

Uloga ICT-a u animaciji najmlađih gostiju obiteljskih hotela

Križanac, Sanja

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:435435>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-11**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“**

SANJA KRIŽANAC

**ULOGA ICT-A U ANIMACIJI NAJMLAĐIH
GOSTIJU OBITELJSKIH HOTELA**

Diplomski rad

Pula, 2021.

**Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“**

SANJA KRIŽANAC

ULOGA ICT-A U ANIMACIJI NAJMLAĐIH GOSTIJU OBITELJSKIH HOTELA

Diplomski rad

JMBAG:0145032489, izvanredni student

Studijski smjer: Turizam i razvoj

Predmet: Turistička animacija, tematski i zabavni parkovi

Znanstveno područje: Područje društvenih znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor: doc. dr. sc. Iva Slivar

Pula, lipanj 2021.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, Sanja Križanac, dolje potpisana kandidatkinja za magistricu poslovne ekonomije, smjera Turizam i razvoj, ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

U Puli, _____ lipanj 2021. godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Sanja Križanac, dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom

“ULOGA ICT-A U ANIMACIJI NAJMLAĐIH GOSTIJU OBITELJSKIH HOTELA ”

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ lipanj 2021. godine

Potpis

SADRŽAJ:

1. UVOD	1
2. INFORMACIJSKA I KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA (ICT).....	3
2.1. ICT pojmovno određenje.....	5
2.2. ICT primjena u turizmu.....	7
2.3. ICT primjena u hotelskoj industriji.....	10
2.3.1. Karakteristike i efekti ICT-a u hotelskoj industriji	12
2.3.2. Tehnološki izazovi i zahtjevi današnjeg tržišta	16
3. TURISTIČKA ANIMACIJA	20
3.1 Načela i ciljevi turističke animacije.....	21
3.2. Animacijski programi	24
3.2.1. Animacijski programi za najmlađe goste.....	28
3.2.2. Uloga turističkoga animatora u animaciji za najmlađe goste	30
3.3. Uloga ICT-a u animaciji najmlađih gostiju	31
4. TRŽIŠNA SPECIJALIZACIJA HOTELA.....	37
5. ISTRAŽIVANJE KORIŠTENJA ICT-A U ANIMACIJI NAJMLAĐIH GOSTIJU U VRHUNSKIM OBITELJSKIM HOTELIMA ŠIROM SVIJETA.....	44
5.1. Hotel Cavallino Bianco Family Spa Grand Hotel Ortisei, Italija	45
5.2. Resort Maxx Royal Kemer, Turska.....	47
5.3. Hotel GF Victoria Costa Adeje, Španjolska.....	48
5.4. Esperides Beach Family Resort Faliraki, Grčka.....	49
5.6. Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cipar.....	50
5.6. Club Med Peisey-Vallandry, Francuska	52
5.7. Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cipar	53
5.8. Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamajka.....	54
5.9. Seven Seas Hotel Life Goynuk, Turska.....	54

5.10. The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana, Dominikanska Republika	55
5.11. Rezultati istraživanja	56
6. DISKUSIJA.....	59
7. ZAKLJUČAK	60
LITERATURA.....	62
Popis tablica:.....	67
Popis slika:	68
Popis akronima	69
SAŽETAK	70
ABSTRACT	71

1. UVOD

Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) transformirale su turizam na globalnoj razini mijenjajući strukturu industrije i razvijanjem cijelog niza prilika i prijetnji. Iako ne postoji jedinstveno i univerzalno pojmovno određenje ICT-a, općeprihvaćen termin podrazumijeva sve uređaje, mrežne komponente, aplikacije i sustave koji zajedno, ljudima i organizacijama, omogućavaju interakciju u digitalnom svijetu. Definiranje ICT-a nije jednostavno i jednodimenzionalno. Unatoč brojnim definicijama, ne može se univerzalno definirati jer se koncepti, metode i primjene mijenjaju i evoluiraju gotovo svakodnevno. Također, definicija ovisi i o području istraživanja, odnosno kontekstu u kojem se upotrebljava, što opet utječe na nova definiranja i otkrivanja novih specifičnosti ICT-a.

Prema potrebama i željama turista, hoteli prilagođavaju svoju ponudu, upotpunjavaju je različitim sadržajima, odgovarajućom ponudom zabave ili kulture. Novi suvremeni oblici turizma, turističke animacije i animacijskih programa zapravo su sve ono što turisti zahtijevaju i za što postoji određena potražnja među turistima, naročito za programe namijenjene najmlađima. Povećana potražnja za animacijskim programima namijenjenim najmlađima, povezana je s interesima i ciljevima roditelja. Animacijska djelatnost obavlja jednu od glavnih funkcija turističke industrije, povećanje užitka i zabave za vrijeme odmora. Srž animacijskih programa je igra koja je relevantna i zahtjevna u svim dobnim razdobljima, vrlo je aktualna ideja integracije igra, tehnologija ICT-a i učenja djece kroz animaciju. Iako su sve te inovacije primjenjive za animaciju i zabavu djece naročito u sklopu boravka u hotelima za obitelj, istovremeno je to vrlo kompleksno za samu izvedbu i primjenu.

U radu se istražuje kojoj mjeri se primjenjuje ICT u turističkoj animaciji za najmlađe goste tijekom boravka u najboljim obiteljskim hotelima sukladno s TripAdvisorovim podacima.

Sadržaj i struktura ovog rada koncipirani su u sedam poglavlja. U prvom poglavlju predstaviti će se uvodne odrednice rada i to: predmet istraživanja, ciljevi istraživanja, metode istraživanja, struktura rada. Drugo poglavlje prikazuje teorijske odrednice informacijske i komunikacijske tehnologije. Izvršeno je pojmovno određenje

informatijske i komunikacijske tehnologije (ICT) kao i detaljan prikaz primjene u turizmu i hotelskoj industriji. Navedene su karakteristike i efekti ICT-a u hotelskoj industriji te tehnološki izazovi i zahtjevi današnjeg tržišta. U okviru trećeg poglavlja, turistička animacija, bit će definirani pojmovi koji se odnose na načela i ciljeve turističke animacije, navedeni su animacijski programi i posebno prikazani i pojašnjeni animacijski programi za najmlađe goste i sama uloga turističkoga animatora u animaciji za najmlađe goste. Poseban naglasak u radu stavljen je na važnost uloge ICT-a u animaciji najmlađih gostiju, što će biti i prikazano u nastavku kroz izabrane primjere obiteljskih hotela u petom poglavlju. Četvrto poglavlje o tržišnoj specijalizaciji hotela i specijaliziranim hotelima za obitelj. Peti praktični dio rada bavit će se istraživanjem i prikazom odabranih primjera te rezultatima istraživanja. U sklopu šestog poglavlja prikazana je diskusija pred zaključak i usporedba rezultata istraživanja s drugim sličnim istraživanjima. U sedmom završnom poglavlju iznosi se zaključak ovog rada koji je donesen na temelju istraženih podataka i saznanja.

U teorijskom dijelu rada dobivene su informacije sekundarnim istraživanjem tzv. *desk research*-proučavanjem raznih izvora: domaće i strane literature, statističke analize, informacije na internetu i slično.

Na kraju rada nalazi se popis korištene literature na temelju koje je napisan ovaj diplomski rad, zatim popis tablica, grafikona i slika prikazanih u radu, tablica korištenih akronima, kao i sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

2. INFORMACIJSKA I KOMUNIKACIJSKA TEHNOLOGIJA (ICT)

Informacijska i komunikacijska tehnologija predstavlja temelj ekonomije i pokretač je društvenih promjena u 21. stoljeću. Trenutno obuhvaća sve aspekte života kakvog znamo i danas bi život bez nje bio praktički nezamisliv. U modernom društvu ICT je sveprisutan, jedini uvjet jest povezanost na Internet, a danas više od 5,1 milijarde ljudi koji 2021. imaju pristup Internetu (tablica 1.). Danas se čak smatra da je pristup Internetu jedno od temeljnih ljudskih prava. Upravo taj značajni porast korištenja interneta kao i razvoj ostalih informacijsko-komunikacijskih tehnologija promijenili su i utjecali na suvremene načine komunikacije i poslovanja u turističkom sektoru.

Tablica 1. Korištenje interneta u svijetu i statistika stanovništva

Korištenje interneta u svijetu i statistika stanovništva 2021. (procjena)						
Svjetske regije	Populacija 2021.	Populacija svijeta %	Korisnici interneta 2021.	Stopa (% pop.)	Rast 2000.-2021.	Internet Svijet %
Azija	4,327,333,821	54.9 %	2,762,187,516	63.8 %	2,316.5 %	53.4 %
Europa	835,817,920	10.6 %	736,995,638	88.2 %	601,3 %	14.3 %
Afrika	1,373,486,514	17.4 %	594,008,009	43.2 %	13,058 %	11.5 %
Južna Amerika	659,743,522	8.4 %	498,437,116	75.6 %	2,658.5 %	9.6 %
Sjeverna Amerika	370,322,393	4.7 %	347,916,627	93.9 %	221.9 %	6.7 %
Bliski istok	265,587,661	3.4 %	198,850,130	74.9 %	5,953.6 %	3.9 %
Oceanija/ Australija	43,473,756	0.6 %	30,385,571	69.9 %	298.7 %	0.6 %
SVIJET UKUPNO	7,875,765,587	100.0 %	5,168,780,607	65.6 %	1,331.9 %	100.0 %

Izvor: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Pandemija COVID-19 imala je dubok utjecaj na to i potakla je potrošače i tvrtke na usvajanje novih digitalnih usluga i tehnologija, digitalnu uključenost i dostupnost, cyber sigurnost i povjerenje u ICT i inovacije te ubrzavala digitalnu transformaciju nekih područja poslovanja za čak nekoliko godina. Kao posljedica toga ovaj brzi rast, posebno u razvijenim zemljama, postavio je ICT kao nešto što svatko mora poznavati u svakodnevnom životu i računalna pismenost danas u je rangu s vještinama poput pisanja i čitanja.

Informacijska i komunikacijska tehnologija odnosno ICT, u velikoj je mjeri pridonijela društvenom, ekonomskom i gospodarskom napretku, posebno u vidu povećanja zaposlenosti i produktivnosti, kao i većoj kvaliteti života. Mnoge važne ekonomske i društvene promjene koje su nastupile krajem dvadesetog i početkom dvadeset i prvog stoljeća, izravna su posljedica dramatičnog povećanja sposobnosti i dostupnosti informacijskih i komunikacijskih tehnologija. Izuzetan utjecaj ICT-a nije zahvatio samo područja tehnologije i telekomunikacije, već se proširio na gotovo svaki aspekt ekonomije i društva. (UNESCO, 2011.)

Informacijska i komunikacijska tehnologija (engl. *Information and Communications Technology, ICT*) obuhvaća elektroničke tehnologije i tehnike koje omogućavaju upravljanje informacijama i znanjem, uključujući alate za rukovanje informacijama koje se koriste za proizvodnju, pohranu, obradu, distribuciju i razmjenu istih. Informacijska komunikacijska tehnologija sastoji se od infrastrukture i komponenata koje omogućuju suvremenu računalnu uporabu.

ICT je jedan od stupova gospodarskog razvoja s ciljem postizanja nacionalnih konkurentskih prednosti, što također pridonosi poboljšanju kvalitete života jer omogućuje širenje znanja koje pomaže u olakšavanju pristupa informacijama, čineći ga vrlo raširenom interaktivnošću i učinkovitošću. Stupanj informatizacije, tj. masovnost i širina primjene informacijske i komunikacijske tehnologije, postao je jedno od glavnih mjerila razvijenosti pojedinih zemalja. ICT se također koristi kao alat za učenje, obrazovanje i medij masovne komunikacije u promicanju praktičnih i važnih pitanja u svim područjima ljudskog djelovanja, ali i za zabavu. Danas je gotovo nezamislivo kućanstvo bez ICT-a, od televizije do osobnih računala, tableta i pametnih telefona. Mladi i najmlađi se koriste računalom prije nego što počnu čitati i pisati. Rađaju se i odrastaju u novoj okolini okruženi tehnologijom te razmišljaju i obrađuju informacije na bitno drugačiji način od prijašnjih generacija, često su vještiji s tehnologijom od svojih roditelja. Mladi i najmlađi danas neprestano, vrlo vješto i hrabro istražuju nove tehnologije i njihove mogućnosti, ali i sve ostale generacije moraju težiti što bržem i učinkovitijem praćenju trenutnih događaja u svijetu tehnologije te biti u korak s time. Istodobno ICT kompetencije postaju sve važnije za većinu pojedinaca, bez obzira na ulogu, dok sposobnost rada s informacijskim i komunikacijskim tehnologijama postaje ključno za sve aspekte ljudskog života.

2.1. ICT pojmovno određenje

U najširem smislu ovaj pojam obuhvaća sve proizvode koji pohranjuju, pretražuju, upravljaju, prenose ili primaju informacije elektronski u digitalnom obliku, npr. osobna računala, digitalna televizija, elektronska pošta, roboti (Zuppo, 2012). Ono što je bitno istaknuti kod ICT je kako ona obuhvaća dimenziju komunikacije, kao što se vidi i iz samog naziva, te time proširuje osnovne informacijske tehnologije, s obzirom na to da je danas rad s računalom nezamisliv ako ono nije povezano u mrežu.

Pojam ICT (Informacijska i komunikacijska tehnologija) podrazumijeva sva tehnička sredstva koja se upotrebljavaju u svrhu rukovanja informacijama i omogućavanja komunikacije, uključujući računala, mrežni hardver, komunikacijske vodove te sav potreban softver. Drugim riječima, ICT se sastoji od informacijske tehnologije, telefonije, elektroničkih medija, svih tipova obrade i prijenosa audio i video signala te svih funkcija kontrole i nadgledanja, baziranih na mrežnim tehnologijama. Pojam ICT zapravo je zbirni pojam pod kojim mislimo na nove tehnologije namijenjene komuniciranju, učenju, stjecanju znanja, dobivanju i razmjeni podataka, igri i razonodi. (Čelebić i Rendulić, 2011.)

Informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT) je isto tako izraz je koji se koristi za opis različitih elektroničkih alata koji to su sposobni za prijenos informacija i podataka u mreži. ICT je široki žanr komunikacijske tehnologije koji uključuje telefonske signale, računala, softver, pohranu podataka i audio-vizualne uređaje koji to dopuštaju informacije kojima treba pristupiti, prenijeti ih, pohraniti i izmijeniti. (Khan i Hossain 2018.)

Iako ne postoji jedinstveno i univerzalno pojmovno određenje ICT-a, opće prihvaćen termin podrazumijeva sve uređaje, mrežne komponente, aplikacije i sustave koji zajedno, ljudima i organizacijama, omogućavaju interakciju u digitalnom svijetu. Riječ je dakle o vrlo širokom pojmu koji se odnosi na beskonačna područja znanstvenih istraživanja i tehnika za rukovanje. Upravljanje medijima i emitiranje, inteligentni sustavi, upravljanje podacima, obrađivanje, pohranjivanje i prijenos podataka samo su neka od njih.

U novije vrijeme, pojam ICT se također koristi kako bi se opisalo spajanje različitih tehnologija od kojih svaka ima različite vrste skupova podataka i formata. ICT se tako sastoji od elektroničkih tehnologija i tehnika za upravljanje informacijama i znanjem, uključujući alate za rukovanje informacijama. ICT istovremeno obuhvaća internet, bežične mreže, kao i već pomalo zastarjele tehnologije poput fiksnih telefona te radijskih i televizijskih emisija. ICT se vrlo često koristi i kao sinonim za informacijsku tehnologiju, međutim ICT se koristi u prikazu širih i sveobuhvatnijih komponenti povezanih s računalnim i digitalnim tehnologijama. (Rouse, 2017.)

Definiranje ICT nije jednostavno i jednodimenzionalno. Unatoč brojnim definicijama, ICT ne možemo univerzalno definirati jer se koncepti, metode i primjene ICT mijenjaju i evoluiraju gotovo svakodnevno. Također, definicija ICT ovisi i o području istraživanja, odnosno kontekstu u kojem se upotrebljava, što opet utječe na nova definiranja i otkrivanja novih specifičnosti ICT.

Razvoj informacijske i komunikacijske tehnologije ima vrlo snažan potencijal kada su u pitanju ekonomske i socijalne promjene, uključujući smanjenje informacijskih i transakcijskih troškova, stvaranje novih modela suradnje, povećanje učinkovitosti radnika, poticanje inovacija i poboljšanje obrazovanja i pristupa osnovnim uslugama. Istodobno, ICT značajno pridonosi pravovremenoj obradi informacija, pristupačnom i ekonomski održivom pristupu informacijama te učinkovitosti i fleksibilnoj ljudskoj interakciji. Važnost uloge ICT-a neprestano raste te postaje funkcionalni uvjet kada je riječ o poslovnom, društvenom i osobnom životu, omogućujući pritom učinkovitu komunikaciju i upravljanje resursima.

S obzirom na to da troškovi ICT-a i dalje padaju, a istovremeno njihove sposobnosti se povećavaju, nove aplikacije postaju još važnije za sve sektore gospodarstva i društva. Razvoj i nastavak rasta ICT-a i primjena u turističkom sektoru osnažili su potrošača turizma i potiču značajne promjene u turističkoj industriji.

2.2. ICT primjena u turizmu

Turizam, kao jedna od najkompleksnijih i najdinamičnijih društveno ekonomskih pojava današnjice, pod konstantnim je promjenama. Ponuda i potražnja se mijenjaju i prilagođavaju novim trendovima koje diktiraju potrebe i motivi suvremenih turista. Suvremena tehnološka rješenja i primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija u turizam, danas su neophodna kako bi se poslovanje moglo odvijati u skladu s vremenom u kojem živimo.

Informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT) najdinamičniji su pokretači globalizacijskih procesa i razvoja svjetskog gospodarstva, a turizam jedna od najznačajnijih i najbrže rastućih gospodarskih grana. Primjena novih tehnologija i ICT rješenja pridonosi sustavnim inovacijama te praćenje i prilagođavanje suvremenim trendovima i individualiziranim zahtjevima turista. U sadašnjim uvjetima dinamičnog ekonomskog razvoja, visoke tehnologije, demografskih promjena u svijetu kao i promjena vrijednosnog sustava i životnog stila turista (Lickorish i Jenkic, 2006).

Postojeća programska rješenja i aplikacije se sustavno razvijaju i nadograđuju, a broj novih u stalnom je porastu. Informacije i komunikacijska tehnologija (ICT) kao jedna od vodećih inovacija na turističkom tržištu, ojačala je poslovanje izravnih pružatelja usluga. ICT potiče inovacije, a danas inovacije predstavljaju put do uspjeha. Korištenje inovacija i digitalnog napretka pruža turizmu prilike za poboljšanje razvoja, osnaživanja lokalne zajednice i učinkovito upravljanje resursima, među ostalim ciljevima u širem programu održivog razvoja. ICT kao pogonska snaga je u zadnjih dvadeset godina privukla značajan istraživački interes, omogućujući pojavu novih inovativnih alata, poslovnih modela temeljenih na suradnji između tvrtki i posrednika.

Inovacijom se smatra razvoj i primjena novog ili bitno izmijenjenog proizvoda (dobra ili usluge), postupka, nove organizacijske metode, poslovne prakse ili nove marketinške metode i njezino uvođenje u praktičnu upotrebu odnosno - komercijalizacija. (https://www.dziv.hr/files/File/novosti/zanovinare/inovacije_o_inovacijama.pdf) (02.04.2021.)

Turistički sektor kao pomoć inovacijskoj sposobnosti pronalazi u korištenju novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Danas se na inovacije u turizmu sve intenzivnije gleda kao na pravilo i učestalu praksu. O njima ovise uspješnost poslovanja, konkurentnost turističke destinacije, ali i održivi razvoj. Inovacije u turizmu sagledaju se s raznih aspekata, a misli se na:

- Inovacije kao osnova turističke politike;
- Inovacije u domeni stvaranja novih turističkih usluga i proizvoda;
- Inovacije u pojedinim elementima destinacijskog sustava;
- Inovacije u poslovnim i razvojnim procesima. (Gržinić i Bevanda, 2014.)

Digitalizirani turistički sektor mora inovirati i stvarati nove poslovne prilike kako bi se osigurala kontinuirana konkurentnost, rast i održiv razvoj sektora. (Horvatić i Bačić, 2013.)

Informacijska i komunikacijska tehnologija potiče inovacije, a danas inovacije predstavljaju put do uspjeha. Razvoj inovativnih proizvoda i usluga ne bi bio mogući bez postojanja ICT-a. Važno je ne izostaviti značenje informacijsko-komunikacijske tehnologije koja ima iznimno važnu ulogu u turizmu. Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) važne su za turistički sektor jer služe pretraživanju informacija, kupnji usluga, rezervacijama i sl. Putovanje je postalo „roba široke potrošnje“. (Gržinić, 2014.)

Utjecaj globalizacije primjećuje se u svim sferama života. Globalizacijski procesi promijenili su društvene odnose posebno u sferi rada. Zbog raznih faktora od kojih vrijedi izdvojiti slobodno vrijeme ljudi, viši stupanj obrazovanja i životnog standarda, razvojem informacijsko-komunikacijske platforme, došlo je do promjena turističkih potreba što je rezultiralo novim obrascem turizma.

Također upotrebom ICT-a dolazi do transformacije ponašanja potrošača, oni postaju sve više informirani, samostalniji, svjesni većeg izbora, očekuju brzinu i koriste tehnologiju za prevladavanje fizičkih ograničenja i granica. Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) transformirale su turizam na globalnoj razini mijenjajući strukturu industrije i razvijanjem cijelog niza prilika i prijetnji.

ICT omogućuje potrošačima identificirati, prilagoditi i kupiti turistički proizvod uz istovremeno podupiranje same globalizacije industrije pružanjem alata za razvoj, upravljanje i distribuciju ponude. (Buhalis i O'Connor 2015.)

Digitalna revolucija imala je dubok i trajan utjecaj na turizam. Postoje dva glavna područja u kojima digitalizacija ima snažan utjecaj na turizam. Prvi je u procesu komunikacije s turistima. Postoje različiti načina komuniciranja koji uključuju sve oblike internetske prezentacije marketinških poruka i informacija, učinkovitu uporabu društvenih medija koji utječu na izbor i razmjenu iskustava na turiste, brzo rastuća upotreba mobilnih tehnologija u pružanju trenutnih informacija posjetiteljima tijekom boravka. Drugi aspekt digitalizacije je prilika koja pruža nove i vrlo kreativne načine poboljšanja iskustva posjetitelja, uključujući rastuću upotrebu virtualne i proširene stvarnosti. (UNWTO,2019.)

Ipak, s pozadinom COVID-19 pandemije neke od potreba su evoluirale, prioriteti su se promijenili i pojavili su se potpuno novi zahtjevi. Važno je slijediti trenutne turističke trendove i zahtjeve kao odgovor na sve veće reakcije potrošača kao rezultata pandemije, međutim većina uzroka promjena proizašla je iz općenitijih promjena u ponašanju turista.

Pored značajnih prednosti primjene ICT-a u turizmu, postoje i negativni učinci kao što su zaštita osobnih podataka i privatnosti, neučinkoviti sustavi i sustavi planiranja, digitalna izolacija određenog postotka stanovništva, gubitak znanja i informacija, ugroza određenih jezika i kultura, nedostatak osobne komunikacije, pa čak i sam ljudski opstanak. Također, bitno je znati najbolje iskoristiti tehnološke inovacije, ali i odbaciti zastarjelu tehnologiju i neučinkovitu tehnologiju.

Iz navedenog se može zaključiti da važnost primjene ICT-a u turističkom sektoru postaje sve važnija. Turizam je postigao značajan napredak u svim područjima poslovanja tijekom posljednjih desetljeća, osnova tog napredak i pozitivnih promjena zasigurno je primjena informacijsko-komunikacijskih tehnologija u suvremenim poslovnim trendovima prisutnima na turističkome tržištu. Tehnologija nije osigurala samo alternativne načine poslovanja, već je stvorila dodatnu vrijednost ponuđenih proizvoda i načina na koji se nude u smislu smanjenja troškova i potrošnje vremena. Ova ušteda jedan je od glavnih razloga primjene tehnologije na turistički sektor.

2. 3. ICT primjena u hotelskoj industriji

Krajem 20. stoljeća hotelska industrija je prepoznala informacijsku tehnologiju kao važni faktor razvoja poslovanja, odnosno faktor koji pospješuje promociju, organizaciju i prodaju hotelskih usluga. Današnje suvremeno hotelsko poslovanje karakterizira potreba za pravovremenom kvalitetom, brzom i stalnom interakcijom s tržištem i gostima kojima su na dohvat ruke personalizirani podaci o destinacijama, cijenama, uslugama i kvaliteti, a to je jednostavno nezamislivo bez kvalitetnog ICT-a. Informacijska tehnologija je danas dio svakog poslovanja, pa tako i suvremenog hotelskog poslovanja. Tehnologija uistinu je promijenila poimanje usluga, prikazane su na jedan nov način koji će svoje mjesto nastaviti pronalaziti i u budućnosti, čak štoviše, usluge će ovisiti o razvoju novih tehnologija (Prester, 2010.).

Brza, intenzivna primjena ICT u suvremenom poslovanju može se zahvaliti, između ostalog, i kontinuiranoj standardizaciji tog područja. Uvođenjem i prilagodbom novih standarda poduzeće može steći značajne komparativne prednosti, odnosno u protivnom imati značajne poteškoće u poslovanju. (Sinković i Bevanda, 2007.)

Hotelska poduzeća kao osnova turističkog prihvatnog sustava nužno trebaju biti usmjerena na razvoj i prihvatanje novih tehnoloških rješenja. Mnogobrojni su razlozi nužnosti korištenja tehnoloških dostignuća i informacijskih sustava u hotelskom poslovanju poput kraćeg vremena obrade jednostavnih poslova, pojednostavljivanje zadataka u svakodnevnom poslovanju, istovremeno obavljanje više zadataka i postupaka, prikupljanje i obrada podataka iz okruženja, umreženost cjelokupnog poslovanja nepovezanih jedinca odnosno povezivanje poslovnih jedinca, a kao jedan od najvažnijih čimbenika informacijskog sustava hotela je osiguravanje osnovnih potrebnih podataka menadžmentu za donošenje pouzdanih i ispravnih odluka potrebnih za ispravno, efikasno i profitabilno poslovanje hotelskog poduzeća.

Informacijski sustavi se zbog navedenih činjenica sve više koriste u hotelskom poslovanju kao činitelj ispravnih promjena, te usmjeravaju hotelsko poslovanje prema uspješnim poslovnim rezultatima (Garbin Praničević, Pivčević i Garača, 2010.).

Važnost utjecaja ICT-a na poslovnu strategiju, definiranje poslovnih ciljeva i na uspješnost cjelokupnog poslovanja svakim danom postaje sve veća. Očito je u svakom slučaju da mjesto i uloga ICT-a u poslovnoj politici i strategiji sve jače određuju konkurentnost poslovnog sustava hotelskih poduzeća.

Strategijska važnost ICT u poslovanju ogleda se, između ostalog, u sljedećem:

- 1) Povezanost ICT i poslovnih ciljeva,
- 2) ICT mijenjaju strukturu djelatnosti,
- 3) ICT oblikuju konkurentsku prednost i
- 4) ICT pokreću nove poslove i mijenjaju postojeće (Srića i Spremić, 2008.).

Za uspješno poslovanje hotela od presudne je važnosti upravo stupanj razvijenosti tehnologije koju hotel koristi, posebno tehnološke inovacije koje hotel uključuje u svoj servis kako bi gost uživao što lagodniji boravak.

Najveći utjecaj ICT-a na hotelsku industriju trenutno se može vidjeti kroz neke od uspješno integriranih sustava poput računalnog sustava rezervacija CRS (*Central Reservation System*), upravljanja odnosima s kupcima CRM (*Customer Relationship Management*), planiranja resursa poduzeća ERP (*Enterprise Resource Planning*), upravljanja lancem opskrbe SCM (*Supply Chain Management*), sustava upravljanja projektima PMS (*Property management System*), sustava upravljanja znanjem KMS (*Knowledge Management System*) i sustav automatizacije ureda OAS (*Office Automation System*).¹

Hoteli na temelju informacija koje im ICT pruža mogu brže reagirati na promjene turističkog tržišta prilagođavajući se postojećem turističkom proizvodu i kreirajući nove specijalizirane turističke proizvode te su isto tako u mogućnost efikasnije promovirati i distribuirati proizvode.

Analiza turističke potražnje koja proizlazi iz korištenja informacijsko-komunikacijskih tehnologija, interneta i društvenih mreža postaje ključan element prognoziranja budućih vrijednosti s obzirom na sve više prisutne nove trendove temeljene na korištenju informacijsko-komunikacijskih tehnologija . Posljednjih godina sve je veći

¹Popis akronima

interes za istraživanje utjecaja suvremenih ICT-a, posebno alata *Google Trends*, na modeliranje turističke potražnje, *Google Trends* indeksi mogu pružiti korisne informacije o namjerama pojedinaca o smještaju (Baldigara i Penić 2020.).

Inovacije i tehnološka rješenja primijenjena u modernim hotelima imaju višestruki učinak na iskustvo boravka i hotela jer smanjuju potrošnju energije, povećavaju zadovoljstvo gostiju i pomažu turističkoj destinaciji da brže postigne operativnu izvrsnost. Danas je uloga ICT-a nezamjenjiva u svakom segmentu poslovanja u svakoj gospodarskoj djelatnosti, uključujući i hotelijerstvo, od ugostiteljstva, prodaje, rezervacija, nabave materijala i usluga, do praćenja potrošnje, kućanstava, tehničkih usluga, financijskih transakcija i upravljanja na svim razinama. ICT prisutna je u svakom dijelu hotela i pruža hotelima inteligentna rješenja koja štede energiju, olakšavaju rad osoblja i osiguravaju gostima ugodan boravak.

Razna istraživanja o primjeni informacijskih tehnologija gotovo bez iznimke upućuju na poboljšanje kvalitete postupaka obrade klijenata i operativne efikasnosti kod hotelijera odnosno hotelskih poduzeća koja su poslovanje podržala informacijskim sustavima.

Međutim, uspostavljena je i činjenica kako neispravno korištenje sustava i tehnologija može rezultirati nepovoljnim poslovnim ishodom zbog čega je menadžerska motivacija i znanje nužno prilikom uvrštavanja informacijskih tehnologija u poslovni sustav (Garbin Praničević, Pivčević i Garača, 2010.).

Jedini čimbenik koji je i dalje potrebno unaprjeđivati i razvijati je informatička pismenost djelatnika hotela koja nije na zadovoljavajućoj razini razvijenosti. Ovaj podatak je važan kako bi se informatičku pismenost zaposlenika unaprijedilo kroz odgovarajuće oblike obrazovanja ulagajući u ljudski faktor kao najvažniji čimbenik hotelskog poslovanja. Stupanj informatičke pismenosti i primjene informacijsko-komunikacijskih tehnologija postaje jedno od ključnih mjerila razvijenosti (Baldigara i Penić 2020.).

2.3.1. Karakteristike i efekti ICT-a u hotelskoj industriji

Kao najznačajnije karakteristike primjene informacijsko-komunikacijske tehnologije u hotelskom poslovanju mogu se navesti sljedeće:

1. **Eliminiranje posla** - umjesto promatranja pojedinačnih poslova prati se njihov kontinuitet (*workflow*). Poslovi i aktivnosti u sklopu procesa moraju biti optimizirani prije nego što tehnologije budu implementirane.
2. **Eliminiranje suvišnih komunikacijskih lanaca**- uobičajeni proces prenošenja informacija podrazumijeva mnogo instanci, koje ne rade ništa drugo nego višekratno prenose iste informacije.
3. **Ugradnja automatska kontrole u procese**- ICT osigurava ugradnju kontrolnih funkcija, a time i kvalitete u sam proces. Prednost je napraviti nešto na pravi način i učiniti to prvi i posljednji put.
4. **Utvrđivanje sinergije između ljudi i tehnologije** - inovacije mogu nastati iz sinergije između povezivanja ljudskih vještina i tehnologije. ICT u znatnoj mjeri povećava moć ljudi, ruši informacijske barijere i uspostavlja simultano raspoloživu informaciju bez ograničenja vremena i prostora.
5. **Pojednostavljivanje zadataka** - uz pomoć ICT-a pojedinac može upravljati poslom od početka do kraja. Koristeći potencijal tehnologije, zadaci se pojednostavljuju i ubrzava se njihovo izvršenje. Rezultat je najmanje isti, dok su utrošeno vrijeme i potrebni resursi znatno manji.
6. **Paralelno odvijanje procesa** - mnogo procesa koji su dosad morali biti sekvencijalno (slijedno) izvršavani, korištenjem ICT-a mogu postati usporedni (paralelni). Nove aplikacije omogućavaju raspoloživost informacija i njihovo istodobno ažuriranje.
7. **Promjena definicije poslova** - postojeći procesi i poslovi se razbijaju i njihovi elementi se sastavljaju po novim pravilima, na koja presudno utječe i suvremena informacijska tehnologija.

8. **Integracija funkcija** - nestaju funkcionalne barijere, poslovi se obavljaju u kontinuitetu, znatno brže i kvalitetnije.
9. **Centralizirana kontrola s decentraliziranim odlučivanjem** - moguće je istodobno uspostaviti centraliziranu kontrolu ujedno ostavljajući slobodu odlučivanja decentraliziranim poslovnim jedinicama. Globalni ciljevi su postavljeni, prava i odgovornost uravnoteženi, rezultati mjerljivi.
10. **Inovativna sustavna analiza** - ICT osigurava znatno viši stupanj analize.
11. **Stvaranje prednosti iz nedostataka** - način na koji je problem definiran često određuje razinu i kvalitetu njegovog rješavanja. Često se uz pomoć ICT-a lakše i bolje locira problem, koji se u pravilu rješavaju prvi put, a istodobno i posljednji put.
12. **Inovacije kao aktivan odgoj** - ideje na razini svakog pojedinca mogu biti lakše i brže implementirane u poslovni sustav. Inovacije su prirodno podržane i sama tehnologije stimulira njihovo kreiranje i implementaciju.
13. **Konkurentska prednost** - ICT postaje konkurentsko oružje koje istodobno ima i operativnu i strategijsku važnost. Oni hoteli koji ne budu razumjeli mjesto i ulogu ICT-a nikada neće moći shvatiti kako njihova konkurencija može imati tako kvalitetne proizvode i usluge po tako niskim cijenama. (Galičić i Šimunić, 2006.)

Činjenica je da tehnologije mijenjaju način rada, od marketinga i prodaje do rezervacija, komunikacije s gostima i usluživanja. Svaki od navedenih poslovnih procesa doživio je neki oblik unapređenja u efikasnosti, što ga čini nužnim, ali ne presudnim za poslovni uspjeh. Najvažniji poslovni procesi za koje smatraju da je tehnologija važna ili jako važna u podršci su: različite mogućnosti plaćanja, moderni alati komunikacije s gostima i financije, dok za rezervacije, upravljanje ljudskim potencijalom i dostavu smatraju da je za njihovo odvijanje tehnologija nepotrebna. (Laškarin Ažić 2018.)

U praksi nije jednostavno iskazati efekte koji se postižu primjenom ICT-a, obično se oni izražavaju kroz uspješnost i djelotvornost:

1. Uspješnost je sposobnost informacijskog sustava da efikasno informira svoje korisnike, tako da je naglasak na kvaliteti informacije. Postoje brojni informacijski sustavi koji moraju biti uspješni bez obzira na cijenu informacija (promet, neki resori državne uprave, zaštita ljudi i dr.)
2. Djelotvornost je pak njegova sposobnost da to učini na optimalan način, tako da je težište na neto efektima koje po tom pristupu treba izravno izmjeriti. To je u praksi novi problem, jer ih se jedan dio može izravno mjeriti, ali postoje i neizravni mjerljivi efekti (Galičić i Šimunić, 2006.).

Tablica 2. Primjeri nekih efekata primjene ICT-a u hotelskoj industriji

Izravno mjerljivi efekti	Neizravno mjerljivi efekti	Nemjerljivi efekti
smanjenje zaliha sirovina i materijala	brža izrada analiza i izvješća o poslovanju	poboljšanje organiziranosti hotelskog sustava u cijelosti
povećanje obujma usluživanja gostiju	izrada većeg broja mogućih alternativa	uređivanja tokova informacija između menadžmenta i operativnog osoblja
skraćivanje trajanja pripremnih radova u svim procesima u hotelu	povećanje raspoloživosti poslovnih informacija	poboljšanje kvalitete usluga u hotelu
smanjenje broja poslovnih dokumenata i obrazaca		standardizacija procesa, procedura i postupaka

Izvor: Galičić i Šimunić 2006.

Prema Tenić efekti ICT-a ogledaju se i u sljedećem:

- 1) smanjenju organizacijskih razina i promjeni načina upravljanja,
- 2) odvajanju posla od lokacije,

3) reorganizaciji tokova poslovanja,

4) rastu fleksibilnosti organizacije i

5) redefiniranju organizacijskih okvira -novi vidovi suradnje (Tenić, 2006.).

U današnjem poslovnom svijetu i u uvjetima globalne konkurencije izuzetno je važno provoditi efikasne i inovativne poslovne procese, predviđati njihovu dinamiku i upravljati njihovim promjenama u svrhu veće učinkovitosti i bolje kvalitete proizvoda ili usluga.

2.3.2. Tehnološki izazovi i zahtjevi današnjeg tržišta

Hotelijere u budućnosti očekuju sve kompleksniji zahtjevi gostiju, a da bi održali korak s ostalim naprednim tehnološkim sustavima na svjetskoj razini, u svoje će planove morati uvrstiti sljedeće izazove:

- **Sve kompleksniji sustavi distribucijskih kanala**

Sve su brojnije rezervacije putem online turističkih agencija u odnosu na izravnu prodaju, hoteli su primorani na zajedničku suradnju te prihvaćaju njihove uvjete radi postizanja online vidljivosti (provizije, niže cijene na vlastitim web-stranicama i dr.). Kompleksnost sustava onemogućuje dovoljnu pripremu hotelijera na dolazak gosta, što znači manjkavost kvalitetnih informacija potrebnih za stvaranje individualne usluge.

- **Potrebe gostiju za multifunkcionalnim mjestima susreta (*touch - points*)**

Gosti će očekivat jednostavnost i mogućnost informiranja na mjestima na kojima osoblje možda neće biti prisutno. S druge strane, hotelijerima se omogućuje prikupljanje podataka o gostima te nužnost integriranja tih podataka u profile gostiju.

- **Sve istaknutija potreba za *online* prisutnošću (na društvenim mrežama)**

Gosti pokazuju potrebu za *online* istraživanjem prije dolaska. Na listi prioriteta su im društvene mreže, stranice za ocjene gostiju i sl. Društvene mreže više ne

predstavljaju samo mogućnost oglašavanja, već uključuju i aktivnosti odnosa s javnošću, *online* prodaje te publiciteta. To bi značilo da se na jednome mjestu (vidljivo drugim gostima) rješavaju problemi, odgovara se na pitanja, promoviraju se aktivnosti hotela, direktno se prodaju usluge i sl.

- **Intuitivni sustavi s integriranim podacima**

Način spremanja i upotrebljavanja podataka o gostima utjecat će na moć upravljanja odnosima s gostima. Problem povezivanja i integriranja podataka zbog previše različitih sustava bit će i dalje jedan od najvećih problema upravljanja podacima. Centralni repozitorij u CRM sustavu kojim će se upravljati svako mjesto susreta s gostom od trenutka traženja hotela do boravka gosta u hotelu naziva se oblak, a ujedno predstavlja jedno od najpotpunijih rješenja ovakva problema. (Laškarin Ažić, 2018.)

Od važnijih promjena koje su se dogodile u hotelijerstvu u području tehnologije i koje će se tek dogoditi valja izdvojiti: integraciju, operacijsku efikasnost te intuitivnost tehnologije. U tom će se smjeru i nastaviti razvijati te se može izdvojiti nekoliko važnih područja koja će u hotelijerstvu ostati najvažnija tema i zahtjevi, a direktno se tiču odnosa s gostom:

1. **Multisenzorska stimulacijska okolina-** Multisenzorsko upravljanje uvelike su olakšale moderne tehnologije koje hotelijeri danas imaju na raspolaganju. Iako hotelijeri sve više ulažu u tehnologije koje omogućuju vizualne doživljaje za goste kao što su *Google Glass*, hologrami te virtualna stvarnost, rasvjeta prilagođena različitim potrebama gostiju i dalje će ostati jedan od temeljnih načina stvaranja ugodnosti za gosta. U budućnosti će tehnologija objedinjavati sve navedene senzorske kanale čineći tako polimorfni ambijent koji će se moći prilagođavati potrebama gostiju. Hotelijeri sutrašnjice, koji su u mogućnosti ponuditi individualnost, autentičnost, uvjerljive priče, multisenzorsku percepciju te kvalitetnu interakciju s gostom, također će moći stvoriti nezaboravno jedinstveno iskustvo budućim gostima

2. **Napredni GRM i *loyalty* programi-** Novi *loyalty* programi usmjereni su na doživljaje i individualne potrebe te želje gostiju. Novi program nudi pojednostavniju strukturu prikupljanja bodova, uz mogućnost zamjene bodova za posebne doživljaje. A mobilne aplikacije postaju novi oblici GRM alata (*loyalty* programi) koji omogućuju gostu da na jednom mjestu rezervira uslugu, ima posebne zahtjeve i prije dolaska (upute o lokaciji), otključa sobu i skuplja bodove. Izbor usluge temeljit će se na preferencijama gostiju, a GRM sustavi u budućnosti će moći upravljati kompleksnim podacima koje danas nijedan sustav ne može još niti zamisliti.

3. ***User friendly* tehnologija-** Svaka tehnologija mora biti *user friendly*, poštujući pritom pravilo o šest sekundi. To bi značilo da gost koji se u sobi susretne s novom tehnologijom tu tehnologiju mora shvatiti u šest sekundi ili je neće htjeti upotrebljavati. Navike gostiju stečene su svakodnevnom upotrebom mobitela i interneta koji su sve intuitivniji, brži, jednostavniji i pametniji. Stoga su i zahtjevi gostiju „napredniji“ i ključni za uvrštavanje u buduće planove vezane za tehnološke inovacije. Gosti su se podsvjesno vratili potrebi razgovora pri planiranju njihovih putovanja. Razvojem interneta taj se razgovor izgubio, no potreba za njime i dalje je prisutna. Ta potreba bit će zadovoljena pojavom virtualnih asistenata. Predviđanja su da će kroz tri do pet godina virtualni asistenti biti trend pri planiranju putovanja turista. Uz njihovu pomoć, turisti će moći razgovarati o svojim potrebama i željama, a oni će im predlagati hotele, destinacije i sl.

4. **Funkcije soba-** Nakon što je umjetna inteligencija prvi put upotrijebljena kao osobni asistent (*Apple – Siri, Amazon – Alexa, Microsoft – Cortana, Google – Google Assistant* sl.), bilo je pitanje vremena kada će hoteli prihvatiti i usvojiti takvu priliku te obogatiti iskustvo gostiju uz online osobne asistente. Povezivanjem *Property Management Sustava* i aplikacija osobnih asistenata moguće je kontrolirati temperaturu sobe, svjetlost, paliti i gasiti televizor, radio i dr. Cilj takvih rješenja jest unaprijediti doživljaj gosta interaktivnim i fleksibilnim uslugama. Hotel može pratiti potrošnju gostiju, omogućiti brzu i automatiziranu prijavu i odjavu gosta, automatizirati sustav vođenja internih i vanjskih rezervacija, pratiti potrošnju materijala, imati uvid u stanje domaćinstva i

izvještaje u poslovanju. Dizajneri unutarnjih prostoriya hotela postat će stilisti virtualne realnosti (*virtual reality stylists*). Gosti će tako moći izabrati među različitim modelima soba (od boja, načina razmjestaja, stila uređenja i dr.)(Laškarin Ažić 2018.).

S vremenom došlo je do promjene u svim područjima poslovanja, jednom uobičajene poslovne metode polako nestaju, a tržištem dominira nova poslovna strategija koja se temelji na točnosti i učinkovitosti. To se uglavnom odnosi na primjenu ICT-a u poslovanju. To ne znači da će u budućnosti nestati standardna zanimanja i postojeće poslovne metode, već upravo suprotno. Digitalizacija će ih modernizirati, učiniti učinkovitijima i po želji preciznijim.

3. TURISTIČKA ANIMACIJA

Animacija kao segment ukupne turističke aktivnosti javlja se od početka turizma kao gospodarske aktivnosti, iako su se njezini oblici i sadržaji mijenjali u skladu s promjenama u odnosima ponude i potražnje te funkcije turizma u cjelini (Ravkin, 1999.).

Snažnim razvojem turizma posebno iza 50-ih godina i 20. stoljeća te masovnim putovanjima javljaju se prvi oblici turističke animacije, tj. animacije u turizmu tada se počelo i teoretski pojašnjavati pojam turistička animacija. Turistička animacija dio je turističke ponude kojom se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju (Cerović, 2008.).

Turistička animacija je zapravo splet usluga i proizvoda, koji se na nov i jedinstven način plasiraju kao ekskluzivni dio turističke ponude na turističkom tržištu, s ciljem zadovoljenja potreba i zahtjeva turista, ali isto tako i multipliciranje dobiti poduzeća.

Temelj turističke ponude destinacije ne proizlazi više samo iz pružanja osnovnih usluga smještaja i prehrane, već se očekuje mnogo više i suvremeni turist očekuje određeni oblik animacije, što će činiti temelj njegove percepcije o turističkom proizvodu i odluke o putovanju.

Suvremeni turisti svjesni su mogućnosti izbora, te su u potrazi za doživljajima, a njihovo zadovoljstvo ogleda se u sveukupnom zbroju kvalitete usluga i kvaliteti doživljaja. Uz doživljaj se vezuje i pojam turističke animacije kao suvremenog strateškog alata u pogledu ostvarenja zadovoljstva gosta i ostvarenju financijske dobiti, što čine i dva osnovna cilja zbog čega se i razvija animacija u destinaciji. Doživljaj u tom kontekstu, označava aktivni odnos prema turističkim vrijednostima u čijoj je osnovi potreba za istraživanjem novih i nepoznatih prostora i pojava.

Zapravo, animacija je u suštini osmišljavanje i kreacija slobodnog vremena turista, koje se kroz doživljaj na turističkom putovanju manifestira kao raznovrsni program, poštujući ciljeve i načela animacije. Poznato je kako se animacija u početku povezivala s filmskom industrijom, dok u zadnjih dvadeset godina s računalnom, zato što se u

zadnja dva desetljeća intenzivnije razvija virtualna komponenta i informacijske i komunikacijske tehnologije (ICT).

Kako prolazi vrijeme, na tržištu se pojavljuju nove, zanimljive stvari i turizam mora ići u korak s time. Ljudi su sve zahtjevniji i uslijed velike i raznolike ponude te pristupačnih cijena, turističko tržište treba pomno razabrati kako kombinirati turističku ponudu s turističkom potražnjom. Turistima je postalo bitnije kako će provesti vrijeme, više nego gdje će ga provesti. Prilagođavanje željama i preferencijama potencijalnih kupaca postalo je svojevrsan trend. Tržište je sve zahtjevnije i ljudi više nisu zadovoljni nekim općim uslugama, svatko ima nešto što ga zanima i na što želi potrošiti svoje slobodno vrijeme.

3.1 Načela i ciljevi turističke animacije

Turistička animacija je iznimno važna u hotelijerstvu jer ciljano ispunjava slobodno vrijeme turista i doprinosi njihovom zbližavanju te međusobnoj komunikaciji, kao i bijegu od svakodnevnog života, što je jedan od glavnih razloga za odlazak ljudi na odmor. Ali, turistička animacija se temelji na određenim načelima, kojih se treba pridržavati, isto tako njen se uspjeh mjeri u ostvarenim ciljevima.

U kontekstu turističke animacije opće poznata i prihvaćena su dva osnovna cilja:

1. Zadovoljstvo turista animacijskim programom
2. Povećanje turističke potrošnje u destinaciji(Cerović, 2008.).

Zadovoljstvo gosta izravno je povezano s potpunim, očekivanim, a po mogućnosti i nadmašenim očekivanjima od boravka, aktivnosti, animacijskog programa hotela, manifestacija ili destinacije u cjelini. Cilj turističke animacije hotela i destinacijskog menadžmenta je dostići i nadmašiti očekivanja turista boravkom u hotelu ili destinaciji. Turistička animacija, kao sistem turističke ponude, ima važnu ulogu u zadovoljenju potreba i motiva turistima da dožive očekivani doživljaj na svom odabranom turističkom putovanju. Turisti donose odluke ovisno o tome odgovara li ponuda njihovim potrebama, pruža li im nezaboravno iskustvo. Žele upoznati lokalnu kulturu, žele stupiti

u kontakt s lokalnim stanovništvom, upoznati nacionalni folklor, gastronomiju, posjetiti festivale, muzeje, galerije i slično. Sve to čini kvalitetu turističke ponude, čiji se učinci ostvaruju upravo kroz navedene ciljeve svrhe postojanja turističke animacije.

Suvremena globaliziranost i uniformiranost turističke ponude dovela je do nezadovoljstva i neispunjavanje osnovnih motiva i očekivanja turista danom turističkom ponudom tako i boravkom u samoj destinaciji.

Turistička ponuda pronalazi rješenja udovoljenja ovakvim zahtjevima putem diversifikacije turističkog proizvoda, multisegmentacije programa, te visoke specijalizacije i segmentacije usluga. Pojavljuju se novi proizvodi radi preuzimanja potrošača iz konkurencije za sebe. Time tradicionalna koncepcija odmora temeljena na suncu, plaži i pijesku gubi na važnosti te se pojačava trend putovanja izvan glavne sezone, rezervacija u posljednji trenutak, korištenje suvremenih tehnologija u pripremi putovanja i ostalo. Turizam iz scenarija masovnosti prelazi u kategorije bijega, doživljaja, edukacije, zabave, uzbuđenja, ekologije. Sintagma „vrijednost za novac“ prelazi u „vrijednost za vrijeme“. (Gržinić i Bevanda, 2014.)

Ipak nije dovoljno samo sagledati i uzeti u obzir što turisti žele i očekuju, već je potrebno sagledati na koji način postići što veću dobit, uz što manje troškove, na čemu se bazira egzistencija samog poduzeća odnosno hotela. Organizator ne čini programe i sadržaje zato što smatra da to vole turisti, već zato što potiče povećanje turističke potrošnje. (Jadrešić, 2001.)

Primarni cilj je povećanje izvanpansionske potrošnje i samim time povećanje prihoda hotela. Dok su gosti unutar hotela ili u njegovom bližem okruženju na animacijskim aktivnostima, oni najčešće troše novac na hranu, piće, suvenire te time se ostvaruje dodatno prihod. Kako se sve odvija po nekim principima, odnosno načelima, po kojima se postiže određeno stanje, tako i u području turističke animacije postoje određena načela, koje se moraju poštivati, kako bi se postigli navedeni ciljevi zbog kojih i postoji. U ostvarenju povećane i očekivane turističke potrošnje svoje ciljeve ostvaruje organizator ponude, a turistu je potrošnja dokaz da je doživio program na sustavu vrijednost za novac „*value for money*“ (Cerović, 2008.).

Kako bi se ostvarila spomenuta ravnoteža sustava u kojem sve strane ostvaruju svoje ciljeve i time podupiru ostvarenje tuđih, na čemu se i temelji sinergija aktivnosti, moraju se poštivati iduća načela animacije u turizmu:

1. Načelo slobode
2. Načelo aktivnosti
3. Načelo jednakosti
4. Načelo primjerenosti. (Cerović, 2008.)

Načelo slobode jedno je od temeljnih načela izvođenja animacijskog programa i temeljno načelo korištenja slobodnog vremena te podrazumijeva da aktivnosti slobodnoga vremena ne smiju biti propisane, već da se pojedincu treba omogućiti njegov slobodan odabir prema želji i afinitetima u sklopu danih raznovrsnih mogućnosti kroz animacijske programe. Pojedincu ili u ovom slučaju turistu, ostaje odluka o tome što želi postići, odnosno da zadovolji svoje potrebe i motive zbog kojih je i doputovao u turističku destinaciju, ali pozivajući se pritom na spomenuti sustav vrijednost za novac.

Načelo aktivnosti animacije mora težiti sadržajima koji omogućuju aktivno sudjelovanje turista svugdje gdje je turist neposredno uključen kao aktivni sudionik ili gledatelj, gdje pritom može doći do izražaja njegova kreativnost, kao na primjer u društvenim kontaktima ili organizaciji u kojoj animator ili neka druga stručna osoba, čak i gosti aktivno sudjeluju.

Svaki gost trebao bi sudjelovati u animacijskim aktivnostima bilo to aktivno ili pasivno, bez sudjelovanja gosta u aktivnostima nije zadovoljen niti jedan od dva osnova cilja animacije.

Načelo jednakosti predstavlja jednakost u sudjelovanju u animacijskom programu uz vlastiti izbor u značaju angažiranosti. Svaki gost bi trebao sudjelovati u animacijskom programu jednako, odnosno prema vlastitoj želji ili afinitetima. Animacijske aktivnosti ne smiju imati obilježja ekskluzivnosti, nego biti dostupna svima koji su program platili, pojedinačno ili u sastavu paket aranžmana. Program animacije ne planira se niti izvodi samo za dio gostiju već za sve u objektu ili destinaciji.

Načelo primjerenosti pokazuje kakav mora biti animacijski program, a to je da svaki program mora odgovarati ciljanoj skupini potrošača. Načelo primjerenosti također mora poštovati već spomenuti sustav vrijednosti za novac, što znači da se na temelju potreba i zahtjeva turista izvodi određeni program, koji mora biti prikladan i primjeren toj interesnoj skupini te primjeren svakom segmentu turističke potražnje. Posebna pozornost daje se animacijskim aktivnostima za različite dobne skupine turista. Jedino na taj način će biti prihvatljiv, a samim time će osigurati da se u spomenuti ciljevi animacije i ostvare.

3.2. Animacijski programi

Animacijski programi dio su gotovo svake turističke ponude i kao takvi moraju uključivati određeni broj dobro organiziranih stručnjaka i obrazovanih ljudi kako bi se aktivnosti i programi obavljali na visokoj kvaliteti, a animacijski programi u turizmu moraju biti prilagođeni vrstama objekata, mjesto, turističkoj destinaciji i profilu gosta jer u suprotnom animacija ne bi imala željeni učinak.

Ciljevi animacije u turističkoj ponudi međusobno povezani s načelima izvođenja animacijskog programa i svaka karika je jednako bitna, ali isto tako moraju biti usklađeni s faktorima samog programiranja animacijskog programa u turističkoj destinaciji. Navedeni faktori su presudni za ostvarenje animacijske ponude, te se kao takvi shvaćaju kao pretpostavke koje određuju tu istu ponudu koja će naposljetku zadovoljiti one zahtjeve koje turisti iskazuju na turističkom tržištu.

Odnos uvjetovanosti i povezanosti utjecaja na turista i formiranje njegovog tipa potražnje jesu:

1. Program
2. Prostor
3. Kadrovi (Cerović, 2008.).

U kontekstu općeg razumijevanja pojedinog elementa mogu se predstaviti karakteristike, utjecaji i kvalitete pojedinog elementa, kao i njihova struktura i međuovisnost i uvjetovanost. Svaki je element podjednako važan i kao takav dio je modela čiji oblik privlači potencijalne potrošače i pruža im nova iskustva i sadržaje na turističkom tržištu.

Danas su animacijski programi sve više uključeni u ponudu turističkih destinacija. Animacijski programi dio su ponude koji podrazumijeva skup usluga koje zadovoljavaju potrebe i želje turista, a koje ujedno i povećavaju njihovu potrošnju. Upoznavanje turista s destinacijom u kojoj borave postiže se uključivanjem programa animacije u turističku ponudu destinacije. Ovdje je važno naglasiti potrebu konstantnih praćenja promjena na tržištu kako bi animacijski programi bili na visokoj razini kvalitete i kako bi se organizatori animacijskih programa mogli natjecati na turističkom tržištu.

Postoje tri skupine animacijskih programa, a to su sportsko-rekreacijski, zabavni i ostali programi. Prema pristupnim vrstama animacijskih programa razlikujemo opći, sadržajni, vremenski, ponudbeni i vlasnički.

Vrste animacijskog programa prema općem pristupu:

- kretanje - sport, sportske igre, šetnje
- druženje - piknik, izlet, rođendan za djecu
- stvaralačke aktivnosti- fotografiranje, crtanje, kolaži, radionice
- naobrazba - kongresi, koncerti, pjesničke večeri, predavanja
- pustolovine - rafting, logorovanje, noćno skijanje, ronjenje
- mirovanje - joga, meditacija. (Rakvin, 1999.)

Prema sadržajnom pristupu animacijski programi se dijele na:

- sportsko rekreativni programi - vježbanje, razgibavanje i opuštanje, sportsko zabavne igre, sportski turniri, sportske škole, sport hobi, iznajmljivanje opreme i terena u sportskoj rekreaciji.
- zabavni programi i igre - igre na moru, vodi, bazenu, zabavni programi za djecu, zabave i ples, zabava u klubovima, te glazbeno zabavni programi.
- kulturno umjetnički programi - glazbeni programi, likovni programi, grafički i vizualni programi, programi i organizacije izložbi, predavanja iz povijesno kulturne baštine, sinkretički programi, individualna animacija, programi posjete muzejima, galerijama, arheološkim nalazištima i dr.
- ostali programi - programi u zdravstvu, Wellness programi, političko društveni programi, vjerski programi, organizacija raznih škola i posebnih programa za učenje, berba plodova, maslina, grožđa, lavande, razgledavanje morskog dna, čuvanje djece, izložbe raznih tema i namjena. (Cerović, 2008.)

Vremenski pristup animacijskim programima obuhvaća programe koji se dijele na sezonske, tjedne i dnevne. Podjela animacijskih programa prema vremenskom pristupu bitna je iz razloga da se aktivnosti ne bi ponavljale za vrijeme boravka gosta. Sezonski se programi odvijaju obično u vremenu od mjesec do godine dana, a u pravilu su to sezone kupanja, skijanja, jedrenja, ronjenja, ribarenja, igranja tenisa, maskara i slično. Tjedni programi su programi koji ne traju duže od sedam dana, a uobičajeno to mogu biti tjedna škola plivanja, pobjednici izvlačenja tombole, pobjednici sportskih turnira i slično. Dok se dnevni programi baziraju na dnevnoj ponudi animacijskog sadržaja, a tu ponudu čine vanjske aktivnosti (*outdoor*), aktivnosti u unutarnjem prostoru (*indoor*), aktivnosti na bazenu, dnevna sportska animacija...

S aspekta ponude, ponudbeni animacijski programi mogu biti programi koji se nude u paketu ukupnog aranžmana putovanja. Ponudbeni animacijski program najčešće se nudi na licu mjesta u organizaciji putničke agencije i kao slobodni animacijski program koji ne vodi turistička agencija, a može se odabrati potpuno slobodno od bilo kojeg organizatora.

Dok se prema vlasničkom pristupu, animacijske programe određuje vrste programa po osnovi vlasništva. S obzirom na vlasništvo, animacijski paketi mogu biti vlastiti, koji su isključivo u vlasništvu objekta ili poduzeća u kojem se izvodi taj program ili kupljeni, odnosno tuđi animacijski paket koji je u vlasništvu drugih poduzeća.

U svakom animacijskom programu, glavni subjekt je animator. Animator ima glavnu ulogu i preuzima mjesto prividnog organizatora, suca, donositelja doživljaja. Tako i u pasivnom sadržaju animacije, poput kulturnih priredbi i priredbi u sportu, animator osmišljava, prilagođava i izvodi program neprestano težeći što većem broju uključenih posjetitelja i premještanjem istih iz pasivnih u aktivne sudionike te zadovoljstvu svih sudionika uključenih u program.

Izvedeći svoje aktivnosti, animator preuzima i odgojnu ulogu, posebno kada su u pitanju djeca, tinejdžeri i mladi. Ta je uloga neizostavna i animator joj se mora prilagoditi bez obzira na prethodno obrazovanje ili edukaciju u tom području. Psihofizičke karakteristike pokazuju se posebno bitnim u radu s djecom kao najosjetljivijom skupinom posjetitelja turističke destinacije.

3.2.1. Animacijski programi za najmlađe goste

Poseban i specifičan segment turističke potražnje su najmlađi gosti tj. djeca, oni čine osnovu za osmišljavanje sadržaja animacijskih programa za djecu, programa prilagođenih potrebama i motivima dolaska roditelja i opredjeljenja za određenu turističku destinaciju.

Najmlađi gosti i djeca, kao novi segment turističke potražnje imaju posebno značenje u stvaranju animacijskih programa. Stvaranje i izvođenje animacijskih programa za dječju populaciju zahtijeva specijalno znanje i dobro razumijevanje dječje psihologije. Dječju animaciju obavljaju animatori ili članovi nekog stručnog tima. Prvenstveno su to osobe koje imaju stručna znanja u radu s djecom, odnosno osobe koje dobro poznaju i razumiju dječju psihologiju.

Animator pritom uvijek mora uzeti u obzir dob i individualne karakteristike djeca koja se dolaze odmoriti u hotel. Svrhovitost aktivnosti, predviđeno diferenciranim pristupom, ubrzava i produbljuje pedagošku učinkovitost animacijskog rada. Animator ima zadatak da precizno razvija planove i programe animacije, koji odgovaraju specifičnostima određene skupine djece i preuzima odgojnu ulogu u tom procesu, animator je pritom osiguravatelj skrbi za djecu posjetitelja i utječe na njihovo ponašanje, konačno zadovoljstvo, socijalizaciju i sigurnost.

Dječja pažnja ponajviše ovisi upravo o animatorovoj sposobnosti kako će i koliko zainteresirati dijete, kao i kakav će metodički postupak primijeniti u radu. Svaka aktivnost, iz tog razloga, trebala bi biti puna novih doživljaja, s uključivanjem što više osjetila, raznolikosti i promjena u sebi s određenom mjerom dinamike. (Andrijašević, 1999.)

Bez obzira na animacijski program treba uvažiti i poštovati dječje osjećaje te prihvatiti svako dijete. Poznato je da su djeca iskreni kritičari i po njihovom doživljaju se može lako očitati razina kvalitete dječjeg programa. Iza svakog zadovoljnog djeteta stoji još zadovoljnija obitelj koja se ne boji za sigurnost svoje djece i kroz reakcije djece zna da je kvaliteta usluga bila na određenoj razini. Potražnja djece za animacijskim programima povezana je zapravo s interesima i ciljevima roditelja.

Igra koja je sastavni dio animacijskih programa trebala bi biti kreativna, poučna, raznolika i s određenom dinamikom. U kvalitetnoj igri dijete se intenzivno razvija,

postupno stječe važne vještine i kvalitete poput samokontrole, izdržljivosti, radoznalosti, ali se razvija i želja za uspjehom i otvorenost za nove avanture i saznanja.

Tijekom odmora kroz animacijske programe i kroz igru djeca imaju priliku:

- upoznati drugu djecu i mlade iz ostalih zemalja, odnosno destinacija,
- kroz zajednički život s vršnjacima razviti tjelesne i socijalne vještine (najvažnijim se smatra vježbanje tolerancije i poštivanje različitosti);
- upoznati biljni i životinjski svijet te usvojiti potrebu za čuvanjem okoliša;
- proživjeti dječje različitosti bez obzira na dob i socijalni status;
- okušati se u zajedničkom suživotu različitih spolova,
- znanjem, vještinama i načinu komuniciranja biti usmjerena prema društveno poželjnim oblicima ponašanja. (Sabol i Smajić, 2013.)

Jedan od glavnih elementa programiranja animacijskog programa jest prostor, koji se može logički podijeliti na eksterijer i interijer, odnosno na otvoreni i zatvoreni prostor. Za odvijanje programa za najmlađe goste, potrebno je osigurati adekvatni prostor s prikladnim sadržajem. Taj prostor mora biti sigurna lokacija u sklopu hotelskog smještaja, udaljen od prometa, sa sigurnosnim ogradama koje su ispravno pričvršćene. Potrebna je dobra ventilacija i prozračnost, odnosno, prostorija s prozorima i stalnim dotokom svježeg zraka. Obvezna je i kutija prve pomoći, koja je iznimno važna u slučaju nezgode ili povrede tijekom boravka djeteta u prostoru predviđenome za animaciju. Zabavni sadržaj, odnosno, sve ono čime se djeca prilikom posjeta mogu baviti. To su obično razne društvene igre, prikladne igraće konzole, lutke i kocke za slaganje, pisaći i crtaći pribor, papiri i sl. Ako se prostor nalazi na otvorenome, važno je da se ima osiguranu preglednost prostora radi olakšavanja animatoru da stalno ima svu djecu u vidnome polju, zatim zabavni sadržaj i poput tobogana, klackalica, ljuljački i lopti, suncobrane, vanjske stolove, stolice i recepcija za roditelje.

U uvjetima selektivne i raznolike ponude, roditelji sami, bez stručne pomoći, ne mogu ostvariti svoje namjere i udovoljiti motivima svojih putovanja. Mnogo puta roditelji ne

prepoznaju djetetovu potrebu za određenim aktivnostima i njihovim sklonostima, ali i neotkrivenim talentima. Odabirom pravih i prikladnih aktivnosti, u okviru slobodnoga vremena koje dijete provodi na odmoru u turističkoj destinaciji, potiče se djetetovo ostvarenje i izgrađivanje. (Sabol i Smajić, 2013.)

Tu je bitna uloga turističke animacije koja se organizira s ciljem pružanja sadržaja i aktivnosti, važno je da te aktivnosti budu zabavne, da djeca nauče uživati sudjelovanjem, bez straha i bez ustručavanja te s osjećajem pripadanja grupi, ali i uz učenje novih sadržaja na zabavan način.

Trenutna potražnja za obiteljskim odmorom i pripadajućim animacijskim programima za djecu je u porastu. Ponuda aranžmana s ciljanim animacijskim programima može biti odlučujući faktor kod odabira neke destinacije; jednako je bitna kao i odabir prirodnih, kulturnih i gastronomskih vrijednosti.

Prema anketama, istraživanje zadovoljstva gostiju pokazalo je da su roditelji jednako zadovoljni kao i njihova djeca. Zadovoljstvo potrošača najbolje se može objasniti kao odnos očekivane i dobivene vrijednosti, kvalitete usluge (Vranešević 2000.).

3.2.2. Uloga turističkoga animatora u animaciji za najmlađe goste

Radno mjesto animatora u turizmu zahtijeva posebne tražene kriterije koje je poželjno da animator zadovolji kako bi mogao obavljati posao u turističkoj animaciji, ti kriteriji vezuju su uz njegovu psihičku i fizičku izdržljivost, ugodnu vanjštinu i komunikacijske sposobnosti.

Od animatora se, dakle, traže posebne psihofizičke osobine i fizička izdržljivost zbog sveobuhvatnosti animacijskih sadržaja i programa. Animator je i sportski trener, glazbena zvijezda večeri, dadilja u sadržaju za djecu, turistički vodič na izletima i destinaciji, informator o mjestu, tehnička podrška i domaćin. Kao takav, on predstavlja glavnu sponu između svih kadrova u poduzeću, jer zna najviše informacija o profilu posjetitelja koji putuju (Horvat, 2003.).

Dječju animaciju uglavnom obavljaju animatori, a u nekim slučajevima i članovi nekog stručnog tima, to su uglavnom, osobe koje imaju stručna znanja u radu s djecom, odnosno osobe koje dobro poznaju i posebno dobro razumiju dječju psihologiju.

Zahtjevnost posla s takvom djecom posebno se odražava u sposobnosti animatora da uravnoteži dinamiku i prilagodi igru ili aktivnost svoj djeci, ne isključujući djecu s posebnim potrebama, već informiranjem druge djece, na prikladan način, o djetetu koje nema iste mogućnosti kao i ona i potičući njihovu empatiju i suosjećanje.

Animator prilikom obavljanja svojih aktivnosti preuzima i odgojnu ulogu, posebice kada je riječ o djeci, tinejdžerima i mladima. Ta uloga neizostavna je i animator joj se mora prilagoditi bez obzira na prethodno obrazovanje ili edukaciju u tom području. Psihofizičke karakteristike pokazuju se posebno važnima u radu s djecom kao najosjetljivijom skupinom posjetitelja.

3.3. Uloga ICT-a u animaciji najmlađih gostiju

Animacijska djelatnost obavlja jednu od glavnih funkcija turističke industrije, a to je povećanje užitka i zabave za vrijeme odmora. Srž animacijskih programa je igra koja je relevantna i zahtjevna u svim dobnim razdobljima, trenutno je vrlo aktualna ideja integracije igra, tehnologija ICT-a i učenja djece kroz animaciju, uz istodobno poticanje na dodatnu fizičku aktivnost, iako je to nova ideja, koja je istovremeno vrlo kompleksna za izvedbu.

ICT je poboljšao kvalitetu zabave i slobodnih aktivnosti razvijajući sve bolju grafiku za glazbu i filmove, dok tehnologije poput virtualne i proširene stvarnosti omogućavaju nevjerojatna iskustva i mijenjaju načine konzumiranja sadržaja prilagođavajući ih osobnim preferencijama, time pojedinačne ICT aktivnosti postaju primarni izvor zabave i način opuštanja.

Tehnologija je u posljednjih nekoliko desetljeća u potpunosti promijenila gotovo svaki aspekt društva. Posebno je primjetna promjena u načinu na koji se mladi igraju i dolaze u interakcije s drugim pojedincima u odnosu na prethodne generacije.

Iako tehnologija pruža mnoge pozitivne prednosti za učenje, također može imati niz negativnih utjecaja na razvoj mladih i samu kvalitetu života. Tehnologija u obliku računala i pametnih telefona potiče mlade na sjedilački način života te ujedno utječe na način na koji mladi misle i osjećaju. Budući da je tehnologija ispunjena podražajima i često zahtijeva obraćanje pažnje na više stvari odjednom, mladi koji provode slobodno vrijeme na internetu ili igrajući računalne igre, često imaju smanjenu sposobnost usredotočenosti u odnosu na mlade koji koriste tehnologiju u manjoj mjeri (Patel, 2017.).

Nesumnjivo je kako su upravo računalne igre postale iznimno omiljena aktivnost u slobodno vrijeme među mnogobrojnim korisnicima diljem svijeta. Ubrzani razvoj industrije računalnih igara postao je ozbiljan izazov tvrtkama i stručnjacima, budući pritom težnje korisnika da svoje slobodno vrijeme provode u virtualnom prostoru (Ružić-Baf et al., 2016.).

Upravo su iz istog razloga računalne igre aktivnosti koje su posebno osmišljene kako bi povećale količinu dobivenog zadovoljstva. Računalne igre način su druženja i

zabave, bez obzira na trenutnu životnu dob i situaciju, u kojoj se ne moramo pridržavati ograničenja koje nameće uobičajeni svijet. Štoviše, računalne igre dopuštaju nam stvaranje vlastitih pravila u kojima se specifični talenti, koji bi inače prošli neopaženo, prepoznaju i nagrađuju (Hajdenberg, 2005.).

Djeca i mladi danas odrastaju u svijet koji je okružen medijima. Mladi ljudi koji odrastaju u digitalno doba, danas se često nazivaju digitalni građani, digitalna generacija, *cyber* građani, korisnici mreže, digitalni starosjedoci ili digitalna mladež. Informacijska i komunikacijska tehnologija (ICT) su sastavni dio njihova svakodnevnog života i uglavnom koriste digitalne tehnologije za opuštanje ili zabavu. Djeca u svakodnevnom životu neprestano koriste prijenosne sustave, poput *iPod-a*, tableta i računala, koriste društvene mreže, bloganje, podcaste...

Obrazovanje i zabava u doba interaktivnosti utječe najviše na djecu. Čvrsta veza koja se događa između zabave i obrazovanja stvorila je ono što je definirano *edutainmentom*, što se može smatrati kontinuiranim i inovativnim treningom mozga, koji na interaktivan način stimulira sposobnost kombiniranja pažnje i motivacije za istraživanje i učenje.

Definicija „*edutainment*“ kao grane e-učenja koja promovira proces učenja u školi, izvan škole i didaktičkog područja općenito, na razigran način kroz igre, putem multimedijских aplikacija (Corona et al., 2013.).

Edutainment kombinira riječi "obrazovanje" i "zabava". Odnosi se na bilo koji oblik zabave koji je edukativan i promiče učenje na razigran način, kroz multimedijске aplikacije. Cilj *edutainment-a* je učiniti učenje ugodnim i zabavnim.

Edutainment se može koristiti za podučavanje gotovo bilo koje teme, uključujući matematiku, jezik i znanost, mogu koristiti zabavne znanstvene videozapise kako bi djeci pomogli naučiti nove koncepte. Stvarajući zabavno okruženje za učenje, *edutainment* može učenje učiniti lakšim i ugodnijim. Na taj način djeca mogu nešto naučiti o destinaciji, o njejoj kulturi i prošlosti destinacije te savladati jezik, naglasak

se stavlja upravo na stjecanje praktičnog znanja i iskustava tijekom boravka u hotelu kroz igru na jedan zabavan način, a i na promociju same destinacije.

Uloga igre i zabave kroz učenje česta je tema u istraživanju. Posebno su analizirane razne igre povezane s *edutainment* mehanizmom kako bi se razumjelo na koji način i u kojoj mjeri mogu olakšati proučavanje, razvoj pamćenja, pažnje, motivacije i drugih kognitivnih procesa, kao i prostornih sposobnosti.

Osim toga, postoji značajan interes za korištenje igara kao strategija učenja korištenjem izazova kako bi se tražili odgovori vezani uz aktivnosti učenja. Istraživanja pokazuju kako tehnologija igara pomaže učenicima u razvoju strateškog razmišljanja i vještina planiranja. Igraće konzole omogućuju različite stilove učenja, među kojima razlikujemo vizualnu, tekstualnu, zvučnu i kinetičku komponentu. Igre sadrže tehnologije koje predstavljaju stvarnost te mogu koristiti primjere iz stvarnog života koji su relevantni učeniku. Između ostalog, dobro osmišljene igre potiču rješavanje problema i lateralnog razmišljanja, razvoj odnosa s pojedincima na lokalnoj i globalnoj razini, aktivno sudjelovanje u iskustvu učenja, vizualizaciju te eksperimentiranje. (Millea et al., 2005.)

Neki od primjera interaktivne edukacije kroz *edutainment* uključuju: Video igre namijenjene obrazovanju igrača, kvizovi koji pružaju ciljeve i nagrade kako korisnici napreduju kroz svaku razinu, softver koji omogućuje korisnicima da se međusobno natječu u vježbama, obrazovne web stranice s interaktivnim elementima, poput slika na koje se može kliknuti i animacije.

Tako se (ICT) može kroz igre i prilagođen sadržaj može primijeniti za poticanje tjelesne aktivnosti i učenje djece u sklopu animacijskih programa za vrijeme odmora. Prava količina vremena provedenog u korištenju ICT-a s ciljem obrazovanja i učenja, posebno tijekom boravka u hotelima, ima svoje pogodnosti, a te se pogodnosti mogu postići pomoću aplikacije „*Sunny, Happy Growing*”.

Primjer aplikacije „*Sunny, Happy Growing*”, inovativne ideje i rješenja, koja se lako može primijeniti u animacijskim programima za najmlađe za vrijeme odmora u obiteljskim hotelima. Aplikacija je namijenjena poticanju djece na tjelesne aktivnosti

kroz igre i učenju ih zdravom načinu života i razumijevanju važnosti tjelesne aktivnosti kao jedne od bioloških ljudskih potreba. Cilj je potaknuti tjelesnu aktivnost kod djece korištenjem ICT-a i stimulirati djetetov razvoj na pozitivan način. Može se koristiti na pametnom satu ili narukvici, pritom zadovoljava mjere zaštite djece, jednostavno za upotrebu i dopušta roditeljima pratnju aktivnosti svoje djece. Pametni sat i narukvica sadrži sljedeće: pedometar, vrijeme, mjerač rotacije. Prema ukupnoj tjelesnoj aktivnosti djeca će dobiti bodove (kao u video igrama) koji će im to dopustiti da dosegnu višu razinu i potaknut će ih na daljnju tjelesnu aktivnost. (Ružić-Baf, Debeljuh i Slivar, 2018.)

Napredne postavke pametnog sata i narukvice mogu omogućavati komunikaciju i imati GPS koji omogućava roditeljima da prate kretanje svoje djece i komuniciraju s njima. Predmet je zanimljiv za najmlađe i zajedno s aplikacijom, nudi djeci mogućnost interakcije s drugima (u dvosmjerna komunikacija i virtualna komunikacija), dijeljenja svog iskustva.

Ova kombinacija primjene nove tehnologije i dizajna koji pomoću igre odvlači djecu od sjedilačkog način života je veza između modernog i tradicionalnog. Nove tehnologije, posebno pametni telefoni, igraće konzole te pametni satovi i narukvice postaju sve popularniji među djecom.

Stoga je strateško korištenje ICT-a vrlo bitno kako bi se ostvarilo željene ciljeve, poput povećanja tjelesne aktivnosti vezano i pravilni kognitivni razvoj djece.

Prava količina vremena provedenog u korištenju informacija i komunikacije tehnologije s ciljem obrazovanja i učenja, posebno tijekom boravka u hotelima, ima svoje pogodnosti. No, većina uređaja koja koristi se za igranje video igara koje obično nisu prikladne za djecu i sadržaj tih igara nije prikladan za njihovu dob. Igraće konzole prisutne su u mnogim zabavnim centrima pa i u hotelima, a djeca imaju pristup igrama koje su im uglavnom neprimjerene. Također, djeca obično provode previše vremena igrajući ih. (Ružić-Baf, Debeljuh i Slivar, 2018.)

Unatoč brojnim prednostima koje tehnologija pruža, postoji i niz negativnih utjecaja koji proizlaze iz neprimjerene ili pretjerane uporabe, što može proizvesti ozbiljne i dugoročne posljedice za svakodnevni život najmlađih. Do sada su znanstvenici prepoznali razne rizike i mogućnosti povezane s djecom i korištenje ICT-a u nekoliko područja. U ovom slučaju, dobivena slika prilično je jednodimenzionalna s fokusom na pozitivne posljedice pojedinačnih ICT aktivnosti.

4. TRŽIŠNA SPECIJALIZACIJA HOTELA

Specijalizacija i novi koncepti hotelskog smještaja ističu važnost inovacija u hotelskoj ponudi, novim uslugama i novim turističkim sadržajima, jer upravo oni odlučujući motivi odabira određenog hotela. Specijalizacija se postiže pomoću marketinške strategije segmentacije, odnosno diferencijacije koja od hotelskog objekta zahtjeva različitu strukturu i kvalitetu proizvoda za različite segmente na turističkom tržištu. Ova strategija polazi od pretpostavke da su zahtjevi pojedinih skupina potencijalnih turista na pojedinim turističkim tržištima različiti pa im je stoga potrebno prilagoditi hotelski proizvod (Berc Radišić 1999.).

Smjernice koje bi hotelijeri trebali implementirati u svoje poslovanje kako bi postigli specijalizaciju:

- Izgraditi jake temelje (poznavati nedostatke i prednosti vlastitog poslovanja)
- Osigurati da se klijent osjeća posebno (tretirati goste kao individue)
- Imati hrabrosti postaviti ciljeve (kontinuirani uspjeh podrazumijeva neprestano unapređenje)
- Pojednostaviti, pojednostaviti, pojednostaviti (pružati uslugu bez dodatnih komplikacija)
- Koristiti tehnologiju u vlastitu korist (tehnologija dodaje vrijednost samo ako pomaže u zadovoljenju potreba kupca)
- Dobro mjeriti, brzo reagirati (s podacima koje tehnologija omogućava mogu se fokusirati na bolji rad u područjima na opće zadovoljstvo)
- Osloboditi snagu kod ljudi (analizirati najbolje performanse i vjerovanja, poštovanje i podršku zaposlenika). (Gržinić i Floričić, 2015).

S jedne strane gosti dobivaju uslugu prilagođenu njihovim željama i potrebama uz jedinstveno iskustvo nestandardizirane i specifične ponude. S druge strane, hoteli čija se ponuda ne temelji isključivo na pružanju usluga smještaja i ugostiteljstva, već uz to nude i dodatne sadržaja, su manje osjetljivi na sezonalnost, što u velikom broju slučajeva predstavlja jedan od glavnih problema u hotelskoj industriji. Suvremeni trendovi utječu na prilagodbu hotelskog poslovanja te razvijanje čitavog niza različitih

specijaliziranih usluga za svoje goste što je dovelo do razvoja potpuno novih oblika hotelske ponude, prednosti ovih inovativnih hotelskih modela vidljive su u prilagodbi suvremenoj turističkoj potražnji.

Specijalizacijom hoteli postaju svojevrsne turističke atrakcije na taj način stvaraju mnoge pogodnosti za turiste i hotelijere. Iako je u nekim slučajevima visoka specijalizacija je rizična zbog orijentacije pojedinoj tržišnoj niši. Rješenje je moguće kroz subspecijalizacije. Hotelijeri odgovaraju pomacima u smislu proizvoda i usluge, te komunikacije brendom. Današnja generacija putnika (novi, suvremeni globalni putnici) napravila je značajan pomak od tradicionalnih poslova i društva, te žele manje formalan odmor, ali često s prizvukom luksuza (Gržinić i Floričić, 2015.).

Budući da je hotelijerstvo danas toliko razvijena i raznovrsna djelatnost, svaki hotel pokušava specijalizirati svoj proizvod i usluge, kako bi što lakše i uspješnije pronašao svoje goste. Ovisno o uslugama koje nudi, tržišnom segmentu gostiju ili lokaciji, hoteli su različito kategorizirani kako bi gostima ukazali koje je razine kvaliteta usluga koje pružaju i što gosti mogu očekivati od hotela.

Temelj specijalizacije hotelijerstva za posebne tržišne segmente čine posebni standardi uvjetovani institucionalnim okvirom za standardizaciju i specijalizaciju u hotelijerstvu koji vrlo precizno i točno propisuju obvezne elemente svakog pojedinog standarda, posebni standardi u Hrvatskom zakonodavnom okviru su propisani Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli.

Pravilnikom se propisuju vrste ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli za koje se može utvrditi posebni standard, vrste posebnih standarda, uvjeti i elementi koji moraju biti ispunjeni za pojedini standard, oznake i način označavanja posebnih standarda. (NN br. 56/2016 narodne-novine.nn.hr, 01.06.2021.)

Pravilnikom o razvrstavanju, kategorizaciji i posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli se propisuju:

- vrste ugostiteljskih objekata iz skupine Hoteli,
- ugostiteljske usluge koje se moraju i mogu pružati u pojedinoj vrsti,

- vrste koje mogu biti klupskog tipa,
- minimalni uvjeti,
- vrste koje se kategoriziraju,
- kategorije,
- uvjeti za kategorije,
- oznake za vrste i kategorije,
- način označavanja vrsta i kategorija,
- sastav povjerenstva koje provodi očevid u objektu.

(NN br. 56/2016 narodne-novine.nn.hr, 01.06.2021.)

Standardi su temelj poslovne uspješnosti hotela i ključ njegova uspjeha. Proces standardizacije je složen, dugotrajan i stalan proces koji zahtjeva timski rad i ima nekoliko osnovnih faza:

- Propisivanje standarda,
- Obrazovanje i trening svih zaposlenika u hotelu,
- Realizacija standarda (provođenje u praksu),
- Permanentna kontrola poštivanja standarda i otklanjanje odstupanja,
- Unapređivanje i permanentno obrazovanje osoblja i menadžera. (Avelini Holjevac, 2002.)

Cilj i svrha novog pravilnika je tržišna prepoznatljivost, te poticanje i nagrađivanje hotela koji su se svojim poslovanjem istaknuli od drugih te su dosegli razinu kvalitete usluge dostojne usporedbama (mint.gov.hr, 01.06.2021.).

Zakonodavni okvir je taj koji propisuje aspekte standardizacije i norme kvalitete, a koje su konkretno u slučaju Hrvatske najčešće povezani s Europskom unijom i njihovim standardima. Norme kvalitete s druge strane, su faktori koji čine pojedini standard hotela.

U pravilniku zadani su minimalni uvjeti, sigurnost gosta i zaposlenog osoblja, zatim građevinski aspekti i sanitarni uvjeti, smještajne jedinice, ako je potrebna priprema i posluživanje jela i pića (pritom se ubrajaju i sanitarni uvjeti održavanja hrane i pića u hotelijerskom objektu), uvjeti za zapošljavanje osoblja, vrste objekata te na kraju i njihovo samo označavanje. Standard predstavlja kvalitetu proizvoda, pritom sam po

sebi predstavlja svojevrsnu ljestvicu koju treba postići ili premašiti kako bi se postigla određena razina kvalitete proizvoda.

Sve navedeno se odnosi konkretno na slučaju Hrvatske turističke legislative.

Razvrstanim i kategoriziranim smještajnim objektima koji imaju dodatne sadržaje, opremu i uređaje, te pružaju dodatne usluge prilagođene posebnim zahtjevima potrošača mogu se, na zahtjev ugostitelja, utvrditi posebni standardi. Posebni standardi, na zahtjev ugostitelja, mogu se utvrditi za vrstu „Hotel“. (mint.gov.hr, 30.03.2021.)

Svaki posebni standard označuje se odgovarajućom standardiziranom pločom koja sadrži naziv posebnog standarda na engleskom jeziku i odgovarajuću grafiku.

Uz razvrstavanje i kategorizaciju ugostiteljskih objekata, Ministarstvo turizma i športa provodi postupak za dodjelu oznake Kvalitete (Q) za Hotel i dodjeljuje oznake posebnog standarda za objekte iz skupine Hoteli. Oznake posebnog standarda (Slika 1.) koje se dodjeljuju za ove vrste posebnih standarda:

- *Hotel Business (Poslovni),*
- *Hotel Meetings (Za sastanke),*
- *Hotel Congress (Kongresni),*
- *Hotel Club (Klub),*
- *Hotel Casino (Kasino),*
- *Hotel Holiday Resort (Odmorišni),*
- *Hotel Coastal Holiday Resort (Priobalni odmorišni),*
- *Hotel Family (Obiteljski) ,*
- *Hotel Small&Friendly (Mali i prijateljski),,*
- *Hotel Senior Citizens (Za starije osobe),*
- *Hotel Health &Fitness (Zdravlje i fitness),*
- *Hotel Wellness,*
- *Hotel Diving Club (Ronilački klub),*
- *Hotel Motel (Motel),*
- *Hotel Ski (Ski),*
- *Hotel za osobe s invaliditetom i*

- *Hotel Bike (Za bicikliste)*. (mint.gov.hr, 30.05.2021.)

Slika 1. Primjeri oznaka posebnih standarda hotela u Hrvatskoj



Izvor: mint.gov.hr, 30.03.2021.

Grafička rješenja propisanih ploča za označavanje posebnih standarda te za označavanje vrsta Hotel posebnog standarda jedinstveno su dizajnirana. Na metalnoj ploči (podlozi) srebrno – metalne boje ispisan je naziv posebnog standarda na engleskom jeziku i pripadajuća ilustracija posebnosti usluge, u pastelnim bojama. Zakon/Pravilnik dodaje, da se na glavnom ulazu u objekt mora istaknuti propisana ploča s oznakama vrste, kategorije i posebnog standarda te da se takve vrste hotelijerskih objekata automatski ubrajaju pod hotele s četiri zvjezdice.

Uvođenjem posebnih standarda učinjen je pomak u stvaranju kvalitete i tržišne prepoznatljivosti hotela. Postoje posebni standardi koji su temelj za specijaliziranje hotela za posebne tržišne segmente i niše, ti standardi u hotelijerstvu su vrlo precizni te točno propisuju koje obvezne elemente pojedini standard treba ispunjavati (Gržinić i Floričić 2015.).

Do danas nema međunarodno obvezatnih normi kojih bi se morale pridržavati sve zemlje u pogledu određivanja osnovnih uvjeta za objekte koji žele nositi naziv hotel, kao ni specijalnih uvjeta za uvrštavanje hotela u pojedine kategorije. Pojedine

zemlje propisuju blaže ili strože uvjete, već prema stanju svoje hotelske mreže, standardu života u dotičnoj zemlji, kao i prema važnosti hotela i hotelijerstva za domaći i inozemni turizam (Galičić, 2017.).

Hoteli za obitelj pripadaju ugostiteljskim smještajnim objektima iz skupine hotela. Na turističkom tržištu hotel konfiguriran kao obiteljski je *all inclusive* hotel, u kojem gosti provode više vremena unutar tog turističkog kompleksa, hoteli za obitelj se, u pravilu, svrstavaju u hotele više kategorije, samim time se očituje važnost dodatnih usluga i uloga raznovrsnog animacijskog programa. Veliki problem tim hotelima im predstavlja i sezonsko poslovanje koje pokušavaju riješiti ulaganjem u animacijsku ponudu, naročito namijenjenu najmlađima. Isto tako, hoteli za obitelj sa svojim dodatnim sadržajem, uređenjem, opremom i pružanjem dodatnih usluga prilagođeni su obiteljima s djecom dobivaju posebni standard.

Hotel za obitelj sa svojim dodatnim sadržajem, uređenjem, opremom i pružanjem dodatnih usluga prilagođene obitelji s djecom dobiva posebni standard. Hoteli za obitelj pripadaju ugostiteljskim smještajnim objektima iz skupine hotela. Poseban naglasak stavljaju na zadovoljenje potreba obitelji s djecom. (NN br. 56/2016 narodne-novine.nn.hr, 01.06.2021.)

Prema Pravilniku o razvrstavanju, kategorizaciji posebnim standardima ugostiteljskih objekata iz skupine hoteli uvjeti za posebni standard za obitelj (engl. *Family*) čine obvezni opći elementi, te obvezni elementi za opreme i usluge smještajne jedinice. Posebni hotelski standard za obitelj sadrži opće obvezne elemente te elemente opreme i usluga smještajne jedinice.

Opće obvezne elemente posebnog hotelskog standarda za obitelj čine:

- dnevni rekreativni program za djecu, večernji rekreativni program za odrasle,
- bazen sa sanitarijama (u skladu s općim odredbama Pravilnika), bazen za djecu,
- prostor za igranje za bebe i djecu s najmanje 5 društvenih igara i 20 igračaka,
- igralište na otvorenom, za igranje za bebe i djecu
- usluge čuvanja djece: 24 sata dnevno,
- animatori za najmlađe i djecu,
- pružanje usluga prehrane, ponuda menija za djecu,

- visoke dječje stolice u blagovaonici,
- usluživanje u smještajnu jedinicu: 12 sati dnevno.

Obvezni elementi za opremu i usluge posebnog hotelskog standarda za obitelj čine:

- Najmanje 10% ukupnog broja smještajnih jedinica s mogućnošću povezivanja,
- Dječji krevetić ili krevet: u najmanje 25% od ukupnog broja smještajnih jedinica.

Obvezni elementi imaju poseban naglasak na djecu i najmlađe, te da pritom omogućе što bezbrižniji boravak roditelja i odraslih u hotelima za obitelj. Istovjetni obvezni elementi koji su ispunjeni pri kategorizaciji hotela smatraju se ispunjenima i po obvezi posebnog standarda. (NN br. 56/2016 narodne-novine.nn.hr, 01.06.2021.)

Jedna od glavnih prednosti obiteljskog hotela je prepoznatljivost standarda obiteljskog hotela među potrošačima kojima je ovaj faktor presudan pri odabiru smještajnog objekta, ali i same destinacije. Hoteli nude *all-inclusive* aranžmane koji čine prepoznatljiv način poslovanja. Potrošačima kojima je standard hotel za obitelj bitan prilikom odabira hotela, postaju lojalni gosti, a takvi hoteli svojim poslovanjem stvaraju pozitivan imidž.

Trendovi koji vladaju na turističkom tržištu svijeta određuju i trendove u hotelijerstvu, a mogu se sažeti u sljedeće opće trendove; izmijenjene potrebe, uvjeti rada i života ljudi, te produljenje životnog vijeka, rast informiranosti i informatizacije, sve veća potražnja za (inovativnim) sadržajima i uzbuđenjem, te novi motivi putovanja. Hotelska ponuda neprestano treba pratiti navedene trendove i prilagođavati se zahtjevima i potrebama suvremenog turista kontinuirano sljedeći njihove želje i potrebe. Pri kreiranju hotela treba uzeti u obzir aspekte životnih stilova i trendove koji utječu na promjenu turističkog tržišta, ali potrebno je obratiti pozornost i na aktualne demografske promjene.

Demografske promjene imati će velike posljedice na sektor turizma tijekom narednih desetljeća. Kroz promjene u društvu, mijenja se i obitelj, stvaraju se bitne razlike između tradicionalnih i suvremenih oblika obitelji kao i njihovi interesi i preferencije. Jedan od tih trendova je povećana potražnja za hotelima za obitelj (*Family* hotelima), gdje su na prvo mjesto stavljeni posebni naglasci na zadovoljenje potreba najmlađih članova obitelji i njihovih roditelja .

5. ISTRAŽIVANJE KORIŠTENJA ICT-A U ANIMACIJI NAJMLAĐIH GOSTIJU U VRHUNSKIM OBITELJSKIM HOTELIMA ŠIROM SVIJETA

Polazeći od važnosti i značaja primjene i korištenja informacijsko-komunikacijske tehnologije u hotelima, provedeno je istraživanje koliko je važno u ponudu uključiti korištenje ICT-a u animaciju najmlađih gostiju isto tako kako animacija obogaćena ICT mogućnostima može utjecati na poslovanje u turizmu i ispunjenje potreba, želja i očekivanja posjetitelja.

Istraživanje koje je prezentiralo i prikazalo korištenje ICT-a u turističkoj animaciji za najmlađe goste nekih od vrhunskih obiteljskih hotela širom svijeta i provedeno je u razdoblju od 01. lipnja do 7. lipnja 2021. Ukupan uzorak istraživanja uključivao je 10 najbolje ocijenjenih vrhunskih obiteljskih hotela i njihovih web stranica, hoteli čija se lokacija nalazi širom svijeta (Tablica 3.). Izbor najbolje ocijenjenih obiteljskih hotela diljem svijeta preuzet je s popisa TripAdvisor "Izbor putnika 10 najboljih obiteljskih hotela – Svijet". (<https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cFamily-g1>)

Tablica 3. Popis hotela

	Ime hotela	Web stranica
1.	CavallinoBiancoFamily Spa Grand HotelOrtisei, Italija	https://www.cavallino-bianco.com
2.	Maxx Royal KemerResortKemer, Turska	https://www.maxxroyal.com
3.	GF Victoria Costa Adeje, Španjolska	https://gfvictoria.com
4.	Esperides Beach FamilyResortFaliraki, Grčka	https://www.esperiagroup.gr
5.	Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cipar	https://www.leonardo-hotels-cyprus.com
6.	Club Med Peisey-Vallandry – FrenchAlpsPeisey-Vallandry, Francuska	https://www.clubmed.co.id

7.	Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cipar	https://www.vangelishotel.com/
8.	Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamajka	https://www.beaches.com/
9.	Seven Seas Hotel LifeGoynuk, Turska	https://www.sevenseashotels.com
10.	The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana, Dominikanska Republika	http://www.palmarealresort.com/

Izvor: izrada autora

Istraživanje je provedeno korištenjem i promatranjem web stranica hotela koje daju uvid u primjenu ICT-a u obiteljskim hotelima i turističkoj animaciji kroz određeno vremensko razdoblje. Istraživanje je imalo za cilj dobiti realnu sliku i uvid u primjenu i korištenje ICT-a u obiteljskim hotelima, u ovom kontekstu ulogu ICT-a u animaciji najmlađih gostiju obiteljskih hotela. Nakon provedenog istraživanja, analizirano je stanje razvijenosti i trenutnu primjenu ICT-a u obiteljskim hotelima.

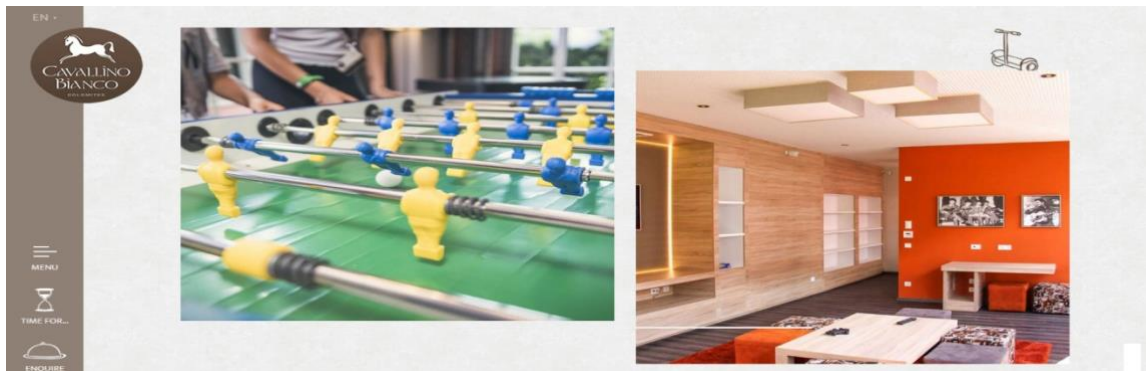
Među ograničavajućim čimbenicima istraživanja je mala veličina uzorka, presudan je i odabir najboljih hotela te vrste koja sprečava generaliziranje rezultata. Zbog navedenih ograničenja istraživanja i pretpostavki može se zaključiti da je potrebno provesti daljnja istraživanja na većem uzorku. Na taj način bi se došlo do reprezentativnijih rezultata koji bi mogli doprinijeti pripremi cjelovitijeg popisa odabrane ICT opreme usvojene za animaciju.

U nastavku su prikazani odabrani primjeri najboljih obiteljskih hotela koji se ističu sa svojom ponudom tj. koji su u svojoj ponudi koriste ICT-a u animaciji najmlađih gostiju.

5.1. Hotel Cavallino Bianco Family Spa Grand Hotel Ortisei, Italija

- a) O hotelu Cavallino Bianco Family Spa Grand, hotelje među najboljim hotelima za obitelj u Italiji, smješten je u južnotirolskim Dolomitima. Vodeći i nagrađivan obiteljski hotel s *all-inclusive* uslugom, koji je usredotočen je na obitelji s djecom i bebama te pripada *leading family hotels* grupi. Ističe se s prostranim obiteljskim sobama i luksuznim obiteljskim apartmanima, raznovrsnim sadržajima, *gourmet* kuhinjom i aktivnostima koje su prilagođene potrebama obitelji, ali nudi i oazu mira i sreće za sve goste. U sklopu hotela nalazi se *wellness* centar s vanjskim bazenom, unutarnjim bazen, sauna, fitness studio, navedeno je samo dio bogate ponude sadržaja. Hotel nudi i raznovrstan program sportova i aktivnost poput skijanja, planinarenja i slično. Iako je glavni naglasak upravo na dječjem zadovoljstvu, postoji raznovrsna ponuda za svaku dobnu skupinu. U ponudi je usluga čuvanja djece i najmlađih za to je zadužen iskusni i stručni tim dok je prostor prilagođen uzrastu djece i čini ga sigurno okruženje s bazenom s lopticama i prostorom za igru.

Slika 2. "Teenie's Room" ekskluzivan prostor za tinejdžere



Izvor: <https://www.cavallino-bianco.com/en/> (05.06.2021.)

- b) U animacijskoj ponudi su i programi s raznim aktivnostima i tečajima, posebno se ističe dječje kazalište, dvorac iz bajke i dječji wellness. Za tinejdžere u dobi od jedanaest i više godina postoji "Teenie's Room", to je ekskluzivan prostor za tinejdžere, posebno Chill-Out područje opremljeno s igraćim konzolama PlayStationom (PS4-om) i Nintendo Wii (Wii U-om) te interaktivnim stolom osjetljivim na dodir s bezbroj društvenih igara, stolnim nogometom i još mnogo toga. S obzirom na to da je upravo ta dobna skupina najveći korisnik ICT-a, upravo njima je posvećena ICT ponuda za animaciju, iako je to samo

osnovna ponuda koja uključuje samo navedene popularne igraće konzole i interaktivni stol (slika 2.).

5.2. Resort Maxx Royal Kemer, Turska

- a) turističkom naselju: Resort Maxx Royal Kemer smješten je u Turskoj, ovo luksuzno sezonsko odmaralište uz 3 plaže na Sredozemnom moru, ističe se unikatnom i autentičnom arhitekturom koja je u skladu sa zapanjujućom prirodom Kemera, impresivnim konceptom i neograničenim uslugama "MaxxInclusive" koncepta. Objekt obuhvaća vlastitu plažu, vodeni park i uvalu namijenjenu posebno za djecu. U ponudi ima luksuzne sobe, vlastita kupaonica uključuje hidromasažnu kadu i apartmane u kojima se udobnost susreće s namjenskim dizajnom i vile s posebnom uslugom koja osigurava odmor po mjeri s elegantnim mogućnostima smještaja. Posebno se ističe ekskluzivni noćni klub na litici turističkog naselja. U objektu gostima je na raspolaganju privatna plaža i teniski teren. U ponudi je *all inclusive* usluga, a restorani u objektu poslužuju jela po narudžbi i u specijaliziranoj čokoladarnici gosti mogu uživati u ukusnim domaćim čokoladama te velikomu izboru deserta i kolača.
- b) U animacijskoj ponudi gostima su dostupni mnogobrojni sadržaji. Gostima su također dostupni animatori i raznovrsni animacijski programi. U okviru objekta i u okolici gosti mogu uživati u raznim aktivnostima poput vožnje kanuom i sadržajima vodenog parka. Uz sportski centar, nude posebna natjecanja, olimpijske igre, organizaciju turneja, tečajeve kuhanja, lov na duhove piratskog dana, to su samo neke od zabavnih aktivnosti iz ponude.

Slika 3. Tinejdžerski klub



Izvor: [https://www.maxxroyal.com/en/Kemer-Resort/\(05.06.2021.\)](https://www.maxxroyal.com/en/Kemer-Resort/(05.06.2021.))

Najpopularniji sadržaji u tinejdžerskom klubu (namijenjenom gostima u dobi od 13 do 17 godina) to su dakako ICT sadržaji. To se odnosi na ponudu sadržaja ICT-a, u objektu uz igraonicu za mlađe uzraste, posebno je dizajniran prostor upravo za takve aktivnosti i opremljen je s interaktivnim kinom, interaktivnom specijaliziranom igraonicom sa stolnim nogometom i ostalim komponentama , uključuje i PlayStation. (slika 3.)

5.3. Hotel GF Victoria Costa Adeje, Španjolska

- a) O hotelu GF Victoria koji se nalazi se u gradu Costa Adeje, grad Costa Adeje usidren je na jednoj od najljepših lokacija obale Tenerifa, dok se hotel nalazi na samo 150 m od plaže Playa del Duque. Posebna atrakcija ovog hotela je stakleni bazen s prozirnim zidovima i dnom koji prelazi preko ruba zgrade i *Sky Bar* koji je namijenjen samo odraslim osobama (zbog sigurnosnih mjera). Gosti ovog hotel mogu uživati u luksuznom *spa* i *wellnesscentru*, u opuštajućim tretmanima *spa* centru sa širokim spektrom usluga, koje uključuju masaže i razne tretmane tijela. *Spa* centar nudi mnogo sadržaja, među kojima su sauna, solarij, hidromasažna kada, zatim hidroterapija i još puno drugih sadržaja. Široka gastronomska ponuda uključuje jela *à la carte* u restoranu *Donaire* i *bife* restoran *Chaboco*, gdje djeca mogu naučiti o zdravoj prehrani.

Slika 4. Interaktivna dvorana sa simulatorom



Izvor: <https://gfvictoria.com/en/experiences/kids/> (05.06.2021.)

- b) Animacijsku ponudu u sklopu objekta predstavlja ju brojni dodatni sadržaj za najmlađe kao što je vodeni park s bazenom za surfanje, splash park s toboganima, zid za penjanje, 3 dječja kluba su gostima na raspolaganju Dok uz onu uobičajenu standardnu animacijska ponudu, posebno se ističe surf simulator, namijenjen tinejdžerima, ICT ponudu čine simulatori virtualne stvarnosti, a upravo se najviše ističe taj simulator posebno dizajniran za najmlađe za uživanje u virtualnoj stvarnosti, ali taj sadržaj dolazi uz dodatnu naplatu, taj simulator smješten je u suvremenu interaktivnu dvoranu namijenjenu najmlađima(slika 4.). Prikazan je jedan od dječjih klubova koji je posebno dizajniran i suvremeno opremljen za zabavu i animaciju najmlađih gostiju hotela.

5.4. Esperides Beach Family Resort Faliraki, Grčka

- a) Esperides Beach Family Resort All inclusive hotelski kompleks nalazi se uz plažu u mjestu Kallithea. Prostranim i lijepo njegovanim vrtom okružen hotelski kompleks nalazi se uz prekrasnu, dugu pješčano - šljunčanu plažu u poznatom ljetovalištu Falirakiju. Ovaj veliki hotelski kompleks s 566 soba, većinom obiteljske sobe, ima nekoliko restorana, bar uz bazen, kafiće, dječji bar,

sadržaje za odbojku na pijesku i 2 teniska terena, dok sve sobe imaju balkon s pogledom na Egejsko more ili vrt.

Slika 5. Esperides Beach FamilyResortFaliraki, Grčka



Izvor: <https://www.esperigroup.gr › hotels › esperid> (05.06.2021.)

- b) Animacijsku ponudu uključeni su razni sportski sadržaji uključujući mini golf, stolni tenis i vožnju kanuom. Na raspolaganju su bazeni za bebe i djecu, dok je na igralištu je dostupan i dječji bar. Glavni naglasak ponude je na vodenim atrakcijama u sklopu bazena (slika 5.). U sklopu objekta nalazi se i kino dvorana i u ponudi je osnovna dnevna i večernja animacija. Mini klub za djecu od 4 do 12 godina u kojem je prisutna Xbox igraća konzola i PlayStation.

5.6. Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cipar

- a) Leonardo Laura Beach & Splash izvrsno je odmaralište prilagođeno obitelji, prostire se na 20.000 m² zemljišta, ističe se s luksuznim obiteljskim sobama i apartmanima, s posebno uređenim vrtovima i posebnom hortikulturom te poznato po zabavnom obiteljskom vodenom parku Splash. Objekt ima u ponudi bogat izbor domaćih i međunarodnih jela uz allinclusive uslugu. Sama lokacija

odmarališta je još jedan plus, jer se nalazi u neposrednoj blizini nekih od najfascinantnijih turističkih znamenitosti, najistaknutija je grobnica kraljeva na koja je popis UNESCO-a. Ovo moderno odmaralište s 412 soba i apartmana specijalno dizajniranih svijetlih interijera nude ambijent za savršen odmor na moru za svaku obitelj.

Slika 6. Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cipar



Izvor: www.leonardo-hotels-cyprus.com/hotels-in-paphos/leonardo-laura-beach-splash-resort (05.06.2021.)

b) Animacijski program uključuje moderno kino, igraonicu, klub namijenjen isključivo tinejdžerima, dječji klub, impresivno iskustvo *EscapeGames* i zabavu uživo svaki dan u sklopu kluba namijenjenog isključivo tinejdžerima ponuda je obogaćena s high-tech igrama, s PlayStationom i Nintendo Wii.

Na web stranici hotela istaknuto je kako je upravo taj prostor za najmlađe trenutno u renovaciji i kako je u planu obnova i nadogradnja novih ICT sadržaja za najmlađe.

5.6. Club Med Peisey-Vallandry, Francuska

- a) Club Med Peisey-Vallandry dio je hotelske grupe s gotovo 70 objekata u 26 zemalja svijeta. Odmaralište je okruženo planinama, ovo all-inclusiveski odmaralište u stilu brvnare prvenstveno se ističe lokacijom, koja je u blizini skijališta, u sklopu ponude su uključene ski karte i škola skijanja. Ovo odmaralište nudi privlačan stilski ambijent brvnare u kojem su uređene sobe, nadograđene sobe imaju i balkone, dok apartmani nude odvojene dnevne prostore i pojedini apartmani imaju pogled na planine. Dostupna je posluga u sobu.

Slika 7. Club Med Peisey-Vallandry



Izvor: <https://www.clubmed.co.id> (05.06.2021.)

- b) Animacijska ponuda podijeljena je prema dječjim uzrastima, sadrži specifične sportske i umjetničke aktivnosti uz stalni nadzor kvalificiranog osoblja. Ostale pogodnosti sastoje se od dječjeg kluba, teretane, spa centra i satova vježbanja. Animacijski program namijenjen najmlađima u sklopu dječjeg kluba nudi produkciju filma, DJ kabinu i razne high-tech igre.

5.7. Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cipar

- a) Novoobnovljeni Vangelis Hotel & Suites s 4 zvjezdice, nalazi se na izvrsnoj lokaciju u srcu divnog Protarasa, neposrednoj blizini plaža i zaljeva Konnos kao i Nacionalnog parka rta Greco (Kavo Greko), stjenovitog rta s dramatičnim pogledom. Smještajne jedinice se kreću od suvremenih soba i apartmana koji sadrže upečatljive freske, do jednostavno uređenih apartmana. Ostale pogodnosti uključuju 2 restorana, 2 bara i kafić, kao i vanjski bazen, tenisko igralište i zabavu. Potpuno novi redizajnirani Spa centar za integrirana *wellness* iskustva, koji uključuje i zatvoreni bazen. Posebno se ističe gastro ponuda lokalnih delicija i međunarodna kuhinja u vrhunskim restoranima, svaka večera se temelji na drugačijoj kulinarskoj temi i *a la carte* gurmanski mediteranski restoran u sklopu specijaliziranog restorana *fine dining* te bogata vinska karta.

Slika 8. Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cipar



Izvor: <https://www.vangelishotel.com/> (05.06.2021.)

- b) Organizirani animacijski program uglavnom se bazira na velikom izboru vodenih sportova, od skijanja na vodi ili surfanja, vožnje kanuom, jedrenja i ronjenja. Iako je hotel nedavno obnovljen, u obnovu nije bio uključen prostor za dječju animaciju i zabavu, ta ponuda i prostor su zastarjeli i uključuju standardnu dnevnu animaciju za najmlađe i dječji klub s osnovnim društvenim i video igrama.

5.8. Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamajka

- a) Beaches Negril Resort & Spa Negril, all-inclusive odmaralište s 4 zvjezdice smješteno u Negrilu, u blizini plaže s bijelim pijeskom uz Karipsko more. Područje je iznimno popularno za ronjenje na dah i vožnju kanuom. Odmaralište nudi svojim gostima nudi luksuzni smještaj s restoranima s karipskom i međunarodnom kuhinjom, besplatnim privatnim parkingom, vanjskim bazenom i *fitness* centrom, bogati *wellness* program, saunu i večernju zabavu.

Slika 9. Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamajka



Izvor: <https://www.beaches.com/>

- b) U animacijskoj ponudi je i čitav niz uzbudljivih i zabavnih aktivnosti koje čine animacijski program za djecu svake dobi, uključuju i specijalne vodene parkove na otoku Pirata, dječje kampove, igraonice i uzbudljivi noćni klub za tinejdžere. U igraonicama se nalazi Xbox igraća konzola i ICT uređaji se koriste za izvođenje DJ akademije.

5.9. Seven Seas Hotel Life Goynuk, Turska

- a) Hotel s 5 zvjezdica zauzima površinu od 35.000 m². Hotel je smješten u regiji Goynuk, 7 km od Kembra. Hotel se nalazi uz privatnu pješčanu plažu i ultra All Inclusive uslugu, koja uključuje otvorene bazene s dječjim bazenom, tobogane, fitness centar, sauna, teniske terene. Hotel nudi svojim gostima poseban spektar usluga, uključujući posebne događaje, zabavu, sportske programe i aktivnosti, kao i obrazovne, treninge te razne ostale zabavne programe.

Slika 10. Seven Seas Hotel Life Goynuk, Turska



Izvor: <https://www.sevenseashotels.com>(05.06.2021.)

- b) Specijalni animacijski program za djecu u *Kids World* – sadržaji mini kluba s dijelom za bebe (bazen za bebe dubine 35 cm, spavaonica, kutak za majke, igraonica, igralište na otvorenom...), dijelom za djecu od 5 do 16 godina (bazen za djecu dubine 60 cm, Lego igraona, soba za razne aktivnosti, PlayStation i PC soba, moderna kino dvorana, igralište na otvorenom i trampoline).

5.10. The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana, Dominikanska Republika

- a) Turističko odmaralište Paradisus Palma Real Golf & Spa s 5 zvjezdica pruža luksuzni smještaj, uz najekskluzivniju uslugu uz *Royal Service* i uključuje usluge batlera. Odmaralište je smješteno na Playa Bavaro, omiljeno je odmaralište gostiju koji vole luksuz i suštinu Kariba. Lokacija je savršeno okruženje: tirkizna voda, bijeli pijesak, prekrasne fontane i bujni egzotični vrtovi. Paradisus Palma Real nudi elegantno uređene prostore s luksuznom udobnošću i jedinstvenim detaljima. Odmaralište ima u ponudi cjelodnevne aktivnosti, ponudu čine predstave u kazalištu, najnovija glazba u *Loungeu* ili tečajevi *salse*. Posebno se ističe ekskluzivna kuhinja Martína Berasateguija, poznatog španjolskog kuhara, osvajača 8 Michelinovih zvjezdica.

Slika 11. The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana



Izvor.: <http://www.palmarealresort.com/> (05.06.2021.)

- b) Posebno bogatu animacijsku ponudu zabavnih aktivnosti i sadržaja za najmlađe goste čine razni izlete, radionice i atrakcije. Dječju zonu i avanturistički park čini prostor smješten u odmaralištu gdje djeca uživaju u zabavnim aktivnostima pod stalnom brigom i nadzorom kvalificiranog osoblja. Ostale aktivnosti kao što je nogomet, stolni tenis, odbojka, košarka, tenis, satovi slikanja, vodeni sportovi, uzgoj povrća u povrtnjaku i zid za penjanje U aktivnosti za tinejdžere uključeno je više najnovije tehnologije i korištenje posebne sobe za igre s video konzolama (kompjuterska zona s Xbox, Wii, PlayStationom), prostor s modernim računalima.

5.11. Rezultati istraživanja

Korištenje ICT-a u turističkoj animaciji izabranih obiteljskih hotela koji su među najbolje ocijenjenim širom svijeta u 2021. godini prema TripAdvisoru, u tablici 4. su prikazani dobiveni rezultati.

Tablica 4. Korištenje ICT-a u animaciji najmlađih gostiju u izabranim vrhunskim obiteljskim hotelima širom svijeta

	Obiteljski hotel	ICT ponuda vezana za djecu	Dodatna naplata
1.	Cavallino Bianco Family Spa Grand Hotel Ortisei, Italy	Chill-Out zona s PlayStationom i Nintendo Wii te interaktivni stol s društvenim igrama	
2.	Maxx Royal Kemer Resort Kemer, Turkey	Interaktivna dječja kino dvorana, interaktivna specijalizirana igraonica i PlayStation	
3.	GF Victoria Costa Adeje, Spain	Simulatori i interaktivna dvorana. Simulator posebno dizajniran za tinejdžere za uživanje u virtualnoj stvarnosti.	X
4.	Esperides Beach Family Resort Faliraki, Greece	Xbox igraća konzola, PlayStation	
5.	Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cyprus	Klub s high-tech igrama, s PlayStationom i Nintendo Wii	
6.	Club Med Peisey-Vallandry - French Alps Peisey-Vallandry, France	Produkcija filma, DJ kabina, high-tech igre	
7.	Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cyprus	Dječji klub s video igrama	
8.	Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamaica	Xbox igraća konzola, DJ akademija	
9.	Seven Seas Hotel Life Goynuk, Turkey	Područje za zabavu s PlayStationom, moderna kino dvorana.	

10.	The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana, Dominican Republic	Dječja kompjuterska zona s Xbox, Wii i PlayStationom	
-----	--	--	--

Izvor: izrada autora

Istraživanje je provedeno korištenjem i promatranjem web stranica hotela koje daju uvid u primjenu ICT-a u obiteljskim hotelima i turističkoj animaciji kroz određeno vremensko razdoblje. Ukupan uzorak istraživanja uključivao je 10 najbolje ocijenjenih vrhunskih obiteljskih hotela i njihovih web stranica, hoteli čija se lokacija nalazi širom svijeta.

Dobiveni rezultati ovog istraživanja pokazuju visok stupanj primjene ICT-a u hotelima visoke kategorije, svi od najboljih obiteljskih hotela koje su odabrali posjetitelji koriste ICT uređaje u turističkoj animaciji najmlađih, ali prvenstveno samo za igranje igara u posebno opremljenim prostorima u sklopu dječjih zona, klubova ili igraonica, s obzirom na lokaciju izabranih hotela, naglasak animacijskog sadržaja je na ljetnim morskim aktivnostima ili u zimskim aktivnostima kao što su skijaške škole i edukacije (primjer Club Med Peisey-Vallandry).

Uz bogati raznovrsni animacijski sadržaj i programe, vodeći hoteli su napravili odmak i uz tipičnu animacijsku ponudu, nude i ponudu ICT sadržaja za djecu, u ponudi su suvremeni ICT uređaji koji su vrlo popularni među najmlađim gostima. Posebno se ističe animacijska ICT ponuda sadržaja hotela GF Victoria Costa Adeje, njihovu ponudu čine simulatori i interaktivna dvorana, simulator dizajniran za tinejdžere za uživanje u virtualnoj stvarnosti i igranje, ali konkretno taj sadržaj dolazi uz dodatnu naplatu. S obzirom na razne ICT mogućnosti u turističkoj zabavi i sportu, može se utvrditi da su najbolji obiteljski hoteli u svojoj ponudi koriste ICT sadržaja u turističkoj animaciji najmlađih, ali većinom se koriste samo isključivo igraće konzole za video igre kao podrška njihovom zabavnom programu, dok korištenje ICT-a za edukativnu svrhu nije još uvijek u promjeni i prema dobivenim podacima trenutno tako nešto nije ni planirano. Iako su sve te ICT inovacije primjenjive su za animaciju i zabavu djece naročito u sklopu boravka u obiteljskim hotelima, posebno u zatvorenim prostorima, njihov potencijal ostaje neiskorišten, ali s obzirom na suvremene trendove i interese, postoji veliki prostor za stalni razvoj i primjenu ICT inovacije za dječju turističku animaciju.

6. DISKUSIJA

Slično istraživanje koje je prezentiralo i prikazalo korištenje ICT-a u turističkoj animaciji za djecu provedeno je u 2016. godini. Izbor najbolje ocijenjenih obiteljskih hotela diljem svijeta preuzet je bio s popisa TripAdvisora „Izbor putnika 10 najboljih obiteljskih hotela - svijet”. (<https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cFamily-g1>)

Tadašnji rezultati pokazuju da 40% najboljih obiteljskih hotela koje su odabrali posjetitelji koriste ICT uređaje u turističkoj animaciji za djece, ali samo za igranje igara. S obzirom na razne ICT opcije u turističkoj animaciji sportu, utvrđeno je da obiteljski hoteli su tada bili u početnoj fazi korištenja ICT-a za podršku njihovom zabavnom programu (Ružić-Baf, Debeljuh i Slivar 2018.)

U usporedbi s istraživanjem provedenim 2021. godine, promjena u tom vremenskom razdoblju je vidljiva, kao i znakovit napredak u korištenju ICT sadržaja za najmlađe, moglo bi se reći da su izabrani hoteli u zreloj fazi korištenja ICT sadržaja. Nastavlja se princip da je turistička animacija komplementarna usluga jer se pritom samo jedan sadržaj ICT-a u turističkoj animaciji u slučaju jednog promatranog hotela, naplaćuje.

Odabrani obiteljski hoteli, u svojoj ponudi imaju raznovrsni sadržaj i bogatu animacijsku ponudu, ali uz to u svoju ponudu uključuju i ICT sadržaja za najmlađe, sa svojim poslovnim rezultatima i iskazanim zadovoljstvom gostiju dokazuje da su izabrali najbolji smjer kojeg i ostali trebaju slijediti.

7. ZAKLJUČAK

Razvojem i pojavom ICT-a cijeli turistički sektor se iz temelja promijenio. ICT konstantno se razvija, kao i svijest o važnosti informacijske i komunikacijske tehnologije te usklađivanje sa svjetskim trendovima. Sveprisutnost digitalnih tehnologija utječe na ubrzani razvoja turizma. Tehnološki razvitak olakšava komunikaciju hotelskih poduzeća s tržištem, odnosno komunikaciju među tržišnom ponudom i potražnjom, a istovremeno se uravnotežuju stvarna iskustva i očekivanja potencijalnih turista. Samim razvojem tehnologije i informatizacijom suvremeni turisti imaju bolji pristup turističkim informacijama, no time oni postaju i sve zahtjevniji.

Inovacije i tehnološka rješenja primijenjena u modernim hotelima imaju višestruki učinak na iskustvo boravka i hotelski smještaj jer smanjuju potrošnju energije, povećavaju zadovoljstvo gostiju i pomažu turističkoj destinaciji da brže postigne operativnu izvrsnost. Danas je uloga ICT-a nezamjenjiva u svakom segmentu poslovanja u svakoj gospodarskoj djelatnosti, uključujući i hotelijerstvo, od ugostiteljstva, prodaje, rezervacija, nabave materijala i usluga, do praćenja potrošnje, kućanstava, tehničkih usluga, financijskih transakcija i upravljanja na svim razinama.

Kod hotelskih poduzeća se u budućnosti nameće zahtjev da vode računa o općem trendu orijentacije prema doživljaju u turizmu. U budućnosti se očekuje jačanje dosadašnjih trendova i pojava novih, zajedničko stvaranje iskustva u kojem ulogu imaju i sami turisti, može dostići novi nivo uz upotrebu. Upravo iz tog razloga se pojedina hotelska poduzeća moraju prilagoditi razvoju kroz izmijenjenu ponudu kako bi mogli udovoljiti dinamičnim promjenama želja gostiju koji su na godišnjem odmoru.

Stoga funkciju tehnologije treba promatrati kao glavni izvor inovacije, strateške diferencijacije i konkurentne prednosti pri uspješnom zajedničkom stvaranju iskustva u budućnosti. Specijalizacija i novi koncepti hotelskog smještaja naglašavaju važnost inovacija u hotelskoj ponudi, novim uslugama i novim turističkim sadržajima. Ne samo da je na razvoj turizma utjecala ekspanzija novih tehnologija, nego je njihov razvoj uzajaman.

Hoteli za obitelj sa svojim dodatnim sadržajem, uređenjem, opremom i pružanjem dodatnih usluga prilagođene obitelji s djecom poseban naglasak stavljaju na

zadovoljenje potreba obitelji s djecom, što uključuje oblikovanje posebnog doživljaja za najmlađe goste, uz potporu ICT-a.

U radu se istražuje kojoj mjeri primjenjuju ICT u turističkoj animaciji za najmlađe goste tijekom boravka u najboljim obiteljskim hotelima sukladno s TripAdvisorovim podacima. Rezultati istraživanja u radu pokazuju da svi izabrani najbolji obiteljski hoteli koriste ICT-a za podršku njihovom zabavnom programu i animaciji, u svojoj ponudi najčešće nude popularne igraće konzole u sklopu dječjih igraonica ili klubova.

Među ograničavajućim čimbenicima istraživanja je mala veličina uzorka, presudan je i odabir najboljih hotela te vrste koja sprečava generaliziranje rezultata. Zbog navedenih ograničenja istraživanja i pretpostavki može se zaključiti da je potrebno provesti daljnja istraživanja na većem uzorku.

S obzirom na to da ICT je temelj za većinu inovaciju u turizmu te s obzirom na suvremene trendove i interese, postoji veliki prostor za budući razvoj i primjenu istih u turističkoj animaciji najmlađih.

LITERATURA

KNJIGE:

1. ANDRIJAŠEVIĆ, M., (1999.) *Animacija u hotelijersko turističkoj ponudi*, Opatija: Hrvatska udruga Hotelijera i restoratera.
2. AVELINI HOLJEVAC, I., (2002.) *Upravljanje poslovnim rezultatom*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Rijeka
3. BERC RADIŠIĆ, B., (1999) *Marketing u hotelijerstvu*, Sveučilište u Rijeci, Opatija
4. CEROVIĆ, Z., (2008.) *Animacija u turizmu*, FTTHM, Opatija
5. GALIČIĆ, V. (2017.) *Poslovanje hotelskog odjela smještaja*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
6. GALIČIĆ, V, i ŠIMUNIĆ, M. (2006.) *Informacijski sustavi i elektroničkoposlovanjeu turizmu i hotelijerstvu*, Fakultet za turistički i hotelski menadžmentu, Opatija
7. GRŽINIĆ, J. i FLORIČIĆ, T. (2015.) *Turoperatori i hotelijeri u suvremenom turizmu*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
8. GRŽINIĆ, J. i BEVANDA, V., urednice (2014) *Suvremeni trendovi u turizmu*, Sveučilište Jurja Dobrile : Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula
9. GRŽINIĆ, J. (2014.) *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma, „Dr. Mijo Mirković“, Pula
10. HORVAT, B. (2003.) *Animacija u turizmu*, Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb

11. HORVATIĆ, A. i BAČIĆ, L. (2013.) *Nove tehnologije kao promotori turizma i gastronomske ponude Hrvatske*, Učenje za poduzetništvu
12. LAŠKARIN AŽIĆ, M., (2018.) *Upravljanje odnosima s gostima u turizmu i ugostiteljstvu*, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija
13. LICKORISH, L.J. i JENKIC, C.L. (2006.) *Uvod u turizam*, Split
14. PRESTER, J. (2010.) *Menadžment inovacija*, Sinergija, Zagreb
15. RAVKIN R. (1999.) *Animacija u hotelijersko – turističkoj ponudi*, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, Opatija
16. SRIĆA, V. i SPREMIĆ M. (2008.) *Informacijskom tehnologijom do poslovnog uspjeha*, Sinergija, Zagreb
17. VRANEŠEVIĆ, T. (2000.) *Upravljanje zadovoljstvom klijenata*, Golden marketing, Zagreb

PUBLIKACIJE:

1. BALDIGARA, T., I PENIĆ, S., (2020.) *Analiza utjecaja informacijsko-komunikacijskih tehnologija na inozemni turizam Republike Hrvatske, Oeconomica Jadertina*, 10(1), str. 31-44. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/240503> (10.06.2021.)
2. BUHALIS, D., O'CONNOR, P., (2015.) *InformationCommunication Technology RevolutionizingTourism, TourismRecreation Research(Online)*, <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02508281.2005.11081482>(01.04.2021.)
3. CORONA, F.,COZZARELLI, C., PALUMBO, C., SIBILIO, M., (2013.) *Information Technology andEdutainment: EducationandEntertainmentinthe Age ofInteractivity*, *International Journal of Digital Literacyand Digital Competence* 4(1):12-18 (01.04.2021.)
4. ČELEBIĆ, G. i RENDULIĆ, I. (2011.) *ITdesk.info – projekt računalne e-edukacije sa slobodnim pristupom – Priručnik za digitalnu pismenost : osnovni pojmovi informacijske i komunikacijske tehnologije*, Dostupno na: ITdesk.info (05.06.2021.)
5. GARBIN PRANIČEVIĆ, D., PIVČEVIĆ, S. i GARAČA, Ž., (2010.) *Razvijenost informacijskih sustava velikih hotelskih poduzeća u Hrvatskoj*, <https://hrcak.srce.hr/file/157736>(01.04.2021.)
6. HEJDENBERG, A. (2005.) *Thepsychologybehindgames*, *Gamasutra - The Art and Business ofMakingGames*.https://www.gamasutra.com/view/feature/130702/the_psychology_behind_games (07.06.2021.)
7. JADREŠIĆ, V. (2001.) *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*, Zbornik istraživanja, Sveučilište u Splitu, Školska knjiga, Zagreb, str. 149 (07.06.2021.)

8. KHAN, M. Y. H., HOSSAIN, A. (2018.) *The Effectsof ICT Application on the Tourism and Hospitality Industries in London*, Socio Economic Challenges, 4(2), 60-68 (07.06.2021.)
9. MILLEA, J. i sur. (2005.) *Emerging technologies: A framework for thinking*. Adelaide: Education.au Limited.
<http://vital.new.voced.edu.au/vital/access/services/Download> (05.06.2021.)
10. ROUSE, M. (2017.) *ICT (Information and communication technology or technologies)*, <https://searchcio.techtarget.com/definition/ICT-information-and-communications-technology-or-technologies> (05.06.2021.)
11. RUŽIĆ-BAF, M. i sur. (2016.) *Online video games and young people*, International Journal of Research in Education and Science, str. 94-103.
<https://www.ijres.net/index.php/ijres/article/view/90/54> (01.06.2021.)
12. RUŽIĆ-BAF, M., DEBELJUH, A. I SLIVAR, I. (2018.) *Family hotels' use of ICT in entertaining children and recommendations for inclusion of wearable devices*, International Journal of Education Economics and Development, 9 (2), 124-133 doi:10.1504/IJEED.2018.10013329. (05.06.2021.)
13. Sabol, V. i Smajić, J. (2013.) *Animacijski programi za djecu u funkciji obogaćenja turističke ponude Republike Hrvatske*, Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu, Vol.4 No.2. (01.06.2021.)
14. SINKOVIĆ, G. I BEVANDA, V. (2007.) *Standardi za informacijsko-komunikacijsku tehnologiju (ICT)*, Informatologia, Vol. 40, Br. 4. (01.06.2021.)
15. UNESCO (2011.) *Transforming education: The power of ICT policies*, dostupno na: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002118/211842e.pdf> (01.06.2021.)
16. ZUPPO, C.M. (2012.) *Defining ICT in a boundaryless world: the development of a working hierarchy*, International Journal of Managing Information

Technology [online], 4(3) str. 13-22. Dostupno na: Academic Journals Database (02.04.2021.)

INTERNETSKI IZVORI:

1. (https://www.dziv.hr/files/File/novosti/zanovinare/inovacije_o_inovacijama.pdf) (02.04.2021.)
2. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (10.04.2021)
3. <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Hotels-cFamily-g1> (10.04.2021)
4. <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (01.06.2021.)
5. <https://www.cavallino-bianco.com/en/>(05.06.2021.)
6. <https://www.maxxroyal.com/en/Kemer-Resort/>(05.06.2021.)
7. <https://gfvictoria.com> (05.06.2021.)
8. <https://www.esperiagroup.gr>(05.06.2021.)
9. <https://www.leonardo-hotels-cyprus.com/hotels-in-paphos/leonardo-laura-beach-splash-resort>(05.06.2021.)
10. <https://www.clubmed.us/r/peisey-vallandry/s>(05.06.2021.)
11. <https://www.vangelishotel.com/>(05.06.2021.)
12. <https://www.beaches.com/>(05.06.2021.)
13. <https://www.sevenseashotels.com>(05.06.2021.)
14. <http://www.palmarealresort.com/>(05.06.2021.)
15. <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/120322-Q-prezent.pdf> (30.03.2021.)
16. https://narodnenovine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2016_06_56_1451.html (30.03.2021.)

Popis tablica:

Tablica 1. Korištenje interneta u svijetu i statistika stanovništva

Tablica 2. Primjeri nekih efekata primjene ICT-a u hotelskoj industriji

Tablica 3. Popis hotela

Tablica 4. Korištenje ICT-a u animaciji najmlađih gostiju u izabranim vrhunskim obiteljskim hotelima širom svijeta

Tablica 5. Korištenje ICT-a u animaciji djece u izabranim vrhunskim obiteljskim hotelima širom svijeta

Popis slika:

Slika 1. Primjeri oznaka posebnih standarda hotela u Hrvatskoj

Slika 2. "Teenie's Room" ekskluzivan prostor za tinejdžere

Slika 3. Tinejdžerski klub

Slika 4. Interaktivna dvorana sa simulatorom

Slika 5. Esperides Beach Family Resort Faliraki, Grčka

Slika 6. Leonardo Laura Beach & Splash Resort Paphos, Cipar

Slika 7. Club Med Peisey-Vallandry

Slika 8. Vangelis Hotel & Suites Protaras, Cipar

Slika 9. Beaches Negril Resort & Spa Negril, Jamajka

Slika 10. Seven Seas Hotel LifeGoynuk, Turska

Slika 11. The Reserve at Paradisus Palma Real Punta Cana, Dominikanska Republika

Popis akronima

ICT	Informacijska i komunikacijska tehnologija
SocialNetworks	Društvene mreže
Podcast	POD Personal On Demand + Broadcast
CRS(Central Reservation System)	Centralni Rezervacijski Sustav
CRM (CustomerRelationship Management)	Upravljanje odnosima s kupcima
ERP (Enterprise ResourcePlanning)	Planiranje resursa poduzeća
SCM (SupplyChainManagement	Upravljanje lancem opskrbe
PMS (Property management sustav)	Sustav upravljanja imovinom
KMS (Knowledge Management System)	Sustav upravljanja znanjem
OAS (Office Automation System)	Sustav za automatizaciju

SAŽETAK

Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) transformirale su turizam na globalnoj razini mijenjajući strukturu industrije i razvijanjem cijelog niza prilika i prijetnji. Stoga funkciju tehnologije treba promatrati kao glavni izvor inovacije, strateške diferencijacije i konkurentne prednosti pri uspješnom zajedničkom stvaranju iskustva u budućnosti.

Specijalizacija i novi koncepti hotelskog smještaja naglašavaju važnost inovacija u hotelskoj ponudi, novim uslugama i novim turističkim sadržajima. Tržišna specijalizacija hotela i temelj same specijalizacije hotela za posebne tržišne segmente su posebni standardi koji su uvjetovani i određeni institucionalnim okvirom za standardizaciju i specijalizaciju u hotelijerstvu.

Značajna je i animacijska djelatnost koja obavlja jednu od glavnih funkcija turističke industrije, povećanje užitka i zabave za vrijeme odmora. Srž animacijskih programa je igra koja je relevantna i zahtjevna u svim dobnim razdobljima, vrlo je aktualna ideja integracije igra, tehnologija ICT-a i učenja djece kroz animaciju. Iako su sve te inovacije primjenjive za animaciju i zabavu djece naročito u sklopu boravka u hotelima za obitelj, istovremeno je to vrlo kompleksno za samu izvedbu i primjenu.

Ključne riječi: *Informacijsko-komunikacijska tehnologija (ICT), animacija, obiteljski hotel, najmlađi, primjena ICT-a u animaciji*

ABSTRACT

Information and communication technologies (ICT) have transformed tourism globally by changing the structure of the industry and developing a whole range of opportunities and threats. Therefore, the function of technology should be viewed as the main source of innovation, strategic differentiation and competitive advantage in the successful joint creation of experience in the future.

Specialization and new concepts of hotel accommodation emphasize the importance of innovations in the hotel offer, new services and new tourist facilities. The market specialization of hotels and the basis of the very specialization of hotels for special market segments are special standards that are conditioned and determined by the institutional framework for standardization and specialization in the hotel industry.

There is also a significant animation activity that performs one of the main functions of the tourism industry, increasing pleasure and entertainment during the holidays. The core of animation programs is a game that is relevant and demanding in all ages, the idea of integrating games, ICT technology and teaching children through animation is very current. Although all these innovations are applicable to the animation and entertainment of children, especially as part of a stay in family hotels, at the same time it is very complex for the performance and application.

Keywords: *Information and communication technology (ICT), animation, family hotel, youngest, application of ICT in animation*