτζης Γ., (2012). Κινητική Αναψυχή, Τουρισμός και Animation: Το Εργασιακό Μοντέλο τω Animateurs σε Ελληνικά Ξενοδοχεία *Περιοδικό Αθλητικού Τουρισμού και Αναψυχής*, Vol.6, pp.36-62.

Παπαδοπούλου, Μ., Κώστα, Γ., Δράκου, Α. & Γλυνιά, Ε. (2001). *Το προφίλ των ανιματέρ σε ξενοδοχεία διακοπών στη Χαλκιδική*. Πρακτικά 2ου Πανελληνίου Συνεδρίου της ΕλλΕΔΑ, Τρίκαλα, σελ 72-75.

Πυνηρτζής, Γ. (1998). Αποτελέσματα έρευνας Αθλητικής Αναψυχής σε Ξενοδοχεία, Α΄ κατηγορίας στην Κρήτη. *Φυσική Αγωγή - Αθλητισμός – Υγεία*, Vol. (4) σελ.75-86

Τζέτζης Γ. (1999): *Hotel Animation*, Δελτίου Τύπου Στρογγυλής Τράπεζας στα Πλαίσια της Έκθεσης «Φιλοξένια». Τ.Ε.Φ.Α.Α. Α.Π.Θ., Θεσσαλονίκη.

Νόμος 4276/2014 : Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες

διατάξεις. Ανακτήθηκε από : <https://www.e-nomothesia.gr/kat-tourismos/n-4276-2014.html>

Ξενόγλωσση

American Marketing Association (2017). *Definitions of Marketing*, retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing>

Charest F., Doucet A., (2014), Community leaders and public relations professionals: challenges for organizations' e-reputation, *Community Managers and Public Relations Professionals, Vol 11*, pp 60-68.

Checkland K., Snow S., Mcdermott I., Harrison S., & Coleman, A. (2011). Animateurs' and Animation: What Makes a Good Commissioning Manager? *Journal of health services research & policy, Vol.17*. pp.11-17.

Richards, G. (2019). Creative tourism: Opportunities for smaller places? *Tourism and Management Studies, Vol 15*(Special Issue), pp. 7-10

Sotiriadis A., (2014). Management and Operational Issues of Animation Services in Resort and All-inclusive Hotels: Evidence from Greece, *Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol.5* (20), pp. 692-698.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄ :

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΚΙΝΗΤΙΚΗ ΑΝΑΨΥΧΗ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (ANIMATION), ΣΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΕΜΨΥΧΩΤΩΝ
(ANIMATEUR).

Το παρόν ερωτηματολόγιο βασίστηκε σε ερωτηματολόγιο των Παπαγεωργίου, Κώστα και Τζέτζη που χρησιμοποιήθηκε σε ανάλογη έρευνα το 2012 και αποτελεί μέρος της έρευνας, που γίνεται στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας. Σκοπός της έρευνας, είναι η καταγραφή στοιχείων που αφορούν την κινητική αναψυχή και ψυχαγωγία σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες της Ελλάδας, καθώς και η αξιολόγηση των δεξιοτήτων, ικανοτήτων και χαρακτηριστικών που πρέπει να κατέχουν οι εμπυχωτές (animateurs). Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και ο χρόνος συμπλήρωσης του δεν υπερβαίνει τα δέκα λεπτά.

Παρακαλώ πολύ να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις.

Ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή και τον χρόνο σας.

Χρυσοσπάθη Κατερίνα

Φοιτήτρια ειδικότητας Αθλητικής Διοίκησης της ΣΕΦΑΑ του ΕΚΠΑ

A1) ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1) ΦΥΛΟ

Άντρας Γυναίκα

2) ΗΛΙΚΙΑ

20-30 ετών 30-40 ετών 40-50 ετών >50 ετών

3) ΕΠΙΠΕΔΟ ΜΟΡΦΩΣΗΣ

- Απόφοιτος Λυκείου
- ΑΕΙ
- ΤΕΙ
- ΙΕΚ
- Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού

4) ΘΕΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

- Διευθυντής
- Υπεύθυνος τμήματος Quality Department
- Υπεύθυνος τμήματος HR
- Υπεύθυνος τμήματος PR
- Υπεύθυνος τμήματος Events – Animation
- Υπεύθυνος τμήματος Marketing
- Άλλο.....

A2) ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

5) ΤΥΠΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

- Hotel
- Resort
- Apt
- Bungalows
- All Inclusive
- Άλλο.....

6) ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΚΑΘ' ΟΛΗ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

7) ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ

- Επτάνησα
- Κυκλάδες
- Δωδεκάνησα
- Κρήτη
- Αττική
- Βόρεια Ελλάδα
- Δυτική Ελλάδα
- Πελοπόννησος
- Άλλο.....

B) ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΙΝΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ

ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΤΕ:

- 8) Ομάδα εκπαιδευμένων animateurs ΝΑΙ ΟΧΙ
- 9) Ειδικές εγκαταστάσεις ΝΑΙ ΟΧΙ
- 10) Ειδικά Σχεδιασμένα Προγράμματα ΝΑΙ ΟΧΙ

11) ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΩΝ ANIMATEURS ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΕΙΤΕ:

- 0
- 1-2
- 3-5
- >5

12) ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΙΝΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ & ΨΥΧΑΓΩΓΙΑΣ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

13) ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΕΙΔΙΚΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΚΙΝΗΤΙΚΗ ΑΝΑΨΥΧΗ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

14) ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΑΠΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΤΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ;

- Παιδιά
- Έφηβοι
- Ενήλικες
- Ηλικιωμένοι
- Σε όλες

15) ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΙΝΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΨΥΧΗΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ

- Πινγκ Πονγκ
- Τένις
- Καλαθοσφαίριση
- Σκι-Θαλάσσης
- Κανό-Καγιάκ
- Γκολφ
- Ιπασία
- Ιστιοπλοΐα
- Παιδότοπος
- Πισίνα
- Γυμναστήριο
- Υδρομασάζ
- Ορειβασία
- Κατάδυση

Άλλο.....

**Γ) ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ-ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ-ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΤΩΝ ΕΜΨΥΧΩΤΩΝ (ANIMATEUR)**

Δηλώστε -κυκλώνοντας το αντίστοιχο νούμερο- πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω (1 καθόλου σημαντικό, 2 λίγο σημαντικό, 3 μέτρια σημαντικό, 4 σημαντικό, 5 πολύ σημαντικό)

16) Φυσική κατάσταση animateur

1 2 3 4 5

17) Πτυχίο φυσικής αγωγής

1 2 3 4 5

18) Αθλητικές ικανότητες βασικού επιπέδου

1 2 3 4 5

19) Αθλητικές ικανότητες υψηλού επιπέδου

1 2 3 4 5

20) Γνώση ξένης γλώσσας

1 2 3 4 5

21) Κατανόηση αναγκών/διαφορετικών εθνικοτήτων/κουλτούρας από τον animator

1 2 3 4 5

22) Καλή επικοινωνία (γραπτός – προφορικός λόγος)

1 2 3 4 5

23) Σχεδιασμός και οργάνωση δραστηριοτήτων

1 2 3 4 5

24) Χρονικός Προγραμματισμός Δραστηριοτήτων

1 2 3 4 5

25) Ενθουσιασμός/Παρακίνηση

1 2 3 4 5

26) Φαντασία/Δημιουργικότητα

1 2 3 4 5

27) Υπευθυνότητα/Δημιουργικότητα

1 2 3 4 5

28) Παροχή Πρώτων βοηθειών

1 2 3 4 5

29) Γνώσεις θεάτρου/παιχνιδιού/παντομίμας κτλ

1 2 3 4 5

30) Γνώσεις Αθλημάτων/Χορού

1 2 3 4 5

31) Προϋπηρεσία

1 2 3 4 5