



## Η απασχόληση στον τομέα της ξενοδοχειακής animation στην Ελλάδα

Ελένη Γλυνιά<sup>1</sup> & Γεώργιος Κώστα<sup>2</sup>

Τμήμα Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού

<sup>1</sup>Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης

<sup>2</sup>Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης

### Περίληψη

Η ξενοδοχειακή animation (άθληση και ψυχαγωγία πελατών ξενοδοχείων) θεωρείται τομέας επαγγελματικής δραστηριοποίησης για γυμναστές, προπονητές και στελέχη διοίκησης αθλητισμού και αναψυχής. Σκοπός της μελέτης ήταν να αναλυθεί η animation στην Ελλάδα σαν τομέας απασχόλησης. Η μέθοδος περιελάμβανε ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, ανάλυση περιεχομένου ξενοδοχειακών καταλόγων και δημοσκόπηση για το προφίλ των επιχειρήσεων και των εργαζομένων στην animation ξενοδοχείων. Βρέθηκε ότι υπάρχουν σημαντικά αντικίνητρα για την απασχόληση (εποχικότητα, μετεγκατάσταση, αστάθεια). Παρά τα προβλήματα υπάρχουν δυνατότητες για επαγγελματική ανάπτυξη και ευκαιρίες, που αν αξιοποιηθούν μπορούν να οδηγήσουν σε ποιοτικότερο ξενοδοχειακό προϊόν και νέες θέσεις εργασίας.

**Λέξεις κλειδιά:** ξενοδοχειακή animation, απασχόληση, αναψυχή, ξενοδοχεία διακοπών

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ξενοδοχειακή άθληση και ψυχαγωγία, γνωστή στην Ευρώπη ως hotel animation, αποτελεί μια περιοχή ξενοδοχειακών υπηρεσιών, η οποία παίζει σημαντικό ρόλο στην προσέλκυση και ικανοποίηση των πελατών των ξενοδοχείων διακοπών. Σε άλλους τουριστικούς προορισμούς για το αντίστοιχο προϊόν άθλησης και ψυχαγωγίας χρησιμοποιείται ο όρος hotel entertainment, με τη διαφορά ότι οι υπηρεσίες αυτές χρεώνονται επιπλέον. Ο ίδιος όρος αυτός χρησιμοποιείται και για τη βραδινή διασκέδαση στο ξενοδοχείο (Λύτρας, 1993).

Σύμφωνα με τους Glinia και Manromatis (2000), τα ξενοδοχεία που παρέχουν animation διαχωρίζονται σε δύο κύριες κατηγορίες: (α) τα κέντρα παραθερισμού (club hotels) και (β) τα μεγάλα συγκροτήματα διακοπών (resorts). Και οι δύο κατηγορίες διαθέτουν ειδικές εγκαταστάσεις όπως γήπεδα, πισίνες και θέατρα. Το τουριστικό κοινό που συνδυάζει αθλητισμό με τις διακοπές του διαρκώς μεγαλώνει αριθμητικά και προέρχεται από τις υψηλές οικονομικές τάξεις (Costa, 2000; Λαλούμης, 1999). Σαν συνέπεια, ο αριθμός των τουριστικών εκμεταλλεύσεων που

αξιοποιούν τις ειδικές αυτές εγκαταστάσεις με το κατάλληλο προσωπικό αυξάνεται. Στους μεσογειακούς προορισμούς προσφέρονται πάνω από 50.000 θέσεις απασχόλησης στην animation.

Λίγες μελέτες έχουν διερευνήσει σε βάθος το θέμα στην Ελλάδα (Αυθίνος, Βλάχου & Χαραλάμπους, 2000, Γλυνιά, Κώστα & Αντωνίου, 2001, Γλυνιά, Δράκου & Παπαδοπούλου, 2001, Κώστα, Γλυνιά, Γούδας, Αντωνίου & Κουθούρης, 2003). Στη διεθνή τουριστική βιβλιογραφία η animation εξετάζεται σαν ένα νέο, αποκλειστικά ξενοδοχειακό επάγγελμα (Gatti, Mereu & Tagliafero, 2000). Στην Ελλάδα όμως δεν έχει ακόμη αναγνωριστεί ως τέτοιο. Οι εργαζόμενοι στην animation ξενοδοχείων αποκαλούνται εμψυχωτές ή συνήθως animateurs. Η ειδικότητα αυτή καλύπτεται από άλλους επαγγελματικούς κλάδους, όπως γυμναστές και ηθοποιούς, στους οποίους συνήθως τα ξενοδοχεία παρέχουν σεμινάρια επιμόρφωσης. Ο περισσότεροι συγγραφείς του τουρισμού στην Ελλάδα εκτιμούν τον πληθυσμό των animateurs σε 7.000 με 10.000, εντοπίζοντας τόσο την ανάγκη για καταρτισμένα στελέχη, όσο και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ξενοδόχοι στον τομέα αυτό (Αυθίνος, 1998, Βογιατζάκη, Χαραχούσου & Καμπίτσης, 2001, Λύτρας, 2002, Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2000).

Ο σκοπός της μελέτης ήταν να διερευνήσει αν και κατά πόσο η animation αποτελεί στην πραγματικότητα μια βιώσιμη επαγγελματική διέξοδο ώστε να διαμορφωθούν σχετικά προγράμματα σπουδών στην τριτοβάθμια εκπαίδευση. Πραγματοποιήθηκε ανάλυση του είδους της απασχόλησης, του τύπου των ξενοδοχείων και περιγραφή του προφίλ των εργαζομένων animateurs. Τα συμπεράσματα παρουσιάζονται με τη μέθοδο SWOT από τα αρχικά Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats που σημαίνει ανάλυση δυνατοτήτων, αδυναμιών, ευκαιριών, απειλών. Η σημασία της μελέτης βρίσκεται στο ότι (α) θα προκύψει νέα επίγνωση για την απασχόληση στην animation και (β) η μελέτη θα λειτουργήσει σαν βάση για μελλοντικές έρευνες.

## ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για το σκοπό της μελέτης πραγματοποιήθηκαν τα εξής τρία μεθοδολογικά βήματα:

Βήμα 1ο: εκτεταμένη ανασκόπηση βιβλιογραφίας. Βήμα 2ο: ανάλυση περιεχομένου ηλεκτρονικών ξενοδοχειακών καταλόγων. Βήμα 3ο: δημοσκόπηση για τη διερεύνηση του προφίλ των εργαζομένων και της πρόθεσής τους για συνέχιση της εργασίας τους για μια ακόμη περίοδο. Η δημοσκόπηση πραγματοποιήθηκε σε 151 ξενοδοχεία διακοπών. Επιστράφηκαν 459 από τα 800 ερωτηματολόγια. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ερωτήσεις για δημογραφικά στοιχεία των εμψυχωτών (ηλικία, φύλο, εθνικότητα, μορφωτικό επίπεδο και μια ανοιχτή ερώτηση: *«έχω την πρόθεση να εργαστώ σ' αυτό το ξενοδοχείο τουλάχιστον ... (χρόνια) ακόμα»*).

Η ποιοτική μέθοδος SWOT χρησιμοποιείται για να αναλύσει τις εξωτερικές καταστάσεις (απειλές - ευκαιρίες) που αντιμετωπίζει ένας οργανισμός και το κατά πόσο μπορούν να ισορροπηθούν αυτές από τα εσωτερικά χαρακτηριστικά (δυνατότητες - αδυναμίες) του, προκειμένου να διαμορφωθεί ανάλογη στρατηγική (Hill & Westbrook, 1997).

## ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

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

**Απασχόληση.** Η απασχόληση είναι περιστασιακή, εποχιακή και για τους περισσότερους animateurs προσωρινή. Η ξενοδοχειακή animation δεν υπάρχει στην Ελλάδα σαν επάγγελμα, αλλά εμφανίζεται σαν υπηρεσία που παρέχεται από την ομάδα του τμήματος animation. Στο ξενοδοχειακό οργανόγραμμα το τμήμα αυτό είναι ανεξάρτητο από τα άλλα τμήματα και υπάγεται στη γενική διεύθυνση (Λαλούμης & Ρούπας, 2000). Από την ανάλυση του προφίλ φάνηκε ότι οι animateurs είναι ξενοδοχοϋπάλληλοι πλήρους απασχόλησης με σύμβαση μιας τουριστικής περιόδου που ανανεώνεται. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι εξωτερικοί συνεργάτες ή υπάλληλοι άλλων ταξιδιωτικών οργανισμών ή πρακτορείων. Τα καθήκοντά τους ποικίλουν από τη διοργάνωση ερασιτεχνικών αθλητικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, τη δημιουργική απασχόληση ενηλίκων και παιδιών μέχρι την επαγγελματική διασκέδαση των ξενοδοχειακών πελατών, όπως λαϊκές βραδιές με τοπικούς χορούς και γιορτές (Κώστα κ.α., 2003). Κάθε animateur έχει το δικό του αντικείμενο εξειδίκευσης, όμως απαιτείται ομαδική εργασία. Οι παροχές των animateurs περιλαμβάνουν τουλάχιστον διαμονή και διατροφή στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου (Λύτρας, 1993, 2002; Gayler & Finger, 1993) και ορισμένες διευκολύνσεις, όπως εκπτώσεις στη χρήση άλλων τμημάτων.

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

**Κατηγορίες ξενοδοχείων.** Η ανάλυση περιεχομένου των ιστοσελίδων του ξενοδοχειακού καταλόγου GTP για τις κατηγορίες των ξενοδοχείων στην Ελλάδα έγινε με βάση αν διαθέτουν την υπηρεσία animation (Πίνακας 1). Τα αποτελέσματα εμφάνισαν 151 ξενοδοχεία που διαθέτουν animation, από τα οποία το 81,5 % (δηλαδή 24 LUX και 99 A') ανήκουν στις κατηγορίας πολυτελείας που διευθύνουν μεγάλοι διεθνείς τουριστικοί όμιλοι (Βογιατζάκη, Χαραχούσου & Καμπίτσης, 2001).

**Πίνακας 1.** Κατηγορίες ξενοδοχείων με ανιμασιόν στην Ελλάδα

Συνολικός αριθμός ξενοδοχείων στην Ελλάδα	f=Αριθμός Ξενοδοχείων με ανιμασιόν	% Ποσοστό επί συνόλου ξενοδοχείων με ανιμασιόν	% Αθροιστικό ποσοστό
LUX (159)	24	15,9	15,9
A (1036)	99	65,6	81,5
B (1538)	21	14,0	95,4
C (3875)	7	4,65	100,0
ΣΥΝΟΛΟ (6608)	151	100,0%	100,0%

Πηγή : [www.gtp.gr](http://www.gtp.gr) (2003).

**Τύπος διαμονής ξενοδοχείων.** Σε δεύτερη αναζήτηση που έγινε με βάση τον τύπο της διαμονής βρέθηκε ότι 26 από τα 51 ξενοδοχεία με animation (δηλαδή το 17,21%) λειτουργούν σαν all inclusive κέντρα παραθερισμού ή hotel clubs. Οι Λύτρας (2002) και Glinia και Manromatis (2000), παραθέτουν 30 τέτοια ξενοδοχεία στην Ελλάδα που βρίσκονται μάλιστα στους νότιους προορισμούς. Λόγω του ότι τα κέντρα παραθερισμού είναι κατασκευασμένα σε απομακρυσμένες περιοχές, η παραμονή των πελατών σε αυτά είναι μεγάλης διάρκειας. Οι δραστηριότητες άθλησης και ψυχαγωγίας περιλαμβάνονται στο πακέτο διαμονής- διατροφής. Τα ξενοδοχεία αυτά κινούνται πέρα από την απλή παροχή υπηρεσιών στη λογική του «να φροντίσω τη συνολική εμπειρία του πελάτη μου στις διακοπές» (Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001, σ. 27) και έτσι διαθέτουν πληθώρα αθλητικών εγκαταστάσεων και έμπνευχο δυναμικό για την απασχόληση των πελατών στον ελεύθερο χρόνο τους (Δασκαλάκη, 1998). Ενώ πριν από μια δεκαετία τα κέντρα παραθερισμού δεν ήταν ανοιχτά και διαθέσιμα στην ελληνική αγορά, σήμερα προωθούν το προϊόν τους και στην Ελλάδα, γεγονός που συμβάλλει στο να θεωρείται επιθυμητή η εργασία και Ελλήνων animateurs.

**Γεωγραφική θέση ξενοδοχείων.** Σε νέα ηλεκτρονική αναζήτηση με βάση τη γεωγραφική θέση των ξενοδοχείων φάνηκε ότι περισσότερα από τα μισά (51,2%) ξενοδοχεία με ανιμασιόν βρίσκονται στην Κρήτη και Ρόδο (Πίνακας 2).

**Πίνακας 2.** Γεωγραφική διασπορά των ξενοδοχείων με ανιμασιόν στην Ελλάδα

Περιοχή	f= ξενοδοχεία με ανιμασιόν	%Ποσοστό	%Αθροιστικό ποσοστό
Κρήτη	50	30,2%	30,2%
Ρόδος	33	21,0%	51,2%
Κέρκυρα	16	10,2%	61,4%
Χαλκιδική	15	09,6%	71,0%
Κως	12	07,7%	78,7%
Λοιπή Ελλάδα*	32	21,00%	100%
ΣΥΝΟΛΟ	157	100%	100%

\*Λοιπή Ελλάδα: (Αττική, Κυκλάδες Εύβοια, Ζάκυνθος, Πιερία κλπ).

**Εργαζόμενοι -ζήτηση για εργασία.** Επίσημοι φορείς όπως η CEDEFOP, δηλαδή το ευρωπαϊκό κέντρο για την ανάπτυξη της επαγγελματικής κατάρτισης (Gatti, Mereu & Tagliaferro, 2000) και συγγραφείς αναφερόμενοι στα νέα ξενοδοχειακά επαγγέλματα, παρουσιάζουν το επαγγελματικό προφίλ του animateur ως άτομο με πολυσύνθετο φυσικών και κοινωνικών δεξιοτήτων, με αθλητική και παιδαγωγική εκπαίδευση και γνώσεις ξένων γλωσσών, μάρκετινγκ και μανάτζμεντ ελεύθερου χρόνου και αναψυχής (Costa, 2000; Opaschowski, 1996). Ένας άλλος επίσημος φορέας, η Διεύθυνση Εργασίας της Γερμανίας μεσολάβησε το έτος 2000 για 400 θέσεις animateurs σε μεσογειακούς προορισμούς όπως Ελλάδα, Ισπανία, Κύπρο, Τουρκία και Τυνησία. Κάθε χρόνο ανακοινώνεται ότι αρκετές από αυτές τις θέσεις αυτές παραμένουν τελικά αζήτητες. Γενικά η Γερμανία εμφανίζεται να εξάγει περισσότερους animateurs σε σχέση με άλλα εργατικά χέρια, ενώ η Ισπανία είναι η πρώτη χώρα υποδοχής animateurs στην Ευρώπη (Bundes Anstalt für die Arbeit, 1999; ZAV, 2000). Στον Πίνακα 3 φαίνεται ο αριθμός animateurs στις μεσογειακές χώρες το 1989.

**Πίνακας 3.** Αριθμός animateurs στις χώρες Ισπανία, Ιταλία και Γαλλία το 1989.

Χώρα	Αριθμός animateurs
Ισπανία	25.000
Γαλλία	8.000
Ιταλία	13.000

Πηγή: Λύτρας (1993).

Από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση και την ανάλυση περιεχομένου, προέκυψε ότι τα ξενοδοχεία τύπου all inclusive ανέρχονται σε 23 με 30 στην Ελλάδα και αποτελούν πάνω από το 20% του συνόλου. Δεδομένου ότι αυτά απασχολούν από 40 ως 60 animateurs το καθένα (Λύτρας, 1993, 2002), και μαζί με τα υπόλοιπα ξενοδοχεία τύπου resort, ο συνολικός πληθυσμός των animateurs στην Ελλάδα μπορεί να εκτιμηθεί τουλάχιστον σε 2.500 εργαζόμενους σήμερα.

Η δημοσκόπηση σε δείγμα (N=459) animateurs που επιλέχθηκε από οκτώ κύριους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας (Κρήτη 47,4%, Χαλκιδική 15,7%, Κέρκυρα 12,7%, Πελοπόννησος 8,2%, Κως 7,2%, Ρόδος 3,5%, Ζάκυνθο 2,7% και Πιερία 2,5%) έδωσε τα εξής αποτελέσματα:

1. Την τουριστική περίοδο 2003 εργάστηκαν στην Ελλάδα animateurs από 14 εθνικότητες. Το 60% ήταν Γερμανοί και Ιταλοί. Το 11% ήταν Έλληνες και οι υπόλοιποι κυρίως Βρετανοί, Γάλλοι και Ολλανδοί. Δηλαδή το 89% προέρχονται από άλλες χώρες εκτός της Ελλάδας.
2. Μέσος όρος ηλικίας ήταν τα (M=26,2) χρόνια. Σχεδόν το 80% των animateurs στην Ελλάδα ήταν κάτω των 24 ετών.
3. Το 62% ήταν γυναίκες.
4. Το 50% διαθέτει βασική και μεσαία μόρφωση (απόφοιτοι γυμνασίου και λυκείου) ενώ δεν αναφέρουν κάποια εξειδίκευση.
5. Μόνο το 7% των animateurs που εργάστηκε τη θερινή περίοδο 2003 έχει εκπαίδευση σχετική με αθλητισμό ή είναι απόφοιτοι ΤΕΦΑΑ.
6. Το 75% του δείγματος ενώ εργάστηκε τη θερινή περίοδο 2003, δεν έχει την πρόθεση να εργαστεί την επόμενη τουριστική περίοδο στο ίδιο ξενοδοχείο.

7. Επίσης βρέθηκε ότι το 20% των animateurs προσλαμβάνεται από τα ξενοδοχεία μέσω πρακτορείων διαμεσολάβησης προσωπικού του εξωτερικού.

Από τα αποτελέσματα των τριών βημάτων προκύπτουν σημαντικά στοιχεία για συζήτηση σχετικά με την ανάπτυξη και βιωσιμότητα της animation. Στα συμπεράσματα παρουσιάζεται ανάλυση SWOT με τις αδυναμίες, δυνατότητες ευκαιρίες και απειλές που εμφανίζονται στην Ελλάδα στον τομέα αυτό.

## ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Η παρούσα μελέτη στηρίχθηκε κυρίως σε δευτερογενείς πηγές και υπόκειται στους εξής περιορισμούς: (α) ελλιπής διεθνής βιβλιογραφία, (β) απουσία επίσημων στατιστικών δεδομένων στην Ελλάδα, (γ) ποιότητα πρόσβασης σε όλες τις σχετικές πληροφορίες. Τα αποτελέσματα ερμηνεύονται με προσοχή.

Η πλειοψηφία των εργαζομένων ως animateurs στα ξενοδοχεία είναι νέοι αλλοδαποί, κυρίως γυναίκες που δεν διαθέτουν τίτλους σπουδών ή δεν ενδιαφέρονται προσωρινά για σπουδές και δεν έχουν πρόθεση να εργαστούν ξανά στο ίδιο ξενοδοχείο. Αυτό σημαίνει επίσης ότι μεγάλο μέρος του προσωπικού αλλάζει κάθε χρόνο, άρα παρουσιάζεται μεγάλη κινητικότητα. Η κινητικότητα των εργαζομένων όμως είναι φαινόμενο που παρατηρείται γενικά έντονο στον τουριστικό τομέα στην Ευρώπη. Το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό (90%) σε αλλοδαπούς animateurs που απασχολούνται στην Ελλάδα, αλλά και η νεαρή τους ηλικία, μπορεί να εξηγηθεί σύμφωνα με τις Γλυνιά, Δράκου και Παπαδοπούλου (2001) και τον Λύτρα (2002) ως εξής: (α) οι ξενοδόχοι στρέφονται σε animateurs από το εξωτερικό λόγω της άνεσης που διαθέτουν οι αλλοδαποί σε ξένες γλώσσες αλλά και επειδή δεν θεωρούνται δεσμευτικοί σε μακρόχρονη θητεία (β) οι νεαροί ανειδίκευτοι αλλοδαποί αναζητούν αυτή τη μορφή απασχόλησης επειδή οι βασικές απαιτήσεις των ξενοδόχων στην Ελλάδα είναι σχετικά χαμηλές και χωρίς δεσμεύσεις, καθώς η τουριστική περίοδος διαρκεί μόλις μερικούς μήνες.

*Δυνατότητες.* Η Κρήτη και η Ρόδος είναι οι τουριστικοί προορισμοί που μαζί διαθέτουν πάνω από τις μισές ξενοδοχειακές μονάδες που διαθέτουν animation στην Ελλάδα. Ο λόγος για την ανάπτυξη αυτή είναι προφανώς η μεγαλύτερη διάρκεια της περιόδου λειτουργίας των ξενοδοχείων και οι μεγάλες επενδύσεις που έχουν γίνει τις τελευταίες δεκαετίες σε αυτά τα νησιά (Τσίτουρας, 1998). Άρα οι πιο εύρωστοι οικονομικά προορισμοί προσελκύουν τους περισσότερους animateurs.

Το σύστημα διαμονής all inclusive επεκτείνεται στις τουριστικές περιοχές της χώρας (π.χ. Κρήτη και Ρόδος), λόγω του ότι επιτρέπει τη συμπίεση του κόστους (Φιλιππίδης & Γκόλιας, 2001). Αυτό το σύστημα περιορίζει τις εξόδους των πελατών από το ξενοδοχείο και δημιουργεί δυνατότητες ανάπτυξης και ενίσχυσης του ρόλου των animateurs στο ξενοδοχείο. Τα all inclusive ξενοδοχεία απασχολούν συνήθως 40 με 60 animateurs (ένας animateur ανά είκοσι περίπου πελάτες), από τους οποίους οι μισοί ασχολούνται με αθλητικές και κινητικές δραστηριότητες (Glinia & Mavromatis, 2000; Λύτρας 1993). Οι συνεργασίες για επιμόρφωση και οι κοινοπραξίες μεταξύ φορέων και επιχειρήσεων θα μπορούσαν να επιτύχουν μείωση του κόστους εκπαίδευσης για ανθρώπινο δυναμικό και υψηλότερη ποιότητα υπηρεσιών για τα ξενοδοχεία λόγω της εκπαίδευσης.

*Αδυναμίες.* Από τη γεωγραφική διασπορά των ξενοδοχείων με animation στον Πίνακα 2, φαίνεται ότι οι θέσεις εργασίας προσφέρονται εκτός αστικών περιοχών και οι κύριοι εργοδότες είναι τα πολυτελή ξενοδοχεία στη Νότιο Ελλάδα. Η εργασία σε τέτοιες περιοχές απαιτεί αρχικά αλλαγή τρόπου ζωής και μετεγκατάσταση για μελλοντικούς εργαζόμενους. Ταυτόχρονα, η εργασία αυτή προσφέρεται σε μια τουριστική περίοδο κάθε φορά και οι animateurs πρέπει είτε να αναζητήσουν κάποια άλλη απασχόληση για τη χειμερινή περίοδο, είτε να παραμείνουν άνεργοι έως την επόμενη τουριστική περίοδο. Επιπλέον η υπάρχουσα εκπαίδευση στην animation είναι ελλιπής σε ξένες γλώσσες και πρακτική εξάσκηση και γενικά δεν μπορεί να θεωρηθεί επαρκής. Επίσης, στην εργασία αυτή απαιτείται αδιάκοπη διαπροσωπική επαφή με τους πελάτες. Αυτό σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι είναι διαρκώς εκτεθειμένοι σε άλλους ανθρώπους και ότι το έργο τους είναι εντατικό και συναισθηματικά εξουθενωτικό. Επιπρόσθετα, η εργασία στον ξενοδοχειακό τομέα έχει θεωρηθεί χαμηλών δεξιοτήτων (Choy, 2000), αν και αυτό πρέπει να εξετάζεται κατά περίπτωση. Οι παραπάνω διαπιστώσεις λειτουργούν σαν αντικίνητρα για καριέρα στους εν δυνάμει Έλληνες animateurs.

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

*Απειλές.* Απειλή για την βιωσιμότητα της ανιμασιόν στην Ελλάδα, μπορούν να θεωρηθούν η αστάθεια στη ζήτηση και στην προσφορά και η πτώση της τουριστικής κίνησης αφού οι ανιματέρ αποτελούν περιφερειακή ειδικότητα. Φαίνεται ότι αυτή είναι και η αιτία συρρίκνωσης του πληθυσμού των animateurs στην Ελλάδα, αν υπολογίσουμε τον αριθμό τους το 2003 σε 2.500 περίπου, ενώ ο Λύτρας (1993) ανέφερε 7.000 πριν από το 1993. Η απειλή αυτή αντισταθμίζεται από την ευκαιρία που έχει η χώρα μας για την τουριστική δραστηριότητα μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας. Ακόμη, η βιωσιμότητα της animation σαν ειδικότητα αντιμετωπίζει τις ίδιες απειλές όπως και το τουριστικό προϊόν στην Ελλάδα, δηλαδή γραφειοκρατία, παραδοσιακές αντιλήψεις διοίκησης και υψηλή εποχικότητα. Επίσης απειλή μπορεί να θεωρηθεί η έλλειψη κινήτρων και ο «τυχοδιωκτισμός» των animateurs. Η παρούσα εικόνα των animateurs στην Ελλάδα δεν ανταποκρίνεται στα πρότυπα που αναφέρουν οι Opaschowski (1996) και Costa (2000) κάτι που απομακρύνει πιθανούς υποψήφιους για καριέρα.

Η εποχιακή εργασία μπορεί να θεωρηθεί πρόκληση από μη Έλληνες animateurs (για συλλογή εμπειριών), ενώ για τους Έλληνες η εποχική εργασία μάλλον θεωρείται αντικίνητρο. Άλλη απειλή θεωρείται η μεγάλη κινητικότητα στο χώρο αφού η πλειοψηφία των ανιματέρ στα ξενοδοχεία είναι νεαρής ηλικίας, αλλά δεν την έχουν πρόθεση να εργαστούν ξανά στο ίδιο ξενοδοχείο. Έτσι μεγάλο μέρος του προσωπικού αντικαθίσταται σε κάθε τουριστική περίοδο με αποτέλεσμα (α) τη διαρκή έλλειψη

προσωπικού (β) την αποτυχία αξιοποίησης της όποιας επαγγελματικής εμπειρίας. Αυτά συνεπάγονται και χαμηλή ποιότητα υπηρεσιών.

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

Η εποχικότητα και η γεωγραφικά απομακρυσμένη θέση των ξενοδοχείων μπορούν να αντιστραφούν σε κίνητρα, αν οι επιχειρήσεις δημιουργήσουν ελκυστικό περιβάλλον και πακέτο παροχών για Έλληνες που ενδιαφέρονται να εργαστούν ως animateurs. Αυτό προϋποθέτει υψηλό λειτουργικό κόστος, αλλά το παράδειγμα ορισμένων επιχειρήσεων δείχνει ότι μπορούν να γίνουν περισσότερο ανταγωνιστικές (Bourgignon, 1998; Γλυνιά & Μαλλιωτάκης, 1999). Άλλωστε, λόγω επέκτασης της αγοράς της διαμονής τύπου all inclusive στην ελληνική πελατεία, φαίνεται ότι θα υπάρξει ζήτηση για εργασία περισσότερων Ελλήνων για animateurs.

Συνοψίζοντας μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι:

(α) Η animation αποτελεί μια υπολογίσιμη ξενοδοχειακή ειδικότητα στην Ευρώπη αφού ήδη το 1989 προσέφερε πάνω από 50.000 θέσεις εργασίας (Πίνακας 3) στις χώρες Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει επαγγελματική αναγνώριση.

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

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

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

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

Φαίνεται λοιπόν ότι οι τέσσερις ενδιαφερόμενες ομάδες δεν έχουν αξιοποιήσει τις δυνατότητες (Πίνακας 4, στήλη 1) που εμφανίζονται για την ανάπτυξη της ξενοδοχειακής animation ως βιώσιμο επάγγελμα. Η ειδικότητα αυτή στην Ελλάδα παραμένει χωρίς εξέλιξη, αλλά τα παρόντα στοιχεία ενισχύουν την υπόθεση ότι η animation μπορεί να αποτελέσει υπολογίσιμη επαγγελματική προοπτική στο μέλλον, υπό την προϋπόθεση να υπάρξουν πρωτοβουλίες από φορείς. Η μελλοντική της πορεία είναι θέμα τουριστικής πολιτικής, στρατηγικής και στόχων. Στον Πίνακα 4 συνοψίζονται οι δυνατότητες, αδυναμίες, ευκαιρίες και απειλές (SWOT) στο περιβάλλον της αγοράς εργασίας της animation στην Ελλάδα για τους εργοδότες, εργαζόμενους, την πολιτεία και φορείς εκπαίδευσης. Βέβαια, όπως υποστηρίζουν και οι Hill και Westbrook (1997), η ανάλυση SWOT δεν πρέπει να θεωρηθεί ένας απλός



κατάλογος καταγραφής αλλά να συμπληρωθεί με σχόλια και στάθμιση των διαφόρων παραγόντων που αλληλεπιδρούν, καθώς υπάρχουν πολλοί περισσότεροι από αυτούς που έχουν αναφερθεί στην παρούσα μελέτη. Τέλος, η ανάλυση SWOT πρέπει να συμπληρώνεται από άλλες ερευνητικές μεθόδους.

**Πίνακας 4.** Σύνοψη συμπερασμάτων για την animation στην Ελλάδα (Ανάλυση SWOT).

Ομάδες	Δυνατότητες	Αδυναμίες	Ευκαιρίες	Απειλές
Εργοδότες	Συνεργασίες κοινοπραξίες για διαχείριση δυναμικού Ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων με χρηματοδότηση	Απομακρυσμένες περιοχές οικονομικοί περιορισμοί, αδυναμία ενημέρωσης δημοσιοποίηση ζήτησης αναγνώριση εργασίας	Ζήτηση για Έλληνες animateurs ανάπτυξη συστήματος all inclusive Ολυμπιακοί Αγώνες	αστάθεια, ελαστικότητα υψηλό λειτουργικό κόστος πτώση τουριστικής κίνησης
Ενεργοί νέοι	Αυτό-οργάνωση σε ενώσεις, συνδέσμους, Συνεργασίες με σχετικούς φορείς (εντός -εκτός χώρας)	παιδαγωγικά συστήματα, έλλειψη σε εκπαίδευση, έλλειψη σε καταρτισμένα στελέχη έλλειψη επαγγελματικής προοπτικής	Εκπαίδευση on the job, θερινή απασχόληση, εξάσκηση σε γλώσσες	Τυχοδιωκτισμός πωλητών για τα ξενοδοχειακά επαγγέλματα Έλλειψη κινητήρων κινητικότητα- απορροφήση
ΤΕΦΑΑ	Γ κοινοτικό πλαίσιο στήριξης Ευρωπαϊκά προγράμματα	Εποχικότητα, έλλειψη πόρων, έλλειψη ειδικών στα κέντρα απόφασης	Χρηματοδοτήσεις, ερευνητικά προγράμματα	Γραφειοκρατία πτώση τουριστικής κίνησης
Πανεπιστήμια	εμπλουτισμός στα προγράμματα σπουδών, Ευρωπαϊκά προγράμματα, Δημιουργία ΚΕΚ κλπ	Έλλειψη εξειδίκευσης Έλλειψη ενδιαφέροντος άγνοια υποψηφίων	Επιδότηση για επιμόρφωση σε εργοδότες, στελέχη κλπ.	Αδυναμία προσαρμογής προγραμμάτων σε ανάγκες

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Σε πρακτικό επίπεδο, οι επιχειρήσεις μπορούν αφενός μεν να αναπτύξουν συνεργασίες με φορείς εκπαίδευσης, αφετέρου δε να δημιουργήσουν κοινοπραξίες μεταξύ τους για τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού της animation. Επίσης αξιοποιώντας τα ειδικά προγράμματα για την ανάπτυξη αθλητικών εγκαταστάσεων, μπορούν να βελτιώσουν τους χώρους και τα υλικά που είναι απαραίτητα για ποιοτική animation.

Οι τουριστικές σχολές κάθε επιπέδου και τα ΤΕΦΑΑ οφείλουν να ενεργοποιήσουν αυτή την αγορά εργασίας που παρουσιάζεται ως ευκαιρία για την απορρόφηση των αποφοίτων τους, αξιοποιώντας τα ερευνητικά προγράμματα και τις συνεργασίες με σχετικούς φορείς μέσα και έξω από τη χώρα. Ερευνητές έχουν προτείνει ότι τα ΤΕΦΑΑ μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στην επαγγελματοποίηση της animation, συμβάλλοντας έτσι στη σύνδεση μεταξύ αποφοίτων και αγοράς εργασίας.

Μεγαλύτερη ωφέλεια μπορούν να αποκομίσουν οι σπουδαστές και απόφοιτοι των ΤΕΦΑΑ και παιδαγωγικών σχολών της χώρας, καθώς η εργασία αυτή περιέχει στοιχεία που αναπτύσσουν τις ικανότητες των εργαζομένων και εμπλουτίζει τις επαγγελματικές εμπειρίες τους. Αναμφισβήτητα χρειάζεται να ξεπεραστούν προκαταλήψεις που ίσως υπάρχουν σχετικά με την ποιότητα της εργασίας στον ξενοδοχειακό τομέα.

Τόσο η Πολιτεία όσο και οι τουριστικοί φορείς μπορούν επίσης να επωφεληθούν μειώνοντας την ανεργία και την εποχικότητα στον τουρισμό, με τη δημιουργία μιας σειράς διευκολύνσεων για τους εργοδότες. Για παράδειγμα, παροχές από την Πολιτεία μπορεί να θεωρηθούν: η επιδότηση και καθοδήγηση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που απασχολούν Έλληνες animateurs, η αξιοποίηση δημοτικών εγκαταστάσεων και φυσικού περιβάλλοντος περιφερειακά των ξενοδοχείων, η ίδρυση σχολείων animation και προγραμμάτων επιμόρφωσης στελεχών ξενοδοχείων με στόχο τον εμπλουτισμό του ξενοδοχειακού προϊόντος της χώρας.

Από τα αποτελέσματα φάνηκε ότι χρειάζονται μελλοντικές έρευνες με επίκαιρα στατιστικά στοιχεία και για την απασχόληση, τη διαχείριση και την οργάνωση της ξενοδοχειακής animation. Σημαντική βοήθεια θα ήταν οι απόψεις των διευθυντών και ξενοδόχων και οι διαπολιτιστικές μελέτες με παρόμοιους τουριστικούς προορισμούς.

\*\*\*Σημείωση: οι συγγραφείς χρησιμοποίησαν τις ξενικές εκφράσεις animation, animateur για λόγους ευκολίας επικοινωνίας με την τουριστική αγορά

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bourgignon, P. (1998, Mai). G.O! ready to be G.O., Paris: Club Mediterranee
- Bundes Anstalt für die Arbeit (1999). *Animateur- Animateurin: Berufe im Tourismus* pp.184-185. [ανυπόγραφο άρθρο από επίσημη έκδοση του Υπουργείου Οικονομικών, Διεύθυνσης Εργασίας της Γερμανίας].
- Chelladurai, P. (1999). *Human Resources Management in Sport and Recreation*, Human Kinetics: USA
- Choy, D.J.L.(1995). The quality of tourism employment, *Tourism Management*, 16,(2) 129-137.
- Costa, G. (2000, November). *Sports animation in Europe* Conference Proceedings of the 6<sup>th</sup> Annual Sport Management Association of Australia and New Zealand, Hamilton, New Zealand.
- Edginton, C., Hanson, C., & Edginton, S. (1992). *Leisure programming: Concepts, trends and professional practice*, Brown & Benchmark, Dubuque.
- Gayler, B. & Finger, C. (1993). *Animation im Urlaub: Studie für Planner und Praktiker*. Starnberg (χωρίς αναφορά στον εκδότη)(μετάφραση: Εγχειρίδιο animation στις διακοπές, Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, Αθήνα).
- Gatti, M., Mereu G.M., & Tagliaferro, C. (2000). *Advancements in hotel professions: Case studies in France, Italy, & Spain*, CEDEFOP, Thessaloniki, Greece.
- Glinia, E., & Mavromatis, G. (2000, January). *Sport recreation in different hotel types in Europe*, Proceedings of the 5<sup>th</sup> Annual Sport Management Association of Australia and New Zealand, Sydney, Australia.
- Glinia, E., & Laloumis, D. (1999). "Club-Hotel Animation" And "Animation" In The Greek Hotel Enterprises: Areas Of Contrasts. Proceedings of The 7th

- Congress of European Association for Sport Management, EASM Thessaloniki.
- GTP, (2003, July). Greek Travel Pages, Greece's Monthly Travel- Tourism Guide, 43-242, International Publications Ltd, Athens.
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It's time for a product recall, *Long Range Planning*, 30,(1) 46-52.
- Jacovlev, Z. A. (1992). *Soft animation in hotels*. Agency Remark L.L.C., NY.
- Opaschowski, H. (1996) *Einfuehrung in die Freizeitwissenschaft*, Freizeit und Tourismus Studien, (eds.) Leske +Budrich, 3. Auflage, Opladen.
- ZAV (Zentrale Stellung für Arbeitsvermittlung Deutschland), (2000). *Berufe im Tourismus*, (1) 23 –25.
- Αυθίνος, Γ. Δ. (1998). *Άσκηση Άθληση Κινητική Αναψυχή Οργανωτική Διάσταση*, Αθήνα.
- Αυθίνος, Γ. Δ., Βλάχου, Χ., & Χαραλάμπους, Κ. (2000). Χώροι διακοπών στην Ελλάδα: Εργασιακές προοπτικές για τελειόφοιτους ΤΕΦΑΑ. *Αθλητική Απόδοση και Υγεία*, 2,(1) 63-73.
- Βογιατζάκη, Ε., Χαραχούσου, Υ., & Καμπίτσης, Χ. (2001, Μάιος). Αθλητικές εγκαταστάσεις και προγράμματα ανιμασιών στην Κρήτη, *Άθληση και Κοινωνία Πρακτικά από το 9ο Συνέδριο Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού*, έκτακτο τεύχος 28, 168-169, ΤΕΦΑΑ/ Δ.Π.Θ., Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε. (2000). *Η Animation στα ΤΕΦΑΑ και στα άλλα ΑΕΙ* Αδημοσίευτα Πρακτικά Στρογγυλή Τράπεζα: 'Hotel Animation'. Philoxenia/ Helexpro, Θεσσαλονίκη.
- Γλυνιά, Ε., & Μαλλιωτάκης, Χ. (1999, Μάιος). Εναλλακτικές δραστηριότητες αναψυχής για μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα, *Άθληση και Κοινωνία Πρακτικά από το 7ο Συνέδριο Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού*, έκτακτο τεύχος 22, ΤΕΦΑΑ/ Δ.Π.Θ, Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Κώστα, Γ., & Αντωνίου, Π. (2001, Μάιος). Ανασκόπηση στη Διαχείριση της Αναψυχής σε Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις, *Άθληση και Κοινωνία Πρακτικά από το 9ο Διεθνές Συνέδριο Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού*, έκτακτο τεύχος 28, ΤΕΦΑΑ/Δ.Π.Θ., Κομοτηνή.
- Γλυνιά, Ε., Παπαδοπούλου, Μ. Δράκου, Α. (2000). Προβλήματα στη λειτουργία τμημάτων animation σε ελληνικές ξενοδοχειακές μονάδες: Απόψεις υπευθύνων διευθυντών. *Περίληψεις από το 8ο Διεθνές Συνέδριο Φυσικής Αγωγής & Αθλητισμού*, έκτακτο τεύχος 23, ΤΕΦΑΑ/Δ.Π.Θ., Κομοτηνή.
- Δασκαλάκη, Α. (1998). Αθλητικές εγκαταστάσεις στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις στο Λύτρας, Π.Ν. (2002). *Η Κοινωνία της Αναψυχής. Η αξιοποίηση του Ελεύθερου Χρόνου στις διακοπές*, Interbooks Αθήνα.
- Κώστα, Γ., Γλυνιά, Ε., Γούδας, Μ., Αντωνίου, Π., & Κουθούρης, Χ. (2003). Εκτίμηση της ποιότητας υπηρεσιών αναψυχής σε ξενοδοχεία διακοπών *Αναζητήσεις στη Φυσική αγωγή* [[http://:www.hape.gr](http://www.hape.gr)].
- Λαλούμης, Δ & Ρούπας, Β. (1999). Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, Έλλην: Αθήνα.
- Λαλούμης, Δ. (1996). Ψυχαγωγία και Άθληση Πελατών Ξενοδοχείων, Έλλην, Αθήνα.
- Λαλούμης, Δ. (1999). *Ξενοδοχειακή Ψυχαγωγία και Άθληση*, Σταμούλης, Αθήνα.
- Λύτρας, Π.Ν. (1991). *Η Κοινωνία της Αναψυχής: Ο Συγκερασμός Αθλητισμού και Τουρισμού προς το 2000*, Interbooks, Αθήνα.
- Λύτρας, Π.Ν. (1993). *Τουριστική Ψυχολογία*, Interbooks: Αθήνα.
- Λύτρας, Π.Ν. (2002). *Η Κοινωνία της Αναψυχής. Η αξιοποίηση του Ελεύθερου Χρόνου στις διακοπές*, Interbooks: Αθήνα.

- Ντιγγριντάκης, Χ. (2000, Ιούνιος). Στο τέλος του 2002 θα λάμψουν τα αστέρια *Επενδυτής*, (35),12-14.
- Τσίτουρας, Α. (1998). *Η εποχικότητα του τουρισμού στην Ελλάδα και τις ανταγωνίστριες χώρες*, Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, Αθήνα.
- Φιλιππίδης, Δ., & Γκόλιας, Α. (2001). *Ψυχαγωγία και Άθληση Πελατών*, Έλλην, Αθήνα.

## **Hotel animation and situation of employment in Greece**

**Eleni Glinia<sup>1</sup> & George Costa<sup>2</sup>**

Dept. of PE & Sports Science

<sup>1</sup>Aristotle University of Thessaloniki

<sup>2</sup>Democritus University of Thrace

### **Abstract**

Hotel animation is considered as an area of professional activity for sports and recreation graduates and sport managers. The aim of this paper was to analyse hotel animation as a new source of employment in Greece. The methods included literature review, content analysis of hotel indexes and a national survey on the profile of employers and employees in hotel animation. Major disadvantages exist (seasonality, relocation, and instability) for the attraction of well-educated Greek employees in hotel animation positions. Despite problems, there are possibilities for professional advancement and opportunities to create a quality hotel product and new jobs.

**Key words:** hotel animation, employment, recreation, holiday resorts

### **Στοιχεία επικοινωνίας**

Ελένη Γλυνιά,

Τυφώνος 16

T.K. 54249 Θεσσαλονίκη

Τηλ. 2310 312295

Email: eglinia@phed.auth. gr