



## **Σχολή Κοινωνικών Επιστημών**

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών**

**«Διοίκηση Αθλητισμού»**

**Διπλωματική Εργασία**

**Οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων (animation) ξενοδοχεία 5  
αστέρων: Η περίπτωση της Κύπρου**

**Γεώργιος Λιούμπας**

**A.M. 529265**

**Επιβλέπων Καθηγητής:**

**Γεώργιος Κώστα**

**Καβάλα, Ιανουάριος 2026**

## Περίληψη

Η παρούσα εργασία εξετάζει την οργάνωση και τον ρόλο των αθλητικών δραστηριοτήτων στο πλαίσιο του ξενοδοχειακού animation, με ιδιαίτερη έμφαση στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων στην Κύπρο. Αρχικά, παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο σχετικά με τον τουρισμό, τα χαρακτηριστικά των ξενοδοχειακών μονάδων πολυτελείας και την έννοια του hotel animation. Παράλληλα, αναλύεται η σημασία του αθλητικού animation, τα οφέλη του για τους επισκέπτες και τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, καθώς και οι βασικές προϋποθέσεις για την αποτελεσματική οργάνωση και υλοποίηση αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως το ανθρώπινο δυναμικό, οι υποδομές και ο εξοπλισμός.

Βασικός σκοπός της εμπειρικής έρευνας είναι η διερεύνηση του επιπέδου εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων που απασχολούνται στην οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων στην Κύπρο, καθώς και η εξέταση της σχέσης της ηλικίας και του επιπέδου εκπαίδευσης με την εργασιακή τους ικανοποίηση. Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο, ενώ για την ανάλυση εφαρμόστηκαν περιγραφικές στατιστικές και ο συντελεστής συσχέτισης Pearson. Το δείγμα περιλαμβάνει 36 εργαζομένους, ενώ στην ανάλυση των συσχετίσεων χρησιμοποιήθηκαν 9 έγκυρες παρατηρήσεις.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης βρίσκεται οριακά πάνω από το μέτριο επίπεδο, με μέση τιμή 3,62. Υψηλότερη ικανοποίηση καταγράφεται από τη φύση της εργασίας (4,11) και από τους συναδέλφους (4,03), ενώ χαμηλότερη εμφανίζεται η ικανοποίηση από τον μισθό (2,94). Η ηλικία δεν φαίνεται να επηρεάζει με στατιστικά σημαντικό τρόπο την εργασιακή ικανοποίηση. Αντίθετα, το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης συνδέεται με υψηλότερη ικανοποίηση από τις περισσότερες πτυχές της εργασίας, καθώς και με υψηλότερο συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης, με τις συσχετίσεις να κυμαίνονται από 0,677 έως 0,937.

Συνολικά, η μελέτη αναδεικνύει τη σημασία της εργασιακής ικανοποίησης στον χώρο του αθλητικού animation και επισημαίνει την ανάγκη για βελτίωση των οικονομικών απολαβών, παροχή bonus, καλύτερη οργάνωση των αδειών και του προγράμματος εργασίας, καθώς και βελτίωση της επικοινωνίας με τους προϊσταμένους και τη διοίκηση.

## Abstract

This study examines the organization and role of sports activities within hotel animation, with particular emphasis on five-star hotels in Cyprus. Initially, the theoretical framework concerning tourism, the characteristics of luxury hotel units, and the concept of hotel animation is presented. Furthermore, the importance of sports animation, its benefits for guests and hotel businesses, as well as the main requirements for the effective organization and implementation of sports activities, such as human resources, facilities, and equipment, are analyzed.

The main purpose of the empirical study is to investigate the level of job satisfaction among employees involved in the organization of sports activities in five-star hotels in Cyprus, as well as to examine the relationship between age, educational level, and job satisfaction. Data were collected through a questionnaire, while descriptive statistics and Pearson's correlation coefficient were used for the analysis. The sample consisted of 36 employees, while 9 valid observations were used in the correlation analysis.

The results indicate that the overall level of job satisfaction is slightly above moderate, with a mean score of 3.62. The highest levels of satisfaction were recorded for the nature of the job (4.11) and relationships with colleagues (4.03), while the lowest level was observed for salary satisfaction (2.94). Age does not appear to have a statistically significant effect on job satisfaction. In contrast, higher educational attainment is associated with higher satisfaction with most aspects of work, as well as with higher overall job satisfaction, with correlation coefficients ranging from 0.677 to 0.937.

Overall, the study highlights the importance of job satisfaction in the field of sports animation and identifies the need for improved financial compensation, performance bonuses, better organization of leave and work schedules, and improved communication with supervisors and management.

## Πίνακας Περιεχομένων

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Περίληψη .....                                            | 2  |
| Abstract .....                                            | 3  |
| 1. Εισαγωγή.....                                          | 6  |
| 2. Θεωρητικό Πλαίσιο.....                                 | 7  |
| 2.1 Τουρισμός και Ξενοδοχειακές Μονάδες Πολυτέλειας ..... | 7  |
| 2.1.1 Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείων 5 Αστέρων .....          | 8  |
| 2.1.2 Ανταγωνισμός και διαφοροποίηση υπηρεσιών .....      | 10 |
| 2.2 Έννοια του Hotel Animation.....                       | 11 |
| 2.2.1 Ορισμός του animation.....                          | 11 |
| 2.2.2 Ιστορική εξέλιξη .....                              | 12 |
| 2.2.3 Στόχοι του animation στα ξενοδοχεία.....            | 14 |
| 2.2.4 Κατηγορίες Animation.....                           | 15 |
| 2.3 Αθλητικό Animation στα Ξενοδοχεία.....                | 18 |
| 2.3.1 Ορισμός αθλητικών δραστηριοτήτων.....               | 18 |
| 2.3.2 Ρόλος του αθλητικού animation στη φιλοξενία .....   | 18 |
| 2.3.3 Οφέλη .....                                         | 19 |
| 2.3.4 Δημοφιλείς Δραστηριότητες.....                      | 21 |
| 2.4 Οργάνωση Αθλητικών Δραστηριοτήτων .....               | 26 |
| 2.4.1 Σχεδιασμός και Προγραμματισμός .....                | 26 |
| 2.5 Ανθρώπινο Δυναμικό .....                              | 29 |
| 2.6 Υποδομές και Εξοπλισμός .....                         | 32 |
| 2.7 Αθλητικό Animation στην Κύπρο .....                   | 35 |
| 2.7.1 Τουριστικό Προφίλ της Κύπρου .....                  | 35 |
| 2.8 Ιδιαιτερότητες των Κυπριακών Ξενοδοχείων 5*.....      | 37 |
| 2.9 Παραδείγματα Ξενοδοχείων (Case Studies) .....         | 41 |
| 3. Μεθοδολογία Έρευνας.....                               | 45 |

|     |                                             |    |
|-----|---------------------------------------------|----|
| 3.1 | Είδος Έρευνας.....                          | 45 |
| 3.2 | Σκοπός Έρευνας.....                         | 45 |
| 3.3 | Δείγμα Έρευνας .....                        | 46 |
| 3.4 | Ερευνητικό Εργαλείο .....                   | 46 |
| 3.5 | Συλλογή Δεδομένων .....                     | 47 |
| 3.6 | Επεξεργασία Δεδομένων .....                 | 48 |
| 4.  | Αποτελέσματα Έρευνας.....                   | 49 |
| 5.  | Συζήτηση Αποτελεσμάτων .....                | 68 |
| 6.  | Συμπεράσματα – Προτάσεις – Περιορισμοί..... | 69 |
| 6.1 | Συμπεράσματα Θεωρητικού Μέρους.....         | 69 |
| 6.2 | Συμπεράσματα Έρευνας.....                   | 69 |
| 6.3 | Περιορισμοί Έρευνας.....                    | 70 |
| 6.4 | Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας .....         | 70 |
|     | Βιβλιογραφία.....                           | 71 |
|     | Παραρτήματα .....                           | 72 |

# 1. Εισαγωγή

## 1.1 Τουρισμός και Ξενοδοχειακή Βιομηχανία στη Κύπρο

Μετά την ανακήρυξη της ανεξαρτησίας του νησιού από το Ηνωμένο Βασίλειο στις αρχές της δεκαετίας του 1960, ο τουρισμός στην Κύπρο άρχισε να αναπτύσσεται ραγδαία. Τα επίσημα στατιστικά στοιχεία του Κυπριακού Οργανισμού Τουρισμού δείχνουν ότι ο αριθμός των επισκεπτών στο νησί άρχισε να αυξάνεται ελαφρώς το 1960 και έφτασε περίπου τις 264.000 το 1973. Ωστόσο, ο αριθμός των επισκεπτών μειώθηκε απότομα το 1974 ως αποτέλεσμα της τουρκικής εισβολής (Andronikou 1979; Gillmor 1989; Lockhart 1993). Στα χρόνια που ακολούθησαν το 1974, ο τουρισμός έπαιξε σημαντικό ρόλο στην επέκταση της κυπριακής οικονομίας. Ένας σημαντικός παράγοντας στην αξιοσημείωτη οικονομική ανάκαμψη στα τέλη της δεκαετίας του 1970 και στις αρχές της δεκαετίας του 1980 ήταν η κατασκευή τουριστικών υποδομών κατά τη διάρκεια αυτών των δύσκολων ετών. Η τουριστική βιομηχανία αναπτύχθηκε ραγδαία τη δεκαετία του 1990, ξεπερνώντας το 20% του ΑΕΠ.

Για πολλά χρόνια, η Κύπρος ήταν ένας δημοφιλής προορισμός διακοπών, αλλά μετά την ανεξαρτησία της από την Αγγλία το 1960, εξελίχθηκε σε σημαντικό κόμβο μαζικού τουρισμού. Μετά την ανεξαρτησία, η Κύπρος έγινε ένας δημοφιλής ταξιδιωτικός προορισμός για τους Ευρωπαίους (RonAyres, 2000). Η τουριστική βιομηχανία συνέβαλε σε ποσοστό άνω του 20% του ΑΕΠ μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 1990. Ωστόσο, η βιομηχανία φαίνεται να έχει περιέλθει σε στασιμότητα τα τελευταία δέκα χρόνια. Η συνεισφορά του τουρισμού στο ΑΕΠ μειώθηκε από 20,6% το 2000 σε μόλις 12,3% το 2006 λόγω της ετήσιας μείωσης του αριθμού των επισκεπτών (Clerides&Pashourtidou, 2007).

## 1.2 Σημασία των Ξενοδοχείων 5 Αστέρων

Τα ξενοδοχεία 5 αστέρων διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αναβάθμιση και τη διεθνή ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος, καθώς αντιπροσωπεύουν το υψηλότερο επίπεδο ποιότητας και εμπειρίας φιλοξενίας. Προσελκύουν επισκέπτες υψηλής αγοραστικής δύναμης, αυξάνοντας τα έσοδα και τη μέση δαπάνη ανά διαμονή, ενώ

παράλληλα ενισχύουν τη φήμη και την εικόνα του προορισμού. Μέσω προηγμένων υποδομών, εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού και εξατομικευμένων υπηρεσιών, συμβάλλουν στη διαφοροποίηση από ανταγωνιστικούς προορισμούς μαζικού τουρισμού. Επιπλέον, λειτουργούν ως σημαντικοί εργοδότες και ως φορείς καινοτομίας, ενσωματώνοντας πρακτικές βιωσιμότητας, τεχνολογικές λύσεις και σύγχρονες εμπειρίες ευεξίας και αναψυχής. Με τον τρόπο αυτό, τα ξενοδοχεία 5 αστέρων δεν ενισχύουν μόνο την οικονομική απόδοση του κλάδου, αλλά και τη μακροχρόνια ανθεκτικότητα και ποιοτική ταυτότητα του τουρισμού.

### **1.3 Έννοια και Ρόλος του Animation στα Ξενοδοχεία**

Το animation στα ξενοδοχεία αναφέρεται στην οργανωμένη παροχή δραστηριοτήτων ψυχαγωγίας, αθλητισμού και κοινωνικής αλληλεπίδρασης, με στόχο την αναβάθμιση της εμπειρίας των επισκεπτών πέρα από τη βασική διαμονή (Sotiriadis, 2014). Περιλαμβάνει αθλητικά, ψυχαγωγικά, πολιτιστικά και παιδικά προγράμματα, τα οποία ενισχύουν τη συμμετοχή, τη διασκέδαση και το αίσθημα κοινότητας εντός του καταλύματος. Ο ρόλος του animation είναι στρατηγικός, καθώς αυξάνει την αντιληπτή αξία των υπηρεσιών, βελτιώνει την ικανοποίηση και την πιστότητα των πελατών και συμβάλλει στη διαφοροποίηση και ανταγωνιστικότητα των ξενοδοχείων, ιδιαίτερα σε μονάδες υψηλής κατηγορίας και all-inclusive.

### **1.4 Στόχος και Ερευνητικά Ερωτήματα Εργασίας**

Στόχος της παρούσας μελέτης είναι να διαπιστωθεί πόσο ικανοποιημένοι είναι οι εργαζόμενοι από την εργασία τους όσον αφορά την οργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων σε πεντάστερα ξενοδοχεία στην Κύπρο. Επιπλέον, διερευνάται η επίδραση της ηλικίας και του μορφωτικού επιπέδου σε αυτό το επίπεδο. Ως εκ τούτου η παρούσα εμπειρική μελέτη στόχο έχει να απαντήσει στα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποιο είναι το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων που απασχολούνται στην οργάνωση των αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία 5 αστέρων στην Κύπρο;

- a. H0. Αναμένεται το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων να είναι χαμηλού έως μετρίου επιπέδου.

b. H1. Αναμένεται το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων να είναι μετρίου έως υψηλού επιπέδου.

2. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων επηρεάζουν την εργασιακή τους ικανοποίηση;

a. H0. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζουν με στατιστικά σημαντικό τρόπο την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων.

b. H1. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο επηρεάζουν με στατιστικά σημαντικό τρόπο την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων.

## **2. Θεωρητικό Πλαίσιο**

### **2.1 Τουρισμός και Ξενοδοχειακές Μονάδες Πολυτέλειας**

Ο τουρισμός περιλαμβάνει διάφορους ορισμούς οι οποίοι αντικατοπτρίζουν επαρκώς τον πολυδιάστατο χαρακτήρα του και είναι απαραίτητοι τόσο για την αξιολόγησή του όσο και για την ερμηνεία του σε πρακτικό και ακαδημαϊκό επίπεδο.

Πέρα από τις υπερβολικά απλουστευμένες ιδέες για τα ταξίδια αναψυχής, η σύγχρονη έρευνα θεωρεί τον τουρισμό ως ένα κοινωνικοοικονομικό σύστημα που περιλαμβάνει τις αλληλεπιδράσεις, τις συμπεριφορές και τις επιπτώσεις που προκαλούνται από τα βραχυπρόθεσμα ταξίδια και διαμονές. Βάση του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO) ο τουρισμός ορίζεται σαν τις δραστηριότητες των ατόμων οι οποίοι ταξιδεύουν και διαμένουν σε μέρη εκτός του συνήθους περιβάλλοντός τους για διάστημα που δεν υπερβαίνει το ένα συνεχές έτος για αναψυχή, επαγγελματικούς ή άλλους σκοπούς (UNWTO, 2020). Ο ορισμός του UNWTO είναι θεμελιώδης στην σύγχρονη εποχή καθώς επισημαίνονται τρία βασικά στοιχεία: χρονικότητα (σύντομη διαμονή), χωρική μετατόπιση (εκτός του συνήθους περιβάλλοντος) και σκοπός (υπερβαίνει την αναψυχή).

Η ακαδημαϊκή έρευνα τοποθετεί τον τουρισμό σε ένα πιο ολοκληρωμένη συστημικό πλαίσιο όπου λειτουργεί σαν ένα δίκτυο αλληλένδετων φορέων, διαδικασιών και χώρων. Ο τουρισμός σε αυτή την περίπτωση αποτελεί έναν κοινωνικό και οικονομικό μοχλό αλλαγής που δημιουργεί πολύπλοκους δεσμούς μεταξύ των τουριστών, κοινοτήτων υποδοχής, επιχειρήσεων και περιβάλλοντος όπου τονίζεται ολόκληρο το δίκτυο δημιουργίας αξίας, ανταλλαγής και αντικτύπου και όχι μόνο των τουρισμών (Campos et al., 2018).

Πιο πρόσφατα, στον ορισμό του τουρισμού συμπεριλαμβάνεται το στοιχείο της εμπειρίας και συν-δημιουργίας αξίας, όπου ο τουρισμός αποτελεί μία εμπειρική υπηρεσία στην οποία η αξία συν δημιουργείται υποκειμενικά από τον επισκέπτη μέσω αλληλεπιδράσεων με το φυσικό περιβάλλον, το προσωπικό εξυπηρέτησης, τις τοπικές κοινότητες και άλλους

τουρίστες. Η συγκεκριμένη οπτική τονίζει τον βαθύ χαρακτήρα του τουρισμού ως μία προσωπική κι επιτόπια εμπειρία.

Συνοπτικά, η σύνοψη των ορισμών του τουρισμού αποτελούν ένα βραχυπρόθεσμο κοινωνικοοικονομικό σύστημα που βασίζεται στην κινητικότητα και διανομή και περιλαμβάνει τη δυναμική αλληλεπίδραση των επισκεπτών, κοινοτήτων υποδοχών, βιομηχανιών και διαφόρων οικοσυστημάτων, διευκολύνοντας την συνδημιουργία εμπειρικής αξίας, δημιουργώντας σημαντικές πολυδιάστατες επιπτώσεις που μεσολαβούνται όλο και περισσότερο από ψηφιακές πλατφόρμες.

### **2.1.1 Χαρακτηριστικά Ξενοδοχείων 5 Αστέρων**

Τα ξενοδοχεία αποτελούν βασικό στοιχείο του τουρισμού καθώς σε αυτά φιλοξενούνται οι τουρίστες και πραγματοποιείται μία σειρά από δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Για την κατάταξη των ξενοδοχείων χρησιμοποιείται η κλίμακα αστέρων (\*) που είναι ενδεικτικό της ποιότητας και ποσότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών του ξενοδοχείου, πιο συγκεκριμένα η βαθμολογία πέντε αστέρων, η οποία υποδηλώνει ένα κατάλυμα που προσφέρει εξαιρετική ποιότητα, προσεγμένη εξυπηρέτηση και μια ολοκληρωμένη εμπειρία πολυτέλειας, είναι το υψηλότερο πρότυπο για τα εμπορικά καταλύματα (Foris, 2014). Πιο συγκεκριμένα, το σύστημα κατάταξης αστέρων αντιπροσωπεύει μια φιλοσοφία εξυπηρέτησης και μια πλήρη εμβάπτιση στην άνεση, την αποκλειστικότητα και την εξατομικευμένη προσοχή, και όχι απλώς ένα σύνολο ανέσεων. Τα χαρακτηριστικά αυτών των ξενοδοχείων μπορούν να εξεταστούν από διάφορες σχετικές οπτικές γωνίες, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης της εμπειρικής αξίας, της αριστείας στην εξυπηρέτηση των ανθρώπων και των φυσικών και τεχνολογικών χαρακτηριστικών.

Τα πιο άμεσα αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων σε αυτή τη κατάταξη είναι τα φυσικά και δομικά στοιχεία τους. Τα ξενοδοχεία πέντε αστέρων χαρακτηρίζονται από την εξαιρετική αρχιτεκτονική και σχεδιαστική τους ποιότητα, η οποία περιλαμβάνει υλικά υψηλής ποιότητας, καλλιτεχνική δεξιοτεχνία και μια ενιαία αισθητική, καθώς και την προνομιακή τους τοποθεσία, η οποία συχνά βρίσκεται σε διάσημα αστικά κέντρα, γνωστά αξιοθέατα ή παρθένα φυσικά περιβάλλοντα. Με πολυτελή έπιπλα, λευκά είδη υψηλής ποιότητας και υπερσύγχρονες ανέσεις, όπως απρόσκοπτη πρόσβαση στο *internet* υψηλής

ταχύτητας και ενσωματωμένο σύστημα αυτοματισμού δωματίων, τα δωμάτια και οι σουίτες είναι εξαιρετικά ευρύχωρα. Ταυτόχρονα, η ποικιλία και το επίπεδο των εγκαταστάσεων, που συνήθως περιλαμβάνει αρκετά εστιατόρια υψηλής γαστρονομίας κάτω από την διαχείριση διάσημων σεφ, κομψά μπαρ, καλά εξοπλισμένα σπα, γυμναστήρια, πισίνες, αποτελούν χαρακτηριστικά διάκρισης των ξενοδοχείων ανά κατηγορίες αστερών (Alrawadie et al., 2019).

Ωστόσο, ο βασικός παράγοντας διάκρισης των ξενοδοχείων σε κατηγορίες αστερών, είναι η άριστη εξυπηρέτηση, ενώ η φυσική πολυτέλεια αποτελεί απλώς ένα καλά δομημένο περιβάλλον. Η άριστη εξυπηρέτηση διακρίνεται από την υψηλή αναλογία προσωπικού προς επισκέπτες, η οποία επιτρέπει την παροχή προληπτικής και εξατομικευμένης εξυπηρέτησης. Στην περίπτωση των ξενοδοχείων πέντε αστερών λειτουργούν με βάση τις αρχές της διακριτικότητας, αμεσότητας κι εξατομίκευσης. Μεταξύ άλλων, οι υπάλληλοι εκπαιδεύονται να έχουν εξαιρετική συναισθηματική νοημοσύνη, πολιτισμική ευαισθησία και ικανότητες επίλυσης προβλημάτων, και συχνά τους δίνεται η εξουσία να χειρίζονται προβλήματα χωρίς τη σύσταση των διευθυντών (Kusluvan et al., 2020).

Οι υπηρεσίες *conciierge*, οι οποίες υπερβαίνουν την απλή παροχή πληροφοριών και γίνονται επιμελητές εξατομικευμένων εμπειριών και χρησιμοποιούν εκτεταμένα δίκτυα για να ικανοποιήσουν εξαιρετικά εξατομικευμένα αιτήματα των επισκεπτών, αποτελούν ουσιαστικό συστατικό (Pizam, 2020).

Η τρίτη βασική ποιότητα, δηλαδή η δημιουργία μιας απρόσκοπτης, αξέχαστης εμπειρίας επιτυγχάνεται ευκολότερα με τον συνδυασμό απτών και άυλων στοιχείων. Η οργάνωση της εμπειρίας είναι η ιδιαίτερη εστίαση των ξενοδοχείων πέντε αστερών, όπου κάθε σημείο επαφής, από το check-in έως την αναχώρηση, σχεδιάζεται με γνώμονα την προσωπική συνάφεια και την ομαλότητα. Προκειμένου να εξατομικευτεί η διαμονή και να απομνημονευτούν οι προτιμήσεις των επισκεπτών για μελλοντικές επισκέψεις, πρέπει να συλλεχθεί και να αξιοποιηθεί ένας σημαντικός όγκος δεδομένων. Επιπλέον, ο φωτισμός, τα αρώματα, ο ήχος και ο οπτικός σχεδιασμός λαμβάνονται προσεκτικά υπόψη για τη δημιουργία μιας ατμόσφαιρας ή ενός περιβάλλοντος που προκαλεί μια συγκεκριμένη συναισθηματική αντίδραση, συνήθως μια αίσθηση αποκλειστικότητας, κύρους και ηρεμίας (Li et al., 2022).

Τέλος, η αποδεδειγμένη δέσμευση στην κοινωνική ευθύνη και τη βιωσιμότητα είναι ένα σύγχρονο χαρακτηριστικό της βαθμολογίας πέντε αστέρων. Παλαιότερα, η πολυτέλεια συνδεόταν αποκλειστικά με την υπερβολή, αλλά σήμερα επαναπροσδιορίζεται ώστε να λαμβάνει υπόψη την ηθική και το περιβάλλον. Πλέον, τα εξελιγμένα συστήματα διαχείρισης ενέργειας και νερού που προμηθεύονται από τοπικούς και βιολογικούς παραγωγούς και οι προφανείς πρωτοβουλίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης είναι μόνο μερικά παραδείγματα των βιώσιμων πρακτικών που απαιτούν όλο και περισσότερο οι πελάτες υψηλού επιπέδου, χωρίς να θυσιάζουν την ποιότητα. Αυτό αντικατοπτρίζει μια ευρύτερη τάση, σύμφωνα με την οποία η πολυτέλεια συνδέεται τόσο με την ευσυνειδησία όσο και με την κατανάλωση (Li et al., 2022).

Συνολικά, το ξενοδοχείο των πέντε αστέρων χαρακτηρίζεται από τα εξής τρία χαρακτηριστικά: εξαιρετικές ποιότητας περιουσιακά στοιχεία, βαθιά ριζωμένη κουλτούρα εξατομικευμένων και προληπτικών υπηρεσιών και μία στρατηγική εστίαση στη δημιουργία μίας άψογης, εξατομικευμένης εμπειρίας. Αυτή η ολιστική προσέγγιση υποστηρίζεται από σημαντικές επενδύσεις τόσο σε υποδομές όσο και σε ανθρώπινο κεφάλαιο, δικαιολογεί την *premium* θέση και καθορίζει το πρότυπο αριστείας στον παγκόσμιο κλάδο της φιλοξενίας.

### **2.1.2 Ανταγωνισμός και διαφοροποίηση υπηρεσιών**

Η διαφοροποίηση των υπηρεσιών είναι το κύριο στρατηγικό εργαλείο για την απόκτηση μακροπρόθεσμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που υπερβαίνει τον ανταγωνισμό με βάση τις τιμές στον έντονα ανταγωνιστικό τομέα της φιλοξενίας, ο οποίος χαρακτηρίζεται από υψηλό κορεσμό της αγοράς και ευκολία σύγκρισης μέσω ψηφιακών καναλιών. Παρέχοντας ξεχωριστές, πολύτιμες και δύσκολα μιμήσιμες εμπειρίες, η αποτελεσματική διαφοροποίηση επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αποφεύγουν την εμπορευματοποίηση, να επιβάλλουν υψηλές τιμές και να καλλιεργούν ισχυρή πελατειακή πίστη.

Η ανάπτυξη των διαδικτυακών ταξιδιωτικών πρακτορείων και των εναλλακτικών επιλογών διαμονής, που ενισχύουν τη διαφάνεια των τιμών και τη δύναμη των καταναλωτών, εντείνει τον ανταγωνισμό (Dolnicar, 2020). Σε αυτό το περιβάλλον, οι γενικές προσφορές υπηρεσιών διατρέχουν κίνδυνο. Επομένως, για την επιτυχή διαφοροποίηση είναι απαραίτητη η καινοτομία σε διάφορους τομείς της παροχής

υπηρεσιών. Η μοναδική φιλοσοφία υπηρεσιών, η διεπαφή με τους πελάτες καθώς και οι διαμορφώσεις του συστήματος παροχής υπηρεσιών αποτελούν τη βάση για τις στρατηγικές διαφοροποίησης.

Οι εταιρείες φιλοξενίας έχουν σαν στόχο τη λειτουργική διαφοροποίηση μίας σειράς σημαντικών διαστάσεων για βελτίωση του ανταγωνισμού και διαφοροποίησης υπηρεσιών. Η χρήση της ανάλυσης δεδομένων για την προσαρμογή των υπηρεσιών και των επικοινωνιών στις προτιμήσεις κάθε επισκέπτη είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση της αντιληπτής αξίας και της συναισθηματικής σύνδεσης (Zhang et al., 2021).

Ο σχεδιασμός με επίκεντρο την εμπειρία υπερβαίνει τη συναλλακτική διαμονή, δημιουργώντας ξεχωριστές θεματικές ή αυθεντικές εμπειρίες που γοητεύουν τους επισκέπτες σε αισθητηριακό και συναισθηματικό επίπεδο. Επιπλέον, η επένδυση σε ανθρώπινο κεφάλαιο αποτελεί κρίσιμο παράγοντα διαφοροποίησης, καθώς οι εξειδικευμένοι και ικανότατοι υπάλληλοι που μπορούν να παρέχουν προληπτικές και διακριτικές υπηρεσίες δημιουργούν αξέχαστες αλληλεπιδράσεις που η τεχνολογία δεν μπορεί να αντικαταστήσει (Zhang et al., 2021).

Τελικά, ο στόχος της διαφοροποίησης των υπηρεσιών είναι να μετατοπίσει τη βάση του ανταγωνισμού από ανταλλάξιμα χαρακτηριστικά σε μοναδικές προτάσεις αξίας. Με τη στρατηγική ενσωμάτωση της εξατομικευμένης αφοσίωσης, του σχεδιασμού εμπειριών και της ανθρωποκεντρικής αριστείας των υπηρεσιών, οι εταιρείες φιλοξενίας μπορούν να χτίσουν διακριτές ταυτότητες μάρκας, να μειώσουν την ευαισθησία των πελατών στην τιμή και να εξασφαλίσουν μια ανταγωνιστική θέση στην αγορά σε έναν πολυσύχναστο χώρο (Bleier et al., 2017).

## **2.2 Έννοια του Hotel Animation**

### **2.2.1 Ορισμός του animation**

Τα Hotel Animation αποτελούν ξενοδοχεία τα οποία προσφέρουν και ψυχαγωγία στα πλαίσια μίας στρατηγικά δομημένης λειτουργίας που περιλαμβάνει την δημιουργία, οργάνωση και παροχή δομημένων και μη δομημένων κοινωνικών δραστηριοτήτων και ψυχαγωγίας για τους επισκέπτες του ξενοδοχείου (Flinta et al., 2025).

Στόχος της ψυχαγωγίας είναι η βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών για δημιουργία ενός αισθήματος κοινότητας και προώθησης της κοινωνικής αλληλοεπίδρασης εντός του καταλύματος, πέρα από την παροχή βασικών υπηρεσιών διαμονής και υπηρεσιών. Η ιδέα αυτή είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη σε θέρετρα με πακέτα «all-inclusive» και σε ολοκληρωμένα συγκροτήματα διακοπών, όπου η διατήρηση των επισκεπτών στο χώρο αποτελεί επιχειρηματική προτεραιότητα.

Η ψυχαγωγία αποτελεί ζωτικό εργαλείο που προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και διαφοροποίηση των υπηρεσιών από στρατηγικής άποψης. Με την αξιοποίηση της ψυχαγωγίας, τα ξενοδοχεία μπορούν να ενισχύσουν την ικανοποίηση των επισκεπτών, να αυξήσουν την αντιληπτή αξία και να επηρεάσουν θετικά την πρόθεση επιστροφής και σύστασης, προσφέροντας ένα προσεκτικά σχεδιασμένο πρόγραμμα δραστηριοτήτων (Koc&Boz, 2020).

Επιπλέον, η ψυχαγωγία ενθαρρύνει τις άμεσες εποικοδομητικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ επισκεπτών και υπαλλήλων, ενισχύοντας τους συναισθηματικούς δεσμούς τους με το εμπορικό σήμα. Διατηρώντας τους επισκέπτες εντός του οικοσυστήματος του θέρετρου, συμβάλλει επίσης σημαντικά στη δημιουργία εσόδων, ενισχύοντας τις δαπάνες σε εστιατόρια, μπαρ και εξειδικευμένες υπηρεσίες.

### **2.2.2 Ιστορική εξέλιξη**

Ιστορικά, οι ρίζες των Hotel Animation μπορούν να αναχθούν σε παλαιότερες δραστηριότητες αναψυχής, η επίσημη έννοια της ξενοδοχειακής ψυχαγωγίας ως οργανωμένου προγράμματος κοινωνικών και ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων έχει τις ρίζες της στην μεταπολεμική τουριστική άνθηση στα μέσα του 20ού αιώνα. Η εξέλιξή της από ανεπίσημη ψυχαγωγία των επισκεπτών σε κρίσιμο στρατηγικό ρόλο αντικατοπτρίζει ευρύτερες αλλαγές στη φιλοσοφία διαχείρισης της τουριστικής ζήτησης και στην ανάπτυξη διεθνών θέρετρων.

Τα πρώτα χρόνια (1950-1970) συνέπεσαν με την ανάπτυξη ολοκληρωμένων θέρετρων και μαζικών οργανωμένων διακοπών, ειδικά σε μεσογειακές τοποθεσίες όπως η Ισπανία και η Γαλλική Ριβιέρα και αργότερα σε θέρετρα της Καραϊβικής με πακέτα «all-inclusive». Το μοντέλο ψυχαγωγίας κωδικοποιήθηκε σε μεγάλο βαθμό χάρη σε καινοτόμες επιχειρήσεις

όπως το ClubRéiterranée (που ιδρύθηκε το 1950). Εκτός από το να είναι υπάλληλοι, οι GentilsOrganisateurs λειτουργούσαν ως οικοδεσπότες, καλλιτέχνες και συντονιστές δραστηριοτήτων, δημιουργώντας ένα φιλικό περιβάλλον που προωθούσε την συναδελφικότητα μεταξύ των επισκεπτών. Αυτό το μοντέλο έδινε προτεραιότητα στη συμμετοχή, την ανεπισημότητα και την οργανωμένη διασκέδαση ως βασικό προϊόν, απομακρύνοντας από την επίσημη παράδοση των μεγάλων ξενοδοχείων που ήταν προσανατολισμένη στις υπηρεσίες.

Η ψυχαγωγία αποτέλεσε βασικό στοιχείο των οργανωμένων ταξιδιών σε παραθαλάσσιους προορισμούς κατά τη διάρκεια της περιόδου θεσμοθέτησης (1980-1990). Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες και οι ξενοδοχειακές αλυσίδες συνειδητοποίησαν ότι η ψυχαγωγία ήταν ένας κρίσιμος παράγοντας διαφοροποίησης για την απόκτηση συμβολαίων και ευνοϊκών κριτικών από τους πελάτες, καθώς ο ανταγωνισμός αυξανόταν.

Με την επέκταση των προγραμμάτων δραστηριοτήτων για συμπερίληψη αθλητικών εκδηλώσεων, θεατρικών παραστάσεων, παιδικών κλαμπ και ψυχαγωγίας κατά τη διάρκεια της ημέρας, η δουλειά των ψυχαγωγών έγινε πιο επαγγελματική. Προκειμένου να διατηρηθεί το ενδιαφέρον των επισκεπτών καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής τους και να προωθηθεί η κατανάλωση στον χώρο, αυτή η εποχή έδωσε μεγάλη έμφαση στον όγκο και την ποικιλία.

Από το 2000 η αγορά έγινε πιο σύνθετη και σχετίζεται με την περίοδο της διαφοροποίησης και τμηματοποίησης. Η ψυχαγωγία πλέον είναι πιο εξειδικευμένη και τμηματοποιημένη ανάλογα των προγραμμάτων που ταιριάζουν στον κάθε επισκέπτη περιλαμβάνοντας την εμφάνιση ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων ευεξίας όπως γιόγκα, ενσυνειδητότητα, θεματικές και βιωματικές δραστηριότητες με πολιτιστική συνάφεια, προηγμένων προγραμμάτων ψυχαγωγίας για παιδιά κι εφήβους κι ενσωμάτων τεχνολογίας μέσω εφαρμογών και ψηφιακών οδηγιών δραστηριοτήτων (Vidonetal., 2018).

Επιπλέον, η φιλοσοφία των κινούμενων σχεδίων έχει εξελιχθεί από την καθαρή ψυχαγωγία σε μία ολιστική εμπειρία με στόχο τη δημιουργία αξέχαστων εμπειριών και συναισθηματικών δεσμών που ενθαρρύνουν την κοινή χρήση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κι αφοσίωση επισκεπτών (Shafieisabet&Haratifard, 2020).

### **2.2.3 Στόχοι του animation στα ξενοδοχεία**

Το Animation στα ξενοδοχεία, πέραν της απλής παροχής ψυχαγωγίας, αποτελεί μια στρατηγική λειτουργία που αποσκοπεί στην επίτευξη συγκεκριμένων λειτουργικών και εμπορικών στόχων. Οι κύριοι στόχοι της είναι η ενίσχυση της θέσης του ξενοδοχείου στην αγορά και η βελτίωση της συνολικής εμπειρίας των επισκεπτών. Ο βασικός στόχος της ψυχαγωγίας είναι η αύξηση της αντιληπτής αξίας και της ικανοποίησης των επισκεπτών. Η ψυχαγωγία καταπολεμά την πλήξη των επισκεπτών, βελτιώνει τη διαμονή τους και κάνει τα πακέτα all-inclusive ή τα πακέτα διακοπών πιο ελκυστικά, προσφέροντας ένα προσεκτικά σχεδιασμένο πρόγραμμα δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει από αθλήματα και χειροτεχνίες έως βραδινές παραστάσεις. Αυτό έχει άμεσο αντίκτυπο στις θετικές κριτικές και αξιολογήσεις (Koc&Boz, 2020).

Ένας από τους κύριους στόχους του animation στα ξενοδοχεία αποτελεί την προώθηση της κοινότητας και της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Τα προγράμματα ψυχαγωγίας βοηθούν τους επισκέπτες να συνδεθούν μεταξύ τους, ειδικά όταν διοργανώνονται από ταλαντούχους ψυχαγωγούς που λειτουργούν ως κοινωνικοί καταλύτες. Η ηδονική ή βασισμένη στην απόλαυση πτυχή της εμπειρίας των διακοπών μπορεί να ενισχυθεί σημαντικά από αυτό το κοινόχρηστο περιβάλλον, το οποίο αποτελεί κρίσιμο παράγοντα διαφοροποίησης για τα θέρετρα (Vidonetal., 2018).

Ταυτόχρονα, η ψυχαγωγία συμβάλλει στρατηγικά στην αύξηση των εσόδων και της διατήρησης των πελατών στο χώρο. Οι ελκυστικές δραστηριότητες αυξάνουν τις δαπάνες σε βοηθητικές εγκαταστάσεις, όπως μπαρ, εστιατόρια και καταστήματα, διατηρώντας τους επισκέπτες εντός του οικοσυστήματος του ξενοδοχείου έχοντας άμεση επίδραση στην κερδοφορία των ξενοδοχείων.

Τέλος, η ψυχαγωγία είναι απαραίτητη για τη δημιουργία πιστότητας και τη διαφοροποίηση μιας μάρκας. Ένα ξεχωριστό και επιδέξια υλοποιημένο πρόγραμμα ψυχαγωγίας δημιουργεί αξέχαστες στιγμές που κάνουν ένα ξενοδοχείο να ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές του. Η μακροπρόθεσμη επιτυχία εξαρτάται από τη θετική διαφήμιση από στόμα σε στόμα και την επανάληψη των επισκέψεων, οι οποίες ενισχύονται από αυτόν τον συναισθηματικό δεσμό.

## 2.2.4 Κατηγορίες Animation

Το animation στα ξενοδοχεία δεν είναι μονοδιάστατο αλλά μπορεί να ταξινομηθεί ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται και τον επιχειρησιακό προσανατολισμό που αντανακλά διάφορους στρατηγικούς ρόλους. Οι κύριες κατηγορίες animation είναι το αθλητικό, ψυχαγωγικό, πολιτιστικό και παιδικό.

### ➤ Αθλητικό

Στα animationξενοδοχεία, η αθλητική ψυχαγωγία είναι μια μοναδική και δυναμική κατηγορία που έχει δημιουργηθεί ειδικά για να ικανοποιήσει τους επισκέπτες που επιθυμούν να συμμετάσχουν σε κοινωνικούς διαγωνισμούς, να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και να ασκηθούν κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Προσφέροντας οργανωμένες, εποπτευόμενες και συχνά ομαδικές αθλητικές δραστηριότητες, ξεπερνά την παροχή βασικών εγκαταστάσεων γυμναστικής. Αυτή η κατηγορία είναι απαραίτητη για την αύξηση της ικανοποίησης των επισκεπτών, καθώς διαφοροποιεί το θέρετρο από τον ανταγωνισμό και δημιουργεί ένα ζωντανό περιβάλλον με έμφαση στην υγεία(Chikishetal., 2019).

Κύριος στόχος των animationξενοδοχείων είναι η προώθηση του ενεργού ελεύθερου χρόνου και συνολική ευεξίας μέσω της ενσωμάτωσης της άσκησης στην εμπειρία των διακοπών, ανταποκρινόμενα άμεσα στην αυξανόμενη τάση των καταναλωτών προς τον τουρισμό ευεξίας. Τα προγράμματα ποικίλλουν ευρέως και συνήθως περιλαμβάνουν θαλάσσια σπορ (π.χ. αερόμπικ στο νερό, πόλο, μαθήματα κολύμβησης με αναπνευστήρα), δραστηριότητες στην ξηρά (π.χ. αγώνες βόλεϊ, τένις, ομαδικό ποδηλασία, γιόγκα στην παραλία) και στοιχεία περιπέτειας (π.χ. αναρρίχηση, πεζοπορία υπό καθοδήγηση). Αυτή η ποικιλία αθλημάτων εγγυάται ευρεία κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών κι επιπέδων φυσικής κατάστασης (Chikishetal., 2019).

Η αθλητική ψυχαγωγία προσφέρει ζωτικά δομημένα κοινωνικά πλαίσια από λειτουργική άποψη. Τα ομαδικά μαθήματα, τα ομαδικά παιχνίδια και οι οργανωμένοι διαγωνισμοί λειτουργούν ως οργανικοί καταλύτες για την αλληλεπίδραση των επισκεπτών, καλλιεργώντας ένα αίσθημα κοινότητας και συντροφικότητας μεταξύ των συμμετεχόντων.

Επιπλέον, αυτή η κατηγορία συμβάλλει ουσιαστικά στη δημιουργία και τη διατήρηση των εσόδων του ξενοδοχείου. Αυξάνει τη χρήση των αθλητικών εγκαταστάσεων και των βοηθητικών υπηρεσιών, προσφέροντας ελκυστικές δραστηριότητες που διοργανώνονται από ειδικούς και προσελκύουν τους επισκέπτες να παραμείνουν στο οικοσύστημα του ξενοδοχείου. Ταυτόχρονα, ενισχύεται η αντιληπτή αξία των πακέτων *all-inclusive* ή *premium*, παρουσιάζοντας το ξενοδοχείο ως ένα μέρος για ενεργό τρόπο ζωής σε αντίθεση με την χαλαρή ξεκούραση. Ουσιαστικά, η αθλητική ψυχαγωγία ικανοποιεί τις σύγχρονες απαιτήσεις για διασκεδαστικά ταξίδια με έμφαση στην υγεία, μετατρέποντας τις κοινές ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις σε ένα θεμελιώδες προϊόν εμπειρίας (Koc&Hoz, 2020).

#### ➤ Ψυχαγωγικό

Ένα βασικό στοιχείο του προγραμματισμού ενός ξενοδοχείου είναι η ψυχαγωγική διασκέδαση, η οποία επικεντρώνεται στην προσφορά ζωντανών παραστάσεων και θεματικών εκδηλώσεων με σκοπό να συναρπάσει τους επισκέπτες, να προσφέρει βραδινή διασκέδαση και να δημιουργήσει ένα ζωντανό κοινωνικό περιβάλλον. Αυτή η κατηγορία δίνει έμφαση στην θεαματική παράσταση και την ομαδική εμπειρία των επισκεπτών ως ένα είδος επιμελημένης αναψυχής που υπερβαίνει τις συμμετοχικές δραστηριότητες. Σε θέρετρα με πακέτα «all-inclusive», όπου η βραδινή διασκέδαση αποτελεί βασική προσδοκία, αποτελεί στρατηγικό εργαλείο για την αύξηση της αντιληπτής αξίας (Vidonetal., 2018).

Ο κύριος στόχος των ψυχαγωγικών εκδηλώσεων είναι η δημιουργία αξέχαστων εμπειριών που μπορούν να μοιραστούν και που καθορίζουν τον νυχτερινό χαρακτήρα του θέρετρου. Μουσικές επιδείξεις, χορευτικές παραστάσεις (από σύγχρονες παραγωγές έως τοπικό φολκλόρ), μαγικά σόου, κωμωδίες και θεματικά πάρτι είναι τυπικές δραστηριότητες που πραγματοποιούνται (π.χ. πάρτι, δείπνα με ζωντανή μουσική κλπ). Ανάλογα με τη θέση των ξενοδοχείων στην αγορά και τη δυνατότητά του, η πολυπλοκότητα των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων μπορεί να ποικίλει από ανεπίσημα σόου ταλέντων που διοργανώνονται από το προσωπικό έως ακριβά θεάματα με επαγγελματική χορογραφία (Vidonetal., 2018).

Η συγκεκριμένη κατηγορία animationέχει κρίσιμο ρόλο για τις λειτουργικές εργασίες του ξενοδοχείου προσφέροντας στους επισκέπτες μια προγραμματισμένη και ελκυστική βραδινή επιλογή που τους αποτρέπει από το να εγκαταλείψουν το κατάλυμα και προσφέρει

μια δομημένη κατάληξη στις εκδηλώσεις της ημέρας. Με αυτό τον τρόπο, το κοινωνικό οικοσύστημα του θερέτρου ενισχύεται φέρνοντας τους επισκέπτες σε έναν κοινό χώρο που προάγει την παθητική κοινωνική αλληλοεπίδραση κι αίσθηση της κοινότητας μεταξύ του κοινού ενώ ταυτόχρονα η εξελιγμένη ψυχαγωγία αποτελεί ένα ισχυρό στοιχείο διαφοροποίησης και ενισχύει την ταυτότητα της μάρκας ενός ξενοδοχείου, είτε πρόκειται για ένα θέρετρο για ενήλικες με κομψές παραστάσεις σε *lounge* είτε για έναν οικογενειακό προορισμό με παραστάσεις (Bhatetal., 2024).

#### ➤ Πολιτιστικό

Ένα μοναδικό και ολοένα και πιο σημαντικό υποσύνολο των προγραμμάτων των ξενοδοχείων είναι η πολιτιστική ψυχαγωγία, η οποία υπερβαίνει την απλή διασκέδαση και επιτρέπει την αυθεντική αλληλεπίδραση με τα τοπικά έθιμα, την τέχνη και την πολιτιστική κληρονομιά. Αυτή η κατηγορία τοποθετεί το ξενοδοχείο ως δίαυλο προς τον προορισμό και όχι ως απομονωμένο θύλακα, προκειμένου να ανταποκριθεί στρατηγικά στην αυξανόμενη ζήτηση των τουριστών για ουσιαστικές εκπαιδευτικές και τοπικές εμπειρίες.

Ο κύριος στόχος της πολιτιστικής ψυχαγωγίας είναι να βελτιώσει τις εμπειρίες των επισκεπτών μέσω μιας προσεκτικά επιλεγμένης πολιτιστικής ενσωμάτωσης που συνεπάγεται τη δημιουργία δραστηριοτήτων οι οποίες επιτρέπουν τόσο τη συμμετοχή όσο και τη παρατήρηση της τοπικής κουλτούρας. Τα τυπικά προγράμματα περιλαμβάνουν εργαστήρια παραδοσιακών χειροτεχνιών (π.χ. κεραμική, υφαντική), μαθήματα μαγειρικής με έμφαση στην τοπική κουζίνα, μαθήματα γλώσσας, παραστάσεις τοπικού χορού ή μουσικής και θεματικές συζητήσεις σχετικά με την ιστορία ή το περιβάλλον της περιοχής. Αυτές οι δραστηριότητες ενισχύουν το βάθος και το πλαίσιο των διακοπών, παρέχοντας ταυτόχρονα πνευματική και συναισθηματική διέγερση

#### ➤ Παιδικό (miniclub)

Τα παιδικά προγράμματα ψυχαγωγίας, τα οποία συνήθως οργανώνονται ως ειδικά μίνι κλαμπ ή παιδικά κλαμπ, αποτελούν μια σημαντική στρατηγική κατηγορία στις ξενοδοχειακές δραστηριότητες, με σκοπό να εξυπηρετήσουν τους νεότερους επισκέπτες και, κατά συνέπεια, τις οικογένειές τους. Αυτή η εξειδικευμένη υπηρεσία αποτελεί ουσιαστικό μέρος του σχεδιασμού του προϊόντος του οικογενειακού τουρισμού, που υπερβαίνει την απλή φροντίδα των παιδιών. Προσφέροντας διασκεδαστικές και ασφαλείς

δραστηριότητες για παιδιά, κατάλληλες για την ηλικία τους, ο κύριος στόχος της είναι να κάνει τις διακοπές ευχάριστες και ομαλές για όλα τα μέλη της οικογένειας, επιτρέποντας παράλληλα στους γονείς να απολαύσουν τον ελεύθερο χρόνο τους.

Ο προγραμματισμός της συγκεκριμένης κατηγορίας διακρίνεται ανά ηλικιακή ομάδα και περιλαμβάνει μια ποικιλία δραστηριοτήτων για νήπια και μικρά παιδιά, όπως εποπτευόμενα δημιουργικά παιχνίδια, τέχνες και χειροτεχνίες, καθώς και ήπια αθλήματα για παιδιά προσχολικής ηλικίας, ενώ περιλαμβάνει πιο δομημένα παιχνίδια, ομαδικές προκλήσεις και κοινωνικές εκδηλώσεις κατάλληλες για την ηλικία τους. Αυτή η διαίρεση είναι απαραίτητη για τη μεγιστοποίηση της συμμετοχής και τη διασφάλιση της καταλληλότητας για την ανάπτυξη (Lehtoetal., 2012).

## **2.3 Αθλητικό Animation στα Ξενοδοχεία**

### **2.3.1 Ορισμός αθλητικών δραστηριοτήτων**

Σαν αθλητικές animationδραστηριότητες στα ξενοδοχεία ορίζεται η οργανωμένη παροχή δομημένων αθλητικών και κινητικών δραστηριοτήτων με σκοπό τη βελτίωση της σωματικής υγείας και της κοινωνικής αλληλεπίδρασης των επισκεπτών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους.

Η σωματικά απαιτητική και αθλητική πτυχή αυτής της ευρύτερης έννοιας της ψυχαγωγίας αντιπροσωπεύεται από την αθλητική ψυχαγωγία. Από επιστημονική άποψη, η αθλητική ψυχαγωγία περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που συνήθως καθοδηγούνται από εξειδικευμένο προσωπικό ψυχαγωγίας ή αναψυχής, όπως ομαδικά μαθήματα γυμναστικής, αεροβική στο νερό, βόλεϊ στην παραλία, τένις, γιόγκα, ασκήσεις, ψυχαγωγικά παιχνίδια και υπαίθρια αθλήματα. Αυτές οι εθελοντικές, μη ανταγωνιστικές ή ημι-ανταγωνιστικές δραστηριότητες προσαρμόζονται στην ηλικία, τη φυσική κατάσταση και τα κίνητρα των συμμετεχόντων.

### **2.3.2 Ρόλος του αθλητικού animation στη φιλοξενία**

Βελτιώνοντας την εμπειρία των επισκεπτών, προωθώντας την ευεξία και ενισχύοντας την ανταγωνιστική θέση των ξενοδοχείων και των θέρετρων, η αθλητική ψυχαγωγία διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη φιλοξενία (Sundrametal., 2022).

Πιο συγκεκριμένα, το αθλητικό animation επικεντρώνεται σε οργανωμένες σωματικές και αθλητικές δραστηριότητες που προωθούν την ενεργό συμμετοχή, την κοινωνική αλληλεπίδραση και την απόλαυση κατά τη διάρκεια της διαμονής των επισκεπτών, στο ευρύτερο πλαίσιο των υπηρεσιών αναψυχής και ψυχαγωγίας. Η αθλητική ψυχαγωγία έχει καταστεί μια κρίσιμη υπηρεσία προστιθέμενης αξίας, καθώς ο τουρισμός απομακρύνεται όλο και περισσότερο από την παθητική κατανάλωση και προσανατολίζεται προς μοντέλα που εστιάζουν στην εμπειρία και την ευεξία.

Ταυτόχρονα, το αθλητικό animation έχει άμεσο αντίκτυπο στο πόσο ικανοποιημένος και υψηλής ποιότητας θεωρεί ο επισκέπτης την υπηρεσία. Τα μαθήματα γυμναστικής, η κολύμβηση, τα ψυχαγωγικά αθλήματα και τα προγράμματα υπαίθριων δραστηριοτήτων είναι παραδείγματα σωματικών δραστηριοτήτων που βελτιώνουν τη διάθεση, μειώνουν τα επίπεδα άγχους και αυξάνουν τη συνολική ικανοποίηση από τις διακοπές, σύμφωνα με έρευνα στον τομέα της διαχείρισης φιλοξενίας. Σε θέρετρα και all-inclusive καταλύματα, όπου οι επισκέπτες περνούν πολύ χρόνο στον χώρο και αναζητούν ποικίλες ψυχαγωγικές δραστηριότητες, αυτά τα πλεονεκτήματα είναι ιδιαίτερα σημαντικά. Δια μέσω του συντονισμού των υπηρεσιών φιλοξενίας με τις γενικότερες τάσεις στον τομέα της δημόσιας υγείας και της ευεξίας, η αθλητική ψυχαγωγία συμβάλλει επίσης στην κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης για ενεργές και υγιεινές διακοπές (Kandampullyetal., 2018).

### **2.3.3 Οφέλη**

#### Για τον πελάτη

Οι πελάτες των ξενοδοχείων μπορούν να επωφεληθούν από τις αθλητικές δραστηριότητες με διάφορους τρόπους, όπως βελτίωση της ψυχικής και σωματικής υγείας, καθώς και συνολική ικανοποίηση από τις διακοπές τους. Οι αθλητικές δραστηριότητες σε χώρους φιλοξενίας περιλαμβάνουν οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής και σωματικές δραστηριότητες, όπως γιόγκα, θαλάσσια σπορ, αερόμπικ στο νερό, ομαδικά μαθήματα γυμναστικής και ψυχαγωγικά παιχνίδια. Με τη συμμετοχή τους σε αυτές τις δραστηριότητες, οι επισκέπτες μπορούν να παραμείνουν σωματικά δραστήριοι καθ' όλη τη διάρκεια της διαμονής τους, κάτι που βοηθά στην καταπολέμηση των καθιστικών συνηθειών που συχνά συνδέονται με τα ταξίδια αναψυχής (Gilchrist&Wheaton, 2017).

Από την άποψη της υγείας, τα αθλητικά προγράμματα ψυχαγωγίας βελτιώνουν την ευεξία και τη φυσική κατάσταση. Η μέτρια άσκηση κατά τη διάρκεια των διακοπών υποστηρίζει την καρδιαγγειακή υγεία, τη μυϊκή αντοχή και την ευελιξία, ενώ παράλληλα προάγει την ενεργειακή ισορροπία, σύμφωνα με έρευνες στον τομέα των επιστημών του ελεύθερου χρόνου και του αθλητισμού. Έχει αποδειχθεί ότι ακόμη και οι δραστηριότητες χαμηλής έως μέτριας έντασης που προσφέρονται από τα προγράμματα ψυχαγωγίας των ξενοδοχείων προσφέρουν σημαντικά οφέλη για την υγεία, ειδικά για άτομα που δεν είναι ενεργά στην καθημερινή τους ζωή (Pineiro-Cossioetal., 2021).

Τα αθλητικά προγράμματα ψυχαγωγίας έχουν σημαντική ψυχολογική επίδραση στη βελτίωση της διάθεσης και στη μείωση του στρες. Η άσκηση προάγει την έκκριση ενδορφινών και βοηθά στη ρύθμιση των συναισθημάτων, τα οποία είναι ιδιαίτερα ευεργετικά κατά τη διάρκεια των διακοπών που έχουν ως στόχο να ενθαρρύνουν τη χαλάρωση και την απόδραση από την καθημερινότητα. Σύμφωνα με έρευνα στον τομέα της ψυχολογίας του τουρισμού, η συμμετοχή σε ενεργά προγράμματα αναψυχής κατά τη διάρκεια ταξιδιωτικών εμπειριών ενισχύει τα θετικά συναισθήματα, την αίσθηση χαλάρωσης και τη συνολική ικανοποίηση από τη ζωή (Filep, 2016).

Επιπλέον, τα αθλητικά προγράμματα βελτιώνουν την κοινωνική διάσταση των διακοπών. Ιδιαίτερα σε μεγάλα θέρετρα, οι ομαδικές δραστηριότητες προωθούν τους κοινωνικούς δεσμούς, διευκολύνουν την αλληλεπίδραση των επισκεπτών και μειώνουν τα συναισθήματα μοναξιάς. Τα υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης και η βαθύτερη συναισθηματική σύνδεση με το ξενοδοχείο και τον προορισμό έχουν συνδεθεί με αυτές τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, οι οποίες καλλιεργούν ένα αίσθημα κοινής εμπειρίας και ανήκειν (Pineiro-Cossioetal., 2021).

#### Για το ξενοδοχείο

Βελτιώνοντας την ικανοποίηση των επισκεπτών, ενισχύοντας τη διαφοροποίηση της μάρκας και αυξάνοντας τη συνολική απόδοση της επιχείρησης, η αθλητική ψυχαγωγία προσφέρει στα ξενοδοχεία σημαντικά πλεονεκτήματα. Η αθλητική ψυχαγωγία έχει αναδειχθεί σαν ένα κρίσιμο εργαλείο για τα ξενοδοχεία τα οποία επιθυμούν την βελτίωση των προσφορών τους, καθώς οι ταξιδιώτες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στις εμπειρίες παρά μόνο στη διαμονή (Gibson, 1998).

Τα θετικά οφέλη στην ικανοποίηση των επισκεπτών και στην αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών είναι από τα κύρια πλεονεκτήματα των αθλητικών δραστηριοτήτων. Η συμμετοχή σε σωματικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών βελτιώνει την ψυχολογική ευεξία, μειώνει τα επίπεδα άγχους και αυξάνει την απόλαυση, όλα τα οποία οδηγούν σε πιο ευνοϊκές απόψεις για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου. Η συμμετοχή σε αθλητικά προγράμματα αυξάνει την πιθανότητα οι επισκέπτες να θεωρήσουν το ξενοδοχείο ζωντανό, διασκεδαστικό και επικεντρωμένο στον πελάτη, γεγονός που θα αυξήσει τη συνολική ικανοποίηση και την πρόθεση για πιστότητα (Sotiriadis, 2014).

Ακόμα, η αθλητική ψυχαγωγία είναι απαραίτητη για την ανταγωνιστικότητα και τη διαφοροποίηση. Η αθλητική ψυχαγωγία βοηθά τα ξενοδοχεία να ξεχωρίζουν στις έντονα ανταγωνιστικές αγορές φιλοξενίας, προσφέροντας ξεχωριστές και αξέχαστες εμπειρίες, ειδικά σε θέρετρα και ξενοδοχεία *all-inclusive*. Τα εξατομικευμένα προγράμματα δραστηριοτήτων μπορούν να βελτιώσουν τη θέση στην αγορά και τα ποσοστά πληρότητας, προσελκύοντας συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς, όπως οικογένειες, τουρίστες που αναζητούν ευεξία ή ενεργούς ταξιδιώτες (Sotiriadis, 2014).

Η αθλητική ψυχαγωγία αυξάνει την κατανάλωση στο χώρο του ξενοδοχείου και επιμηκύνει τη διαμονή από λειτουργική άποψη. Η χρήση βοηθητικών υπηρεσιών, όπως καταστήματα τροφίμων και ποτών, κέντρα ευεξίας και υπηρεσίες λιανικής πώλησης, μπορεί να επηρεαστεί θετικά από τους επισκέπτες που συμμετέχουν σε οργανωμένες δραστηριότητες, καθώς τείνουν να περνούν περισσότερο χρόνο στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου. Ταυτόχρονα, οι ομαδικές αθλητικές δραστηριότητες ενθαρρύνουν την κοινωνική αλληλεπίδραση μεταξύ των επισκεπτών, η οποία ενισχύει τη διαφήμιση από στόμα σε στόμα και την επανάληψη των επισκέψεων, δημιουργώντας ένα αίσθημα κοινότητας και συναισθηματικής προσκόλλησης στην εμπειρία του ξενοδοχείου (Sotiriadis, 2014).

### **2.3.4 Δημοφιλείς Δραστηριότητες**

#### **Beachvolley**

Μία από τις πιο δημοφιλείς και επιτυχημένες αθλητικές δραστηριότητες που προσφέρονται στα ξενοδοχεία παραλίας και θέρετρα είναι το beachvolley. Η δημοτικότητά του οφείλεται

στην ευκολία πρόσβασης, τη χρήση και τον έντονο κοινωνικό και ψυχαγωγικό χαρακτήρα του, που το καθιστούν ιδανικό για επισκέπτες ξενοδοχείων όλων των ηλικιών, επιπέδων φυσικής κατάστασης και πολιτισμικών υποβάθρων (Hailuddinetal., 2022).

Το beachvolley είναι ένα μη εξειδικευμένο άθλημα που μπορεί εύκολα να οργανωθεί στις παραλίες των ξενοδοχείων και να ενσωματωθεί σε τακτικά προγράμματα ψυχαγωγίας, καθώς απαιτεί λίγο χώρο και εξοπλισμό. Από την άποψη της αναψυχής και του αθλητικού τουρισμού, το beachvolley συνδυάζει την απόλαυση, την κοινωνική αλληλεπίδραση και τη μέτρια σωματική δραστηριότητα, τα οποία είναι όλα στενά συνδεδεμένα με τους στόχους της ψυχαγωγίας με αθλητικές δραστηριότητες στον τομέα της φιλοξενίας. Σαν άθλημα, το beachvolley θεωρείται διασκεδαστικό και μη ανταγωνιστικό ικανοποιώντας τις απαιτήσεις των επισκεπτών και προωθώντας την συνεργασία, αυθόρμητη συμμετοχή σε ένα χαλαρό περιβάλλον και αναβαθμίζοντας την εμπειρία των διακοπών (Mulyketal., 2024).

Το beachvolleyball λειτουργεί επίσης ως κοινωνικός καταλύτης σε ξενοδοχειακά περιβάλλοντα, ενθαρρύνοντας την αλληλεπίδραση των επισκεπτών και δημιουργώντας ένα αίσθημα κοινότητας. Η συμμετοχή στην ομάδα προάγει θετικές συναισθηματικές εμπειρίες και κοινωνικούς δεσμούς, δύο σημαντικούς παράγοντες που καθορίζουν τη συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών. Σύμφωνα με μελέτες στον τομέα της διαχείρισης ξενοδοχειακών μονάδων, αυτού του είδους οι κοινές δραστηριότητες αναψυχής αυξάνουν την ικανοποίηση των πελατών από τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου και ενισχύουν τους συναισθηματικούς δεσμούς των ταξιδιωτών με τον τόπο (Hailuddinetal., 2022).

### Yoga / Pilates

Ιδιαίτερα σε θέρετρα και χώρους που εστιάζουν στην ευεξία, η γιόγκα και το πιλάτες έχουν γίνει όλο και πιο δημοφιλείς ως αθλητικές δραστηριότητες ψυχαγωγίας στα ξενοδοχεία. Η αυξανόμενη δημοτικότητα τους αντανakλά τις ευρύτερες ταξιδιωτικές τάσεις που δίνουν προτεραιότητα στην ενεργητική χαλάρωση, τη μείωση του στρες και την ολιστική ευεξία. Η γιόγκα και το πιλάτες είναι ιδανικά για προγράμματα ψυχαγωγίας χωρίς αποκλεισμούς, καθώς είναι προσβάσιμα σε ένα ευρύ φάσμα πελατών ξενοδοχείων, ανεξάρτητα από την ηλικία, το επίπεδο φυσικής κατάστασης ή την προηγούμενη εμπειρία τους, σε αντίθεση με τα αθλήματα υψηλής έντασης

Από την άποψη της αναψυχής και της φιλοξενίας, η γιόγκα και το πιλάτες συνδυάζουν την ψυχική χαλάρωση με τη σωματική άσκηση, κάτι που είναι πολύ παρόμοιο με τους στόχους των σύγχρονων αθλητικών δραστηριοτήτων. Η έρευνα στην επιστήμη της άσκησης δείχνει ότι και οι δύο τεχνικές βελτιώνουν τον έλεγχο της στάσης του σώματος, τη μυϊκή δύναμη, την ευελιξία και την ισορροπία, ενώ παράλληλα προάγουν την ψυχική υγεία μέσω της καλύτερης ρύθμισης των συναισθημάτων και της μείωσης του στρες. Οι ταξιδιώτες που αναζητούν αναζωογόνηση στις διακοπές τους και ανακούφιση από το καθημερινό στρες θα βρουν αυτά τα πλεονεκτήματα ιδιαίτερα ελκυστικά (Wellsetal., 2012).

Τα μαθήματα γιόγκα και πιλάτες, τα οποία συχνά πραγματοποιούνται σε εξωτερικούς χώρους, όπως βεράντες, παραλίες ή κήπους, προσθέτουν αξία στην εμπειρία των δραστηριοτήτων σε ξενοδοχειακά περιβάλλοντα, συνδυάζοντας την κίνηση με το φυσικό περιβάλλον. Στον τομέα της ψυχολογίας του ελεύθερου χρόνου και του τουρισμού, η συμμετοχή σε σωματικές δραστηριότητες σε φυσικά περιβάλλοντα αυξάνει την ικανοποίηση, την απόλαυση και την αίσθηση χαλάρωσης. Αυτό έχει θετική επίδραση στις απόψεις των επισκεπτών για την ευεξία και την ποιότητα του ξενοδοχείου (Wellsetal., 2012).

Το pilates και η yoga προάγουν επίσης την κοινωνική αλληλεπίδραση και την ενσυνειδητότητα. Οι ομαδικές συναντήσεις προάγουν την κοινωνική αλληλεπίδραση σε ένα χαλαρό και ενθαρρυντικό περιβάλλον, καλλιεργώντας κοινές εμπειρίες χωρίς ανταγωνιστική πίεση. Σύμφωνα με έρευνα στον τομέα της φιλοξενίας, αυτού του είδους οι συναντήσεις αυξάνουν την πρόθεση των επισκεπτών να επιστρέψουν και ενισχύουν τον συναισθηματικό τους δεσμό με το ξενοδοχείο (Wellsetal., 2012).

### Aquagym/aqua aerobics

Μία από τις πιο δημοφιλείς αθλητικές δραστηριότητες που προσφέρονται στα ξενοδοχεία, ειδικά στα παραθαλάσσια θέρετρα και στα all-inclusive καταλύματα, είναι η υδρογυμναστική, γνωστή και ως aqua aerobics (Bocainietal., 2008).

Η προσβασιμότητα, η ασφάλεια και η προσαρμοστικότητά της, που την καθιστούν κατάλληλη για επισκέπτες όλων των ηλικιών, όλων των επιπέδων φυσικής κατάστασης

και όλων των ιατρικών παθήσεων, είναι σημαντικοί παράγοντες που συμβάλλουν στην ελκυστικότητά της. Η υδρογυμναστική, που πραγματοποιείται σε πισίνες ή σε ρηχά παράκτια νερά, συνδυάζει τις υποστηρικτικές ιδιότητες του νερού με την αερόβια άσκηση, κάτι που ταιριάζει απόλυτα με τους στόχους των αθλητικών προγραμμάτων των ξενοδοχείων. Από την άποψη της επιστήμης της άσκησης, το aquagym προσφέρει αποτελεσματική καρδιαγγειακή διέγερση, ενώ ταυτόχρονα μειώνει σημαντικά τη μηχανική καταπόνηση των αρθρώσεων και του μυοσκελετικού συστήματος, χάρη στην πλευστότητα του νερού (Tomescu et al., 2025).

Σε σύγκριση με τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στην ξηρά, η άσκηση στο νερό αυξάνει την αερόβια ικανότητα, τη μυϊκή δύναμη, την ευελιξία και την ισορροπία, ενώ ταυτόχρονα μειώνει τον κίνδυνο τραυματισμού. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ιδιαίτερα ελκυστικά για τους επισκέπτες των ξενοδοχείων που αναζητούν διασκεδαστική άσκηση χωρίς υπερβολική σωματική καταπόνηση κατά τη διάρκεια των διακοπών τους (Badau & Badau, 2024).

Το aquagym έχει σημαντικά κοινωνικά και ψυχολογικά πλεονεκτήματα στον τομέα της φιλοξενίας. Η συμμετοχή σε ομαδικές δραστηριότητες στο νερό έχει συνδεθεί με βελτίωση της διάθεσης, μείωση των επιπέδων άγχους και μεγαλύτερη απόλαυση. Ένας από τους κύριους στόχους της αθλητικής ψυχαγωγίας —η δημιουργία αξέχαστων και κοινών εμπειριών αναψυχής— υποστηρίζεται από το ομαδικό περιβάλλον που προάγει την κοινωνική αλληλεπίδραση και τη διασκεδαστική συμμετοχή (Tomescu et al., 2025).

Τέτοιες διαδραστικές δραστηριότητες έχουν θετική επίδραση στην ικανοποίηση των επισκεπτών και στη συνολική αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών του ξενοδοχείου, σύμφωνα με μελέτες στον τομέα του τουρισμού και της αναψυχής. Επιπλέον, επειδή το aquagym απαιτεί ελάχιστο εξοπλισμό και είναι εύκολο να ενσωματωθεί σε τακτικά προγράμματα ψυχαγωγίας, είναι ελκυστικό από λογιστικής άποψης για τα ξενοδοχεία. Η αυθόρμητη συμμετοχή ενθαρρύνεται περαιτέρω από την υψηλή ορατότητά του κοντά στις περιοχές κολύμβησης (Badau & Badau, 2024).

### Tennis / Padel

Το τένις και το padel έχουν γίνει όλο και πιο δημοφιλή ως αθλητικές δραστηριότητες ψυχαγωγίας σε ξενοδοχεία, ειδικά σε θέρετρα και περιοχές αναψυχής. Είναι ιδανικά για χώρους φιλοξενίας όπου ο κύριος στόχος είναι η ικανοποίηση των επισκεπτών και όχι η ανταγωνιστική απόδοση, λόγω της δομημένης αλλά ψυχαγωγικής τους φύσης (Gehrels, 2025).

Και τα δύο αθλήματα προσαρμόζονται εύκολα σε διαφορετικά επίπεδα δεξιοτήτων, με αποτέλεσμα τα ξενοδοχεία μπορούν να ενσωματώσουν ελαφριά προπονήσεις, φιλικούς αγώνες και εισαγωγικές συνεδρίες στα καθημερινά προγράμματα ψυχαγωγίας τους. Το τένις και το padel προσφέρουν μέτρια έως έντονη σωματική δραστηριότητα που βελτιώνει την καρδιαγγειακή υγεία, τον συντονισμό, την ευκινησία και τη μυϊκή αντοχή, σύμφωνα με την επιστήμη του αθλητισμού και του ελεύθερου χρόνου (Latuszek, 2025).

Τα αθλήματα με ρακέτα συνδέονται με ευνοϊκά αποτελέσματα για την υγεία και υψηλά επίπεδα απόλαυσης για τους συμμετέχοντες, γεγονός που ενισχύει την προσήλωση και την προθυμία να παίζουν κατά τον ελεύθερο χρόνο τους. Λόγω του μικρότερου γηπέδου, της πιο αργής δυναμικής της μπάλας και της έντονης έμφασης στο διπλό παιχνίδι, το padel ειδικότερα θεωρείται πιο προσιτό από το τένις, γεγονός που το καθιστά ιδιαίτερα ελκυστικό για τους επισκέπτες ξενοδοχείων με μικρή προηγούμενη εμπειρία (Gehrels, 2025).

#### Fitness&wellnessactivities

Ως αποτέλεσμα μιας ευρύτερης τάσης προς ταξίδια με έμφαση στην υγεία, οι δραστηριότητες γυμναστικής και ευεξίας αποτελούν πλέον ουσιαστικό μέρος των προγραμμάτων αθλητικών δραστηριοτήτων στα ξενοδοχεία. Τυπικά παραδείγματα αυτών των δραστηριοτήτων είναι τα ομαδικά μαθήματα γυμναστικής (π.χ. λειτουργική γυμναστική, αεροβική, διατάσεις), τεχνικές για το σώμα και το μυαλό (π.χ. γιόγκα, πιλάτες) και ελαφριές συνεδρίες γυμναστικής που αποσκοπούν στην ενθάρρυνση της σωματικής δραστηριότητας, της ξεκούρασης και της γενικής ευεξίας των επισκεπτών κατά τη διάρκεια της διαμονής τους. Η προσβασιμότητά τους, η ικανότητά τους να προσαρμόζονται σε διαφορετικά επίπεδα φυσικής κατάστασης και η συμβατότητά τους με τις τρέχουσες τάσεις στον τρόπο ζωής που δίνουν προτεραιότητα στη μείωση του στρες

και την προληπτική υγεία είναι οι λόγοι πίσω από τη δημοτικότητα των συγκεκριμένων διεργασιών (Liaoetal., 2023).

Η τακτική συμμετοχή σε δραστηριότητες φυσικής κατάστασης και ευεξίας μέτριας έντασης βελτιώνει την καρδιαγγειακή υγεία, τη μυϊκή δύναμη, την ευελιξία και την ισορροπία. Η άσκηση γενικότερα προάγει την ψυχική υγεία, μειώνει το άγχος και βελτιώνει τη διάθεση. Μειώνοντας το άγχος και βελτιώνοντας τη διάθεση. Καθώς όλο και περισσότεροι τουρίστες αναζητούν διακοπές που συνδυάζουν την αναψυχή με την ευκαιρία να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν τη φυσική τους κατάσταση, αυτά τα πλεονεκτήματα μεταφράζονται σε βελτιωμένη εμπειρία για τους επισκέπτες σε περιβάλλοντα φιλοξενίας. Στον τομέα του τουρισμού και της αναψυχής, οι δραστηριότητες που εστιάζουν στην ευεξία έχουν θετική επίδραση στη συνολική ικανοποίηση και στην αντιληπτή ποιότητα των υπηρεσιών (Angba, 2022).

Ταυτόχρονα, σημαντικό κοινωνικό και εμπειρικό ρόλο διαδραματίζει επίσης η ψυχαγωγία που σχετίζεται με τη φυσική κατάσταση και την ευεξία. Οι ομαδικές συνεδρίες προάγουν τους κοινωνικούς δεσμούς, την αλληλεπίδραση και τη δημιουργία κοινών εμπειριών χωρίς την πίεση του ανταγωνισμού. Σε θέρετρα όπου οι επισκέπτες εκτιμούν τις δραστηριότητες που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή όλων, τέτοιες δραστηριότητες είναι ιδιαίτερα ελκυστικές (Liaoetal., 2023).

## **2.4 Οργάνωση Αθλητικών Δραστηριοτήτων**

### **2.4.1 Σχεδιασμός και Προγραμματισμός**

Για τον σχεδιασμό αθλητικών εκδηλώσεων σε ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων είναι απαραίτητη μια στρατηγική προσέγγιση με επίκεντρο τον πελάτη, η οποία να ενσωματώνει την ποιότητα των υπηρεσιών διαχείρισης αναψυχής και τα χαρακτηριστικά του προορισμού. Τα πολυτελή ξενοδοχεία αναμένεται να παρέχουν εξατομικευμένα, ανώτερα και βασισμένα στην εμπειρία προγράμματα αθλητικής ψυχαγωγίας, τα οποία βελτιώνουν την ικανοποίηση των επισκεπτών, την ευημερία τους και τη διαφοροποίηση της μάρκας σε αντίθεση με τα καταλύματα χαμηλότερης κατηγορίας. Το πρώτο βήμα στην οργάνωση των αθλητικών δραστηριοτήτων περιλαμβάνει την ολοκληρωμένη ανάπτυξη του προφίλ των πελατών καθώς και η εποχική προσαρμογή του (Gehrels, 2025).

Ένα βασικό πρώτο βήμα για τη δημιουργία αθλητικών προγραμμάτων για ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων είναι η ανάλυση των προφίλ των πελατών. Οικογένειες, ζευγάρια, τουρίστες που ενδιαφέρονται για την ευεξία και ενεργοί ταξιδιώτες είναι μερικές από τις διαφορετικές ομάδες ανθρώπων που συχνάζουν σε πολυτελή ξενοδοχεία. Η προσαρμογή των υπηρεσιών αναψυχής απαιτεί κατανόηση της ηλικίας, του πολιτισμικού υπόβαθρου, των κινήτρων ταξιδιού, των φυσικών ικανοτήτων και των προτιμήσεων στον τρόπο ζωής των επισκεπτών. Όλο και περισσότεροι επισκέπτες πολυτελών ξενοδοχείων αναζητούν δραστηριότητες που συνδυάζουν τη σωματική άσκηση με τον ελεύθερο χρόνο και την αποκλειστικότητα, καθώς και εξατομικευμένες επιλογές και ευέλικτη συμμετοχή. Τα αθλητικά προγράμματα πρέπει επομένως να προσφέρουν μια σειρά από μορφές και εντάσεις, από ήπιες συνεδρίες ευεξίας (π.χ. γιόγκα, υδρογυμναστική) έως αθλήματα με μεγαλύτερη ένταση (π.χ. τένις, βόλεϊ στην παραλία και padel) (Hailuddin et al., 2022).

Στην Κύπρο, ένα ξενοδοχείο πέντε αστέρων προσελκύει συνήθως ένα ποικίλο αλλά απαιτητικό πελατολόγιο, που περιλαμβάνει ενεργούς τουρίστες, ζευγάρια, οικογένειες και τουρίστες που ενδιαφέρονται για την ευεξία. Οι ενήλικες ταξιδιώτες αναψυχής και τα ζευγάρια αναζητούν συχνά δραστηριότητες χαμηλής έντασης, όπως γιόγκα, πιλάτες, διατάσεις και περιπάτους με ξεναγό, καθώς και χαλάρωση και ανακούφιση από το άγχος. Οι οικογένειες με παιδιά και έφηβους προτιμούν παιχνιδιάρικες, ασφαλείς και κοινωνικές δραστηριότητες, όπως παιχνίδια στην παραλία, θαλάσσιες δραστηριότητες και ελαφρούς αθλητικούς διαγωνισμούς. Ενώ οι ενεργοί τουρίστες αναζητούν δυναμικά αθλήματα, όπως τένις, padel, λειτουργική προπόνηση ή beachvolley, οι επισκέπτες που ενδιαφέρονται για την ευεξία δίνουν μεγαλύτερη προτεραιότητα στη φυσική κατάσταση, τη συνειδητότητα και τη γενική υγεία (Gehrels, 2025).

Η διεύθυνση του ξενοδοχείου μπορεί να δημιουργήσει προγράμματα χωρίς αποκλεισμούς, που προσφέρουν διαφορετικούς βαθμούς έντασης και συμμετοχής, λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις διάφορες κινήσεις. Αυτό εξασφαλίζει ότι όλοι οι επισκέπτες αισθάνονται ότι ικανοποιούνται οι ανάγκες τους, χωρίς να θυσιάζονται τα πρότυπα πολυτέλειας.

Το επόμενο βήμα είναι η δημιουργία ενός εβδομαδιαίου προγράμματος αθλητικών δραστηριοτήτων με βάση το προφίλ των πελατών. Ένα καλά σχεδιασμένο εβδομαδιαίο πρόγραμμα προσφέρει δομή χωρίς να θυσιάζει την ποικιλία ή την ατομικότητα. Η

επιστημονική βιβλιογραφία σχετικά με τον προγραμματισμό αναψυχής υπογραμμίζει πόσο σημαντικό είναι να διατηρείται το ενδιαφέρον των επισκεπτών, επιτυγχάνοντας ισορροπία μεταξύ καινοτομίας και συνέπειας. Το εβδομαδιαίο πρόγραμμα των ξενοδοχείων πέντε αστερών συνήθως περιλαμβάνει ελαφρύτερες απογευματινές συνεδρίες αναψυχής στη μέση της ημέρας και καθημερινές πρωινές δραστηριότητες ευεξίας που οι επισκέπτες μπορούν εύκολα να εντάξουν στις ρουτίνες αναψυχής τους. Η διατήρηση της εντύπωσης πολυτέλειας και της άριστης ποιότητας των υπηρεσιών απαιτεί ακριβή προγραμματισμό, εξειδικευμένη καθοδήγηση, κανονισμούς ασφαλείας και μικρές ομάδες.

Το επόμενο βήμα είναι η ανάπτυξη ενός δομημένου εβδομαδιαίου προγράμματος αθλητικών δραστηριοτήτων με βάση το προφίλ των πελατών. Ένα καλά μελετημένο πρόγραμμα επιτυγχάνει ισορροπία μεταξύ δομής και προσαρμοστικότητας, επιτρέποντας στους επισκέπτες να συμμετέχουν ελεύθερα, διατηρώντας παράλληλα τη συνέχεια. Η γιόγκα, πιλάτες, στρέτσινγκ και οι ελαφριές ασκήσεις είναι συνήθεις πρωινές συνεδρίες που δίνουν έμφαση στην ευεξία και την ήπια ενεργοποίηση, προσφέροντας ένα τονωτικό αλλά και χαλαρωτικό ξεκίνημα της ημέρας. Το aquagym, τα παιχνίδια στο νερό, το beachvolley και οι συνεδρίες τένις ή padel για αρχάριους είναι μερικές από τις μεσημεριανές δραστηριότητες που δίνουν προτεραιότητα στη διασκέδαση και την κοινωνική αλληλεπίδραση. Δραστηριότητες μέτριας έντασης, χωρίς να είναι υπερβολικές κουραστικές, μπορούν να βρεθούν το απόγευμα και νωρίς το βράδυ, όπως λειτουργική προπόνηση, ομαδικά μαθήματα γυμναστικής ή αθλητικά παιχνίδια για όλη την οικογένεια. Εβδομαδιαία highlights, όπως οικογενειακά αθλητικά απογεύματα, θεματικές ημέρες ευεξίας ή μίνι τουρνουά, μπορούν να συμπεριληφθούν για να αυξήσουν τη συμμετοχή και να δημιουργήσουν αξέχαστες εμπειρίες.

Σε μέρη όπως η Κύπρος, όπου ο καιρός έχει σημαντική επίδραση στα προγράμματα υπαίθριων αθλημάτων, η εποχική προσαρμογή είναι ιδιαίτερα κρίσιμη. Λόγω των μακρών καυτών καλοκαιριών και των ήπιων χειμώνων της Κύπρου, τα προγράμματα πρέπει να είναι ευέλικτα και να ανταποκρίνονται στις κλιματολογικές συνθήκες. Τα αθλήματα πρέπει να προγραμματίζονται για τις πιο δροσερές ώρες (νωρίς το πρωί ή αργά το απόγευμα) κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, με έμφαση σε δραστηριότητες που γίνονται στο νερό ή στη σκιά, όπως κολύμπι, θαλάσσια σπορ και υδρογυμναστική. Από την άλλη πλευρά, λόγω των

πιο ήπιων θερμοκρασιών κατά τη διάρκεια του χειμώνα και των ενδιάμεσων εποχών, είναι δυνατή η διοργάνωση περισσότερων υπαίθριων προγραμμάτων, όπως τένις, padel, κυκλώματα γυμναστικής, πεζοπορία και ψυχαγωγικά αθλήματα (Kandampullyetal., 2018).

Η προσαρμογή στις εποχιακές συνθήκες της Κύπρου αποτελεί ουσιαστικό στοιχείο της οργάνωσης του προγράμματος. Το μεσογειακό κλίμα του νησιού, με τα ζεστά καλοκαίρια και τους ήπιους χειμώνες, έχει μεγάλη επίδραση στις επιλογές και τον προγραμματισμό των δραστηριοτήτων. Οι αθλητικές εκδηλώσεις πρέπει να προγραμματίζονται για τις πιο δροσερές ώρες, όπως νωρίς το πρωί ή αργά το απόγευμα κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού (περίπου από Μάιο έως Σεπτέμβριο), προκειμένου να αποφεύγεται η θερμική εξάντληση. Αθλήματα όπως η υδρογυμναστική και τα παιχνίδια στην πισίνα είναι παραδείγματα δραστηριοτήτων στο νερό που έχουν κεντρικό ρόλο, ενώ τα συχνά διαλείμματα για ενυδάτωση και οι σκιερές περιοχές είναι ζωτικής σημασίας. Για να δοθεί προτεραιότητα στην ασφάλεια και την άνεση, τα επίπεδα έντασης πρέπει να ελέγχονται προσεκτικά. Από την άλλη πλευρά, ο ήπιος καιρός κατά τη διάρκεια του χειμώνα και των ενδιάμεσων εποχών (Οκτώβριος έως Απρίλιος) επιτρέπει μια ευρύτερη ποικιλία υπαίθριων δραστηριοτήτων καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας.

## **2.5 Ανθρώπινο Δυναμικό**

Δεδομένου ότι η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις ικανότητες, τον επαγγελματισμό και τις διαπροσωπικές δεξιότητες των εμπυχωτών και των εμπυχωτών αθλητικών δραστηριοτήτων, το ανθρώπινο δυναμικό είναι ουσιαστικής σημασίας για την επιτυχή υλοποίηση προγραμμάτων αθλητικής εμπύχωσης σε ξενοδοχεία 5 αστερών (Deliverska&Ivanov, 2016).

Οι εμπυχωτές δεν είναι απλώς υπεύθυνοι για τη διοργάνωση δραστηριοτήτων σε πολυτελείς ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις, αλλά και διαμεσολαβητές εμπειριών που βελτιώνουν άμεσα την ικανοποίηση των επισκεπτών, την ευημερία τους και την αντίληψη που έχουν για το εμπορικό σήμα (Rokicka-Hebel, 2016).

Μεταξύ άλλων, οι εμπυχωτές αθλητικών δραστηριοτήτων πρέπει να διαθέτουν τεχνικές, παιδαγωγικές και κοινωνικές δεξιότητες. Από τεχνική άποψη, πρέπει να έχουν προσόντα στις αθλητικές επιστήμες, τη φυσική αγωγή, την εκγύμναση ή τα ψυχαγωγικά αθλήματα,

προκειμένου να παρέχουν δραστηριότητες με ασφαλή και αποτελεσματικό τρόπο(Serraetal., 2021).

Ταυτόχρονα, είναι ζωτικής σημασίας να έχουν γνώσεις σχετικά με την πρόληψη τραυματισμών, την προσαρμογή των ασκήσεων και τις βασικές πρώτες βοήθειες, ειδικά όταν εργάζονται με διαφορετικές ομάδες επισκεπτών διαφορετικών ηλικιών και επιπέδων φυσικής κατάστασης. Η επαγγελματική ικανότητα και η αντιληπτή αξιοπιστία του εκπαιδευτή έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη συμμετοχή και την ικανοποίηση των επισκεπτών, σύμφωνα με έρευνα στον τομέα της ψυχαγωγίας και της διαχείρισης της φιλοξενίας (Deliverska&Ivanov, 2016).

Οι κοινωνικές δεξιότητες και η συναισθηματική νοημοσύνη είναι εξίσου σημαντικές. Οι αθλητικοί εμπυχωτές πρέπει να διαθέτουν εξαιρετικές επικοινωνιακές δεξιότητες, πολιτισμική ευαισθησία, ζήλο και την ικανότητα να εμπνέουν τους επισκέπτες χωρίς να τους πιέζουν.

Οι εμπυχωτές πρέπει να προσαρμόζουν τις δραστηριότητες στις ατομικές προτιμήσεις, διατηρώντας παράλληλα ένα χαλαρό και φιλόξενο περιβάλλον σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων, όπου η εξατομίκευση και η εξαιρετική εξυπηρέτηση αποτελούν θεμελιώδεις αξίες(Rokicka-Hebel, 2016).

Σχετικά με τη διαχείριση της εμπειρίας των πελατών, ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει την αντιληπτή αξία της εξυπηρέτησης είναι η ποιότητα των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των υπαλλήλων και των επισκεπτών. Η αποτελεσματική πρόσληψη, η συνεχής εκπαίδευση και οι αξιολογήσεις απόδοσης είναι ζωτικής σημασίας από την άποψη της διαχείρισης των ανθρώπινων πόρων (Serraetal., 2021).

Τέλος, οι ενημερώσεις σχετικά με τη διαπολιτισμική επικοινωνία, τις διαδικασίες ασφάλειας, τις πρακτικές ευεξίας και τις τάσεις στον τομέα της φυσικής κατάστασης πρέπει να περιλαμβάνονται στα προγράμματα συνεχούς εκπαίδευσης ενώ η συνεργασία και ο συντονισμός με άλλα τμήματα του ξενοδοχείου (π.χ. τμήμα τροφίμων και ποτών, ρεσεψιόν, σπα και ενοποίηση προγραμμάτων) βελτιώνουν τη συνοχή των υπηρεσιών.

Για την επιτυχή υλοποίηση προγραμμάτων αθλητικής ψυχαγωγίας σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων, είναι απαραίτητη η αποτελεσματική εκπαίδευση του προσωπικού και η ομαδική

εργασία. Η συνεχής επαγγελματική ανάπτυξη εγγυάται ότι οι ψυχαγωγοί και οι αθλητικοί ψυχαγωγοί διατηρούν υψηλά πρότυπα ασφάλειας, ποιότητας υπηρεσιών και αφοσίωσης των επισκεπτών, καθώς οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας είναι εμπειρικές και επικεντρωμένες στον άνθρωπο(Rokicka-Hebel, 2016).

Τα προγράμματα εκπαίδευσης πρέπει να ενσωματώνουν οργανωτικές, διαπροσωπικές και τεχνικές δεξιότητες, ώστε να ανταποκρίνονται στις πολύπλοκες ανάγκες του κλάδου της πολυτελούς φιλοξενίας. Από την άποψη της εκπαίδευσης, οι εμψυχωτές αθλητικών δραστηριοτήτων χρειάζονται συνεχή εκπαίδευση σε θέματα διαχείρισης κινδύνων, πρόληψης τραυματισμών, καθοδήγησης ασκήσεων και πρώτων βοηθειών, ειδικά όταν έχουν να κάνουν με διαφορετικούς τύπους επισκεπτών(Deliverska&Ivanov, 2016).

Επιπλέον, δεδομένου ότι οι εμψυχωτές έρχονται σε άμεση επαφή με ξένους επισκέπτες και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την αντίληψη για την ποιότητα των υπηρεσιών, η εκπαίδευση σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών, επικοινωνιακών δεξιοτήτων και πολιτισμικής ευαισθητοποίησης είναι ζωτικής σημασίας. Τα καλά εκπαιδευμένο προσωπικό είναι πιο σίγουρο, ευέλικτο και επιτυχημένο στην παροχή εξατομικευμένων εμπειριών, κάτι που έχει άμεσο αντίκτυπο στην ικανοποίηση των επισκεπτών.

Τέλος, η ομαδική εργασία των περιβαλλόντων αθλητικών δραστηριοτήτων είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι εμψυχωτές, οι γυμναστές, οι ναυαγοσώστες και άλλα τμήματα του ξενοδοχείου, όπως το σπα, η ρεσεψιόν και οι υπηρεσίες εστίασης, σπάνια εργάζονται μόνοι τους για την υλοποίηση των προγραμμάτων ψυχαγωγίας. Αντίθετα, βασίζονται σε μια συντονισμένη ομαδική προσπάθεια(Deliverska&Ivanov, 2016).

Ο ομαλός προγραμματισμός, η συνεπής παροχή υπηρεσιών και η γρήγορη αντίδραση σε απρόβλεπτες καταστάσεις ή ανάγκες των επισκεπτών είναι όλα δυνατά χάρη στην ισχυρή ομαδική εργασία. Έρευνες σχετικά με τη διαχείριση των υπηρεσιών υπογραμμίζουν τον τρόπο με τον οποίο η εσωτερική επικοινωνία και η ομαδική εργασία βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα των λειτουργιών και προάγουν μια συνεκτική κουλτούρα εξυπηρέτησης.

Επιπλέον, η συνεργασία ενθαρρύνει τα μέλη του προσωπικού να μοιράζονται τις γνώσεις τους και να μαθαίνουν το ένα από το άλλο, γεγονός που προάγει τη δημιουργικότητα και

τη συνεχή ανάπτυξη στον προγραμματισμό δραστηριοτήτων. Η συνοχή και η παρακίνηση ενισχύονται από συχνές συναντήσεις της ομάδας, συνεργατικές συνεδρίες σχεδιασμού και συστήματα ανατροφοδότησης. Συμπερασματικά, η βάση των κορυφαίων προγραμμάτων αθλητικής ψυχαγωγίας είναι η μεθοδική εκπαίδευση του προσωπικού και η παραγωγική ομαδική εργασία, που εγγυώνται επαγγελματισμό, ασφάλεια και μια άψογη εμπειρία για τους επισκέπτες σε περιβάλλοντα φιλοξενίας πέντε αστέρων (Rokicka-Hebel, 2016).

## **2.6 Υποδομές και Εξοπλισμός**

Η αθλητική ψυχαγωγία δεν είναι απλώς ένα επιπλέον στοιχείο στα ξενοδοχεία πέντε αστέρων, αλλά αποτελεί θεμελιώδες συστατικό της εμπειρίας. Για τον λόγο αυτό, ο εξοπλισμός και η υποδομή αποτελούν στρατηγικά πλεονεκτήματα που επηρεάζουν τα ποσοστά συμμετοχής, την ικανοποίηση των επισκεπτών, τα αποτελέσματα ασφάλειας και τη φήμη της μάρκας (Borodai et al., 2020).

Οι υδάτινες εγκαταστάσεις, οι χώροι γυμναστικής και ευεξίας, τα γήπεδα για αθλήματα με ρακέτες και οι πολυχρηστικοί εξωτερικοί χώροι περιλαμβάνονται συνήθως σε μια προσφορά αθλητικής ψυχαγωγίας υψηλού επιπέδου. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά υποστηρίζονται από ισχυρά συστήματα ασφάλειας, υγιεινής και συντήρησης. Οι διεθνείς κατευθυντήριες γραμμές τονίζουν ότι οι επιχειρήσεις, ειδικά σε περιβάλλοντα υψηλού κινδύνου όπως πισίνες και σπα, έχουν την υποχρέωση να διαχειρίζονται τους κινδύνους για την υγεία και την ασφάλεια τόσο των χρηστών όσο και των εργαζομένων (Borodai et al., 2020).

Ο χώρος ενός ξενοδοχείου 5\* που περιλαμβάνει δραστηριότητες sports animator περιλαμβάνει τα εξής :

(α) πισίνες (κύρια πισίνα, πισίνα για ενήλικες, παιδική πισίνα) συχνά με παρακείμενο σκιασμένο χώρο για μαθήματα υδρογυμναστικής

(β) γυμναστήριο κατάλληλο για ομαδικές συνεδρίες υπό επίβλεψη (λειτουργική προπόνηση, παραλλαγές HIIT προσαρμοσμένες σε διαφορετικά επίπεδα ικανότητας) με ξεχωριστές ζώνες για καρδιοαναπνευστική άσκηση, ενδυνάμωση και διατάσεις

(γ) στούντιο ευεξίας (γιόγκα/Πιλάτες) σχεδιασμένα για ήσυχη ακουστική και ευέλικτη διαρρύθμιση

(δ) γήπεδα τένις και/ή padel με κατάλληλο φωτισμό για βραδινές προγραμματισμένες δραστηριότητες

(ε) παραλία ή υπαίθριες αθλητικές ζώνες για βόλεϊ, μικρά παιχνίδια και τουρνουά ξενοδοχείων.

Από λειτουργική άποψη, η υποδομή πρέπει να διευκολύνει τη ροή και την ορατότητα: οι επισκέπτες πρέπει να μπορούν να εντοπίζουν εύκολα τις εκδηλώσεις και οι υπάλληλοι να μπορούν να επιβλέπουν με ασφάλεια. Οι οδηγίες για τη δημόσια υγεία και ασφάλεια σε πισίνες και παρόμοια περιβάλλοντα συχνά τονίζουν τη σημασία του αριθμού των λουόμενων, των σημείων εισόδου/εξόδου, των μεταβάσεων βάθους, της σήμανσης και των θέσεων εποπτείας σε υδάτινα περιβάλλοντα. Αυτοί οι παράγοντες πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στο σχεδιασμό των εγκαταστάσεων και στον επιχειρησιακό σχεδιασμό.

Επειδή οι αθλητικές δραστηριότητες απευθύνονται συχνά σε ένα ευρύ φάσμα πελατών (οικογένειες, ηλικιωμένοι, αρχάριοι) των οποίων η αντοχή στον κίνδυνο και η φυσική ικανότητα ποικίλλουν σημαντικά, τα ξενοδοχεία πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι ανοιχτοί χώροι (γήπεδα στην παραλία, γκαζόν) έχουν καθορισμένα όρια, σταθερές επιφάνειες και πρόσβαση σε σκιά και ενυδάτωση.

Επειδή οι δραστηριότητες συγκεντρώνουν κόσμο, αυξάνουν τον κίνδυνο πτώσεων και τραυματισμών και ενέχουν μικροβιακούς και χημικούς κινδύνους, ειδικά στις πισίνες, η ασφάλεια και η υγιεινή είναι θεμελιώδεις για τις αθλητικές δραστηριότητες. Οι κατευθυντήριες γραμμές προτείνουν συστηματικό έλεγχο και παρακολούθηση αντί για ad hoc αντιδράσεις. Αυτό μεταφράζεται σε τυποποιημένες διαδικασίες λειτουργίας για τα ξενοδοχεία, οι οποίες περιλαμβάνουν χρονοδιαγράμματα για την επεξεργασία και τον έλεγχο του νερού, την αναφορά περιστατικών, την ετοιμότητα για την αντιμετώπιση έκτακτων περιστατικών και σαφείς οδηγίες για τους χρήστες (π.χ. συμμόρφωση με τις ενδείξεις βάθους, απαγόρευση τρεξίματος).

Η υγιεινή είναι ιδιαίτερα σημαντική για το χώρο του ξενοδοχείου ιδιαίτερα στα ξενοδοχεία 5\*. Η υγιεινή περιλαμβάνει την αλληλοεπίδραση με τους επισκέπτες (σταθμοί

απολύμανσης, πολιτικές για πετσέτες), τον αερισμό σε εσωτερικούς χώρους γυμναστικής και τα προγράμματα καθαρισμού για κοινόχρηστο εξοπλισμό (στρώματα, αλτήρες, κουπιά/ρακέτες). Αν και υπάρχουν πολλά διεθνή πρότυπα, η πρόληψη —δηλαδή η ελαχιστοποίηση των οδών μόλυνσης και η εγγύηση τακτικής παρακολούθησης— είναι ένα επαναλαμβανόμενο θέμα. Η αποτελεσματική διαχείριση σύμφωνα με τα υλικά του ΠΟΥ για τα νερά αναψυχής επικεντρώνεται στον εντοπισμό των κινδύνων και στον έλεγχο τους μέσω του σχεδιασμού και της λειτουργίας(Chuetal., 2014).

Μεταξύ άλλων, τα αθλητικά ψυχαγωγικά προγράμματα βασίζονται στην αξιοπιστία και την ασφάλεια του εξοπλισμού τους. Προβλήματα όπως χαλαρά καλώδια γυμναστηρίου, σπασμένα σκαλοπάτια πισίνας, φθαρμένες επιφάνειες γηπέδων ή ασταθείς φορητές εστίες είναι σοβαρά προβλήματα που μπορούν να οδηγήσουν σε ατυχήματα και να οδηγήσουν σε βλάβες. Βάση των οδηγιών για ασφάλεια στην εργασία, η συντήρηση ανά τακτά χρονικά διαστήματα είναι απαραίτητη και απαιτεί προσεκτική πραγματοποίηση με την χρήση κατάλληλων εργαλείων κι εξοπλισμού, ασφαλή χώρο εργασίας, προσεκτικό σχεδιασμό και ολοκληρωμένες τελικές επιθεωρήσεις. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τα ξενοδοχεία, καθώς η συντήρηση πραγματοποιείται συχνά ενώ οι επισκέπτες βρίσκονται εκεί, οπότε είναι σημαντικά τα πρωτόκολλα προγραμματισμού και απομόνωσης(Chuetal., 2014).

Η συντήρηση συχνά ενσωματώνεται σε πιο ολοκληρωμένα συστήματα διαχείρισης σε ξενοδοχεία που την θεωρούν στρατηγική λειτουργία. Αν και δεν είναι ένα πρότυπο ειδικά για πισίνες, το ISO 21401 (για τη διαχείριση της αειφορίας σε καταλύματα) προσφέρει μια δομημένη προσέγγιση για τη διαχείριση των λειτουργικών επιπτώσεων και ευθυνών σε ξενοδοχεία, υποστηρίζοντας μια πιο συστηματική διακυβέρνηση των διαδικασιών και τη συνεχή βελτίωση. Επιπλέον, οι καλές πρακτικές για τους διαχειριστές και τους χειριστές τονίζονται στις κατευθυντήριες γραμμές του κλάδου για τις υδάτινες εγκαταστάσεις, κάτι που είναι χρήσιμο για τα ξενοδοχεία που επιθυμούν να κάνουν πιο επαγγελματική τη λειτουργία των πισίνων τους ως μέρος μιας *premium* αθλητικής προσφοράς (Murmuraetal., 2023).

## **2.7 Αθλητικό Animation στην Κύπρο**

### **2.7.1 Τουριστικό Προφίλ της Κύπρου**

Με έντονο παράκτιο χαρακτήρα, ευχάριστο κλίμα και ποικίλες υποδομές φιλοξενίας, η Κύπρος είναι ένας γνωστός ταξιδιωτικός προορισμός στη Μεσόγειο. Τις τελευταίες δεκαετίες, η χώρα έχει σταδιακά απομακρυνθεί από το μοντέλο που βασιζόταν κυρίως στον ήλιο και τη θάλασσα και έχει στραφεί προς πιο ενεργές μορφές τουρισμού που εστιάζουν στην ευεξία και τις εμπειρίες. Τα αθλητικά προγράμματα ψυχαγωγίας ή τα οργανωμένα προγράμματα αθλητικών και σωματικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία και θέρετρα έχουν αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία σε αυτό το μεταβαλλόμενο πλαίσιο, ως μέσο βελτίωσης της εμπειρίας των επισκεπτών, επέκτασης της τουριστικής περιόδου και εστίασης σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς (Farmaki, 2012).

Τα ταξίδια αναψυχής και διακοπών κυριαρχούν ιστορικά στον τουριστικό κλάδο της Κύπρου, ειδικά σε παράκτιες περιοχές όπως η Αγία Νάπα, ο Πρωταράς, η Λεμεσός και η Πάφος. Ωστόσο, η διαφοροποίηση —που περιλαμβάνει ταξίδια ευεξίας, αθλητισμού, πολιτισμού και οικογενειακά ταξίδια— αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία στη σημερινή τουριστική πολιτική και στη ζήτηση της αγοράς.

Δεδομένου ότι η αθλητική ψυχαγωγία προωθεί ταυτόχρονα διάφορες μορφές τουρισμού, ταιριάζει καλά με αυτή τη στρατηγική διαφοροποίησης. Με την παροχή οργανωμένων δραστηριοτήτων όπως aquagym, beachvolley, μαθήματα γυμναστικής, γιόγκα, τένις και padel, η αθλητική ψυχαγωγία βελτιώνει το κύριο προϊόν αναψυχής σε θέρετρα και ξενοδοχεία all-inclusive. Η αθλητική ψυχαγωγία προάγει τη σωματική και ψυχική ευεξία για τον τουρισμό ευεξίας, σύμφωνα με τις παγκόσμιες τάσεις που συνδυάζουν την αναψυχή με τον υγιεινό τρόπο ζωής (Achilleosetal., 2021).

Η Κύπρος έχει επίσης αυξανόμενο δυναμικό για αθλητικό τουρισμό, όπως προπονητικά κέντρα, ερασιτεχνικούς διαγωνισμούς και ενεργές διακοπές, όπου η αθλητική ψυχαγωγία χρησιμεύει ως πύλη συμμετοχής για λιγότερο εξειδικευμένους επισκέπτες, καθώς και ως συμπληρωματική υπηρεσία. Τέτοιες υπηρεσίες που βασίζονται σε δραστηριότητες ενισχύουν την εμπλοκή, την ικανοποίηση και την αντιληπτή αξία των προορισμών, σύμφωνα με έρευνες στον τομέα του αθλητισμού και του τουρισμού (Achilleosetal., 2021).

Η εποχικότητα του κυπριακού τουρισμού είναι ένα από τα πιο χαρακτηριστικά του γνωρίσματα. Λόγω της ζήτησης για παραθαλάσσιες διακοπές, ο τουρισμός κορυφώνεται το καλοκαίρι (Μάιος-Σεπτέμβριος), ενώ η πληρότητα των ξενοδοχείων είναι συνήθως χαμηλότερη το χειμώνα (Farmaki, 2012).

Ο κλάδος της φιλοξενίας αντιμετωπίζει λειτουργικές και οικονομικές δυσκολίες ως αποτέλεσμα αυτής της εποχικότητας με την εποχικότητα να μπορεί να μετριαστεί στρατηγικά με την πραγματοποίηση αθλητικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα κατά την χειμερινή περίοδο. Με ζεστά καλοκαίρια και γενικά ήπιους χειμώνες, η Κύπρος απολαμβάνει ένα ήπιο μεσογειακό κλίμα που καθιστά δυνατή τη συμμετοχή σε υπαίθριες σωματικές δραστηριότητες για το μεγαλύτερο μέρος του έτους. Ο προγραμματισμός υδάτινων δραστηριοτήτων νωρίς το πρωί και αργά το απόγευμα και η χρήση σκιερών περιοχών είναι τρόποι με τους οποίους τα αθλητικά προγράμματα προσαρμόζονται στις υψηλές θερμοκρασίες του καλοκαιριού. Από την άλλη πλευρά, τα προγράμματα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, όπως τένις, padel, ποδηλασία και πεζοπορία, ταιριάζουν καλύτερα στο φθινόπωρο, το χειμώνα και την άνοιξη. Με αυτό τον τρόπο, η αθλητική ψυχαγωγία παρέχει προγράμματα δραστηριοτήτων τα οποία είναι κατάλληλα για το κλίμα, προωθώντας τον τουρισμό σε όλη τη διάρκεια του χρόνου (Achilleos et al., 2021).

Οι διεθνείς αγορές-στόχοι της Κύπρου —ιδίως η Ευρώπη, η Ρωσία και η Μέση Ανατολή— έχουν σημαντική επίδραση στο τουριστικό προφίλ της χώρας με αυτές τις αγορές να χαρακτηρίζονται από διαφορετικές προσδοκίες και χαρακτηριστικά.

Η πλειονότητα των αφίξεων προέρχεται από ευρωπαϊκές αγορές, ιδίως από το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, τη Σκανδιναβία και την Κεντρική Ευρώπη. Οι ευρωπαϊκοί ταξιδιώτες που αναζητούν πιο ενεργές διακοπές με έμφαση στην ευεξία εκτιμούν τις υπαίθριες δραστηριότητες γυμναστικής και τα οργανωμένα προγράμματα αναψυχής. Αυτές οι προτιμήσεις ταιριάζουν απόλυτα με τις αθλητικές δραστηριότητες, ιδίως όταν τα προγράμματα δίνουν προτεραιότητα στην κοινωνική αλληλεπίδραση, τα οφέλη για την υγεία και τη συμμετοχή έναντι του ανταγωνισμού. Με τις μακροχρόνιες διαμονές και την προτίμηση για καταλύματα τύπου θέρετρου, η ρωσική αγορά έχει ιστορικά μεγάλη σημασία για την Κύπρο (Farmaki, 2016).

Οι Ρώσοι επισκέπτες εκτιμούν ιδιαίτερα τις ολοκληρωμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες, το φιλικό προς τις οικογένειες περιβάλλον και το προγραμματισμένο ψυχαγωγικό πρόγραμμα. Αυτές οι προσδοκίες υποστηρίζονται από αθλητικές δραστηριότητες, ειδικά ομαδικές δραστηριότητες, υδρογυμναστική και ψυχαγωγικά τουρνουά, τα οποία προσφέρουν οργανωμένες αλλά διασκεδαστικές ευκαιρίες συμμετοχής (Ioannides, 2014).

Οι τουρίστες της Μέσης Ανατολής συνήθως ταξιδεύουν με οικογένειες και δίνουν μεγάλη σημασία στην ιδιωτικότητα, την άνεση και την άριστη εξυπηρέτηση. Η αθλητική ψυχαγωγία σε αυτό το περιβάλλον πρέπει να προσαρμόζεται προσεκτικά στα πολιτισμικά πρότυπα, παρέχοντας οικογενειακές ή ατομικές δραστηριότητες ευεξίας με ευαίσθητο ως προς το φύλο πρόγραμμα, όταν είναι απαραίτητο, και προαιρετική συμμετοχή.

Συνολικά, το τουριστικό προφίλ της Κύπρου υποστηρίζει ολοένα και περισσότερο την ενσωμάτωση στρατηγικών στοιχείων φιλοξενίας και μέσω της διαχείρισης ποικίλων τύπων τουρισμού μειώνονται οι επιπτώσεις της εποχικότητας και προσαρμογή στις προσδοκίες των διεθνών αγορών ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα του προορισμού.

## **2.8 Ιδιαιτερότητες των Κυπριακών Ξενοδοχείων 5\***

Μια πολύ ιδιαίτερη λειτουργική πραγματικότητα με βάση τον ήλιο και τη θάλασσα - μια μακρά, ξηρή και ηλιόλουστη καλοκαιρινή περίοδος, ήπιοι χειμώνες και ένα παράκτιο τουριστικό προϊόν που εκτίθεται τόσο στο κλίμα όσο και στην εμπειρία - διαμορφώνει την σκηνή 5\* της Κύπρου. Ιδιαίτερα για τα παραθαλάσσια θέρετρα που επιλέγουν μεταξύ AllInclusive ψηλού όγκου και μιας πιο προσεκτικά επιλεγμένης εμπειρίας πολυτελείας, αυτές οι συνθήκες δημιουργούν μοναδικές επιλογές σχεδιασμού, ρυθμούς υπηρεσιών και επιχειρηματικά μοντέλα (Lazoglouetal., 2024).

Με μακρά, ζεστά και ξηρά καλοκαίρια και ήπιους χειμώνες, η Κύπρος έχει ένα τυπικό ανατολικό μεσογειακό κλίμα. Η Κύπρος είναι ένα από τα πιο ηλιόλουστα μέρη της Ευρώπης, με μέσες θερμοκρασίες το καλοκαίρι που ξεπερνούν τακτικά τους 30 °C και ετήσια διάρκεια ηλιοφάνειας που υπερβαίνει τις 3200 ώρες. Οι βροχοπτώσεις είναι σπάνιες και πολύ εποχιακές, με το μεγαλύτερο μέρος τους να παρατηρείται από τον Νοέμβριο έως τον Μάρτιο (Lazoglouetal., 2024).

Το κλίμα της Κύπρου είναι μεσογειακό με σύντομες μεταβατικές περιόδους και μια μακρά περίοδο ξηρασίας (περίπου από τα μέσα Μαΐου έως τα μέσα Οκτωβρίου) με το μεγαλύτερο μέρος των βροχοπτώσεων να πέφτει τον χειμώνα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μια σημαντική εποχικότητα στη ζήτηση προσωπικού και στη διαχείριση εσόδων για τα πεντάστερα καταλύματα (Lazoglou et al., 2024).

Εκτός από τη διαχείριση της θερμικής καταπόνησης, της εξωτερικής άνεσης και των φορτίων υποδομών (κλιματισμός, διαμόρφωση τοπίου, πισίνες) κατά τη διάρκεια παρατεταμένων υψηλών θερμοκρασιών, η κορύφωση αναφέρεται επίσης στην πληρότητα. Οι παράκτιες περιοχές είναι ευάλωτες σε κλιματικούς κινδύνους σύμφωνα με έρευνα για την ανθεκτικότητα του τουρισμού-κλιματικού φαινομένου στην Κύπρο και οι τουρίστες έχουν ποσοτικοποιήσιμες προτιμήσεις για στρατηγικές προσαρμογής (π.χ. τεχνικές σκίασης, αξιολόγηση κινδύνου και ετοιμότητα υποδομών) (León et al., 2021).

Ο σχεδιασμός των συγκεκριμένων ξενοδοχείων επηρεάζεται έντονα από τις κλιματολογικές συνθήκες. Σε αντίθεση με τις περιοχές της ενδοχώρας, οι παράκτιες αύρες μπορούν να βελτιώσουν τη θερμική άνεση, ωστόσο τα θέρετρα πρέπει να επενδύσουν σε φυτικά υλικά ψύξης, αντηλιακά υλικά και έξυπνα συστήματα κτιρίων για να διατηρήσουν μια ατμόσφαιρα υψηλών προδιαγραφών κατά τη διάρκεια της ακραίας ζέστης (Lee & Shin, 2024).

Η κλιματική αλλαγή δημιουργεί επίσης έναν μακροπρόθεσμο περιορισμό στον σχεδιασμό: οι κυπριακές παραλίες είναι πιο ευάλωτες στη διάβρωση που προκαλείται από καταιγίδες και κινδύνους που σχετίζονται με την άνοδο της στάθμης της θάλασσας, γεγονός που απαιτεί παρακολούθηση και διαχείριση σε επίπεδο νησιού. Η ποιότητα των παραλιών και η σταθερότητα της ακτογραμμής γίνονται στρατηγικές προτεραιότητες και όχι απλώς περιβαλλοντικά ζητήματα για τα παραθαλάσσια ακίνητα 5 αστέρων, όπου το δωμάτιο και η θέα και η πρόσβαση στην παραλία αποτελούν βασική αξία (Chalermachai et al., 2023).

Τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία στην Κύπρο είναι ολοκληρωμένα παράκτια συστήματα και όχι απλά ξενοδοχεία κοντά στη θάλασσα. Το κολύμπι, το μαύρισμα, τα θαλάσσια σπορ, η οικογενειακή διασκέδαση και τα γεύματα σε εξωτερικούς χώρους περιλαμβάνονται όλα στο παραδοσιακό προϊόν των θέρετρων και η πλειονότητα αυτών των δραστηριοτήτων εξαρτάται από τις καιρικές συνθήκες (Bui et al., 2025).

Η χρηστικότητα και η ποιότητα της παραλίας επηρεάζουν την αντιληπτή αξία, τη διάρκεια της διαμονής και την ικανοποίηση των επισκεπτών. Τα ξενοδοχεία πρέπει να αντισταθμίζουν τις στενές παραλίες ή τις διαταραχές των εγκαταστάσεων λόγω καταιγίδων με βελτιωμένες εμπειρίες στην πισίνα, προστατευμένες περιοχές κολύμβησης, αναβαθμισμένες προσφορές ευεξίας/σπα ή προσεκτικά σχεδιασμένες εκδρομές, απομακρύνοντας την εμπειρία των επισκεπτών από ένα μόνο σημείο ευπάθειας (την ακτογραμμή). Η πρακτική συνέπεια είναι ότι τα κορυφαία παραθαλάσσια θέρετρα 5 αστέρων δημιουργούν πλεονασμό στην απόλαυση μέσω μιας ποικιλίας κέντρων βαρύτητας (παραλία + πισίνες + κήποι + ευεξία + γαστρονομία + εμπειρίες), έτσι ώστε μια μέρα με υπερβολική ζέστη ή κυματώδη κύματα να μην επηρεάζει αρνητικά την αντιληπτή ποιότητα των διακοπών (Lee et al., 2025).

Μια άλλη ιδιαιτερότητα της Κύπρου που σχετίζεται άμεσα με τις λειτουργίες των ξενοδοχείων 5 αστέρων είναι το νερό. Η έλλειψη νερού γίνεται όλο και μεγαλύτερο πρόβλημα στη Μεσόγειο, επηρεάζοντας τα πάντα, από το πλύσιμο των ρούχων και τις πισίνες μέχρι τον εξωραϊσμό και τις προσδοκίες των επισκεπτών για αφθονία. Η ασφάλεια του νερού γίνεται όλο και πιο σημαντική στην τουριστική πολιτική και στον σχεδιασμό των ξενοδοχειακών υποδομών, όπως αποδεικνύεται από την ανοιχτή συζήτηση στην Κύπρο για την έγκριση της αφαλάτωσης σε επίπεδο ξενοδοχείων, προκειμένου να μειωθούν οι ελλείψεις το καλοκαίρι. Για τον λόγο αυτό, η αόρατη ανθεκτικότητα είναι σημαντική στις πολυτελείς ιδιοκτησίες, διότι παρόλο που οι επισκέπτες μπορεί να μην είναι σε θέση να δουν τα συστήματα, μπορούν να αισθανθούν τα οφέλη (σταθερή πίεση νερού, πεντακάθαρα σεντόνια, λειτουργικές πισίνες, καταπράσινοι κήποι) (Bui et al., 2025).

Δεδομένου αυτού του παράκτιου και κλιματικού πλαισίου, η διαφορά μεταξύ All Inclusive και luxury είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Η ευκολία, οι προβλέψιμες δαπάνες και η υψηλή χρήση των τροφίμων, ποτών και δραστηριοτήτων του ξενοδοχείου συνήθως επισημαίνονται από τα μοντέλα τεχνητής νοημοσύνης. Η ικανοποίηση από το προορισμό της αφοσίωσης και ικανοποίησης από τα all-inclusive θέρετρα, αποκαλύπτει ισχυρή ικανοποίηση όταν το προϊόν υφίστανται καλή διαχείριση και η παροχή υπηρεσιών είναι αξιόπιστη. Επιπλέον, πιο πρόσφατα θεωρείται η ποιότητα των υπηρεσιών all-inclusive ως πιο πολυδιάστατη και

ποσοτικοποιήσιμη, γεγονός που αντικατοπτρίζει πόσο προηγμένη και ανταγωνιστική έχει γίνει η αγορά(Chalermachaikitetal., 2023).

Η υψηλή αναλογία προσωπικού προς επισκέπτες, η τοπική κουζίνα, τα προσεκτικά επιλεγμένα προγράμματα κρασιών, οι τελετουργίες ευεξίας και η πολιτιστική αφήγηση είναι όλα κοινά χαρακτηριστικά των πολυτελών ξενοδοχείων της Κύπρου (Mitsis, 2022). Αντί για μεγάλες οικογένειες, αυτά τα καταλύματα προσελκύουν συνήθως ζευγάρια, εύπορους τουρίστες και επισκέπτες που αναζητούν νέες εμπειρίες.

Η ποιότητα των ανθρώπινων αλληλεπιδράσεων και η ικανότητα των ξενοδοχείων να δημιουργούν εξατομικευμένες εμπειρίες μαζί με τους επισκέπτες έχουν σημαντική επίδραση στις αντιλήψεις των επισκεπτών, σύμφωνα με έρευνα σχετικά με τις εμπειρίες σε πολυτελή ξενοδοχεία. Αυτό το μοντέλο πολυτέλειας συνδέεται στενά με τις παράκτιες και κλιματολογικές συνθήκες. Ο έλεγχος της θερμοκρασίας, η απομόνωση, η ηρεμία και η αισθητηριακή άνεση γίνονται κρίσιμα στοιχεία της αντιληπτής πολυτέλειας. Στο ζεστό καλοκαιρινό κλίμα της Κύπρου, η εμπειρία πολυτέλειας ενισχύεται σημαντικά από τις σκιερές εξωτερικές τραπεζαρίες, τους χώρους μόνο για ενήλικες, τα ήσυχα spa και τα προσεκτικά δημιουργημένα μικροκλίματα.

Ο συνδυασμός της εξάρτησης από την ακτογραμμή, της έντασης του μεσογειακού κλίματος και των στρατηγικών αποφάσεων σχετικά με το μοντέλο παροχής υπηρεσιών δημιουργεί τα μοναδικά χαρακτηριστικά των ξενοδοχείων πέντε αστέρων στην Κύπρο. Οι εκτεταμένες περιόδους αιχμής, οι υψηλές απαιτήσεις σε πόρους και η ανάγκη για σχεδιασμό ανθεκτικό στις κλιματικές συνθήκες υπαγορεύονται από τις κλιματολογικές συνθήκες. Ως ολοκληρωμένα παράκτια συστήματα, τα παραλιακά ξενοδοχεία επηρεάζονται άμεσα από την περιβαλλοντική σταθερότητα, τόσο όσον αφορά την ικανοποίηση των επισκεπτών όσο και την παροχή υπηρεσιών. Τέλος, η ανταγωνιστική θέση των κυπριακών ξενοδοχείων πέντε αστέρων καθορίζεται από τη στρατηγική ισορροπία μεταξύ της αποτελεσματικότητας των πακέτων «all-inclusive» και της διαφοροποίησης της πολυτελούς εμπειρίας(Chalermachaikitetal., 2023).

## 2.9 Παραδείγματα Ξενοδοχείων (Case Studies)

Στην Κύπρο εντοπίζονται αρκετά ξενοδοχεία 5\* τα οποία προσφέρουν υπηρεσίες αθλητικών animation και παρουσιάζονται παρακάτω.

### ➤ Four Seasons Limassol

Μέσα από τις αθλητικές και ψυχαγωγικές εγκαταστάσεις του, που περιλαμβάνουν ένα υπερσύγχρονο γυμναστήριο (με εξοπλισμό Technogym), πισίνες και στοιχεία ευεξίας-θερμικής αγωγής, το FourSeasonsLimassol προσφέρει ένα οργανωμένο πακέτο ενεργών διακοπών με ειδικά σχεδιασμένα προγράμματα προπόνησης που παρέχονται από πιστοποιημένους προπονητές. Επιπλέον, το ξενοδοχείο προσφέρει δωρεάν φωτιζόμενα γήπεδα τένις και padel για τους επισκέπτες που κάνουν ραντεβού (<https://www.fourseasons.com.cy/sports-leisure>).

Αυτό είναι σημαντικό, καθώς το padel είναι ένα ταχέως αναπτυσσόμενο, κοινωνικά ευαισθητοποιημένο άθλημα με χαμηλά εμπόδια, το οποίο χρησιμοποιούν τα θέρετρα για να αυξήσουν τα ποσοστά συμμετοχής σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Εκτός από τις αθλητικές δραστηριότητες που προσφέρονται στις εγκαταστάσεις, οι πλατφόρμες καταχώρισης αθλητικών δραστηριοτήτων παρουσιάζουν ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων που συνδέονται συχνά με την ψυχαγωγία των θερέτρων, όπως ποδηλασία, καταδύσεις, ιστιοσανίδα, κανό, πινγκ-πονγκ, αεροβική γυμναστική και παιδικό κλαμπ. Αυτές οι δραστηριότητες είναι τυπικές των μεσογειακών θερέτρων με ήλιο και θάλασσα, όπου η ψυχαγωγία και ο αθλητισμός ενσωματώνονται στο πακέτο διακοπών (<https://www.fourseasons.com.cy/sports-leisure>).

Ο σαφής σχεδιασμός βιωσιμότητας των ξενοδοχείων με ποσοτικοποιήσιμους στόχους αποτελεί μια αξιοσημείωτη καινοτομία. Η τεκμηρίωση βιωσιμότητας περιγράφει τους στόχους και τις διαδικασίες που σχετίζονται με την πιστοποίηση, τους στόχους διαχείρισης ενέργειας και την εκπαίδευση του προσωπικού σε θέματα εξοικονόμησης — ένα παράδειγμα λειτουργικής καινοτομίας που γίνεται όλο και πιο απαραίτητο στα πολυτελή ξενοδοχεία, καθώς οι επισκέπτες συνδέουν την ποιότητα με την υπευθυνότητα και την ανθεκτικότητα. Από ερευνητική άποψη, αυτό συνάδει με την ευρύτερη τάση προς τις αόρατες καινοτομίες — συστήματα που αυξάνουν την παραγωγικότητα και

ελαχιστοποιούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις χωρίς να θυσιάζουν την άνεση — ένα σημαντικό θέμα στην καινοτομία και την υιοθέτηση τεχνολογίας στον τομέα της φιλοξενίας (<https://www.fourseasons.com.cy/sports-leisure>).

Τα αθλητικά γεγονότα και οι οργανωμένες δραστηριότητες αναψυχής αντιμετωπίζονται ως βασικά στοιχεία της ολοκληρωμένης εμπειρίας ενός θέρετρου και όχι ως δευτερεύοντα πρόσθετα στοιχεία στην έρευνα για την ψυχαγωγία στα θέρετρα. Το μοντέλο FourSeasons, που μοιάζει με κλαμπ και συνδυάζει τον προγραμματισμό των εγκαταστάσεων με την εκπαίδευση από ειδικούς, ταιριάζει απόλυτα με τα πλαίσια προγραμματισμού εμπειριών, όπου οι οργανωμένες δραστηριότητες και η φυσική κατάσταση αυξάνουν την αντιληπτή αξία (<https://www.fourseasons.com.cy/sports-leisure>).

#### ➤ **Parklane a Luxury Collection Resort & Spa (Limassol)**

Το Parklane περιλαμβάνει ένα ευρύ χαρτοφυλάκιο δραστηριοτήτων στο οποίο συμπεριλαμβάνεται τένις, ποδόσφαιρο, θαλάσσια σπορ, γυμναστήριο και εξωτερικές πισίνες. Γήπεδα τένις, ένας πολυχώρος αθλητικών δραστηριοτήτων, ένα γήπεδο μίνι ποδοσφαίρου και θαλάσσια σπορ όπως paddleboarding, κολύμβηση με αναπνευστήρα και καταδύσεις (η διαθεσιμότητα/οι συνεργάτες μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την εποχή) είναι επιπλέον λεπτομέρειες από ανεξάρτητες πηγές ταξιδιωτικών πληροφοριών που υποστηρίζουν την ιδέα ενός αθλητικού συγκροτήματος σε θέρετρο. Οι οικογένειες συχνά σχολιάζουν τα εξαιρετικά προγράμματα και τις εγκαταστάσεις του συγκροτήματος που είναι προσανατολισμένα στα παιδιά, τα οποία, όσον αφορά την ψυχαγωγία, επεκτείνουν τη συμμετοχή πέρα από τους ενήλικες σε δραστηριότητες για όλες τις ηλικίες (<https://www.guestreservations.com/parklane-a-luxury-collection-resort-spa-limassol>).

Το Parklane ξεχωρίζει χάρη στις υπηρεσίες θαλασσοθεραπείας που προσφέρει και στο Kalloni Spa. Σύμφωνα με τις επίσημες πληροφορίες του ξενοδοχείου, υπάρχει ένα κέντρο θαλασσοθεραπείας με αρκετές πισίνες θαλασσοθεραπείας και ένα αρκετά μεγάλο σπα. Τα βραβεία που έχει λάβει από τρίτους υπογραμμίζουν τη μοναδικότητα ενός προγράμματος θαλασσοθεραπείας εσωτερικού και εξωτερικού χώρου αυτής της κλίμακας στην Κύπρο και το παρουσιάζουν ως μια εξειδικευμένη καινοτομία στον τομέα της ευεξίας, που συνδυάζει τους πόρους του κλίματος και της θάλασσας με την υποδομή υδροθεραπείας

που έχει σχεδιαστεί (<https://www.guestreservations.com/parklane-a-luxury-collection-resort-spa-limassol>).

Τα θέρετρα χρησιμοποιούν προγράμματα αθλητισμού και ψυχαγωγίας για να ζωντανέψουν τον χώρο, ενισχύοντας την ατμόσφαιρα και την ικανοποίηση, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία σχετικά με τις υπηρεσίες ψυχαγωγίας. Η μοναδική υποδομή υδροθεραπείας και οι πολυαθλητικές εγκαταστάσεις του Parklanes αποτελούν ένα σύγχρονο υβρίδιο: συμμετοχή σε αθλητικές δραστηριότητες και αναζωογονητική πολυτέλεια (ανάκαμψη, αποκατάσταση, βιο-βελτιστοποίηση), μια κατεύθυνση που συχνά διερευνάται σε μελέτες σχετικά με τις εμπειρίες πολυτελούς φιλοξενίας (<https://www.guestreservations.com/parklane-a-luxury-collection-resort-spa-limassol>).

#### ➤ **Anassa (Πολις/Νέο Χωριό)**

Δραστηριότητες όπως τένις/padel (διατίθενται μαθήματα), ποδηλασία (συμπεριλαμβανομένων ποδηλάτων βουνού, ποδηλάτων δρόμου και ηλεκτρικών ποδηλάτων), γυμναστήριο, προσωπική προπόνηση, μαθήματα γιόγκα, μαθήματα κολύμβησης και γκολφ παρουσιάζονται από το Anassa ως δραστηριότητες εντός και εκτός του θέρετρου, κάτι που ουσιαστικά αποτελεί μια προσεκτικά επιλεγμένη φιλοσοφία ψυχαγωγίας. Αυτό είναι ένα εξαιρετικό παράδειγμα ενεργητικής ψυχαγωγίας εκτός του χώρου του ξενοδοχείου (ποδηλατικές διαδρομές, δραστηριότητες στη φύση), το οποίο είναι ιδιαίτερα κατάλληλο για την Κύπρο, καθώς το κλίμα και η τοπογραφία της χώρας επιτρέπουν την παράταση της περιόδου που μπορεί κανείς να απολαύσει τις υπαίθριες δραστηριότητες. Σε συμφωνία με ένα πολυτελές παραθαλάσσιο θέρετρο που χρησιμοποιεί τη θάλασσα ως πλατφόρμα για αθλητικές δραστηριότητες, άλλες πηγές διαμονής αναφέρουν επίσης την κατάδυση και τα θαλάσσια σπορ ως στοιχεία του οικοσυστήματος δραστηριοτήτων (<https://www.anassa.com/news-press/a-week-of-experiences-at-anassa-activities-inside-and-beyond-the-resort>).

Η βιωσιμότητα και η εξαιρετικά εξατομικευμένη ευεξία αποτελούν τη βάση της καινοτομίας του Anassa. Οι αναφορές για τη βιωσιμότητα περιγράφει συγκεκριμένα έργα (π.χ. μείωση της χρήσης πλαστικών μίας χρήσης, πρωτοβουλίες για παραλίες χωρίς πλαστικά, προγράμματα πιστοποίησης και ολοκληρωμένες διαδικασίες ανακύκλωσης), τα οποία αποτελούν παραδείγματα λειτουργικής και εμπορικής καινοτομίας, σύμφωνα με τις

μεταβαλλόμενες απαιτήσεις για πολυτέλεια. Όσον αφορά την ευεξία, η Anassa δίνει έμφαση στα στοιχεία του ThalassaSpa (θαλασσινό νερό/υδροθεραπεία, εξατομικευμένα προγράμματα), τις συνεργασίες και τις πρωτοποριακές τεχνολογίες περιποίησης της επιδερμίδας, αναδεικνύοντας τον τρόπο με τον οποίο τα πολυτελή θέρετρα καινοτομούν προοδευτικά μέσω προσεκτικά επιλεγμένης εμπειρογνωμοσύνης, χαρακτηριστικών πρωτοκόλλων και οικοσυστημάτων θεραπειών με το εμπορικό σήμα τους (<https://www.anassa.com/news-press/a-week-of-experiences-at-anassa-activities-inside-and-beyond-the-resort>).

Οι οργανωμένες δραστηριότητες (δραστηριότητες γυμναστικής για παιδιά, βραδινή διασκέδαση, εξατομικευμένες εμπειρίες) μπορούν να δημιουργηθούν ως συνεκτικά συστήματα προγραμμάτων που ενισχύουν το αντίληπτο επίπεδο πολυτέλειας κατά τη διάρκεια μιας διαμονής σε θέρετρο. Το Anassa το εφαρμόζει αυτό συνδυάζοντας αθλητική εκπαίδευση στη φύση (μαθήματα προπόνησης) και εξατομικευμένες υπηρεσίες ευεξίας(<https://www.anassa.com/news-press/a-week-of-experiences-at-anassa-activities-inside-and-beyond-the-resort>).

### 3. Μεθοδολογία Έρευνας

#### 3.1 Είδος Έρευνας

Στην παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η χρήση ποσοτικής ανάλυσης μέσα από την χρήση κατάλληλου ερωτηματολογίου. Με τον τρόπο αυτό, ποσοτικοποιούνται άμεσα σύνθετα φαινόμενα, όπως η εργασιακή ικανοποίηση, επομένως γίνονται διαχειρίσιμες ακόμα και οι πιο δύσκολες θεωρητικές έννοιες. Ακόμη, η ποσοτικοποίηση τους δίνει την δυνατότητα χρήσης επαγωγικών μεθόδων και της γενίκευσης των αποτελεσμάτων του δείγματος και στον ευρύτερο πληθυσμό της έρευνας (Oranga&Matere, 2025). Ταυτόχρονα, η επιλογή του ερωτηματολογίου, προσφέρει επίσης συγκεκριμένα πλεονεκτήματα. Αρχικά, το ερωτηματολόγιο αποτελεί ένα εύχρηστο εργαλείο συλλογή δεδομένων αλλά και συμπλήρωσης από μεριάς των ερωτώμενων, ειδικά σε σχέση με την διαδικασία της συνέντευξης, η οποία είναι απαιτητική ως προς τον χρόνο και την υλοποίηση της. Τα έντυπα ή τα διαδικτυακά ερωτηματολόγια (Googleforms) έχουν την δυνατότητα να προσεγγίσουν μεγάλο κοινό και να περιορίσουν τα γεωγραφικά όρια, δυνατότητες που εύνουν οποιαδήποτε έρευνα (Koo&Yang, 2025).

#### 3.2 Σκοπός Έρευνας

Σκοπός της παρούσας έρευνας, είναι να διερευνήσει την εργασιακή ικανοποίηση εργαζομένων που απασχολούνται στην οργάνωση των αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία 5 αστερών στην Κύπρο. Επιπλέον, μελετάται και το κατά πόσο η ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζουν το επίπεδο αυτό. Επομένως, η έρευνα επικεντρώνεται στα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα και τις αντίστοιχες ερευνητικές υποθέσεις:

1. Ποιο είναι το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων που απασχολούνται στην οργάνωση των αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία 5 αστερών στην Κύπρο;

a. H0. Αναμένεται το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων να είναι χαμηλού έως μετρίου επιπέδου.

b. H1. Αναμένεται το επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης των εργαζομένων να είναι μετρίου έως υψηλού επιπέδου.

2. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων επηρεάζουν την εργασιακή τους ικανοποίηση;

a. H0. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν επηρεάζουν με στατιστικά σημαντικό τρόπο την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων.

b. H1. Η ηλικία και το εκπαιδευτικό επίπεδο επηρεάζουν με στατιστικά σημαντικό τρόπο την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων.

### **3.3 Δείγμα Έρευνας**

Το δείγμα της έρευνας απαρτίζεται από συνολικά 36 εργαζόμενους που απασχολούνται στην οργάνωση των αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία 5 αστέρων στην Κύπρο. Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότεροι ερωτώμενοι είναι 18 με 25 ετών, έχουν πτυχίο ΑΕΙ-ΤΕΙ και αναφέρουν έως 5 έτη προϋπηρεσίας στον τομέα της φιλοξενίας. Τα κριτήρια ένταξης του δείγματος περιλαμβάνουν την εργασία των ερωτώμενων τόσο τον τομέα οργάνωσης αθλητικών δραστηριοτήτων, όσο και σε ξενοδοχεία 5 αστέρων, καθώς και το να είναι 18 ετών και άνω. Τα κριτήρια αποκλεισμού περιλαμβάνουν την ενασχόληση στον τομέα σε ξενοδοχεία λιγότερων αστέρων, καθώς και η τωρινή απασχόληση σε κάποιον άλλο τομέα. Για την συλλογή του δείγματος πραγματοποιήθηκε βολική δειγματοληψία, καθώς επιλέχθηκαν οι άμεσα διαθέσιμοι συμμετέχοντες ως προς τον ερευνητή, που επέδειξαν ενδιαφέρον για την έρευνα. Η μέθοδος αυτή, χρησιμοποιείται συχνά στον ερευνητικό τομέα, ειδικά όταν υπάρχει περιορισμένος χρόνος συλλογής απαντήσεων (Etikan, 2016).

### **3.4 Ερευνητικό Εργαλείο**

Για την διερεύνηση των σκοπών της έρευνας και την μελέτη των υποθέσεων, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο 2 ενοτήτων. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει 8 δηλώσεις κλειστού τύπου οι οποίες μελετούν τα δημογραφικά και εργασιακά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων και την ικανοποίησή τους από την τρέχουσα εργασία τους. Επιπλέον, περιλαμβάνει και 6 δηλώσεις τύπου Likert όπου οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αναφέρουν πόσο σημαντικά είναι διάφορα στοιχεία της εργασίας τους για τους ίδιους.

Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει την κλίμακα «JobSatisfactionSurvey (JSS)», η οποία σχεδιάστηκε από τον Paul E. Spector το 1985 για την διερεύνηση της εργασιακής ικανοποίησης. Η κλίμακα περιλαμβάνει συνολικά 36 δηλώσεις, οι απαντήσεις των οποίων δίνονται σε 6βάθμια κλίμακα τύπου Likert όπου 1-Διαφωνώ απόλυτα και 6-Συμφωνώ απόλυτα. Μελετά συνολικά 9 τομείς ικανοποίησης όπως ο μισθός, η προαγωγή, ο προϊστάμενος, οι παροχές, οι πιθανές ανταμοιβές, οι συνθήκες εργασίας, οι συνάδελφοι, η φύση της εργασίας και η επικοινωνία του οργανισμού (Spector, 1985). Η ελληνική μετάφραση και στάθμιση του εργαλείου πραγματοποιήθηκε από τους Tsounis και Sarafis το 2018 και ανέδειξε υψηλή εσωτερική συνοχή και αξιοπιστία, ενώ έχει χρησιμοποιηθεί και σε πληθώρα ερευνών στον ελλαδικό χώρο (Tsounis&Sarafis, 2018). Για τον υπολογισμό της κάθε υποκλίμακας υπολογίσθηκε ο μέσος όρος των δηλώσεων που την απαρτίζουν, δημιουργώντας με τον τρόπο αυτό 9 μεταβλητές-scores που δέχονται τιμές από το 1 έως το 6 και η αύξηση της τιμής τους συνεπάγεται με υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης από τον εκάστοτε παράγοντα. Παράλληλα, για τον υπολογισμό του συνολικού επιπέδου εργασιακής ικανοποίησης, υπολογίσθηκε ο μέσος όρος και των 36 δηλώσεων, με την μεταβλητή-score επίσης να δέχεται τιμές από το 1 έως το 6, με υψηλότερη μέση τιμή να ταυτίζεται με υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης.

Τέλος, στην δεύτερη ενότητα περιλαμβάνεται και μια ερώτηση ανοιχτού τύπου, οι οποία διερευνά 2 παράγοντες που θεωρούν οι συμμετέχοντες πως θα διευκόλυναν και θα συνέβαλλαν στις καλύτερες συνθήκες εργασίας και στην ικανοποίηση του.

### **3.5 Συλλογή Δεδομένων**

Η συλλογή των δεδομένων, πραγματοποιήθηκε με τον διαμοιρασμό έντυπου εγγράφου από τον ερευνητή. Πιο αναλυτικά, οι συμμετέχοντες που επέδειξαν ενδιαφέρον για να συμμετάσχουν στην έρευνα ενημερώθηκαν για τον σκοπό και τον λόγο διεξαγωγής της, καθώς και για την ανώνυμη και εθελοντική συμμετοχή τους. Επιπλέον, έγινε σαφές πως οι συμμετέχοντες μπορούν να σταματήσουν την συμπλήρωση του ερευνητικού εργαλείου οποτεδήποτε επιθυμούσαν, χωρίς κάποιο πρόβλημα, ενώ ενθαρρύνθηκαν να απαντήσουν με ειλικρίνεια σε όλες τις δηλώσεις. Τέλος, δόθηκαν και τα ηλεκτρονικά στοιχεία επικοινωνίας του ερευνητή σε περίπτωση προβλήματος ή απορίας.

### **3.6 Επεξεργασία Δεδομένων**

Τα δεδομένα μεταφέρθηκαν από τα έντυπα ερωτηματολόγιο σε φύλλο Microsoft Excel, όπου και έλαβαν την κατάλληλη κωδικοποίηση. Στην συνέχεια, χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS, ώστε να υπολογισθούν τα ποσοστά, οι συχνότητες, οι μέσοι όροι και οι τυπικές αποκλίσεις για όλες τις μεταβλητές της έρευνας. Επιπλέον, χρησιμοποιήθηκε και ο γραμμικός συντελεστής συσχέτισης Pearson, ώστε να μελετηθεί η επιρροή της ηλικίας και του εκπαιδευτικού επιπέδου στις μεταβλητές-scores της εργασιακής ικανοποίησης. Το σύνολο των παραπάνω, παρουσιάζονται από κατάλληλους πίνακες και γραφήματα που δημιουργήθηκαν στα προαναφερθέντα προγράμματα.

#### 4. Αποτελέσματα Έρευνας

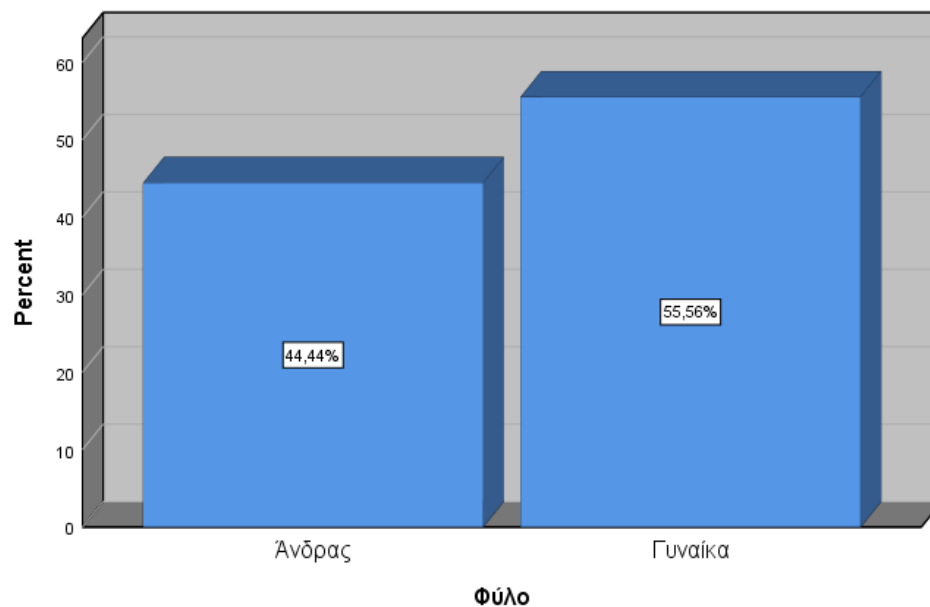
Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, ενώ μελετώνται και τα ερευνητικά ερωτήματα και οι διαφορετικές υποθέσεις που τέθηκαν.

Στον Πίνακα 1 και το Γράφημα 1 μελετάται το φύλο των ερωτώμενων, όπου το 55,6% αυτών είναι γυναίκες, ενώ το 44,4% είναι άνδρες.

Πίνακας 1. Φύλο

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Ανδρας  | 16        | 44,4    | 44,4          | 44,4               |
|       | Γυναίκα | 20        | 55,6    | 55,6          | 100,0              |
|       | Total   | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 1. Φύλο

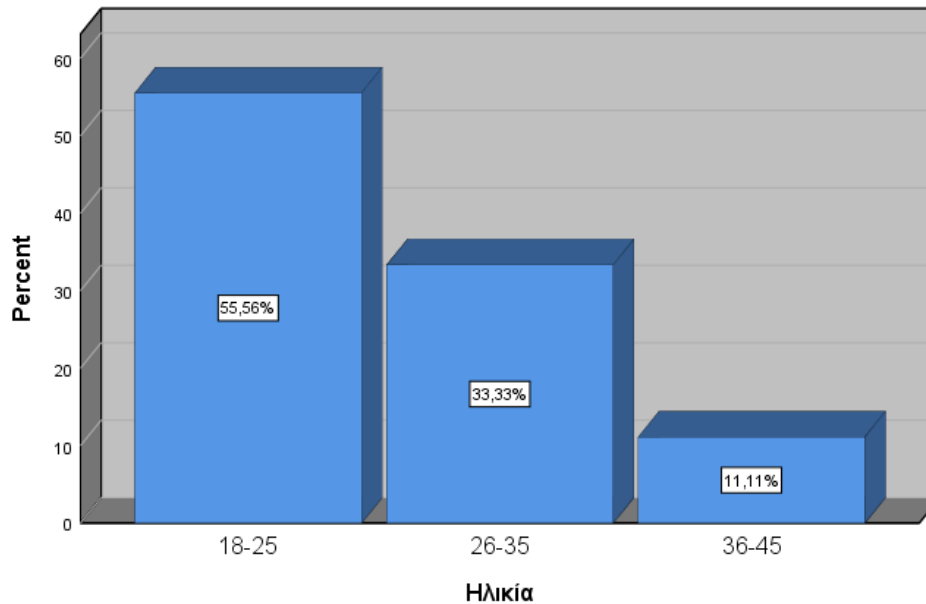


Στον Πίνακα 2 και το αντίστοιχο Γράφημα 2 μελετάται η ηλικία του δείγματος. Είναι φανερό πως το 55,6% των εργαζομένων είναι 18 έως 25 ετών, το 33,3% είναι 26 έως 35 ετών, ενώ το 11,1% είναι 36 έως 45 ετών.

Πίνακας 2. Ηλικία

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18-25 | 20        | 55,6    | 55,6          | 55,6               |
|       | 26-35 | 12        | 33,3    | 33,3          | 88,9               |
|       | 36-45 | 4         | 11,1    | 11,1          | 100,0              |
|       | Total | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 2. Ηλικία

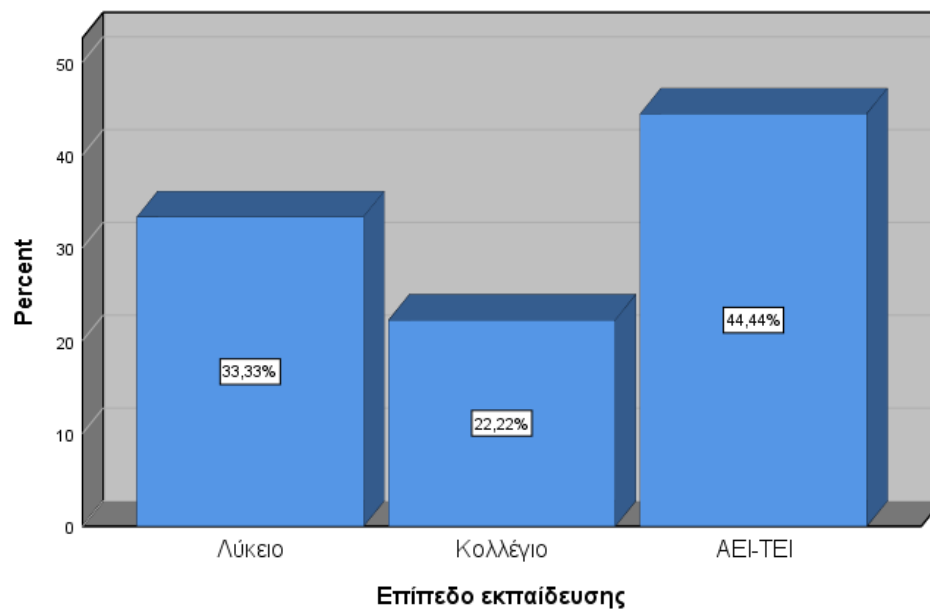


Ο Πίνακας 3 και το αντίστοιχο Γράφημα 3 επικεντρώνονται στο εκπαιδευτικό επίπεδο του δείγματος. Το 44,4% των ερωτώμενων φαίνεται να έχουν πτυχίο ΑΕΙ ή ΤΕΙ, το 33,3% είναι απόφοιτοι λυκείου, ενώ οι απόφοιτοι κολλεγίου καταλαμβάνουν το 22,2% του δείγματος.

Πίνακας 3. Επίπεδο εκπαίδευσης

|       |          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Λύκειο   | 12        | 33,3    | 33,3          | 33,3               |
|       | Κολλέγιο | 8         | 22,2    | 22,2          | 55,6               |
|       | ΑΕΙ-ΤΕΙ  | 16        | 44,4    | 44,4          | 100,0              |
|       | Total    | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 3. Επίπεδο εκπαίδευσης

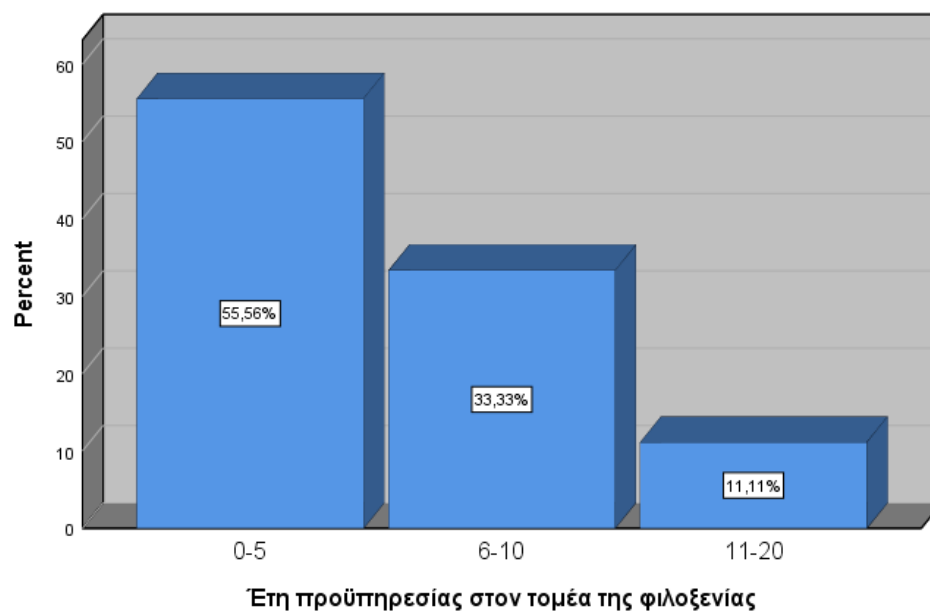


Ο Πίνακας 4 και το αντίστοιχο Γράφημα 4 μελετούν τα έτη προϋπηρεσίας των ερωτώμενων στον τομέα της φιλοξενίας. Το 55,6% αυτών αναφέρουν 0 έως 5 έτη, το 33,3% κάνουν λόγο για 6 έως 10 έτη, ενώ το 11,1% αναφέρουν 11 έως 20 έτη προϋπηρεσίας στον συγκεκριμένο τομέα.

Πίνακας 4. Έτη προϋπηρεσίας στον τομέα της φιλοξενίας

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 0-5   | 20        | 55,6    | 55,6          | 55,6               |
|       | 6-10  | 12        | 33,3    | 33,3          | 88,9               |
|       | 11-20 | 4         | 11,1    | 11,1          | 100,0              |
|       | Total | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 4. Έτη προϋπηρεσίας στον τομέα της φιλοξενίας

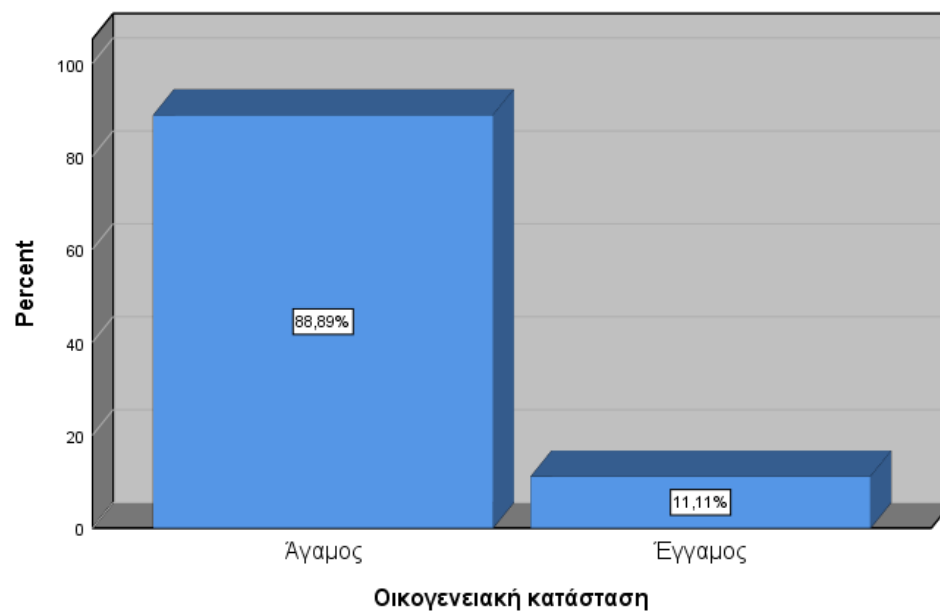


Μέσα από τον Πίνακα 5 και το αντίστοιχο Γράφημα 5 αναδεικνύεται η οικογενειακή κατάσταση του δείγματος. Το 88,9% των ερωτώμενων αναφέρουν ότι είναι άγαμοι, ενώ μόλις το 11,1% είναι έγγαμοι.

Πίνακας 5. Οικογενειακή κατάσταση

|       |         | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Άγαμος  | 32        | 88,9    | 88,9          | 88,9               |
|       | Έγγαμος | 4         | 11,1    | 11,1          | 100,0              |
|       | Total   | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 5. Οικογενειακή κατάσταση

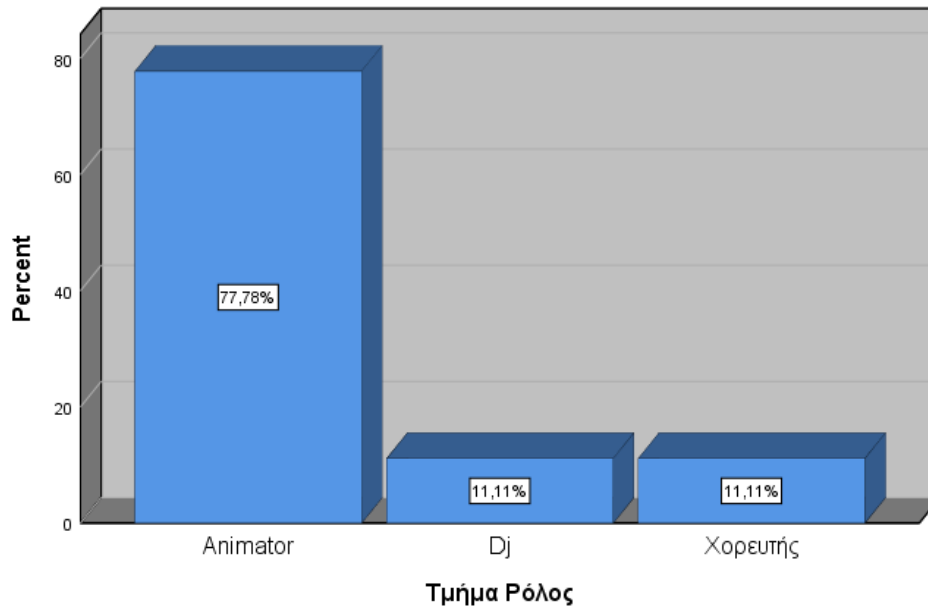


Μέσα από τον Πίνακα 6 και το αντίστοιχο Γράφημα 6 αναδεικνύεται το τμήμα και ο ρόλος των συμμετεχόντων. Το 77,8% των ερωτώμενων είναι animators, το 11,1% DJs και το 11,1% χορευτές.

Πίνακας 6. Τμήμα Ρόλος

|       |          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Animator | 28        | 77,8    | 77,8          | 77,8               |
|       | Dj       | 4         | 11,1    | 11,1          | 88,9               |
|       | Χορευτής | 4         | 11,1    | 11,1          | 100,0              |
|       | Total    | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 6. Τμήμα Ρόλος

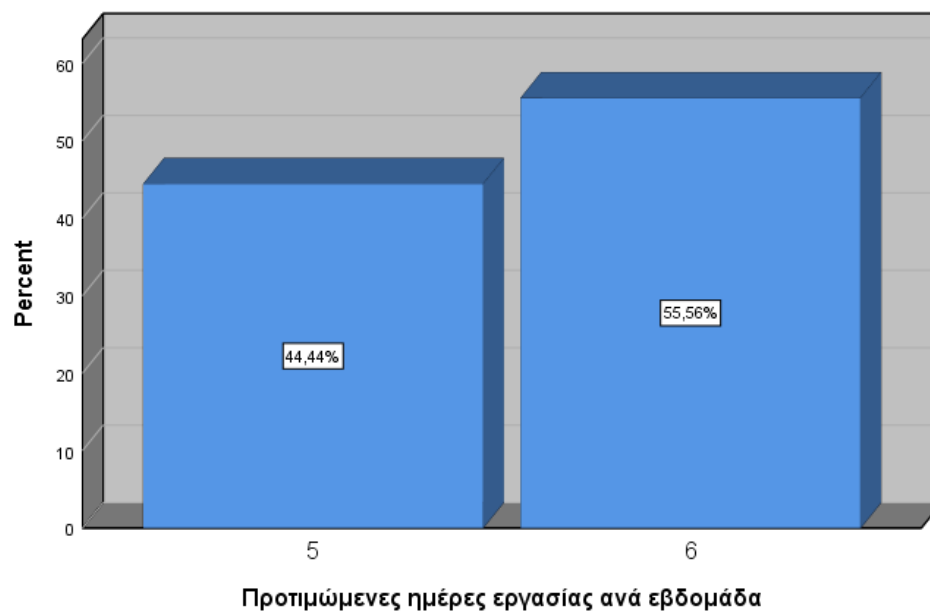


Ο Πίνακας 7 και το Γράφημα 7 επικεντρώνονται στις προτιμώμενες ημέρες εργασίας των ατόμων ανά εβδομάδα. Το 55,6% του δείγματος αναφέρει ότι προτιμά να εργάζεται 6 ημέρες την εβδομάδα, ενώ το 44,4% φαίνεται να προτιμά να εργάζεται 5 ημέρες την εβδομάδα.

Πίνακας 7. Προτιμώμενες ημέρες εργασίας ανά εβδομάδα

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 5     | 16        | 44,4    | 44,4          | 44,4               |
|       | 6     | 20        | 55,6    | 55,6          | 100,0              |
|       | Total | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 7. Προτιμώμενες ημέρες εργασίας ανά εβδομάδα

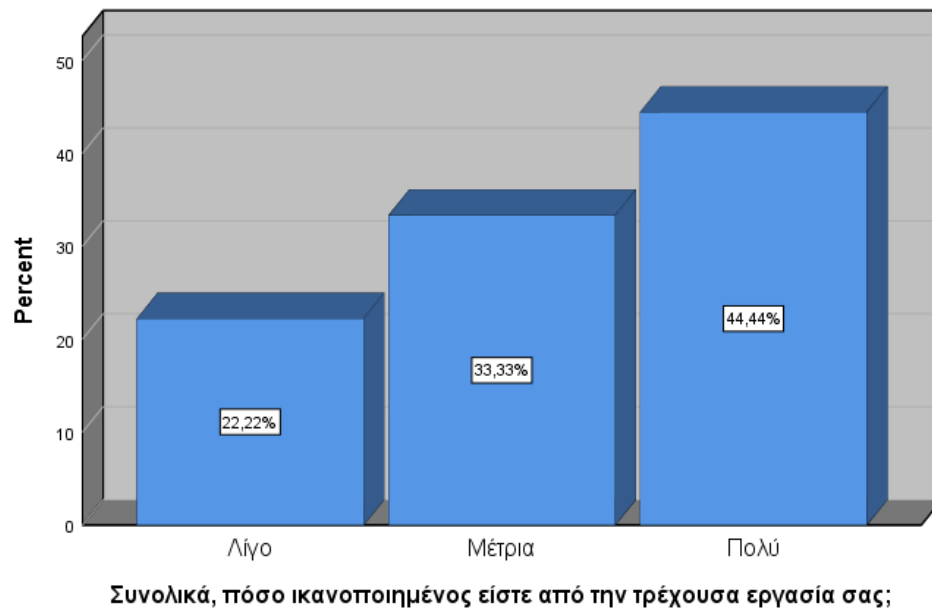


Μέσα από τον Πίνακα 8 και το Γράφημα 8 μελετάται το συνολικό επίπεδο ικανοποίησης των ερωτώμενων από την εργασία τους. Το 44,4% αυτών αναφέρουν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι, το 33,3% θεωρούν ότι είναι μέτρια ικανοποιημένοι και το 22,2% δηλώνουν ότι είναι λίγο ικανοποιημένοι.

Πίνακας 8. Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος είστε από την τρέχουσα εργασία σας;

|       |        | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Λίγο   | 8         | 22,2    | 22,2          | 22,2               |
|       | Μέτρια | 12        | 33,3    | 33,3          | 55,6               |
|       | Πολύ   | 16        | 44,4    | 44,4          | 100,0              |
|       | Total  | 36        | 100,0   | 100,0         |                    |

Γράφημα 8. Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος είστε από την τρέχουσα εργασία σας;

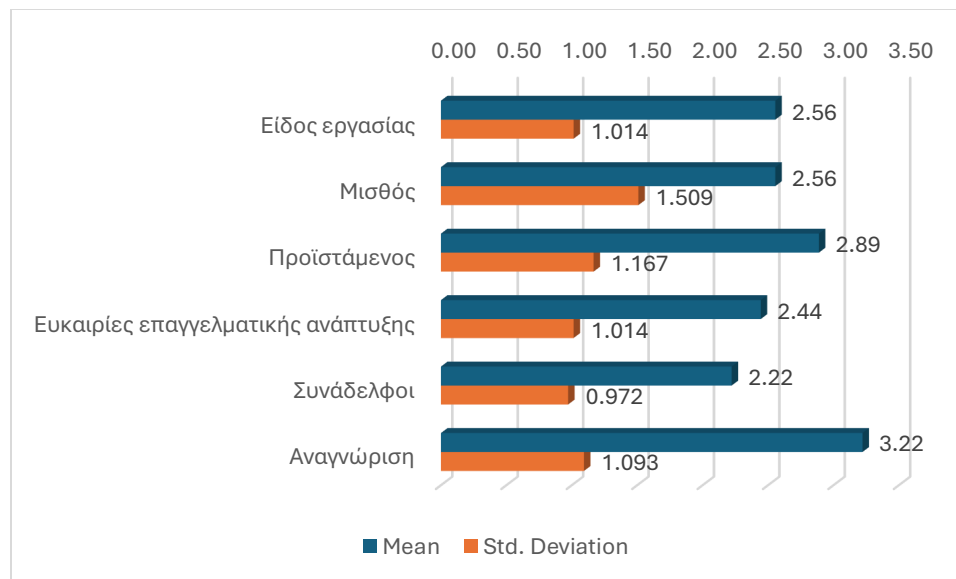


Στον Πίνακα 9 και το Γράφημα 9 αναλύεται η σημαντικότητα των διαφόρων παραγόντων εργασιακής ικανοποίησης για τους συμμετέχοντες, όπως φαίνεται πιο σημαντική αναδεικνύεται η αναγνώριση (3,22) και ο προϊστάμενος (2,89), ενώ λιγότερο σημαντικοί αναφέρονται οι συνάδελφοι (2,22).

Πίνακας 9. Σημαντικότητα παραγόντων στην εργασία

|                                    | Mean | Std. Deviation |
|------------------------------------|------|----------------|
| Είδος εργασίας                     | 2.56 | 1.014          |
| Μισθός                             | 2.56 | 1.509          |
| Προϊστάμενος                       | 2.89 | 1.167          |
| Ευκαιρίες επαγγελματικής ανάπτυξης | 2.44 | 1.014          |
| Συνάδελφοι                         | 2.22 | 0.972          |
| Αναγνώριση                         | 3.22 | 1.093          |

Γράφημα 9. Σημαντικότητα παραγόντων στην εργασία



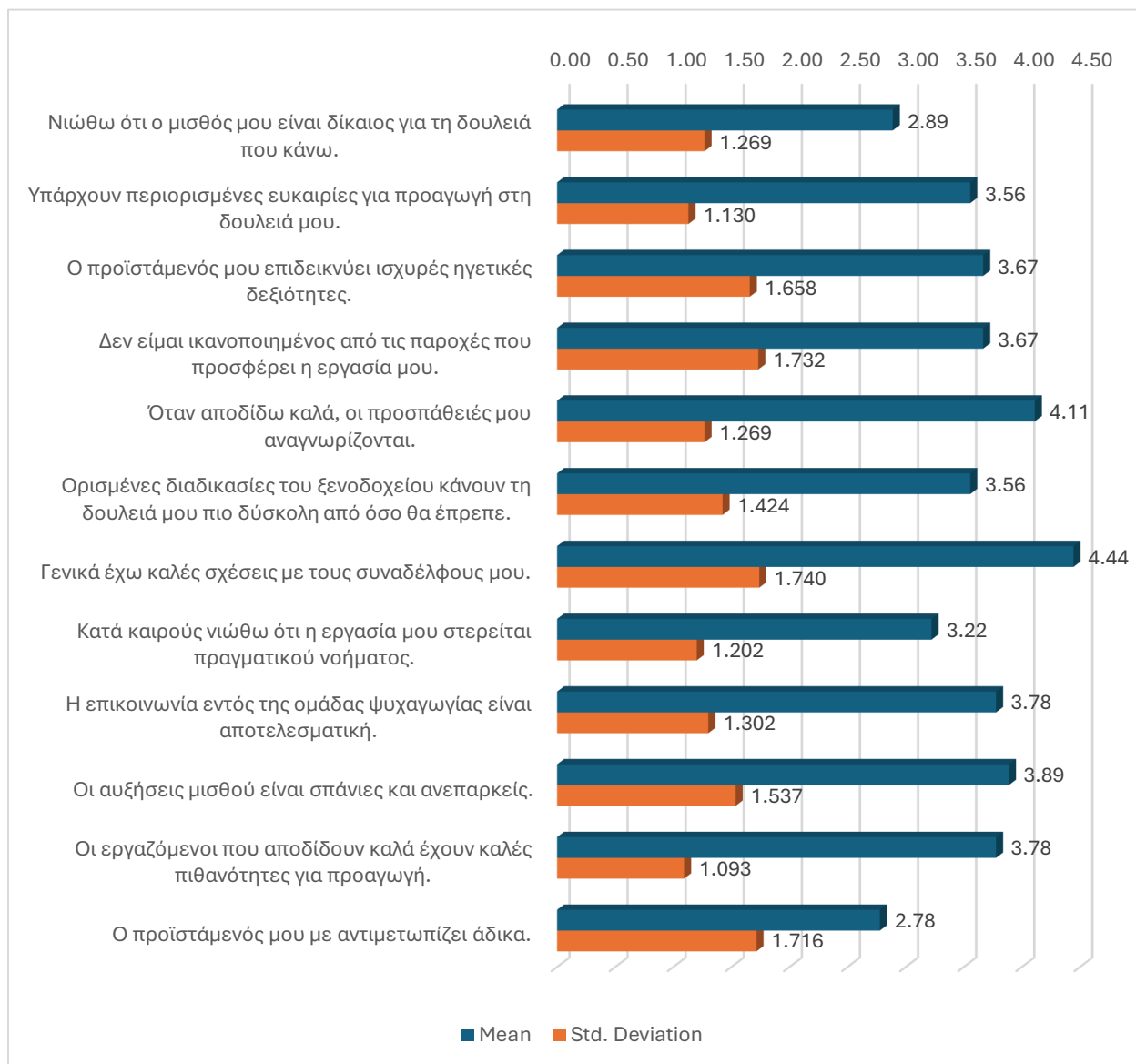
Στην συνέχεια, παρουσιάζονται οι δηλώσεις που σχετίζονται με την εργασιακή ικανοποίηση διαχωρισμένες σε 3 ισάριθμες ομάδες δηλώσεων, για την πιο αποδοτική ανάλυση τους.

Στον Πίνακα 10 και το Γράφημα 10 που ακολουθούν είναι φανερό ότι σε υψηλό επίπεδο οι συμμετέχοντες συμφωνούν πως γενικά έχουν καλές σχέσεις με τους συναδέλφους τους (4,44). Παράλληλα, συμφωνούν ότι όταν αποδίδουν καλά οι προσπάθειές τους αναγνωρίζονται (4,11) και ότι οι αυξήσεις μισθού είναι σπάνιες και ανεπαρκείς (3,89). Λιγότερο, ωστόσο, φαίνεται να συμφωνούν ότι ο μισθός τους είναι δίκαιος για τη δουλειά που κάνουν (2,89), καθώς και ότι ο προϊστάμενός τους τους αντιμετωπίζει άδικα (2,78).

Πίνακας 10. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (1)

|                                                                                            | Mean | Std. Deviation |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------|
| Νιώθω ότι ο μισθός μου είναι δίκαιος για τη δουλειά που κάνω.                              | 2.89 | 1.269          |
| Υπάρχουν περιορισμένες ευκαιρίες για προαγωγή στη δουλειά μου.                             | 3.56 | 1.130          |
| Ο προϊστάμενός μου επιδεικνύει ισχυρές ηγετικές δεξιότητες.                                | 3.67 | 1.658          |
| Δεν είμαι ικανοποιημένος από τις παροχές που προσφέρει η εργασία μου.                      | 3.67 | 1.732          |
| Όταν αποδίδω καλά, οι προσπάθειές μου αναγνωρίζονται.                                      | 4.11 | 1.269          |
| Ορισμένες διαδικασίες του ξενοδοχείου κάνουν τη δουλειά μου πιο δύσκολη από όσο θα έπρεπε. | 3.56 | 1.424          |
| Γενικά έχω καλές σχέσεις με τους συναδέλφους μου.                                          | 4.44 | 1.740          |
| Κατά καιρούς νιώθω ότι η εργασία μου στερείται πραγματικού νοήματος.                       | 3.22 | 1.202          |
| Η επικοινωνία εντός της ομάδας ψυχαγωγίας είναι αποτελεσματική.                            | 3.78 | 1.302          |
| Οι αυξήσεις μισθού είναι σπάνιες και ανεπαρκείς.                                           | 3.89 | 1.537          |
| Οι εργαζόμενοι που αποδίδουν καλά έχουν καλές πιθανότητες για προαγωγή.                    | 3.78 | 1.093          |
| Ο προϊστάμενός μου με αντιμετωπίζει άδικα.                                                 | 2.78 | 1.716          |

Γράφημα 10. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (1)



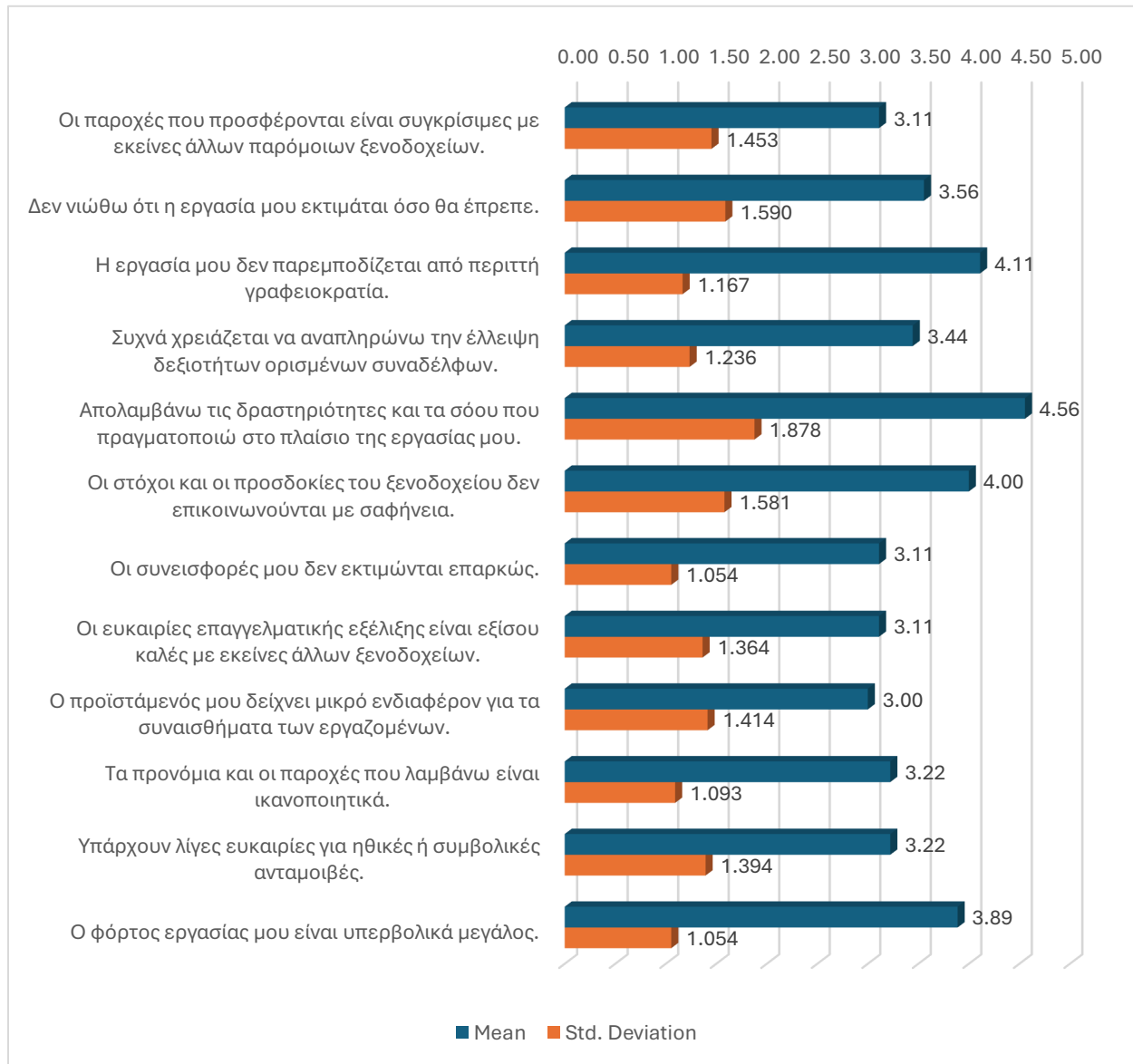
Συνεχίζοντας με τη δεύτερη ομάδα δηλώσεων που σχετίζονται με την εργασιακή ικανοποίηση, μέσα από τον Πίνακα 11 και το αντίστοιχο Γράφημα 11 είναι φανερό πως οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε μεγαλύτερο βαθμό ότι απολαμβάνουν τις δραστηριότητες και τα σόου που πραγματοποιούν στο πλαίσιο της εργασίας τους (4,56). Ταυτόχρονα, σε υψηλό βαθμό φαίνεται ότι η εργασία τους δεν παρεμποδίζεται από περιττή γραφειοκρατία (4,11) και ότι οι στόχοι και οι προσδοκίες του ξενοδοχείου δεν επικοινωνούνται με σαφήνεια (4,00). Παράλληλα, σε χαμηλότερο επίπεδο οι συμμετέχοντες φαίνεται να

συμφωνούν ότι ο προϊστάμενός τους δείχνει μικρό ενδιαφέρον για τα συναισθήματα των εργαζομένων (3,00).

Πίνακας 11. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (2)

|                                                                                          | Mean | Std. Deviation |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------|
| Οι παροχές που προσφέρονται είναι συγκρίσιμες με εκείνες άλλων παρόμοιων ξενοδοχείων.    | 3.11 | 1.453          |
| Δεν νιώθω ότι η εργασία μου εκτιμάται όσο θα έπρεπε.                                     | 3.56 | 1.590          |
| Η εργασία μου δεν παρεμποδίζεται από περιττή γραφειοκρατία.                              | 4.11 | 1.167          |
| Συχνά χρειάζεται να αναπληρώω την έλλειψη δεξιοτήτων ορισμένων συναδέλφων.               | 3.44 | 1.236          |
| Απολαμβάνω τις δραστηριότητες και τα σόου που πραγματοποιώ στο πλαίσιο της εργασίας μου. | 4.56 | 1.878          |
| Οι στόχοι και οι προσδοκίες του ξενοδοχείου δεν επικοινωνούνται με σαφήνεια.             | 4.00 | 1.581          |
| Οι συνεισφορές μου δεν εκτιμώνται επαρκώς.                                               | 3.11 | 1.054          |
| Οι ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης είναι εξίσου καλές με εκείνες άλλων ξενοδοχείων.    | 3.11 | 1.364          |
| Ο προϊστάμενός μου δείχνει μικρό ενδιαφέρον για τα συναισθήματα των εργαζομένων.         | 3.00 | 1.414          |
| Τα προνόμια και οι παροχές που λαμβάνω είναι ικανοποιητικά.                              | 3.22 | 1.093          |
| Υπάρχουν λίγες ευκαιρίες για ηθικές ή συμβολικές ανταμοιβές.                             | 3.22 | 1.394          |
| Ο φόρτος εργασίας μου είναι υπερβολικά μεγάλος.                                          | 3.89 | 1.054          |

Γράφημα 11. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (2)



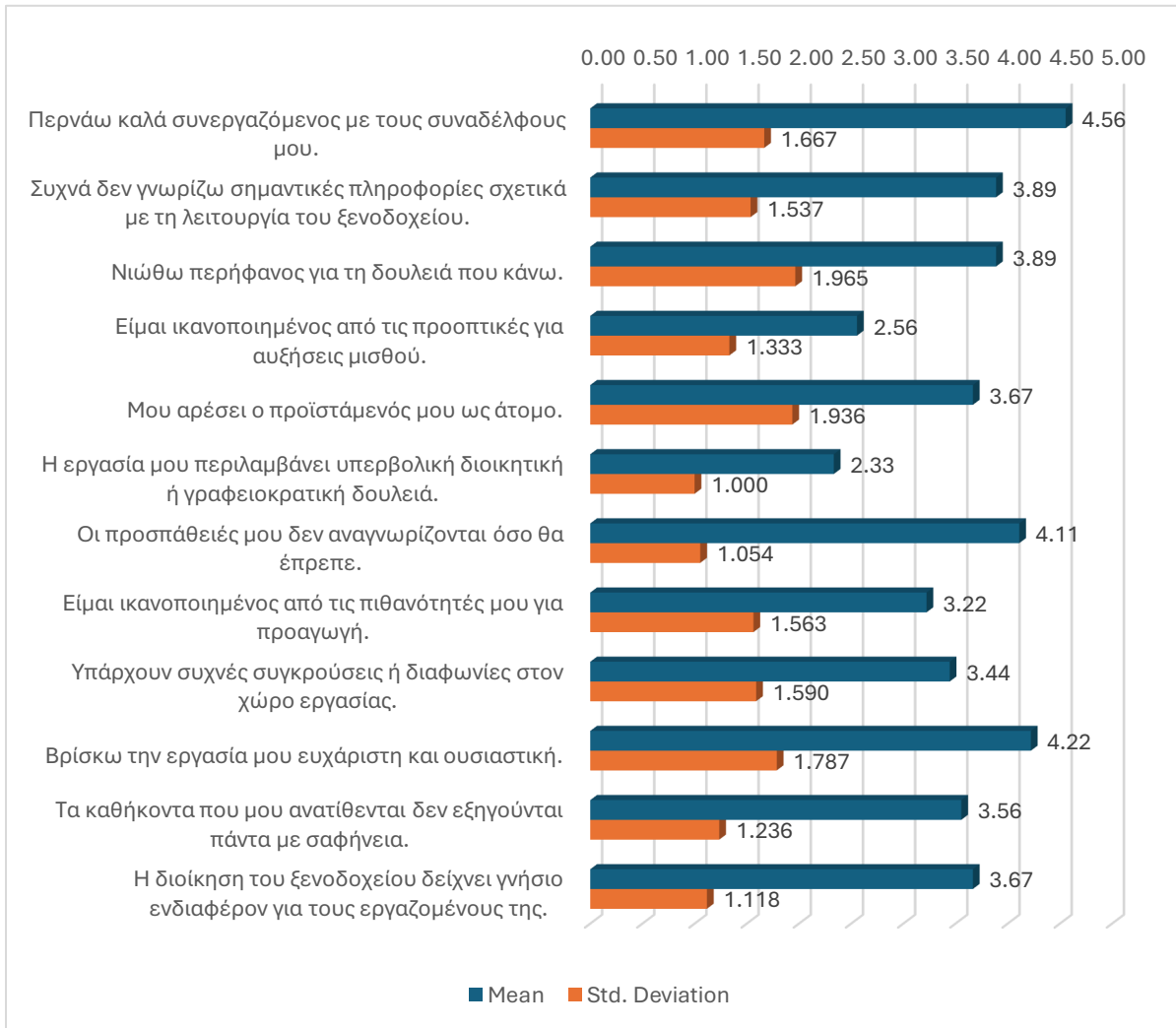
Συνεχίζοντας με την τρίτη και τελευταία ομάδα δηλώσεων που σχετίζονται με την εργασιακή ικανοποίηση των ερωτώμενων, είναι εμφανές μέσα από τον Πίνακα 12 και το Γράφημα 12 ότι οι συμμετέχοντες συμφωνούν σε υψηλότερο βαθμό ότι περνούν καλά συνεργαζόμενοι με τους συναδέλφους τους (4,56). Παράλληλα, σε υψηλό βαθμό φαίνεται να συμφωνούν ότι βρίσκουν την εργασία τους ευχάριστη και ουσιαστική (4,22) και ότι οι προσπάθειές τους δεν αναγνωρίζονται όσο θα έπρεπε (4,11). Ταυτόχρονα, σε χαμηλότερο επίπεδο φαίνεται να θεωρούν ότι είναι ικανοποιημένοι από τις προοπτικές για αυξήσεις

του μισθού τους (2,56), καθώς και ότι η εργασία τους περιλαμβάνει υπερβολική διοικητική ή γραφειοκρατική δουλειά (2,33).

Πίνακας 12. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (3)

|                                                                                    | Mean | Std. Deviation |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------|
| Περνάω καλά συνεργαζόμενος με τους συναδέλφους μου.                                | 4.56 | 1.667          |
| Συχνά δεν γνωρίζω σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία του ξενοδοχείου. | 3.89 | 1.537          |
| Νιώθω περήφανος για τη δουλειά που κάνω.                                           | 3.89 | 1.965          |
| Είμαι ικανοποιημένος από τις προοπτικές για αυξήσεις μισθού.                       | 2.56 | 1.333          |
| Μου αρέσει ο προϊστάμενός μου ως άτομο.                                            | 3.67 | 1.936          |
| Η εργασία μου περιλαμβάνει υπερβολική διοικητική ή γραφειοκρατική δουλειά.         | 2.33 | 1.000          |
| Οι προσπάθειές μου δεν αναγνωρίζονται όσο θα έπρεπε.                               | 4.11 | 1.054          |
| Είμαι ικανοποιημένος από τις πιθανότητές μου για προαγωγή.                         | 3.22 | 1.563          |
| Υπάρχουν συχνές συγκρούσεις ή διαφωνίες στον χώρο εργασίας.                        | 3.44 | 1.590          |
| Βρίσκω την εργασία μου ευχάριστη και ουσιαστική.                                   | 4.22 | 1.787          |
| Τα καθήκοντα που μου ανατίθενται δεν εξηγούνται πάντα με σαφήνεια.                 | 3.56 | 1.236          |
| Η διοίκηση του ξενοδοχείου δείχνει γνήσιο ενδιαφέρον για τους εργαζομένους της.    | 3.67 | 1.118          |

Γράφημα 12. Δηλώσεις εργασιακής ικανοποίησης (3)



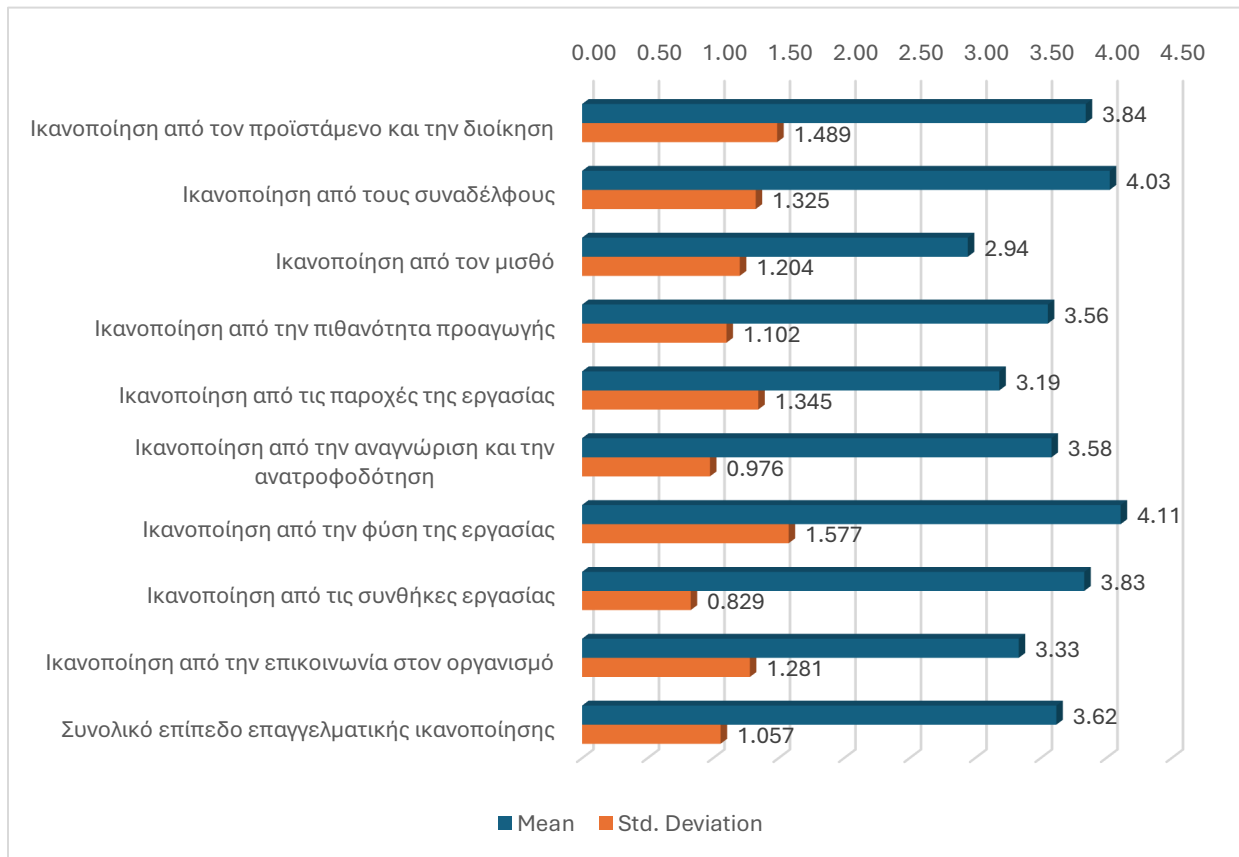
Μέσα από τον Πίνακα 13 και το Γράφημα 13 μελετάται το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης για κάθε έναν τομέα, αλλά και γενικότερα. Όπως φαίνεται, περισσότερο ικανοποιημένοι είναι οι συμμετέχοντες από τη φύση της εργασίας τους (4,11) και από τους συναδέλφους τους (4,03). Λίγο χαμηλότερα κατατάσσεται το επίπεδο ικανοποίησής τους από τον προϊστάμενο και τη διοίκηση (3,84), καθώς και από τις συνθήκες εργασίας (3,83). Περαιτέρω μείωση παρουσιάζει το επίπεδο ικανοποίησης των ερωτώμενων από την αναγνώριση και την ανατροφοδότηση που λαμβάνουν (3,58), καθώς και από την πιθανότητα προαγωγής τους (3,56). Παράλληλα, κάτω του μετρίου κατατάσσεται το επίπεδο ικανοποίησης από την επικοινωνία που υφίσταται στον

οργανισμό (3,33), ενώ ακόμη χαμηλότερα κατατάσσεται το επίπεδο ικανοποίησης από τις παροχές της εργασίας (3,19) και από τον μισθό (2,94). Τέλος, το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης φαίνεται να είναι οριακά άνω του μετρίου (3,62). Σύμφωνα με τα παραπάνω, επαληθεύεται και η εναλλακτική υπόθεση του πρώτου ερευνητικού ερωτήματος.

Πίνακας 13. Μεταβλητές-Scores εργασιακής ικανοποίησης

|                                                       | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------------------------------------|------|----------------|
| Ικανοποίηση από τον προϊστάμενο και την διοίκηση      | 3.84 | 1.489          |
| Ικανοποίηση από τους συναδέλφους                      | 4.03 | 1.325          |
| Ικανοποίηση από τον μισθό                             | 2.94 | 1.204          |
| Ικανοποίηση από την πιθανότητα προαγωγής              | 3.56 | 1.102          |
| Ικανοποίηση από τις παροχές της εργασίας              | 3.19 | 1.345          |
| Ικανοποίηση από την αναγνώριση και την ανατροφοδότηση | 3.58 | 0.976          |
| Ικανοποίηση από την φύση της εργασίας                 | 4.11 | 1.577          |
| Ικανοποίηση από τις συνθήκες εργασίας                 | 3.83 | 0.829          |
| Ικανοποίηση από την επικοινωνία στον οργανισμό        | 3.33 | 1.281          |
| Συνολικό επίπεδο επαγγελματικής ικανοποίησης          | 3.62 | 1.057          |

Γράφημα 13. Μεταβλητές-Scores εργασιακής ικανοποίησης



Επιπλέον, οι συμμετέχοντες ρωτήθηκαν αναφορικά με 2 προτάσεις που θα βελτίωναν την εργασιακή τους ικανοποίηση. Η πιο συχνή απάντηση αναφέρεται στην αύξηση του μισθού και των αποδοχών τους και την ύπαρξη μόνου για όσους κάνουν καλά την δουλειά τους. Επιπλέον, συχνά αναφέρθηκε και η καλύτερη οργάνωση των αδειών τους και του προγράμματος εργασίας τους, ενώ κάποιοι ανέφεραν πως πρέπει να βελτιωθεί και η επικοινωνία τους με τους προϊσταμένους και την διοίκηση. Τέλος, λίγοι ανέφεραν την μείωση του άγχους, την αύξηση της εκπαίδευσης τους και την παροχή περισσότερων ευκαιριών στον εργασιακό τομέα.

Για τη διερεύνηση του 2<sup>ου</sup> δημοτικού ερωτήματος χρησιμοποιήθηκε ο γραμμικός συντελεστής συσχέτισης του Pearson, τα αποτελέσματα του οποίου παρουσιάζονται στον Πίνακα 14. Όπως φαίνεται, υφίστανται οκτώ στατιστικά σημαντικές συσχετίσεις σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95% και 99%. Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνεται ότι η ηλικία δεν

επηρεάζει με στατιστικά σημαντικό τρόπο το επίπεδο ικανοποίησης των ερωτώμενων. Ωστόσο, φαίνεται ότι η αύξηση του επιπέδου εκπαίδευσης των εργαζομένων σχετίζεται με υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης από τον προϊστάμενο, τους συναδέλφους, τον μισθό, την οργάνωση, τη φύση της εργασίας, την ηθική ανταμοιβή, την επικοινωνία στον οργανισμό, αλλά και με υψηλότερο επίπεδο συνολικής εργασιακής ικανοποίησης. Οι συσχετίσεις αυτές λαμβάνουν τιμές από 0,677 έως 0,937, γεγονός που υποδηλώνει ιδιαίτερα υψηλή ένταση των σχέσεων. Σύμφωνα με τα παραπάνω, επαληθεύεται εν μέρει η εναλλακτική υπόθεση του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος.

Πίνακας 14. Συσχετίσεις Pearson με την ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης

|                                                       |                     | Ηλικία | Επίπεδο εκπαίδευσης |
|-------------------------------------------------------|---------------------|--------|---------------------|
| Ικανοποίηση από τον προϊστάμενο και την διοίκηση      | Pearson Correlation | -0.072 | ,937**              |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.854  | 0.000               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
| Ικανοποίηση από τους συναδέλφους                      | Pearson Correlation | 0.014  | ,734*               |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.971  | 0.024               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
| Ικανοποίηση από τον μισθό                             | Pearson Correlation | -0.139 | ,677*               |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.721  | 0.045               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
| Ικανοποίηση από την πιθανότητα προαγωγής              | Pearson Correlation | -0.356 | 0.421               |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.348  | 0.259               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
| Ικανοποίηση από τις παροχές της εργασίας              | Pearson Correlation | -0.204 | 0.649               |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.599  | 0.058               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
| Ικανοποίηση από την αναγνώριση και την ανατροφοδότηση | Pearson Correlation | -0.250 | ,816**              |
|                                                       | Sig. (2-tailed)     | 0.517  | 0.007               |
|                                                       | N                   | 9      | 9                   |
|                                                       | Pearson Correlation | 0.130  | ,888**              |

|                                                   |                     |        |        |
|---------------------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| Ικανοποίηση από την φύση της<br>εργασίας          | Sig. (2-tailed)     | 0.738  | 0.001  |
|                                                   | N                   | 9      | 9      |
| Ικανοποίηση από τις συνθήκες<br>εργασίας          | Pearson Correlation | -0.657 | ,677*  |
|                                                   | Sig. (2-tailed)     | 0.054  | 0.045  |
| Ικανοποίηση από την επικοινωνία<br>στον οργανισμό | N                   | 9      | 9      |
|                                                   | Pearson Correlation | -0.056 | ,727*  |
| Συνολικό επίπεδο<br>επαγγελματικής ικανοποίησης   | Sig. (2-tailed)     | 0.886  | 0.026  |
|                                                   | N                   | 9      | 9      |
|                                                   | Pearson Correlation | -0.161 | ,876** |
|                                                   | Sig. (2-tailed)     | 0.679  | 0.002  |
|                                                   | N                   | 9      | 9      |

---

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## **5. Συζήτηση Αποτελεσμάτων**

### **5.1 Επίπεδο και Διαστάσεις Εργασιακής Ικανοποίησης Εργαζομένων στην Οργάνωση Αθλητικών Δραστηριοτήτων σε Ξενοδοχεία 5 Αστέρων στην Κύπρο**

Ξεκινώντας λοιπόν, τα αποτελέσματα της έρευνας απαντούν άμεσα στο 1<sup>ο</sup> ερευνητικό ερώτημα. Ειδικότερα, φαίνεται πως το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης εμφανίζεται οριακά άνω του μετρίου. Συνεπώς, υποστηρίζεται η εναλλακτική υπόθεση H1 (μέτριο έως υψηλό επίπεδο). Κατά συνέπεια, απορρίπτεται η H0 (χαμηλό έως μέτρια) βάσει των αποτελεσμάτων του συνολικού σκόρ. Η εικόνα αυτή ενισχύεται και από την «απλή» αυτοαναφορά ικανοποίησης (44,4% «πολύ», 33,3% «μέτρια»), η οποία λειτουργεί συμπληρωματικά προς τη μέτρηση μέσω JSS (Spector, 1985; Tsounis&Sarafis, 2018). Ως προς το επίπεδο διαστάσεων, οι υψηλότερες τιμές αφορούν τη φύση εργασίας και τους συναδέλφους. Κάτι το οποίο πράγματι ευθυγραμμίζεται με το θεωρητικό πλαίσιο περί animationως εμπειρική, ανθρωποκεντρική και κοινωνική λειτουργία. Όπου μάλιστα το σύνολο αυτών, ενισχύει τις αλληλεπιδράσεις, την ομαδικότητα και την αίσθηση συμμετοχής (Koc&Boz, 2020; Vidonet al., 2018). Επιπροσθέτως, η υψηλή συμφωνία σε δηλώσεις όπως «απολαμβάνω τις δραστηριότητες και τα σόου», και «βρίσκω την εργασία μου ευχάριστη και ουσιαστική», ευθυγραμμίζεται με την άποψη πως το animationλειτουργεί ως ρόλος συν-δημιουργίας εμπειρίας και αξίας εντός των ξενοδοχείων. Μάλιστα, σε αυτό το πλαίσιο, η εμπλοκή σε προσωπικό επίπεδο και η αλληλεπίδραση με τους επισκέπτες προσδίδουν νόημα στην εργασία (Composetal., 2018; Shafieisabet&Haratifard, 2020). Εν παραλλήλως, τα αποτελέσματα έδειξαν μια θετική αποτίμηση των σχέσεων με τους συναδέλφους. Κάτι το οποίο συνάδει με τη θέση ότι η ποιότητα της εσωτερικής συνεργασίας και των ανθρώπινων αλληλεπιδράσεων αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για τις υπηρεσίες φιλοξενίας. Ιδίως βέβαια σε τμήματαanimationπου απαιτούν συντονισμό και ομαδική παροχή εμπειριών (Rokicka-Hebel, 2016; Serra et al., 2021).

Στο ίδιο πλαίσιο της συζήτησης, τα αποτελέσματα τούτης της έρευνας έδειξαν ότι παρά το γεγονός ότι η συνολική ικανοποίηση είναι πάνω από το μέτριο, υπάρχουν σαφώς «αδύναμοι κρίκοι» που μειώνουν με τη σειρά τους τη σταθερότητα αυτού του επιπέδου. Η

χαμηλή ικανοποίηση από τις οικονομικές ανταμοιβές επιβεβαιώνεται από επιμέρους δηλώσεις. Τέτοιες δηλώσεις περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, και το ότι «οι αυξήσεις μισθού είναι σπάνιες και ανεπαρκείς». Τα στοιχεία αυτά είναι πλήρως ευθυγραμμιζόμενα με το θεωρητικό πλαίσιο για τη σημασία της ανταμοιβής και αναγνώρισης (Deliverska&Ivanov, 2016;Kusluvan et al., 2020). Μάλιστα, η ιδιαίτερη εστία στο χώρο των ξενοδοχείων, επιστημονικά, τονίζει πως η εμπειρική ποιότητα υπηρεσιών στηρίζεται στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Με άλλα λόγια, όταν οι υλικές ανταμοιβές και οι παροχές δεν θεωρούνται ανταγωνιστικές, αυξάνεται ο κίνδυνος μειωμένης δέσμευσης και πρόθεσης παραμονής (Serra et al., 2021;Zhang et al., 2021). Επιπρόσθετα, η μέτρια ικανοποίηση από την αναγνώριση και ταυτόχρονα η υψηλή συμφωνία στις δηλώσεις, όπως για παράδειγμα «οι προσπάθειες μου δεν αναγνωρίζονται όσο θα έπρεπε», δείχνει ένα κρίσιμο διοικητικό κενό. Αυτό μάλιστα, αφορά το ενώ η αναγνώριση δηλώνεται ως ο σημαντικότερος παράγοντας, δεν βιώνεται επαρκώς στη πράξη. Το εύρημα αυτό βρίσκεται σε πλήρη ευθυγράμμιση με το θεωρητικό πλαίσιο για τον ρόλο της ηγεσίας και της ποιότητας της σχέσης μεταξύ προϊσταμένου και εργαζομένου. Μάλιστα, σε αυτό το πλαίσιο, η εξατομίκευση προς τους πελάτες προϋποθέτει αντίστοιχα υποστηρικτική διοίκηση προς το προσωπικό (Pizam, 2020; Kusluvan et al., 2020).

## **5.2 Επίδραση Δημογραφικών και Μορφωτικών Χαρακτηριστικών στην Εργασιακή Ικανοποίηση Εργαζομένων Αθλητικού Animation**

Μετατοπίζοντας το ενδιαφέρον προς το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα, αυτό εξετάζει το κατά πόσο η ηλικία και το επίπεδο εκπαίδευσης επηρεάζουν την εργασιακή ικανοποίηση των εργαζομένων στο αθλητικό animation. Πιο αναλυτικά λοιπόν, τα αποτελέσματα της διερεύνησης αυτού του ερευνητικού ερωτήματος έδειξαν πως η ηλικία δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντική συσχέτιση με καμία από τις επιμέρους διαστάσεις. Έτσι, το συμπέρασμα που προκύπτει οδηγεί σε απόρριψη της εναλλακτικής υπόθεσης η οποία αφορά την ηλικία. Αυτό το εύρημα, ευθυγραμμίζεται με το υπάρχον βιβλιογραφικό σώμα στο χώρο της φιλοξενίας. Πιο συγκεκριμένα, η ηλικία από μόνη της δεν αποτελεί καθοριστικό παράγοντα ικανοποίησης. Και αυτό είναι φυσιολογικό καθώς οι απαιτήσεις, οι συνθήκες και οι ανταμοιβές παραμένουν παρόμοιες ανεξαρτήτως ηλικιακής ομάδας (Kusluvan et al., 2010;Karatepe&Olugbade, 2016). Στρέφοντας τώρα το ενδιαφέρον στο

animation, κυριαρχεί η φυσική δραστηριότητα, η ομαδικότητα και η αλληλεπίδραση με τους πελάτες. Σε αυτό το πλαίσιο, η εργασιακή εμπειρία φαίνεται να διαμορφώνεται περισσότερο από οργανωσιακούς και λειτουργικούς παράγοντες παρά από δημογραφικά χαρακτηριστικά. Έτσι, αξίζει να σημειωθεί πως παρόμοια ευρήματα με αυτά, έχουν εντοπιστεί σε έρευνες που αφορούν τουριστικές μονάδες υψηλής κατηγορίας. Ειδικότερα, αναφέρεται πως η ηλικία δεν διαφοροποιεί ουσιαστικά τα επίπεδα της ικανοποίησης όταν το εργασιακό πλαίσιο είναι ομοιογενές (Tsaur&Lin, 2004; Serra et al., 2021). Ως εκ τούτου, τα αποτελέσματα τούτης της εμπειρικής μελέτης ενισχύουν τη θέση πως η ηλικία όταν λαμβάνεται υπόψιν ως μεμονωμένη μεταβλητή, δεν αποτελεί αξιόπιστο προγνωστικό δείκτη ικανοποίησης από την εργασία.

Εν αντιθέσει, το επίπεδο εκπαίδευσης αναδεικνύεται ως ιδιαίτερα ισχυρός παράγοντας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι καταγράφονται πολλαπλές και στατιστικά σημαντικές θετικές συσχετίσεις με τις περισσότερες διαστάσεις της εργασιακής ικανοποίησης. Μάλιστα, οι υψηλές τιμές των συντελεστών Pearson ( $r=0,677$  έως  $r=0,937$ ) υποδηλώνουν σχέσεις μεγάλης έντασης. Ένα γεγονός που οδηγεί στη μερική επιβεβαίωση της εναλλακτικής υπόθεσης του δεύτερου ερευνητικού ερωτήματος. Τούτο το εύρημα, στο σύνολό του, ευθυγραμμίζεται ρητά με μελέτες πεδίου (Spector, 1997; Deliverska&Ivanov, 2016). Επίσης, στο χώρο της φιλοξενίας, η εκπαίδευση συνδέεται συχνά με μεγαλύτερη αναγνώριση και καλύτερες συνθήκες εργασίας. Αυτό μάλιστα, ισχύει ακόμα και όταν οι οικονομικές απολαβές παραμένουν περιορισμένες (Kusluvan et al., 2020; Zhang et al., 2021). Τέλος, η ισχυρή συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου με την ικανοποίηση από την επικοινωνία υποδηλώνει ότι οι πιο μορφωμένοι εργαζόμενοι αντιλαμβάνονται και αξιολογούν με πιο θετικό τρόπο τη λειτουργία του οργανισμού. Συλλήβδην, τα ευρήματα καταδεικνύουν πως η εκπαίδευση, σε αντίθεση με την ηλικία, αποτελεί πράγματι, κρίσιμο διαμορφωτικό παράγοντα.

## **6. Συμπεράσματα – Προτάσεις – Περιορισμοί**

### **6.1 Συμπεράσματα Θεωρητικού Μέρους**

Συμπερασματικά λοιπόν, η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας της επιλεγείσας διάστασης μελέτης, έδειξε πως η εργασιακή ικανοποίηση στον τομέα της φιλοξενίας αποτελεί ένα πολυδιάστατο φαινόμενο. Βέβαια, αυτό ισχύει και υπό την ιδιαίτερη εστίαση της μελέτης στο animation. Σύμφωνα με την πλειοψηφία των εμπειρικών μελετών, επιβεβαιώνεται πως η φύση της εργασίας, η ποιότητα των διαπροσωπικών σχέσεων αλλά και το εργασιακό κλίμα καθαυτού, λειτουργούν ως βασικοί ενισχυτικοί παράγοντες. Οι τελευταίοι απευθύνονται στην εσωτερική παρακίνηση και δέσμευση. Εν παραλλήλως, η επιστημονική βιβλιογραφία αναδεικνύει σταθερά στις οικονομικές απολαβές, παροχές και αναγνώριση ως κρίσιμους παράγοντες που συχνά υπολείπονται των προσδοκιών των εργαζομένων. Έτσι, επηρεάζεται με αρνητικό πρόσημο η συνολική ικανοποίηση αλλά και η πρόθεση παραμονής.

### **6.2 Συμπεράσματα Έρευνας**

Στην παραπάνω έρευνα διερευνήθηκε η εργασιακή ικανοποίηση εργαζομένων που απασχολούνται στην οργάνωση αθλητικών δραστηριοτήτων σε ξενοδοχεία πέντε αστέρων στην Κύπρο. Πιο αναλυτικά, το δείγμα απαρτίζεται από εννέα εργαζόμενους, με την πλειοψηφία αυτών να είναι γυναίκες ηλικίας 18 έως 25 ετών και απόφοιτοι ΑΕΙ ή ΤΕΙ. Ταυτόχρονα, οι περισσότεροι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι έχουν έως πέντε έτη προϋπηρεσίας στον τομέα της φιλοξενίας, ότι είναι άγαμοι, εργάζονται ως animators, προτιμούν να εργάζονται έξι ημέρες την εβδομάδα και συνολικά δηλώνουν πολύ ικανοποιημένοι από την τρέχουσα εργασία τους. Παράλληλα, ως πιο σημαντικούς παράγοντες για την εργασία τους κρίνουν την αναγνώριση και τον προϊστάμενο.

Μέσα από την έρευνα αναδείχθηκε ότι σε υψηλότερο επίπεδο οι συμμετέχοντες αναφέρουν πως έχουν καλές σχέσεις με τους συναδέλφους τους και απολαμβάνουν τις δραστηριότητες και τα σόου που πραγματοποιούν στο πλαίσιο της εργασίας τους. Παράλληλα, σε υψηλό βαθμό συμφωνούν ότι περνούν καλά συνεργαζόμενοι με τους συναδέλφους τους. Γενικότερα, φαίνεται πως το επίπεδο ικανοποίησής τους από τη φύση

της εργασίας τους και από τους συναδέλφους τους είναι υψηλότερο, ενώ χαμηλότερο εμφανίζεται το επίπεδο ικανοποίησης από τον μισθό.

Μελετώντας το 1ο ερευνητικό ερώτημα, αναδείχθηκε πως το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης κατατάσσεται άνω του μετρίου, επαληθεύοντας με τον τρόπο αυτό την εναλλακτική υπόθεση. Συνεχίζοντας με το 2ο ερευνητικό ερώτημα, διαπιστώθηκε πως η ηλικία δεν επηρεάζει με στατιστικά σημαντικό τρόπο το επίπεδο ικανοποίησης των ερωτώμενων. Ωστόσο, όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής τους, τόσο υψηλότερο εμφανίζεται και το συνολικό επίπεδο εργασιακής ικανοποίησης, καθώς και η ικανοποίηση από τις περισσότερες πτυχές της εργασίας τους, επαληθεύοντας εν μέρει την εναλλακτική υπόθεση του δεύτερου δημοτικού ερωτήματος. Τέλος, οι συμμετέχοντες αναφέρουν ότι για την αύξηση της εργασιακής τους ικανοποίησης θα συνέβαλε η αύξηση του μισθού και των αποδοχών, η ύπαρξη πιθανών bonus όταν αποδίδουν καλά στη δουλειά τους, καθώς και η καλύτερη οργάνωση των αδειών και γενικότερα του ωραρίου και του προγράμματος εργασίας τους.

### **6.3 Περιορισμοί Έρευνας**

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως παρά τα σημαντικά ευρήματα που εντόπισε η παρούσα μελέτη, συνοδεύεται και από ορισμένους περιορισμούς. Πρώτα και κύρια, το μικρό μέγεθος του δείγματος. Πιο αναλυτικά, αυτό περιορίζει τη δυνατότητα γενίκευσης των ευρημάτων σε ευρύτερο πλαίσιο πληθυσμού. Κατά δεύτερον, η χρήση αυτοαναφερόμενων ερωτηματολογίων ενδέχεται να επηρεάζεται από την υποκειμενικότητα και τις μεροληπτικές στάσεις των ίδιων των συμμετεχόντων. Τέλος, ένας ακόμη περιορισμός αφορά στην αποκλειστική εστίαση σε ξενοδοχεία 5 Αστέρων στη Κύπρο. Αυτό από μόνο του περιορίζει σημαντικά τη συγκρισιμότητα με άλλους τύπους τουριστικών επιχειρήσεων.

### **6.4 Προτάσεις Μελλοντικής Έρευνας**

Η μελλοντική έρευνα μπορεί να στραφεί προς ορισμένες προεκτάσεις. Ειδικότερα, μπορεί να επεκτείνει το μέγεθος του δείγματος αλλά και τη γεωγραφική τοποθέτηση. Ειδικότερα, μπορούν να συμπεριληφθούν διαφορετικές κατηγορίες ξενοδοχείων και προορισμών προκειμένου να ενισχυθεί η γενικευσιμότητα των αποτελεσμάτων. Επίσης, προτείνεται η

ενίσχυση του μεθοδολογικού ερευνητικού σχεδιασμού σε μια μεικτή προσέγγιση συνδυάζοντας τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά δεδομένα. Αυτό, με τη σειρά του θα επιτρέψει τη βαθύτερη κατανόηση των εμπειριών των εργαζομένων στο αθλητικό animation.

## Βιβλιογραφία

- Achilleos, A., Makrominas, M., Markides, C., Alexandrou, R., Konstantinidis, A., Papacosta, E., ... & Tselepos, L. (2021). Promoting active sports tourism through technology and evaluating its economic impact: experiences from Cyprus. *Journal of Sport & Tourism*, 25(4), 297-315. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1965009>
- Andronikou, A. (1979). Tourism in Cyprus. In *Tourism: Passport to Development?*, ed. E. de Kadt, pp. 237–64. New York: OUP
- Alrawadieh, Z., Prayag, G., Alrawadieh, Z., & Alsalamdeen, M. (2019). Self-identification with a heritage tourism site, visitors' engagement and destination loyalty: the mediating effects of overall satisfaction. *The Service Industries Journal*, 39(7-8), 541-558. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.021>
- Angba, T. (2022). Health benefits of sports and physical activity. Retrieved from ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/358461026\\_HEALTH\\_BENEFITS\\_OF\\_SPORTS\\_AND\\_PHYSICAL\\_ACTIVITY](https://www.researchgate.net/publication/358461026_HEALTH_BENEFITS_OF_SPORTS_AND_PHYSICAL_ACTIVITY). Last Accessed on, 2(08), 2023. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18575.46244>
- Badau, D., & Badau, A. (2024). Identifying the benefits of recovery programs of aquatic gymnastics, aquatic ludotherapy and therapeutic swimming on human motor, kinetotherapeutic and mental capacity. *Heliyon*, 10(19). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e38690>
- Bhatt, K., Seabra, C., Kumar, J., Ashutosh, K., & Kumar Kabia, S. (2024). Tourism-led inclusive growth in emerging and developing economies: A systematic literature review. *Sage Open*, 14(2), 21582440241252516. <https://doi.org/10.1177/2158244024125251>
- Borodai, D. S., Borodai, A. S., Borodai, S. P., & Borodai, Y. O. (2020, August). Typological and Functional Planning Features of Sports and Tourist Hotels. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 907, No. 1, p. 012065). IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/907/1/012065>

- Bui, H. T. (2025). All-inclusive holiday service quality: development and validation of a measurement scale. *Anatolia*, 1-14. Bui, H. T. (2025). All-inclusive holiday service quality: development and validation of a measurement scale. *Anatolia*, 1-14.
- Bleier, A., De Keyser, A., & Verleye, K. (2017). Customer Engagement Through Personalization and Customization. In *Customer Engagement Marketing* (pp. 75–94). [https://doi.org/10.1007/978-3-319-61985-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-319-61985-9_4)
- Campos, A. C., Mendes, J., Valle, P. O. D., & Scott, N. (2018). Co-creation of tourist experiences: A literature review. *Current Issues in Tourism*, 21(4), 369-400. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1081158>
- Clerides S. & Pashourtidou N. (2007). Tourism in Cyprus: Recent Trends and Lessons from the Tourist Satisfaction Survey. Department of Economics and Economics Research Centre, University of Cyprus. Cyprus Economic Policy Review, Vol. 1, No. 2, pp. 51-72.
- Chalermchaikit, V., Kozak, M., & Preudhikulpradab, S. (2023). Inclusive Management Practices and Organizational Development in Five-Star Hotels: The Case of General Managers. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.14456/abacodijournal.2023.27>
- Chikish, Y., Humphreys, B. R., Liu, C., & Nowak, A. (2019). Sports-led tourism, spatial displacement, and hotel demand. *Economic Inquiry*, 57(4), 1859-1878. <https://doi.org/10.1111/ecin.12820>
- Chiu, L. K., Radzuwan, R. B., & Ting, C. S. (2014). Assessing sport and recreation programmes' service quality at hotels and resorts: Towards enhancing customer participation. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2(1), 6-17. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2014.01.002>
- Deliverska, E., & Ivanov, S. (2016). STRUCTURAL-FUNCTIONAL MODEL OF THE COMPETENCIES OF SPORTS ANIMATOR. *Activities in Physical Education & Sport*, 6(1).

- Di Masi, F., Silveira, A. L. B., Braz, M. A., Gatica, S. L. A., Borreani, S., Brasil, R. M., & Dantas, E. H. M. (2014). Effects of an aquagym training in postmenopausal women. *Rev. Int. Med. Cienc. La Act. Física Deporte*, 14, 465-478.
- Dolnicar, S. (2019). A review of research into paid online peer-to-peer accommodation: launching the annals of tourism research curated collection on peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 75, 248-264. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.02.003>
- Etikan, I. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. American Journal of Theoretical and Applied Statistics, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Farmaki, A. (2012). An exploration of tourist motivation in rural settings: The case of Troodos, Cyprus. *Tourism Management Perspectives*, 2, 72-78. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.03.007>
- Farmaki, A. (2016). Managing rural tourist experiences: Lessons from Cyprus. In *The handbook of managing and marketing tourism experiences* (pp. 281-298). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78635-290-320161011>
- Flinta, N., Martyniuk, U., & Ostapenko, Y. (2025). THE ROLE OF ANIMATION PROGRAMMES IN CREATING a UNIQUE HOTEL MARKETING STRATEGY. *Economies Horizons*, 1(30), 150–158. [https://doi.org/10.31499/2616-5236.1\(30\).2025.324241](https://doi.org/10.31499/2616-5236.1(30).2025.324241)
- Foris, D. (2014). Comparative analysis of hotel classification and quality mark in hospitality. *J Of Tourism and Hospitality Management*, 2(1). <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2014.01.004>
- Filep, S. (2016). Tourism and positive psychology critique: Too emotional? *Annals of Tourism Research*, 59, 113–115. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.04.004>
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76. [https://doi.org/10.1016/s1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/s1441-3523(98)70099-3)

- Gillmor, D. (1989). Recent tourism developments in Cyprus. *Geography* 74(2): 262–5.
- Gilchrist, P., & Wheaton, B. (2017). The social benefits of informal and lifestyle sports: A research agenda. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1293132>
- Gehrels, S. A. (2025). Research in Hospitality Management: a retrospective and future views, and the case of padel sport. *Research in Hospitality Management*, 15(1), 4-9. <https://doi.org/10.1080/22243534.2025.2473228>
- Gilchrist, P., & Wheaton, B. (2017). The social benefits of informal and lifestyle sports: A research agenda. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/10.1080/19406940.2017.1293132>
- Ioannides, D. (2014). The dynamics and effects of tourism evolution in Cyprus. In *Mediterranean tourism* (pp. 112-128). Routledge.
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21-56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Koc, E., & Boz, H. (2020). Development of hospitality and tourism employees' emotional intelligence through developing their emotion recognition abilities. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(2), 121-138. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.10.007>
- Koo, M., & Yang, S.-W. (2025). *Questionnaire use and development in health research*. *Encyclopedia*, 5(2), 65. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5020065>
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2020). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214. <https://doi.org/10.1177/1938965519881264>
- Lockhart, D. (1993). Tourism and politics: the example of Cyprus. In *The Development Process in Small Island States*, ed. D. Lockhart, D. Drakakis-Smith and J. Schembri, pp. 228–46. London: Routledge.

- Latuszek, N. (2025). Corporate Hospitality and Experience Creation: A Case Study of Grand Slam Tennis Tournaments. *Studia Periegetica*, 48(2), 2097-2097. <https://doi.org/10.58683/sp.2097>
- Liao, C., Zuo, Y., Xu, S., Law, R., & Zhang, M. (2023). Dimensions of the health benefits of wellness tourism: A review. *Frontiers in Psychology*, 13, 1071578. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1071578>
- Li, M., Yin, D., Qiu, H., & Bai, B. (2022). Examining the effects of AI contactless services on customer psychological safety, perceived value, and hospitality service quality during the COVID-19 pandemic. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(1), 24-48. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1934932>
- Lazoglou, G., Hadjinicolaou, P., Sofokleous, I., Bruggeman, A., & Zittis, G. (2024). Climate change and extremes in the Mediterranean island of Cyprus: from historical trends to future projections. *Environmental Research Communications*, 6(9), 095020. <https://doi.org/10.1088/2515-7620/ad7927>
- Lee, J., & Shin, H. (2024). Effects of Inclusive leadership on the diversity climate and change-oriented organizational citizenship behavior. *Behavioral Sciences*, 14(6), 491. <https://doi.org/10.3390/bs14060491>
- Lehto, X. Y., Lin, Y. C., Chen, Y., & Choi, S. (2012). Family vacation activities and family cohesion. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(8), 835-850. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.730950>
- León, C. J., Giannakis, E., Zittis, G., Serghides, D., Lam-González, Y. E., & García, C. (2021). Tourists' Preferences for Adaptation Measures to Build Climate Resilience at Coastal Destinations. Evidence from Cyprus. *Tourism Planning & Development*, 20(6), 973–999. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1958914>
- Mitsis, P., (2022). Characteristics of hotels in Cyprus that are vital in internal tourists' assessment. 19. 27-39.
- Mulyk, K., Skaliy, A., Mukazhanov, N., Ostrowski, A., Paievskiy, V., & Abdula, A. (2024). Influence of volleyball and sports and health tourism on the physical, mental and social state of schoolchildren and students. <https://doi.org/10.15391/sns.v.2024-1.004>

- Murmura, F., Liberatore, L., Capanna Piscè, G., Campisi, B., & Pierli, G. (2023). MAKing Sustainable Tourism possible: a Project. In *bstract conference proceeding XL Convegno Nazionale Aidea "L'aziendalismo creavalore! Il ruolo dell'accademia nelle sfide della società, dell'economia e delle Istituzioni"* (pp. 1-9). Dipartimento di Scienze Aziendali Management & Innovation Systems. ISBN: 978-88-947839-2-6
- Oranga, J., & Matere, A. (2025). *Quantitative research: Types, advantages, generalizability & limitations*. Open Access Library Journal, 12(9), Article 1113694. <https://doi.org/10.4236/oalib.1113694>
- Ohuruogu, B. (2016). The Contributions of Physical Activity and Fitness to Optimal Health and Wellness. *Journal of Education and Practice*, 7(20), 123-128.
- Piñeiro-Cossio, J., Fernández-Martínez, A., Nuviala, A., & Pérez-Ordás, R. (2021). Psychological wellbeing in physical education and school sports: A systematic review. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 864. <https://doi.org/10.3390/ijerph18030864>
- Pizam, A. (2020). What is the hospitality industry and how does it differ from the tourism and travel industries?. Share Cite <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102528>
- Rokicka-Hebel, M., Ziolkowska, J., & Patyna, A. (2016). The professional profile of a leisure time animator in tourism and recreation services. *Baltic Journal of Health and Physical Activity*, 8(4), 17. <https://doi.org/10.29359/BJHPA.08.4.17>
- Ron Ayres, (2000), "Tourism as a passport to development in small states: reflections on Cyprus", *International Journal of Social Economics*, Vol. 27 Iss 2 pp. 114 – 133
- Sotiriadis, M. D. (2014). Management and Operational Issues of Animation Services in Resort and All-inclusive Hotels: Evidence from Greece. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n20p692>
- Sundram, S., Kumar, R., V., K, B. M., Naved, M., Dani, R., & Khatri, E. (2022). The impact of entertainment amenities availability on hotel's performance. *Webology*, 19(1), 3989–4005. <https://doi.org/10.14704/web/v19i1/web19263>

- Spector, P. E. (1985). *Measurement of human service staff satisfaction: Development of the Job Satisfaction Survey*. *American Journal of Community Psychology*, 13(6), 693–713. <https://doi.org/10.1007/BF00929796>
- Serra, J., Borges, M. D. R., Lima, J., & Marujo, N. (2021). Tourism market segmentation in World Heritage Sites based on cohort age criteria. <https://doi.org/10.48528/cxdg-bq28>
- Shafieisabet, N., & Haratifard, S. (2020). The empowerment of local tourism stakeholders and their perceived environmental effects for participation in sustainable development of tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 486-498. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.10.007>
- Tsounis, A., & Sarafis, P. (2018). *Validity and reliability of the Greek translation of the Job Satisfaction Survey (JSS)*. *BMC Psychology*, 6, Article 27. <https://doi.org/10.1186/s40359-018-0241-4>
- Tomescu, G., Bălan, V., Aivaz, K. A., & Zahiu, M. (2025, May). The Benefits of Practicing Physical Activity in the Aquatic Environment on Health and Quality of Life. In *Healthcare* (Vol. 13, No. 9, p. 1053). MDPI. <https://doi.org/10.3390/healthcare13091053>
- Vidon, E. S., Rickly, J. M., & Knudsen, D. C. (2018). Wilderness state of mind: Expanding authenticity. *Annals of Tourism Research*, 73, 62-70. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.09.006>
- Wells, C., Kolt, G. S., & Bialocerkowski, A. (2012). Defining Pilates exercise: a systematic review. *Complementary therapies in medicine*, 20(4), 253-262. <https://doi.org/10.1016/j.ctim.2012.02.005>
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2029). *International tourism highlights* (2019 ed.). UNWTO <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Zhang, T., Abound Omran, B., & Cobanoglu, C. (2021). Generation Y's positive and negative eWOM: use of social media and mobile technology. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2), 732-761. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0611>



## Παραρτήματα

### Ερωτηματολόγιο: Employee Job Satisfaction Survey – Hotel Animation & Entertainment Department

Dear participant,

This questionnaire has been developed by George Lioumpas for academic research purposes. Your participation is entirely voluntary, and all responses will remain strictly anonymous and confidential. Please answer honestly based on your personal experiences in your current role within the hotel entertainment or animation department.

There are no right or wrong answers. Your opinions are highly valued and will contribute to understanding job satisfaction among entertainment staff in the hospitality sector.

Please indicate your level of agreement with each statement using the following scale:

1 - Strongly disagree

2 - Disagree

3- Slightly disagree

4- Slightly agree

5 -Agree

6 - Strongly agree

### **Section A – General Information**

#### **1. Gender:**

☐ Male      ☐ Female

#### **2. Age:**

☐ 18–25      ☐ 26–35      ☐ 36–45      ☐ 46 and above

#### **3. Education level:**

☐ High School      ☐ College      ☐ University      ☐ Postgraduate

**4. Years of experience in hospitality:**

☐ 0–5      ☐ 6–10      ☐ 11–20      ☐ Over 20

**5. Marital status:**

☐ Single      ☐ Married

**6. Department / Role:**

☐ Animator  
☐ Team Leader  
☐ DJ  
☐ Dancer  
☐ Fitness Instructor  
☐ Other: \_\_\_\_\_

**7. Preferred weekly working days:**

☐ Five (5)  
☐ Six (6)

**8. Overall, how satisfied are you with your current job?**

☐ Not at all  
☐ Slightly  
☐ Moderately  
☐ Very  
☐ Extremely

9. Rank the following factors from 1 (most important) to 6 (least important):

**Type of work:**

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5    ☐ 6

**Salary:**

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5    ☐ 6

**Supervisor:**

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5    ☐ 6

**Career development opportunities:**

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5    ☐ 6

**Colleagues:**

☐ 1    ☐ 2    ☐ 3    ☐ 4    ☐ 5    ☐ 6

**Recognition:**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**Section B – Job Satisfaction Statements**

*Please indicate your level of agreement using the following scale:*

**1 = Strongly Disagree      6 = Strongly Agree**

---

**1. I feel that my salary is fair for the work I do.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**2. There are limited opportunities for promotion in my job.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**3. My supervisor demonstrates strong leadership skills.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**4. I am not satisfied with the benefits provided by my job.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**5. When I perform well, my efforts are acknowledged.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**6. Certain hotel procedures make my job more difficult than it should be.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**7. I generally get along well with my colleagues.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**8. At times, I feel that my work lacks real purpose.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**9. Communication within the entertainment team is effective.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**10. Salary increases are infrequent and insufficient.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**11. Employees who perform well have good chances for promotion.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**12. My supervisor treats me unfairly.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**13. The benefits offered are comparable to those in similar hotels.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**14. I do not feel that my work is valued as it should be.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**15. My work is not hindered by unnecessary bureaucracy.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**16. I often have to compensate for the lack of skill of some colleagues.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**17. I enjoy the activities and shows I perform as part of my job.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**18. The hotel's goals and expectations are not clearly communicated.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**19. My contributions are not adequately appreciated.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**20. Career progression opportunities are as good as in other hotels.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**21. My supervisor shows little concern for employees' feelings.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**22. The perks and benefits I receive are satisfactory.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**23. There are few opportunities for moral or symbolic rewards.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**24. My workload is too heavy.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**25. I have a good time working with my colleagues.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**26. I am often unaware of important information about the hotel's operations.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**27. I feel proud of the work I do.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**28. I am satisfied with the prospects for salary increases.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**29. I like my supervisor as a person.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**30. My job involves too much administrative or paperwork.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**31. My efforts are not recognized as much as they should be.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**32. I am satisfied with my chances of promotion.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**33. There are frequent conflicts or disagreements in the workplace.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**34. I find my job enjoyable and fulfilling.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**35. The tasks assigned to me are not always clearly explained.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**36. The hotel management shows genuine concern for its employees.**

☐ 1   ☐ 2   ☐ 3   ☐ 4   ☐ 5   ☐ 6

**Section C – Open Question**

**Please mention two (2) actions that could be taken in your department to improve job satisfaction among entertainment staff:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

---

**Thank you very much for your time and cooperation!**

*Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/ δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης*