Turistička animacija za djecu predškolske dobi

Popov, Koraljka

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:550153

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-20**

Repository / Repozitorij:

Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KORALJKA POPOV

TURISTIČKA ANIMACIJA ZA DJECU PREDŠKOLSKE DOBI

Završni rad

Pula, 2019.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
«Dr. Mijo Mirković»

KORALJKA POPOV

TURISTIČKA ANIMACIJA ZA DJECU PREDŠKOLSKE DOBI

Završni rad

JMBAG: 0303032013, izvanredna studentica

Studijski smjer: Poslovna ekonomija - Turizam

Predmet: Turistička animacija

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor / Mentorica: Doc. dr. sc. Iva Slivar

Pula, rujan 2019.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani Koraljka Popov, kandidat za prvostupnika poslovne ekonomije, smjera turizam ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mojega 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 Završnog 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.

Student

_____

U Puli, _____, _____ godine

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Koraljka Popov dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom **Turistička animacija za djecu predškolske dobi** 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, _____ (datum)

Potpis

_____

SADRŽAJ

1. UVOD 2
2. SUVREMENI IZAZOVI U TURIZMU 4
3. ANIMACIJA U TURIZMU I NJEN DOPRINOS KREIRANJU POTPUNOG TURISTIČKOG DOŽIVLJAJA 7
4. ANIMACIJSKI PROGRAMI U TURIZMU 13
4.1. Animacijski programi za odrasle 18
4.2. Animacijski programi za djecu 19
4.3. Turistički animatori 20
4.4. Osobine animatora prema gostu 22
4.5. Komunikacija u turističkoj animaciji 23
4.6. Specifičnosti djece predškolske dobi i animacije prilagođene njima 24
5. POKAZATELJI USPJEŠNOSTI ANIMACIJSKIH PROGRAMA 27
6. TURISTIČKA ANIMACIJA ZA DJECU NA PRIMJERU VALAMAR HOTELA RABAC 30
6.1. Turistička animacija u Valamaru 31
6.2. Maro club 34
6.3. Programi za djecu tijekom dana 40
6.4. Novi sadržaji za djecu u sezoni 2019. 40
7. ZAKLJUČAK 43
8. ABSTRACT 45
LITERATURA 45

1. UVOD

Animacija danas ima poseban značaj u turizmu, a stručnoj javnosti iz oblasti turizma, dobro je poznata važnost turističke animacije. Suvremena dostignuća i visok stupanj tehnološkog razvoja doveli su do stvaranja i pojave novih zanimanja. Zanimanje animatora, relativno nova profesija, koja ima svoj početak daleko u povijesti, danas je dobila potpuno novo ruho. Mjenjanjem uvjeta rada, a time i uvjeta odmora, mjenjale su se i potrebe koje su doprinosile boljem odmoru ljudi.

Animacija tako predstavlja značajan element u osmišljavanju programa namenjenih turistima. Postaje imperativ turističke ponude svih zemalja. Zauzima posebno mjesto u hotelijerstvu jer ciljano ispunjava vrijeme turista i doprinosi njihovom zbližavanju i međusobnoj komunikaciji.

Predmet ovog rada je animacija u turizmu s naglaskom na animaciju djece predškolske dobi koja su poseban segment gostiju. Animacija kao element ponude dio je ukupne turističke ponude i osnovni cilj putovanja i odabira turističke destinacije za svoje odredište. Animacija je, kao dio turističke ponude, skup znanja i vještina sa kojima se povećava ispunjenje zadovoljstva i motiva putovanja.

Svrha ovog rada bila je istražiti i prikazati kako animacija u turizmu utječe na odluke gostiju da biraju određenu destinaciju, vraćaju se u istu te kakve ekonomske, financijske i druge učinke turistička animacija ima na turističku ponudu pojedine destinacije. Posebno je to prikazano na animaciji za djecu predškolske dobi koja su poseban segment gostiju u turizmu.

Cilj ovoga rada je bilo prikazati animaciju za djecu predškolske dobi na primjeru hotela Valamar u Rapcu koji ovoj djelatnosti poklanjaju posebnu pažnju.

Pri izradi ovog rada korišteni su stručni izvori, knjige i članci iz područja turističke animacije, kao i Internet stranice.

Rad je, uz uvod i zaključak, koncipiran u četiri međusobno povezane cjeline. U Uvodu se obrađuje predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljana te je prikazana struktura samog rada. U drugom poglavlju obrađuju se suvremeni izazovi u

turizmu. U trećem poglavlju obrađuje se općenito animacija u turizmu i njezin doprinos stvaranju posebnog turističkog doživljaja. Pobliže se dotiče značaj i uloga animacije u turističkoj ponudi, gdje se definira animacija u turizmu, pristupi animaciji, principi, karakteristike i ciljevi animacije u turizmu.

U četvrtom poglavlju obrađuju se animacijski programi, kako za odrasle tako i za djecu, objašnjavaju se poželjne karakteristike animator ate značaj komunikacije u turističkoj animaciji. Posebno se navode I specifičnosti djece predškolske dobi te aktivnosti prilagođene njima.

U petom se poglavlju objašnjavaju pokazatelji uspješnosti animatorskih programa, dok se u šetom poglavlju kroz tekstove i fotografije prikazuje rad animatora i animacijskih programa u hotelima Valamar u Rapcu uz sve popratne obiteljske sadržaje. Sedmo poglavlje je zaključak.

2. SUVREMENI IZAZOVI U TURIZMU

"Turizam je stvoren kako bi odgovorio na potrebu koja je općeg karaktera, a koja se tiče raznoraznih razmjena na različitim razinama društvenog djelovanja i razvija se na temelju društvenih utjecaja. Ponašanje i stavovi pojedinaca hrane i opravdavaju postojanje turizma kao društvenog fenomena i čine da turizam poprimi značenje koje u stvari obuhvaća društvo u svojoj organizaciji, u svojim institucijama, u planiranju i upravljanju pravilima koja ga sačinjavaju i određuju."[1]

Trendovi u turizmu se mijenjaju, tako da su dosadašnji turisti, potrošači, shvatili da im je nužno oslobađanje od stresa i to ne mogu postići na mjestima gdje se ponavljaju iskustva iz njihove svakodnevnice.[2] Stoga sve više žele zabavu i aktivan odmor, a cilj turističkog gospodarstva je zadovoljiti i premašiti očekivanja turista.

Turizam i turistička ponuda i potražnja u stalnoj su promjeni i prilagodbi koju potiče razvoj novih tehnologija. Opća obilježja turističke potražnje vezuju se uz stalno rastuće nove potrebe i navike turista koje stječu u svojim životnim i radnim sredinama te ih prenose u sredine svojih privremenih boravaka gdje očekuju ispunjenje svojih potreba, navika i očekivanih turističkih sadržaja s naglašenim potrebama doživljavanja nečeg novog.[3]

U turističkom ponašanju, kao uostalom u mnogim načinima života pojedinaca, može se primjetiti neka vrsta obostrane igre motivacija i izgleda. Ukoliko je motivacija ta koja pojedinca potakne na polazak, uglavnom se odabir mjesta temelji na izgledu. Tko namjerava krenuti na put radi odmora i zabave, ispred sebe ima, s obzirom na raspoloživosti vremena i novaca, gotovo beskonačan raspon mjesta gdje može otići za vrijeme svojih godišnjih odmora. Stoga se konačan odbir temelji na zamisli koju ima o

[1] F. Šuran, *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016., str. 18.
[2] Intervju s dr. Amadeo Dobovišek: potreba gostiju u turizmu, https://www.doba.hr/doba-znanja/intervju-o-razumijevanju-potreba-gostiju-s-dr-amadeo-dobovisek (25.7.2019.)
[3] Z. Cerović, *Animacija u turizmu*, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2008., str. 25.

mjestima u koja ide. Međutim, u nekim se slučajevima događa da turist odluči otputovati u lokalitete koje izravno i ne poznaje, ali o kojima ipak ima neku ideju. Radi se o tipologiji turista koji se rijetko vraća u mjesta u kojima se doživljaj nije pokazao na nivou hipotetičkog zamišljanja koje je imao prije posjeta.[4]

Turisti – gosti ne trpe više greške, za svoj novac žele dobiti kvalitetu, što je potaklo turističke agencije, hotele i druge sudionike u turističkoj ponudi, da uvedu kontrolu kvalitete, određene standarde i sustav upravljanja potpunom kvalitetom turističke ponude. Očekivanja i želje gostiju ne zadržavaju se samo na razini potrebe mira i fizičkog odmaranja, već se njihovi planovi proširuju potrebama za promjenom, raznovrsnošću i komunikacijom s drugim ljudima. Raznovrsnost turističke ponude u kojoj će gost moći doživljavati promjene i uživati u materijalnim i nematerijalnim dobrima, najbolji je način zadovoljavanja turističke potrebe.[5]

Biti slobodan, nesputan i što dalje od svakodnevnih obaveza, svoj gospodar, vlasnik vlastitog vremena i slobodan u uporabi osobne energije, cilj je mnogih domaćih i inozemnih turista.

Kako je prezentirano u ranijem dijelu teksta, u suvremenim je okolnostima od posebne važnosti poznavanje gostiju i njihovih navika, promjena u mentalitetu i očekivanjima turista. Tijekom godina promijenjena su očekivanja i motivacija odlaska na odmor. Današnji turisti znatiželjniji su i aktivniji nego ranije, nije više dovoljno izležavanje na plaži. Također na sadržaje koji interesiraju turiste utječu i demografske promjene – starosna dob se povećava, pa se sadržaji moraju mijenjati I u tom kontekstu. Gosti su cilj ugostiteljskih i turističkih radnika - svaki gost je uvijek dobrodošao (on je taj koji plaća, od njega objekt opstaje). Prema E. Cohenu, „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.“[6]

Prema WTO-u, turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi

[4] F. Šuran, op.cit., str. 47.
[5] Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga file:///C:/Users/Marsic/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ%20(1).pdf (30.7.2019.)
[6] Erik Cohen: Tko je turist? Pojmovno razjašnjenje? http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/cohen%20tko%20je%20turist1.pdf (30.7.2019.)

odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih mjesta i skupova.[7]

Turisti više nisu samo dio povlaštenih slojeva nekog društva, nego je većina njih iz redova gotovo svih društvenih slojeva, s različitim potrebama i navikama.[8]

[7] B. Pirjevec, *Turizam – jučer, danas, ...,* Karlovac, Veleučilište u Karlovcu, 2008, str. 17.
[8] Z. Cerović, op.cit., str. 20.

3. ANIMACIJA U TURIZMU I NJEN DOPRINOS KREIRANJU POTPUNOG TURISTIČKOG DOŽIVLJAJA

Turistička ponuda izuzetno je ovisna o interesu turističke potražnje, a bez obzira na uzroke, ako nema dovoljno pažnje i interesa od strane kupca, ne može se očekivati ostvarenje cilja turizma, kao ni dobiti. Kako bi turistička ponuda mogla zadovoljiti, potrebno je ostvarivati kriterije koji formiraju turističku ponudu: atraktivnost prostora, prometna dostupnost, izgrađeni receptivni kapaciteti i promocija u turizmu.[9]

Animacija je, kao područje djelovanja u okviru turističke aktivnosti i kao dio turističke ponude, definirana na početku industrijske revolucije i prvih oblika turističke ponude koja se vezuje za vremensko razdoblje s početka dvadesetog stoljeća. Tijekom tog su se razdoblja mijenjali oblici i sadržaji turističke ponude u skladu s promjenama društvenih gospodarskih sustava u kojma se organizirala turistička potražnja I njoj pripadajuća ponuda.[10]

Kako se tijekom povijesti mijenjaju oblici i sadržaji turističke ponude, danas i animacija u turizmu poprima nove sadržaje i nove potražnje. Nekad su smještaj i prehrana bili glavni dio turističke ponude, no danas su te usluge sve manji cilj turista. Turist novijeg doba traži destinaciju koja nudi promjenu, nov doživljaj, nove događaje.

Postoje brojne definicije animacije u turizmu kao i pojma animatora i turista, no između brojnih definicija, izdvojene su glavne prema Zdenku Ceroviću.

„Turistička se animacija, kao dio turističke ponude, definira kao skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju. Ponuđeni animacijski programi, odnosno animacijski sadržaji, samo su dio moguće turističke ponude kao osnove za poticanje turističke potrošnje. Animacijski programi nude se turistima kako bi mogli doživjeti odabranu turističku destinaciju ili očekivani program s kojim žele doživjeti motiv dolaska u destinaciju ili objekt. Menadžerima i poduzetnicima važni su financijski pokazatelji uspješnosti animacijskih programa jer pokazuju kroz sustav benchmarking mogućnost usporedbe s konkurencijom u okruženju i prošlim vremenskim razdobljima kako bi menadžment mogao odrediti ekonomske učinke od

[9] B. Pirjevec, op.cit., str. 101.
[10] Z. Cerović, op.cit., str. 45.

programa u tijeku, ali i planiranih programa kojima se želi zadovoljiti potrebe i motive turista, kao i povećati ekonomske učinke mnogih animacijskih programa. Animacijske usluge ostvaruju postavljene ciljeve samo u uvjetima tržišne valorizacije[11] i to na turističkom tržištu sa ciljem zadovoljenja potreba i motiva turista.“[12]

Animacija predstavlja neki novi oblik poziva na zajedničku aktivnost. Ona znači zabavljati, oraspoložiti, poticati, pridobivati, oduševiti. Izraz animacija potiče od latinske riječi „anima“ što znači duša i „animare“ što znači oživjeti. U engleskom jeziku riječ „animation“ označava oživljenje i nadahnuće. Prema tome, doslovno značenje izraza animacija bilo bi: oživljavanje doživljaja suvremenog otuđenog čovjeka na njegovom godišnjem odmoru. Turistička animacija je dio turističke ponude kojom se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju.[13]

Navesti će se europski i američki pristup animaciji u turizmu.

- ***Europski pristup animaciji u turizmu*** - značajni predstavnici ovog pristupa animaciji su njemački i francuski pristup.

Kod njemačkog pristupa animaciji se pridaje i naglašava važnost prisnosti i kolegijalni pristup gostu i svi u realizaciji animacijskog programa moraju biti prijatelji koji se ponašaju kao da su i oni na godišnjem odmoru. Kolege, prijatelji, koji će riješiti zahtjeve gosta, tako da je animator uvijek domaćin, informator i osoba koja je na usluzi i kojoj se vjeruje. Animator je osoba koja predstavlja hotel ili ugostiteljski objekt, destinaciju, državu, grad, županiju, poduzeće, vlasnika itd.

Francuski pristup u korijenu je drugačiji od njemačkog i polazi od slobodnijeg pristupa programu boravka turista u destinaciji i objektu. To je razvijeniji i prošireniji pristup od njemačkog.

[11] Tržišno valoriziranje animacijske usluge se ostvaruje kroz aktivnosti marketinga. Tržišna valorizacija animacijskih programa na izbirljivom turističkom tržištu čini vještine marketinga i njegovih opće poznatih koncepcija važnim i neophodnim znanjima svakog menadžera koji se bavi turističkom animacijom. Z. Cerović, op.cit., str. 269.
[12] loc.cit.
[13] op.cit., str. 54.

- ***Američki pristup animaciji u turizmu***

Američki pristup animaciji znatno je drugačiji od europskog, a polazi od slobodnijeg pristupa proširenja turističke potrošnje i većina programa je podređena primarno velikom broju sadržaja i programa kojima se želi zadovoljiti svakog gosta u svakom vremenu i postići maksimalnu turističku potrošnju. Ovakav pristup vezan je i za opću kulturu ljudi na američkom kontinentu i njihovoj liberalnijom kulturi života i rada. Američki se pristup određenju pojma animacije u turizmu određuje u složenom sustavu razvijenih oblika turističke ponude i potražnje.[14]

Mora se sagledavati kao nešto proizašlo iz omladinskih rekreacijskih domova, koji su nakon 2. svjetskog rata u američkoj okupacijskoj zoni nastali u svrhu potpore demokracijskih nastojanja doživljaja slobode i neče novog.

Njemačkom kojeg se često naziva i klasičnim europskim pristupom čijim su korijenima animacije najviše naklonjeni i hrvatski animacijski pristup i programi.

- **Osnovni principi animacije u turizmu**

Animacijski program organizatoru stvara očekivanu razinu dobiti koja se ostvaruje iz turističke potrošnje i uspijeva ako odgovara potrebama i motivima. Principi animacije su usko vezani s ciljevima animacije, a osnova su planiranja i realizacije svakog animacijskog programa. Prema tome, principima animacije organizator dolazi do ciljeva, a turistu je potrošnja dokaz da je doživio vrijednost za novac, odnosno „value for money“.

Podjela principa animacije u turizmu dijeli se na[15]:

- Princip slobode znači potpuna sloboda odabira ponuđenog, gdje turist koristi svaki ponuđeni program po svojoj volji, potrebama i motivima, da doživi onaj doživljaj zbog kojeg je i doputovao.

[14] op.cit., str. 52.
[15] op.cit., str. 57.

- Princip aktivnosti bez obzira bio on pasivan ili aktivan, mora sudjelovati u programu, mora biti nazočan. Bez sudjelovanja u ponuđenom programu nema ostvarenja animacijskog programa niti cilja animacije.
- Princip jednakosti znači da svaki turist koji sudjeluje u animacijskom programu ima ista prava i svi su jednaki. Njihov je izbor koliko će biti angažirani ali svi moraju biti prihvaćeni i jednaki u programu.
- Princip primjerenosti odgovara na pitanje kakav mora biti animacijski program? Mora biti primjeren svakom segmentu turističke potražnje, posebno uzrastima i životnim dobima turista, pogotovo zahtjevima morala i etike. Primjeren cijeni po kojoj je prodan.

- **Osnovne karakteristike i ciljevi animacije u turizmu**

Osnovna motivacija za putovanje u neku od destinacija (prvenstveno kada se radi na primjeru Hrvatske) ostaju sunce I more, ali se na taj motiv nadovezuje sve više novih motiva kojima se ispunjava očekivano, željeno, sanjano, poželjno, novo, nedoživljeno ili nešto što je turiste dovelo upravo u to mjesto, objekt ili kod određene grupe ljudi.[16] Za animaciju je značajno formiranje skupine postavljanjem cilja: zajednička aktivnost koja će biti dovoljno atraktivna da privuče turiste i potakne ih se da se uključe u skupinu. Ljudi se uključuju u skupinu iz raznih razloga:

- Zbog cilja koji se skupini postavlja
- Zbog aktivnosti koja se u skupini obavlja
- Zbog privlačnosti ostalih članova skupine ili
- Zbog mogućnosti da pokažu svoje sposobnosti.

Animacija je djelatnost čiji je cilj oživjeti turističku ponudu, nadahnuti joj život novim sadržajima, te, potaknuti, „pokrenuti“, motivirati turiste da sudjeluju u tim

[16] op.cit., str. 55.

sadržajima i aktivnostima. Turistička animacija se pojavljuje u tri osnovna oblika odnosno programa i to zabavni, sportsko - rekreativni i ostali programi animacije[17].

Karakteristike zabavnih programa su večernji sati, velik broj sudionika, naglašen trenutak javnosti izvođenja. Vrste takvih programa su zabavni programi, zabavne igre, glazbeni programi. Sportsko – rekreativni programi se sastoje od iznajmljivanja terena, opreme i rekvizita, škole sportova i usluge partnera na treningu („sparing partnera“), turnira i natjecanja, poslova tekućeg održavanja i tehničke usluge gostima. Ostali programi animacije su izleti, posjete vjerskim obredima, ekološke aktivnosti u prirodi, lokalne ribarske fešte i dr.

Sportska animacija predstavlja sastavni dio programa animacije koji su sastavni dio turističke ponude. Nositelji ovakvih programa nazivaju se sportskim animatorima. Drugim riječima osnovna zadaća sportskih animatora u turizmu jest kreiranje odgovarajućih sportsko-rekreacijskih programa te njihovo provođenje s određenim skupinama turista. Svrha animacije je povezanost s turistom bogatim iskustvom i doživljajem kroz zabavu, aktivnosti i upoznavanje, unapređenje kontakta, ispunjavanje želja i potreba gosta, promocija i brojni ciljevi koje svaki animator mora postići prilikom boravka gosta, a uz sve to mora se postići socijaliziranje, radionice, obrazovanje, avanture i opuštanje kao oblici animacijskih aktivnosti.

Ciljevi animacije koji su zadovoljstvo turista u kojem leži potpuni doživljaj i potpuno iskorištavanje animacijskih aktivnosti koje su mu pružene u turističkoj destinaciji radi doživljenja motiva i potreba te očekivanja stečenih prije dolaska u destinaciju, te turistička potrošnja kao cilj animacije i svih ostalih gospodarskih aktivnosti.[18]

Dva osnovna cilja turističke animacije su zadovoljstvo turista i turistička potrošnja.[19]

A prošireno ciljevi animacije su[20]:

- Zadovoljenje potreba gostiju za zabavom i rekreacijom. Potrebe turista najčešće su potrebe za promjenom svakodnevnice, druženjem, kulturnim

[17] op.cit., str. 47. i 48.
[18] op.cit., str. 56.
[19] op.cit., 55 i 56
[20] M. Bošković, Značaj animacije u turizmu, http://www.fms-tivat.me/download/specradovi/Maja_Boskovic.pdf (30.7.2019)

odmaranjima, stjecanjem novih znanja ili vještina i navike aktivnog provođenja odmora.

- Povećanje izvanpansionske potrošnje i samim time povećanje prihoda hotela. Dok su gosti unutar hotela ili u njegovom bližem okruženju na animacijskim aktivnostima, oni mogu trošiti novac na hranu, piće, suvenire i slične potrepštine i time povećati dodatne prihode.
- Utjecati na svijest turističkih djelatnika. Cilj toga je poboljšati kontakte među ljudima, ukloniti strah pred nepoznatim, animirati na konzumaciju ponude, pojačati samostalnost individualnog djelovanja, povećati i promovirati vrijednost ponude.

- **Osnovna načela animacije u turizmu**

Cilj animacije može se ostvariti poštivanjem osnovnih načela, među kojima se uz načelo primjerenosti turistima, nalaze i načelo slobode i načelo aktivnosti. Načelo slobode je jedan od temeljnih načela korištenja slobodnog vremena i podrazumijeva da se aktivnosti slobodnoga vremena ne smiju propisivati, već treba prepustiti pojedincu da ih slobodno bira u sklopu raznovrsnih mogućnosti.[21]

Animacija, načelom slobode, zahtjeva da bude nenametljiva, da utječe na promjene navika i stavova turista, ali kroz ostavljanje prostora turistu da punu slobodu odlučivanja i izbora. Načelo aktivnosti mora težiti sadržajima koji omogućuju aktivno sudjelovanje turista, bilo aktivno gdje je turist neposredno uključen kao sudionik i gledatelj gdje može doći do izražaja i kreativnosti, primjerice u „društvenim kontaktima“, organizaciji kojoj animator ili neka druga stručna osoba, čak i gosti sudjelujući aktivno kao predavači iznose iskustva vezana određenom temom te prijedloge vezane uz samu animaciju, u zabavnim programima i sportsko rekreativnim sadržajima gosti sudjeluju aktivno ili pasivno sudjelovanje gosta gdje su turisti pasivni gledatelj, publika.

[21] V. Janković, *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*, Zagreb, Pedagoško-književni zbor, 1973., str. 86.

4. ANIMACIJSKI PROGRAMI U TURIZMU

Učinci animacije u turizmu definirani su osnovnim ciljevima, a to su, kao što je i ranije spomenuto: zadovoljavanje potreba i želja gostiju te ostvarenje optimalnih poslovnih rezultata.

• Neposredni ili ekonomski učinci su oni koji se uvijek iskazuju u novčanom iskazu, kao financijski rezultat. Menadžer mora animacijski program koncipirati tako da bude financijski isplativ. Učinci koje menadžment očekuje, u pravilu se grupiraju u dvije skupine rezultata[22]:

1. Prihod od prodaje ulaznica za kulturno-umjetničke, zabavne, sportske, rekreativne i ostale programe. Naplaćivanje i prezentiranje određenih promidžbenih poruka te ostalih sadržaja i aktivnosti.
2. Prihodi od pružanja ugostiteljskih i drugih usluga, tj. Od prodaje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka, jela, slastica i ostaloga. Često se u animaciji uz neposredne financijske učinke mogu ostvarivati i posredni financijski učinci poput sadržaja animacije koji su besplatni, a kojima je cilj pridobivanje gostiju za neku buduću animacijsku aktivnost, sadržaji animacije koji se naplaćuju direktno te sadržaji koji se ne naplaćuju, ali se financijski učinak očituje u naplati drugih usluga (prodaja pića, napitaka, hrane, suvenira, nagradnih igara i slično.)

• Posredni ili učinci očekivanog zadovoljstva su određeni očekivanim doživljajem uvjetovanim raznim čimbenicima, koje je financijski nemoguće iskazati a izrazito su važni. Posredni učinci su uvijek rezultat uspješne organizacije i menadžerski osmišljenog animacijskog programa koji povećava zadovoljstvo gosta i direktno utječe[23]:

a) Na motivaciju turista pri izboru određene turističke destinacije,

b) Na ponovni dolazak turista u turističko mjesto,

c) Na dolazak novih gostiju,

[22] Prema: V. Cetinski , *Animacija – kvaliteta koja se isplati*, Privredni vjesnik, Zagreb, br.6/88, 1988., str. 65.

[23] R. Ravkin, *Animacija u turizmu*, Ljubljana, Založba mladinska knjiga, 1989., str. 70.

d) Na produženje turističke sezone,

e) Na bolju popunjenost kapaciteta iza glavne sezone

f) Na bolju popunjenost ugostiteljskih sadržaja, promjenu strukture turista i turističke potražnje.

• Društveni učinci ili učinci interesa za širu turističku zajednicu (imidž destinacije), kao određeni programi koji se ne naplaćuju, a prate turističku manifestaciju su: promenadni koncerti limenih glazbi, nastupi folklornih i etno grupa, koncerti klapa, grupa, ansambala, izložbe i razni scenski nastupi, vjerski, kulturni, ili sportski , programi, kojima se promiče neka destinacija ili neki budući program kao dijela manifestacije.[24]

Animacijski programi su dio turističke ponude, koji moraju sadržavati čitav niz dobro organiziranih stručnih menadžera te školovanih voditelja kako bi izvedba aktivnosti i programa bila što više kvalitete, a isto tako se animacijski programi u turizmu moraju prilagođavati prema vrstama objekata, lokaciji, destinaciji i profilu gostiju jer animacija nema učinka i efekta ako se ne prilagodi traženim profilima. Najučinkovitiji animacijski programi su programi podijeljeni na dobne skupine, programe za djecu i programe za odrasle.

Animacijski programi dijele se u skupine zabavnih programa, sportsko – rekreativnih i ostalih programa[25] koji će u daljnjem dijelu rada biti detaljno objašnjeni općenito i praktično. Dok su pristupi vrstama animacijskih programa: opći pristup, sadržajni pristup, vremenski pristup, ponudbeni pristup te vlasnički pristup.

1. Vrste animacijskih programa, uvažavajući opći pristup, prema Krippendorfu su[26]:
    - 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.

[24] Z. Cerović, op.cit., str.145.
[25] R. Ravkin, op.cit., str. 153.
[26] J. Krippendorf, *Putujuće čovječanstvo*, Zagreb, SGL Zagreb, 1996., str. 56.

2. Sadržajni pristup području animacijskih programa mogu biti[27]:
    - Sportsko – rekreativni programi – vježbanje, razgibavanje i opuštanje, sportsko - zabavne igre, sportski turniri, sportske škole, sport i hobi, iznajmljivanje opreme i terena u sportskoj rekreaciji
    - Zabavni programi i igre – „entertainment“: zabavni programi, igre na moru, vodi, bazenu, zabavni programi za djecu, zabave i ples, zabava u klubovima, 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, aquavision sa brodom, čuvanje djece, izložbe raznih tema i namjena

3. Vremenski pristup području animacijskih programa: Boravak turista se najčešće odvija u periodu od 7 – 14 dana, izuzev onih gostiju, veće platežne moći, koji si mogu priuštiti boravak duži od navedenih. Zbog toga se animacijski programi moraju podijeliti kako se aktivnosti i programi ne bi ponavljali i kako ne bi turistima njihov boravak postao rutina. S vremenskog aspekta, programi se dijele na sezonske, tjedne i dnevne animacijske programe.
    - Sezonski programi, obilježeni su vremenom dužim od jednog mjeseca pa do jedne godine. Sezonski programi se dijele na mjesečne ili dekadne programe. To su u pravilu sezone: sezone kupanja, sezona skijanja, sezona jedrenja, sezona ronjenja, sezona ribarenja, sezona igranja tenisa, sezona maškara, itd. Sezonski se programi dijele na mjesečne ili dekadne programe (mjesec ili deset dana).

[27] Z. Cerović, op.cit. str. 68-70.

- Tjedni programi ne traju duže od jednog tjedna, dijele se na dnevne programe, od kojih je u najvećem broju slučajeva prvi dan u nedjelju a posljednji u petak. Subotom ili nedjeljom započinju sa pićem dobrodošlice, završavaju „Gala večerom“ i podjelom priznanja ili poklona za određene programe, na primjer, tjedna škola plivanja, pobjednici sportskih turnira, pobjednici na izvučenoj tomboli i dr.[28]

4. Ponudbeni pristup području animacijskih aktivnosti

   Putovanja mogu biti s aspekta ponude i organizatora putovanja[29]:

   - Ponuđeni animacijski programi koji su dio ukupnog aranžmana turističkog putovanja, najčešće je to „paket aranžman“, organiziran preko putničke agencije.
   - Mogući animacijski program se nudi na licu mjesta, u organizaciji putničke agencije ili animatora a turisti može ili ne mora odabrati ponuđene programe.
   - Slobodni animacijski program koji ne vodi turistička agencija, može se nuditi naknadno ili na licu mjesta, a odabire se potpuno slobodno od nekog drugog organizatora putovanja.

5. Vlasnički pristup animacijskim programima

   Vlasništvo kao pravo određuje vrste animacijskih programa po osnovi vlasništva, tj. prava na neki animacijski program. Animacijski program ima svoju tržišnu i stvarnu vrijednost u koju je uložen ljudski rad i materijalna dobra, stoga animacijski program može biti u vlasničkom smislu vlastiti program hotela ili hotelsko turističke tvrtke koja je uložila kapital te je stvarno vlasnik programa kojeg na tržištu prodaje u vlastitom ili tuđem objektu. S aspekta vlasništva animacijski programi mogu biti[30]:

   - Vlastiti animacijski programi koji su isključivo u vlasništvu objekta ili poduzeća u kojem se izvodi animacijski program. Animacijski rekviziti,

[28] op.cit., str. 70. i 71.
[29] op.cit., str. 73. i 74.
[30] op.cit., str. 74. i 75.

animacijski program, animacijska oprema, dok su izvođači animatori zaposlenici poduzeća. Prednosti vlastitog animacijskog programa su posjedovanje vlastitog brenda, kontrola troškova, kontrola programa po vlastitim potrebama i željama gostiju, elastičnost ponude i potražnje. Nedostaci vlastitog animacijskog programa su neelastičnost u promjeni programa, veličina fiksnih troškova, mogućnost zasićenja, spore promjene programa, veliki troškovi.

- Kupljeni ili tuđi animacijski programi su programi u vlasništvu drugih poduzeća. Programi, rekviziti i oprema obično su u tuđem vlasništvu, animatori nisu zaposlenici objekta niti poduzeća u kojem se izvodi program. Prednosti tuđeg animacijskog programa su elastičnost ponude, kontrola troškova, potpuna kontrola programa po vlastitim potrebama i željama gostiju, brze promjene programa. Nedostaci tuđeg animacijskog programa su nemogućnost kontrole fiksnih troškova, otuđivanje opreme i inventara, nezainteresiranost za uspjeh u poslovanju objekta, spore promjene programa, veliki troškovi, neprepoznatljivost programa od strane gostiju, nema kontrole animatora.

Nadalje, u programiranju turističke ponude u turističkoj animaciji mogu se definirati i odrediti tri čimbenika[31]:

a. prostor, s njegovim obilježjima i utjecajem na uspješnost programa (može biti vanjski I unutarnji);
b. kadrovi, sa svim obilježjima i kvalitetama koje čine program izvodljivim i uspješnim;
c. program, sadržaj i struktura ponuđenog programa ima svoja obilježja kojima se na tržištu prodaje i adekvatno valorizira.

Bitno je naglasiti kako su sva ova tri čimbenika međusobno povezana i utječu jedan na drugoga, međusobno su zavisni i jedan čimbenik određuje uvjetuje ostala dva.

Najuputnije je ipak animacijske programe podijeliti prema dobnim skupinama, odnosno prema programima za odrasle I programima za djecu.

[31] op.cit., str. 78.

4.1. Animacijski programi za odrasle

Odrasli, naime, kao najvažniji segment potražnje, čine polaznu osnovu za programiranje sadržaja i programa ponude animacijskih programa s kojima se žele zadovoljiti potrebe i motivi turista. Animacijski programi za odrasle po svojem sadržaju i strukturi programa za izvođenje, dijele se tako na na[32]:

- Dnevna animacija za odrasle
- Večernje animacije za odrasle
- Igre za odrasle

Dnevna animacija za odrasle planirana je i organizirana za odrasle goste, fizički spremne, najčešće osobe starije od 15 godina pa sve do treće dobi. Programi specifični za dnevnu animaciju se izvode na vanjskim, unutarnjim prostorima i na bazenu. Ovisno u prostorima u kojima se izvode postoje slijedeće aktivnosti za odrasle[33]:

- "Outdoor" aktivnosti – aktivnosti za odrasle na vanjskom prostoru su odbojka na pijesku, mali nogomet, mini olimpijada, pikado, boće, stolni tenis, „happy hour", badminton, „funny gags".
- "Indoor" aktivnosti – aktivnosti za odrasle u dvorani su bingo, pikado, CRO club, škola plesa.
- Najčešće igre na bazenu za odrasle su "waterpolo", "water basket", „happy hour", natjecanje u trčanju kroz bazen, "water volley", "music quiz", "aerobic classic – hi low: keep fit" (jutarnje razgibavanje i istezanje), "aerobic classic", "tae bo", "fit mix", "aqua aerobic", "water gym", "power walk", pilates.

Večernja animacija za odrasle održava se u večernjim satima i ima više zabavan karakter kako bi se što više turista uključilo u istu. Tako se mogu održavati tematski party poput "welcome night" (noći dobrodošlice), "musical quiz" (glazbeni showovi), havajske noći i dr.[34]

[32] op.cit., str. 80.
[33] op.cit., str. 81. – 85.
[34] op.cit., str. 86. do 89.

Ovdje će se navesti i neke od igara za odrasle poput dodavanje šešira, dodavanje balona, opposite, pjevanja, zaljubljenih parova itd. Animacijskim programima za odrasle nastoji se kod gosta stvoriti doživljaj i utisnuti uspomenu na provedeni odmor, pružiti gostu zadovoljstvo i zabavu, bijeg od svakodnevnice te ga potaknuti da se vrati svake sljedeće godine u isti objekt.

4.2. Animacijski programi za djecu

Djeca su poseban segment turističke potražnje te čine važnu osnovu za programiranje sadržaja i programa ponude animacijskih program sa kojima se želi zadovoljiti potrebe i motive turista. Posebno izdvojeni animacijski program za djecu po svom sadržaju i strukturi programa za izvođeje djele se na[35]:

a. Dnevna animacija za djecu, koja se još dijeli na animacijske programe na vanjskom prostoru, unutarnjem prostoru i bazenu kao osnovnim prostorima,
b. Večernja animacija za djecu i igre za djecu

Tako su najčešće dnevne animacije za djecu[36]:

- "Outdoor" aktivnosti – aktivnosti za djecu na vanjskom prostoru su traženje blaga, "ice-cream hunt", "fruit queen", "indian day", mini olimpijada, "eco walk", izrada suvenira od prirodnih morskih materijala, "facepainting", igre loptom, ledena kraljica, dječji pikado, bojanje majica.
- "Indoor" aktivnosti – aktivnosti za djecu na unutarnjem prostoru su izrada maski, crtanje, pjevanje, "twister", "nintendo wii".
- Animacijske igre za djecu na bazenu su vježbanje na bazenu, lov na blago, natjecanje u plivanju, mala olimpijada, mini disco u bazenu.

Neke od najčešćih dječjih večernjih animacija su[37]:

- Mini disco
- Muzičke igre

[35] op.cit., str. 89.
[36] op.cit., str. 90. – 94.
[37] op.cit., str. 94. – 97.

- Dječji cabaret i show
- Izbor za mini miss i mistera
- “Mini quiz”
- Talent show

Potrebno je naglasiti kako svaka animacijska tvrtka ima program prilagođen sebi kako bi bio specifičan. Svaki program se teoretski objašnjava na školski način, a izvodi se specifično, slično, ali nimalo isto.

4.3. Turistički animatori

Turistički animator je turistički zaposlenik, koji svojim općim karakteristikama mora zadovoljiti potrebne kriterije. Aktivnost animatora počinje prvim kontaktom s gostom i traje tijekom cijelog boravka, čak i nakon njegova odlaska koji najčešće uključuje zadovoljstvo gosta i obećanje povratka sljedeće godine. Tražene osobine animatora prema gostu su svrha i cilj postojanja turističke animacije u objektu ili turističkoj destinaciji.[38]

Kako bi mogli na adekvatan način obavljati svoju osnovnu zadaću, turistički animatori moraju posjedovati određena znanja i vještine koja dobivaju kroz edukaciju. Takve oblike specijalne edukacije u svijetu provode veliki hotelski lanci, turoperatori i agencije za organizaciju zabave, tzv. “entertainment agencies” i to nakon što su već odabrani kadar koji odgovara njihovim potrebama. No, osnovno je polazište selekcije kadrova u odabiru onih koji već imaju određena znanja, vještine, iskustvo i karakterne osobine. Uloga sportskih animatora u turizmu ne svodi se samo na sportske aktivnosti nego oni provode i ostale programe animacije iz područja kulture, umjetnosti, zabave, hobija i sl.[39]

Osnovna načela koja animatori trebaju uvažavati su načela slobode i načelo aktivnosti. Načelo slobode podrazumijeva slobodno sudjelovanje svih sudionika, načelo aktivnosti uključivanje svih sudionika u odabrane programe. U tome ključnu ulogu imaju animatori. U turističkoj praksi u Hrvatskoj kao i u nekim drugim zemljama na poslovima

[38] op.cit., str. 231., 235.-237.
[39] loc.cit

animacije i voditelja sportsko-rekreacijskih programa vrlo često se angažiraju kadrovi koji nisu obrazovani u području kineziologije, osposobljeni samo kroz tečajeve sportske animacije. Oni mogu voditi jednostavnije sportsko - rekreacijske programe. Međutim, za kreiranje i provođenje stručnih programa koji utječu na zdravlje sudionika potrebni su isključivo stručnjaci kineziolozi.[40]

Animatori trebaju osjetiti „dušu“ turizma, biti pristupačni, dopadljivi, ljubazni, otvoreni, moraju poznavati jezik, ponašanje, imati moć diskretnog sugeriranja, svestrane animacije, trebaju poznavati psihologiju gosta i domaćina i poslove ostalih turističkih djelatnika. Moraju imati dara za oživljavanje tzv. mrtvih sezona i osiromašenih sadržaja, moraju se boriti za kvalitetu interpretacije i realizacije svekolikih programa na konkretnom jeziku.

Neke od poželjnih osobina animatora:

- Pod psihofizičkim osobinama podrazumijevaju se: ugodna vanjština, optimalna životna dob, izgrađenost stavova, zainteresiranost i angažiranost, čestitost, profesionalnost, prirodna nadarenost, pažljivost, sklonost umjetnosti, povjerljivost, pozitivna orijentiranost, inteligentnost i razumnost, dobro zdravlje, energičnost i entuzijazam, lakoća verbalnog izražavanja, otpornost na emocionalne pritiske, taktičnost, sposobnost pamćenja, vještina komuniciranja.[41]
- Značajne odrednice u izboru animatora često su i osobnost animatora i vanjski izgled, no, izgled mora biti primjeren skupini s kojom komunicira, pa se izbor animatora usklađuje sa zahtjevima skupine, izgrađenim stavovima, optimalnom životnom dobi, zrelosti i prema animacijskim programima mora ulijevati osjećaj povjerenja i iskustva. Čestitost, prirodna nadarenost, pažljivost, povjerljivost te pozitivna orijentiranost su osobine koje ulijevaju gostima sigurnost i osjećaj dobrodošlice i ugodnosti. Zainteresiranost i angažiranost, profesionalnost, energičnost i entuzijazam, kao i inteligentnost i razumnost su osobine kojima se povećava uspjeh i posjećenost što većem broju aktivnosti. Animator mora biti čovjek širokih pogleda, raspolagati velikim brojem ulaznih informacija, vladati situacijama, uvijek biti dobra raspoloženja te prilikom prvog koraka na radno

[40] op.cit., str. 237. – 239.
[41] op.cit., str. 231. – 233.

mjesto, prije početka radnog dana, uvijek brige ostaviti daleko iza sebe, sve do zadnjeg trenutka i zadnje minute radnog dana.[42]

- Prirodnom nadarenosti mora širiti osjećaj veselja, s obzirom na profil gostiju, poželjno je biti sklon umjetnosti jer je animacija, za one koji žive kao animatori u turizmu, umjetnost, jer animator mora biti kreativan, optimističan, imati humanistički pristup te razvijati i širiti ljubav prema aktivnostima, spajati ljude različitih stavova i nacionalnosti te stvarati međusobna prijateljstva. Vještinom komuniciranja pokazuje odraz znanja, vještina, navika i svih ostalih osobina koje obilježavaju turističkog animatora. Bez obzira, ima li osoba sve navedene osobine, bez znanja svjetskih jezika, osoba ne može biti u potpunosti ono što se traži i zahtjeva, jer nikada niti jednom gostu, bez znanja njegovog materinjeg jezika, barem u osnovama, neće uliti povjerenje, sigurnost, niti oduševljenje.[43]
- Kao osnovno i najvažnije, uz jezike, animator ne može biti dobar i zadovoljavajući, ako nema dobro zdravlje, jer je animator osoba koja mora biti dostupna i energična, sklona obavljanju svih aktivnosti, bez pokazivanja umora i iscrpljenosti.

Važno je uspostaviti ravnotežu između psihičkog i fizičkog zdravlja, ne samo u animacijskom poslu, već u svakodnevnom životu, bez obzira na obavljanje bilo koje aktivnosti.

4.4. Osobine animatora prema gostu

Važno je naglasiti kako upravo komunikacijom, turistički animator ostvaruje svrhu i cilj postojanja animacije jer je animator ogledalo objekta ili turističke destinacije i prvi kontakt dobrodošlice gostu, kao i zadnji kontakt prilikom završetka boravka. Animator se prema gostu postavlja kao prema kolegi, prijatelju, mora biti partner u razgovorima zbog sudjelovanja na istim aktivnostima, pa mora biti i aktivan gost na odmoru, ali i zbog profesionalnog stava, jer gost mora pobjeći od stresnih situacija, a to se svima

[42] op.cit., str. 235. – 237.
[43] op.cit., str. 235. – 237.

događa samo u dobrom društvu, ako je animator pokretač, organizator, profesionalac. Kvalitetan domaćin, predstavnik i informator gostu će pružiti istu sigurnost jer će upravo on gostu približiti znanje o objektu, destinaciji, gradu, županiji ili državi, štitit će boje svoje države, njene simbole te mora na što efikasniji način informirati gosta o svakim promjenama, upitima i željama. Na neki način mora gostu biti desna ruka u snalaženju na odabranoj destinaciji.

4.5. Komunikacija u turističkoj animaciji

Komuniciranje, kao jedna od osnovnih tehnika i aktivnosti animacije u turističkoj ponudi, u kojem se u najširem smislu prenose razne animacijske informacije, što su često uzrok povećanju zadovoljstva i povećanju doživljaja, ali je to i tehnika smanjivanja konflikta i tenzije kod gostiju. Pravovremena, pravilna, cjelovita pravilno usmjerena i na pravi način od animatora iznesena informcija gostima je preduvjet doživljaja i uspješnog ugođaja animacijskog programa. Komunikacija u turističkoj animaciji definira se kao „složen sustav međusobnog informiranja između svih sudionika u realizaciji animacijskog programa, s ciljem stvaranja međusobne interakcije, između animatora s jedne strane i gostiju s druge strane koje razmjenjuju informacije o animacijskom programu i pritom utječu na međusobno ponašanje i raspoloženje“.[44]

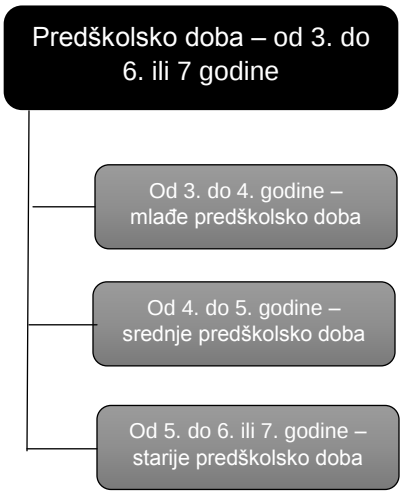
Nositelji procesa komuniciranja u animaciji su svi koji sudjeljuju u animacijskom programu iako nemaju svi isti intenzitet. Čimbenici koji utječu na uspješnost komunikacije kao osnovnog elementa animacijskog programa su razumljivost, zanimljivost, sažetost informacije i primjerenost primaocu. Navedeni čimbenici moraju biti poznati svakom animatoru kako bi mogao kvalitetetno provesti animacijski program, izazvati reakcije i jednosmjerne informacije pretvoriti u dvosmjerne, u što većem broju. Animatori prijenos informacija ostvaruju raznim sredstvima koja se mogu podijeliti na verbalne komunikacije, pisane i vizualne komunikacije i neverbalne komunikacije.[45]

[44] op.cit., str. 208. i 209.
[45] op.cit., str. 209. i 210.

4.6. Specifičnosti djece predškolske dobi i animacije prilagođene njima

Iako se već pisalo o animacijskim programima za djecu, ovdje će se navesti specifičnosti djece predškolskog uzrasta (prvenstveno se tu misli na djecu u dobi od 3 do 7 godina) i aktivnostima koje se s njima mogu provoditi u turističkim programima u sklopu turističke animacije.

Slika 1. Kronološka podjela na razvojna doba djeteta



Izvor: V. Findak, *Metodika tjelesne i zdravstvene kulture u predškolskom odgoju*, Zagreb, Školska knjiga, 1995. str. 18.

Na rast i razvoj djece predškolske dobi utječu brojni unutarnji i vanjski faktori. Unutarnji faktori rasta utječu na brzinu sazrijevanja te na dosegnutu razinu rasta i razvoja. Može se reći da visina djece ovisi o visini roditelja. U vanjske faktore rasta ubrajaju se životni uvjeti poslije rođenja, odnosno tijekom djetinjstva. To može biti prehrana, odgoj, tjelesna aktivnosti, bolesti, klima, godišnje doba i slično.

Osnovne karakteristike koje prate svakog čovjeka od začeća do smrti su tjelesni rast i razvoj. Tjelesni rast odnosi se na porast visine i težine djeteta te na promjene u strukturi pojedinih tkiva i organa, dok razvoj označava dozrijevanje organa i tkiva. Tjelesni razvoj najbrže se odvija u prvim fazama čovjekova života (prenatalno razdoblje,

novorođenče, dojenče, rano djetinjstvo i predškolska dob), a kasnije, što je dijete starije, taj proces se usporava. Postoje tri biološke zakonitosti procesa rasta i razvoja[46]:

- rast i razvoj organskih sustava je varijabilan
- razvojem organski sustavi povećavaju masu i mijenjaju strukturu
- završetak razvoja organskih sustava vremenski je različit.

Važno je naglasiti kako bi do četvrte godine dijete trebalo svladati osnovne prirodne oblike kretanja. Od četvrte do pete godine dijete već dobro trči, bez teškoća stoji na jednoj nozi i slično, a kasnije dobro vlada i ostalim motoričkim gibanjima iz korpusa prirodnih oblika kretanja. Što se tiče mlađe dobne skupine (od tri do četiri godine), jedna od osnovnih karakteristika jest da su djeca te dobi ovladala osnovnim prirodnim oblicima kretanja hodanjem, trčanjem, puzanjem, skakanjem, penjanjem itd. Pokreti djece te dobi relativno su spori, dosta površni i skromni u odnosu prema prostornoj orijentaciji, pa i zahtjevi koji se pred njih postavljaju mogu i moraju biti manji i s obzirom na izvođenje pokreta, i s obzirom na trajanje zadane aktivnosti, koja ne može trajati duže od 10 do 15 minuta.

Srednja dobna skupina (od četiri do pet godina) u djeteta se povećava i sposobnost za kretanje, ono je brže, spretnije i točnije pri izvođenju pokreta, odnosno kretanja. U to vrijeme djeca već razlikuju i smjer kretanja (naprijed-nazad), u prostoru se bolje snalaze i s manje napora svladavaju zadaće vezane uz izvođenje određenih pokreta ili kretanja. To je jedan od razloga što i tjelesna aktivnost s djecom te dobi može trajati nešto duže i do 20 minuta.

Za djecu starije skupine (od pet do šest godina) karakteristično je da im je povećana sposobnost kretanja, snažnija su i izdržljivija i spremnija za uključivanje u različite oblike tjelesnih aktivnosti. To je vrijeme kada su djeca sposobna pokrete izvoditi nešto složenijih pokreta. Djeca su otpornija i na promjene okoline i na promjene izazvane pod utjecajem tjelesnog vježbanja. Mogu podnositi duža opterećenja, pa tjelesne aktivnosti mogu trajati i do 30 minuta.[47]

[46] V. Findak, *Metodika tjelesne i zdravstvene kulture u predškolskom odgoju*, Zagreb, Školska knjiga, 1995. str. 17
[47] op.cit., str. 18. – 22.

Sukladno ovim specifičnostima treba prilagoditi i aktivnosti za djecu te dobi. Važno je imati njihovu pažnju i angažiranost tokom cijelog programa animacije. Stoga programi animacije za tu dob moraju biti takvi da djeca u njima aktivno sudjeluju, uživaju i rado se njima vraćaju. To vrijedi i za kreativne aktivnosti, a ne samo za one koje traže fizičku angažiranost. Od velike je važnosti da su animatori koji rade s djecom ted obi upoznati s ovim karakteristikama te da od djeteta ne traže da izvodi ono što ne može ili mu predstavlja izvor straha ili nelagode.

5. POKAZATELJI USPJEŠNOSTI ANIMACIJSKIH PROGRAMA

Kako je vidljivo iz ranijeg teksta, program turističke animacije je skup većega broja različitih usluga kojima se nudi zabava, igra, očekivanje nečega novoga. Ispada da je to uvijek doživljaj u kome se očekuje nešto lijepo, nešto što se pojedincu nije već duže vrijeme dogodilo. A s obzirom da ona nosi i ekonomske učinke, važno je naglasiti kako se svaka gospodarska aktivnost pokreće s ciljem ostvarivanja pozitivnih ekonimskih i financijskih učinaka. Učinci animacije u turizmu definirani su osnovnim ciljevima animacije, a to su zadovoljenje želja i potreba gostiju i ostvarenje optimalnih poslovnih rezultata.[48]

Ekonomske učinke animacije, polazeći s aspekta očekivanja interesnih skupina, može se grupirati u tri osnovne skupine[49]:

- *Neposredni ili ekonomski učinci*

Svaki se menadžerski projekt u animaciji u planovima mora izraziti i kroz financijske učinke, odnosno primjenom budžetskog pristupa. Menadžer animacijski program mora koncipirati tako da bude financijski isplativ. Učinci koje menadžer očekuje u pravilu se grupiraju u dvije skupine rezultata. U jednu skupinu pripadaju prihodi od prodaje ulaznica za kulturno-umjetničke, zabavne, sportske, rekreativne i ostale programe te naplaćivanje i prezentiranje određenih promidžbenih poruka i ostalih sadržaja i aktivnosti. Drugoj skupini pripadaju prihodi od pružanja ugostiteljskih i drugih usluga, tj. od prodaje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka, jela, slastica i ostaloga. Često se u animaciji uz neposredne ekonomske učinke mogu ostvarivati i posredni financijski učinci, tj. oni koji se mogu očekivati. To mogu biti animacijski sadržaji koji su besplatni, a kojima je cilj pridobivanje gostiju za neku buduću animacijsku aktivnost kojom će se ostvariti neposredan financijski učinak. Posredni financijski učinci su i sadržaji koji se naplaćuju direktno, ali i oni koji se ne naplaćuju, ali se financijski učinak učituje u naplati drugih usluga kao što su piće, hrana, suveniri i sl.

[48] op.cit., str. 141.
[49] op.cit., str. 142. – 146.

- *Posredni ili učinci očekivanog zadovoljstva*

Učinci animacije gostiju određeni su očekivanim doživljajem koji može biti uvjetovan psihološkim, sociološkim, kulturološkim, vjerskim i ostalim čimbenicim te ih je financijski gotovo nemoguće dokazati. Iako se ne mogu iskazati financijski, oni su važni jer su to ulaganja u buduće pozitivne učinke koji imaju karakter nemjerljivih koristi. Oni su uvijek rezultat uspješne organizacije i menadžerski osmišljenog animacijskog programa koji povećava zadovoljstvo gosta i direktno utječe na motivaciju turista pri izboru određene destinacije, ponovni dolazak gosta u turističko mjesto, dolazak novih gostiju, produženje turističke sezone, popunjenost kapaciteta nakon glavne sezone i na bolju popunjenost ugostiteljskih sadržaja, promjenu strukture turista i turističke potražnje. Cilj svakog programa animacije mora biti zadovoljenje kvalitete i kvantitete usluga, odnosno uvijek po svojoj vrijednosti mora odgovarati količini novca koje je turist platio. Važno je sagledati da li će točka pokrića biti ravna nuli. Točka pokrića je, naime, ona količina proizvoda (usluge) kod koje je ukupan prihod jednak ukupnim troškovima. Operativna dobit (prihodi minus rashodi) kod točke pokrića jednaka je nuli. Menadžment je vrlo zainteresiran za koncept točke pokrića jer na temelju tih podataka mogu se donijeti značajne odluke, kao npr. koliko proizvoda treba prodati da se postigne određeni iznos operativne dobiti, koliko proizvoda treba prodati da se ostvari određeni iznos neto dobiti, koliko proizvoda treba prodati da se opravda povećanje troškova promidžbe, kako smanjenje prodajne cijene može utjecati na operativnu dobit, itd. Ukoliko se uz pomoć animacije uspije postići da točka pokrića bude jednaka nuli, može se reći kako je animacija ispunila svoju svrhu.

- *Društveni ili učinci od interesa za širu turističku zajednicu*

U većoj ili manjoj mjeri, učinci animacije u turizmu uvijek imaju odraza i na ukupne učinke države i šire turističke zajednice društva. Gost koji je zadovoljan ponuđenim programom i ukupnim pozitivnim doživljajem vratit će se u destinaciju, odnosno državu. Stoga, šira turistička zajednica treba na ekonomske učinke gledati u posrednom, tj. u njezinom neizravnom učinku kroz efekte koje ostvaruje uvećanim porezima, komunalnom naknadom, boravišnim pristojbama i sl. Potrebno je

financirati određene animacijske programe i projekte koji neće odmah donositi financijske učinke, ali će dugoročno imati velike pozitivne učinke za turističku zajednicu.

6. TURISTIČKA ANIMACIJA ZA DJECU NA PRIMJERU VALAMAR HOTELA RABAC

Valamar grupa većinski je dioničar Valamar Adria holdinga d.d. čime je posredno većinski vlasnik turističkih društava Riviera Adria d.d. i Dubrovnik-Babin kuk d.d., a neposredno je većinski vlasnik Puntižele d.o.o. i Bugenvilie d.o.o. Valamar Riviera d.d. najveća je turističko poduzeće u Hrvatskoj. Cilj ulaganja ovog poduzeća je proširenje usluge i kvalitete usluga u navedenim društvima, na način da se kvalitetnim prilagodbama na kontinuirane tržišne mijene ostvari najveća moguća korist za dioničare. U vlasništvu Valamar grupe su i tvrtke Valamar hoteli i ljetovališta d.o.o. i Valamar turistički projekti d.o.o. Valamar hoteli i ljetovališta vodeća je hrvatska tvrtka za upravljanje turističkim kapacitetima, a Valamar je ujedno i prvi hrvatski hotelski brend. Valamar turistički projekti tvrtka je koja se bavi projektiranjem i upravljanjem investicijama.[50]

Vizija, misija i temeljne vrijednosti[51]:

- **Vizija Valamara:** *Biti lider u odmorišnom turizmu i partner turističkim destinacijama u kreiranju autentičnih doživljaja.*
- **Misija Valamara:** *Inovativno upravljanje odmorišnim turizmom u cilju kreiranja nezaboravnih doživljaja za goste.*

  Stvaranje poticajne korporativne kulture gdje su gosti i zaposlenici na prvom mjestu.

  Odgovornim poslovanjem stvaranje nove vrijednosti za dioničare vodeći brigu o održivom razvoju i lokalnim zajednicama.
- **Temeljne vrijednosti:**
  - ODGOVORNOST

    Odgovornost i vjerodostojnost prema poslovnim partnerima, pažljiv poslodavac koji se brine za svoje zaposlenike, pruža podršku društvenoj zajednici i posvećen očuvanju okoliša.
  - GOSTOLJUBIVOST

    Trude se da se njihovi gosti uvijek osjećaju dobrodošli i iznimno cijenjeni.

[50] https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/ (25.8.2019.)
[51] https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/misija-vizija-i-temeljne-vrijednosti/ (25.8.2019.)

- AMBICIOZNOST
  Postavljaju si izazovne ciljeve te streme izvrsnosti u svemu što rade.
- INOVATIVNOST
  Uvijek spremni za promjene i angažirani u traženju prilika za inovacije koje će pridonijeti boljim rezultatima.
- PONOS
  Ponosni na svoje destinacije i na to što su dio obitelji Valamar.

6.1. Turistička animacija u Valamaru

U Valamaru tako smatraju kako je najsvestraniji i najkomunikativniji turistički djelatnik svakako animator. On je ogledalo tvrtke koju zastupa te prvi i posljednji kontakt s gostom. Kvalitetan smještaj i prehrana više nisu najvažnije odlike dobre usluge, posebno obiteljima s malom djecom. U velikom broju slučajeva, naime, upravo je animator jamstvo za zadovoljnog gosta, promociju prodaje sadržaja, provođenje programa te identifikaciju s uslugom ili proizvodom koji se prodaje. Animator je uvijek prisutan u objektu, kampu ili mjestu gdje je organiziran program. Glavne značajke svakog animatora su kreativnost, komunikativnost, uslužnost i snalažljivost.

Animatori rade u timovima, a svaki tim od deset animatora vodi voditelj animacijskog tima (Animation Team Manager), koji je, na kraju krajeva, zaslužan za sve koncepte, ideje i planove koji se provode u djelo na terenu pa je njegova uloga u animaciji vrlo važna. Odjel aktivnosti VAT – Valamar Animation Team je tim od ljudi koji su osposobljeni za rad u turizmu i animaciji, koji se zapošljavaju nakon audicije i završnog eliminacijskog tečaja prije samog početka sezone. Ulaz u Valamar Animation Team zahtjeva sposobnost komuniciranja, znanja barem 3 strana jezika, timski rad, predanost poslu i timu i pridonošenje boljitku turističke sezone, predanost svakom gostu i sposobnost vođenja jutarnjih, dnevnih i večernjih programa. Postoje četiri skupine animatora: dječji, sportski, dnevni/ allround i večernji animator.[52]

[52] https://www.turizmoteka.hr/ekstra/interview/jadranka-krizmanic-voditeljica-odjela-animacije-valamar/ (25.8.2019.)

Dječji animator radi s djecom od 0 do 12 godina starosti različitih jezičnih područja. Dnevni dječji programi odvijaju se u mini clubu, na igralištu, na i u bazenu te na poludnevnim, tematskim izletima. Uz dnevne programe organiziraju se i večernji programi s djecom (maskenbal, cirkus, aukcija i sl.).

Sportski animator provodi sportske programe: aerobik, aquaerobik, gimnastiku, školu plivanja, turnire sportskih igara (odbojka, košarka, nogomet, igre na bazenu i sl.) i za to treba biti osposobljen (student Kineziološkog fakulteta, profesor fizičke kulture, licencirani aerobik instruktor, završena viša trenerska škola ili ista u tijeku te druge priznate licence). Aktivnosti sportskog animatora su: morning stretching, yoga i active wake up, aqua aerobic, aerobic, pilates, tae bo, dance workout, nordic walking i jogging, po potrebi i one sportske aktivnosti koje predloži gost i grupa gostiju ako im je potrebno dodatno za održavanje kondicije. Također je sportski animator zadužen za školu plivanja, učenju osnova plivanja u okviru boravka turista na tjedan dana i školu plesa.

Dnevni/ all around animator organizira i provodi akcije vezane uz prodaju hrane i pića tijekom dana te vodi društvene i sportske igre s djecom i odraslima. Također provodi školu hrvatskog jezika te organizira rad u kreativnoj radionici i tzv. kišni program. Dnevni animator zadužen je i za animiranje gostiju za sudjelovanje u večernjim programima (miss, mister i sl.). All around animator je animator sposoban za vođenje turnira i ostalih aktivnosti koje nisu vezane za aktivnosti sportskih animatora. Aktivnosti all around animatora su Teen club za djecu od 13- 18 godina koji se nalazi na turističkom naselju Girandella, nedaleko od Hotela Valamar Sanfior, mini golf, stolni tenis, pikado, odbojka na pijesku, nogomet na pijesku, igre na bazenu, bike tours, pripremanje terena i pomaganje u pripremanju aktivnosti sportskih animatora, pripremanje za aktivnosti dječjim animatorima te slaganje i pripremanje za večernje programe, oglašavanje i mijenjanje plakata.

Večernji animator radi na terasi kao voditelj večernjeg programa. Sudjeluje i pomaže u izvođenju programa i zadužen je za animaciju gostiju na terasama.

No, to sve zajedno ne bi bilo toliko zanimljivo da Maro klubove (po svim dobnim skupinama) ne posjećuje i naša maskota, račić Maro kojeg djeca, ali i odrasli obožavaju. Maro Family koncept - uz uobičajenu kategorizaciju, Valamarovi obiteljski

hoteli i ljetovališta imaju i Maro zvjezdice: što je ponuda za djecu i roditelje šira, broj Maro zvjezdica hotela ili ljetovališta je veći.[53]

Bitno je naglasiti kako Valamar smatra da je odgovornosti voditelja animacije i svakog animatora održati turističku sezonu živom i zabavnom, priuštiti svakom gostu zabavu i doživljaj te da se ugodno osjećaju tijekom odmora. Voditelj animacije sastavlja plan i program, održava timske sastanke i izlaže rezultate anketa i zadovoljstva gostiju, dok animator provodi sve planove i programe i poboljšava i popravlja programe ako su gosti izrazili nezadovoljstvo. Animator i cijeli animacijski tim moraju konstantno biti u neposrednom kontaktu sa ostalim hotelskim osobljem i surađivati tokom cijelog dana i cijele sezone.[54]

Također, odgovornost voditelja i animatora je prikladno izgledati, nositi adekvatnu opremu i uniformu i biti uredni. Specifična uniforma animatora iz svih Valamar tvrtki u Hrvatskoj je plavo-zelena majica sa logom animacije i bijele hlače.

Slika 2. Animatori u aktivnosti s djecom u Valamarovim hotelima

https://vivblog.valamar-riviera.com/intervju-jadranka-krizmanic-voditeljica-odjela-animacije/

[53] https://www.valamar.com/cmsmedia/valamar/brochures/hotel-hr.pdf (25.8.2019.)
[54] Ibidem

6.2. Maro club

Ono što je posebnost po pitanju animacije u Valamaru, a tako i u Valamarovim objektima u Rapcu je svakako Maro Club zadužen za dječju animaciju i osmišljavanje aktivnog i kreativnog vremena djece dok su na odmoru sa svojim obiteljima. Objekti imaju vrhunski uređene dječje igraonice i sadržaje Super Maro namijenjene djeci svih uzrasta do 12 godina. Dok su program za tinejdžere organizirani u Teen Hangoutu.[55] Dječji animator u Valamaru je ujedno i zaposlenik u Maro clubu[56] – mini clubu poznatom po maskoti Mara zbog kojeg je Maro Club poznat u cijelom svijetu. Maskota Maro ostaje djeci i gostima dugogodišnja uspomena. Ovo je učinkovita i ostvariva ideja privlačenja i vraćanja gostiju u objekte iz razloga što djeca maskotu obožavaju, a animatori i zaposlenici se trude ostaviti najljepši dojam i nezaboravne uspomene.

Slika 3. Maskota Maro

Izvor: http://www.katja-alen.si/maskote-1412 (25.8.2019)

[55] https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

[56] Maro club – Maro je maskota Valamarovog mini cluba po čemu su nazvani svi Valamarovi mini clubovi u Hrvatskoj. Maro ima svoju kniižicu, svoj kviz, svoje igrice i svoju hranu. Ibidem

U Maro clubovima kao animatori se zapošljavaju školovani odgojitelji, osposobljeni za rad s djecom te prethodnim iskustvom u radu. Maro Club je igraonica i mala škola za djecu koju roditelji - gosti ostavljaju na cijeli dan s animatorom, osim za vrijeme animatorove pauze. Maro Club se sastoji od brojnih aktivnosti i nudi razne pogodnosti za djecu i roditelje.

Vrhunski opremljene dječje igraonice prema Super Maro programu - Maro Club prilagođen djeci od 3 do 7 i od 7 do 12 godina i Maro Baby Club do 3 godine starosti. Od ostalih obiteljskih sadržaja[57]:

- Teen hangout – posebno uređen vanjski i unutarnji prostor za tinejdžere
- Zabavni sadržaj za cijelu obitelj - kino, kazalište, obiteljska igraonica, soft play room, fitness na otvorenom za sve uzraste
- Dječji kutak u bife restoranu s prilagođenim menijem i nadzorom stručnog osoblja
- Obiteljska plaža i bazen - šljunčana plaža, obiteljski bazen s grijanom vodom, dječji bazen s vodenim atrakcijama i splash igralište
- Maro vrt na raspolaganju djeci uz povremene poduke o vrtlarenju

Također, kako je i ranije navedeno, ovisno o opremljenosti obiteljskim sadržajima hoteli Valamar dobivaju i tzv. Maro zvjezdicu. Tako hoteli u Rapcu imaju slijedeći broj Maro zvjezdica[58]:

- 3 Maro zvjezdice: Valamar Bellevue Hotel & Residence 4*, Rabac

  Hoteli i sadržaji:

  - Hoteli i ljetovališta s 3 i 4 zvjezdice smješteni na obali
  - Plaža s ležaljkama i suncobranima neposredno uz hotel (uz naknadu)
  - Vanjski bazen i dječji bazen
  - Sigurno dječje igralište
  - Različite mogućnosti sportova na otvorenome (odbojka, tenis, najam bicikala s pomoćnim kotačima ovisno o raspoloživosti, različiti sportovi na vodi i slično)

  Oprema i odlike sobe:

[57] Ibidem
[58] https://www.valamar.com/cmsmedia/valamar/brochures/hotel-hr.pdf (25.8.2019.)

- Dječji krevetić (uz naknadu)
- Rolete za zamračivanje sobe
- Na zahtjev: oprema za sigurnost djece i sigurnosna zaštita za utičnice, klupica u kupaonici, dječje kadice, kahlice, hodalice, toaletni proizvodi za djecu
- Najam PlayStation-a (uz naknadu)

Obroci:

- Obiteljski stolovi, visoki stolci za djecu, dječji pribor za jelo i čaše, podbradnjaci
- Voda u Maro Clubu
- Bife s velikim izborom zdravih i uravnoteženih obroka

Prostor za igru:

- Maro Club unutar hotela ili apartmanskog naselja ili u njegovoj blizini
- Igraonice s igračkama
- Igrališta s pješčanicima, ljuljačkama i toboganima
- Radionice i crtaonice za djecu
- Organizirane aktivnosti i dječji programi najmanje dva puta tjedno (gusarski dan, olimpijski dan, večernji nastupi i slično)

Usluge za obitelji s bebama i djecom:

- Profesionalne dadilje u sklopu tima animatora
- Usluge čuvanja djece (uz naknadu)
- Čuvanje djece od 4 godine i starije, najmanje 4 sata dnevno
- Usluge pranja rublja (uz naknadu)
- Okoliš prilagođen potrebama obitelji

- 4 maro zvjezdice: Hotel & Casa Valamar Sanfior 4*, Rabac (uz gore navedeno)

Hotel i sadržaji:

- Igralište unutar hotela
- Igralište na samoj plaži ili uz nju

Oprema i odlike sobe:

- Društvene igre mogu se na zahtjev dobiti na recepciji

Obroci:

- Pića po izboru za djecu tijekom cijelog dana u Maro Clubu
- Poslijepodnevni sladoled u Maro Clubu
- Dječji kutak u glavnom restoranu
- Ručak i večera s animatorima

Prostor za igru:

- Maro Club za različite dobne skupine (Mini Maro: 4 - 6 godina, Midi Maro: 7 - 9 godina, Maxi Maro: 10 - 12 godina) od 15. lipnja do 1. Rujna
- Teens Lounge
- Organizirane obiteljske igre

Usluge za obitelji s bebama i djecom:

- Čuvanje djece od 4 godine i starije, najmanje 7 sati dnevno, od 15. lipnja do 1. rujna
- Zabava s maskotom Marom

Slika 4. Igraonica za djecu manjeg uzrasta

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 5. Igraonica za djecu manjeg uzrasta 2

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 6. Dio igrališta ispred hotela

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 7. Dječji kino unutar hotela

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 8. Dječja blagovaonica

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 9. Tobogan za djecu unutar bara

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

Slika 10. Dječji vrt

Izvor: https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)

6.3. Programi za djecu tijekom dana

Ovdje se navodi nekoliko interaktivnih programa koji se provode unutar pragrama animacije za djecu u Maro clubovima. U 09:00 se tako otvara Maro club gdje aktivnosti započinju Check-in-om u Maro club, crtanjem, bojanjem, pripremanjem za nadolazeće aktivnosti, ovisno o glavnoj aktivnosti kroz dan. Aktivnosti koje se odvijaju od 10:00-12:00 se sastoje od: Dana pirata gdje se djeca iz svih Maro clubova u Rapcu, obučena i prerušena u pirate sastaju u Maro clubu Casa Valamar Sanfior i kreću u potragu do glavnog odredišta i napad, na glavnom odredištu ih čeka glavni pirat, koji spava na plaži pod svjetionikom i tamo čuva kutiju s blagom. Nakon toga djeca dobivaju svoje poklone te se vraćaju u Maro club nakon duge šetnje plažom.

Dan Indijanaca je također tematski dan, sličan danu pirata, gdje se djeca pripremaju i maskiraju u navedene likove, idu u potragu obalom za nestalim perima glavnog poglavice. Kada dođu do umornog poglavice, obave ritualan pozdrav suncu i plešu dozivajući kišu i nakon toga se vraćaju zajedno u glavni Maro club gdje svako dijete od poglavice dobije kuglicu sladoleda.

Obiteljski dan je turnir za djecu s roditeljima gdje se svaka obitelj zajedno natječe u određenim sportovima, najčešće je to mini golf i na taj način se zbližavaju obitelji međusobno i upoznaju gosti koji se tokom svog boravka nastavljaju družiti u objektu.

Sentona dan je dan kada djeca pripremaju crteže i skupljaju kamenčiće, pronalaze češere i ostale specifične morske predmete koje ukrašavaju bojama, ocrtavaju na velikoj plahti prirodu i ostavljaju svoje šarene dlanove, a animator prikuplja slike prostora i mjesta fotografiranih u prirodi i kreće u potragu s djecom, sve dok ne dođu do velikog bunara u Gornjem Rapcu i mjesta gdje je Sentona nekada živjela.

6.4. Novi sadržaji za djecu u sezoni 2019.

Valamar Riviera ove je godine u suradnji s agencijom Kula 3 specijaliziranom za osmišljavanje sadržaja u turizmu u Poreču i Rapcu uredila četiri nove zabavne i umjetničke atrakcije koje posebno privlače najmlađe posjetitelje. Nove atrakcije su tako ideja i djelo dizajnera i profesora likovne kulture Nedjeljka Mikca Caka, a sve su

inspirirane elementima iz bogate istarske povijesti i zanimljivih legendi s poluotoka. Sadržaji su realizirani uz pomoć stručnih savjetnika Arheološkog muzeja Istre te usklađeni sa stručnim mišljenjem Konzervatorskog odjela u Puli. Umjetničke instalacije vrlo su brzo postale iznimno popularne i dobro posjećene, a pokazale su se kao idealno mjesto za fotografiranje i zabavu za cijelu obitelj.[59]

U Rapcu je u sklopu Valamar Collection Girandella Resorta 4/5* osmišljen kreativni prostor za animacijske programe u obliku nasukanog gusarskog broda. ***Pirate House*** smješten je na plaži u Rapcu, svojim izgledom i sadržajem privlači ne samo najmlađe već i one malo starije. Unutar broda nalazi se dječji kutak s animatorima iz Valamara pa roditelji mogu ostaviti svoju djecu na igru i čuvanje te bezbrižno uživati u vremenu za sebe.[60]

Slika 11. Novi sadržaj u Rapcu – Pirate Island

Izvor: https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/nove-umjetnicke-atrakcije-u-porecu-i-rapcu/#image-56 (28.8.2019.)

Kako je i ranije navedeno, smještaj, usluge i sadržaji u Girandella Maro Suites u potpunosti su prilagođeni obiteljima s djecom. Od prostranih obiteljskih soba opremljenih dječjim potrepštinama, preko unutarnjih i vanjskih bazena s vodenim efektima i toboganima do obilja zabave u Maro klubovima i Teen Hangout zoni za

[59] https://www.kigo.hr/valamar-riviera-dodatno-obogatila-ponudu-zabavnog-sadrzaja-za-cijelu-obitelj/ (25.8.2019.)
[60] https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/nove-umjetnicke-atrakcije-u-porecu-i-rapcu/#image-56 (25.8.2019.)

tinejdžere. Obiteljima su posebno namijenjeni i all inclusive i dječji bife u restoranu te play lounge s unutarnjim igralištem i 24-satnom all-inclusive ponudom toplih napitaka, bezalkoholnih pića i poslijepodnevnih snackova poput salata, juha i kolača. Od ove godine hotel nudi u ponudi: Aqua Maro (unutarnji kompleks s bazenom za bebe, toboganima i unutarnjim bazenom) i mali poligon za bicikle i autiće na krovu Maro kluba.

Slika 12. Unutarnji kompleks s bazenom za bebe

Izvor: https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/nove-umjetnicke-atrakcije-u-porecu-i-rapcu/#image-56 (25.8.2019.)

Valamar tako shvaća kako motiv dolaska nije samo hotel nego destinacija te kako je potrebno ponuditi više od pukog sunca i mora. A tu na snagu stupa kvalitetni, autentičan i raznolik sadržaj u turističkoj destinaciji. Većina na ovakve stvari gleda kao trošak, no tu jako griješi. Valamar shvaća kako je ovo investicija koja će se Valamaru itekako vratiti i vraća se iz godine u godinu.

7. ZAKLJUČAK

Novi trendovi u turizmu nose sa sobom i nove zahtjeve turističkih potrošača. Nuditelji usluga moraju se prilagoditi potražnji koja je svake godine sve veća jer različiti gosti imaju i različite zahtjeve. Gosti više ne biraju samo destinaciju radi destinacije, žele doživjeti nešto novo, ugodno i zabavno provoditi svoje vrijeme na odmoru, vratiti se kući obogaćni novim iskustvima. Posebno se to odnosi na djecu, koja tijekom odmora imaju puno slobodnog vremena koje treba kvalitetno ispuniti kako bi im boravak na odmoru, posebice u velikim turističkim kompleksima ostao u lijepom sjećanju i bio doživljaju koji će još dugo pamtiti.

Turistička animacija je danas svakako jedan od najvažnijih turističkih proizvoda, a dobar i kvalitetan animator, zaposlenik koji svakako utječe na popunjenost i samu ponudu hotelskog smještaja. Kvalitetno osposobljen i educiran animator poželjan je kadar u turizmu. Činjenica je da njegov pristup gostu i način komuniciranja tijekom animacija najviše doprinosi zadovoljstvu gosta tijekom boravka u nekom hotelskom ili turističkom objektu te njegovom ponovnom vraćanju.

Djeca predškolske dobi poseban su segment turista koji imaju svoje specifičnosti, pažnja im traje, ovisno od dobi od 15 minuta do pola sata, a toliko mogu izdržati i neku vođenu aktivnost. Za animatora je važno da poznaje ove specifičnosti te da program prilagodi grupi s kojom radi. Neka će djeca brže, a neka sporije savladavati sadržaje, ali ono što je najvažnije u radu s djecom ted obi je da ona to rade bez prisile, da uživaju i da se rado vraćaju animacijama. Na koncu im upravo doživljaji stečeni tijekom animacija ostaju u najdužem sjećanju.

Kako je vidljivo na primjeru Valamarovih objekata u Rapcu, posebna se pažnja posvećuje upravo obiteljima i djeci. Od opreme u sobama i hotelu do bogatih sadržaja za zabavu cijele obitelji i na koncu visoko educiranih i osposoblljenih animatora. Animacija prodaje doživljaje i stvara uspomene, a to je dio uspjeha Valamara i njihove vizije i misije. Maro clubovi posebno doprinose u stvaranju nezaboravnih događaja za povratak s godišnjeg odmora. Stručni tim u organizaciji i stvaranju rasporeda i aktivnosti animacije ulaže u infrastrukturu, a vodstvo hotela prilagođava okolinu pogodnu za

obavljanje aktivnosti jer animacija postaje glavna i najposjećenija aktivnost u svakodnevnici svakog gosta.

Na animatora se mora gledati kao na nekoga tko nudi svoju osobnost, brigu, osmijeh, lijepu riječ na što gosti uvijek reagiraju pozitivno, što u konačnici hotelu donosi profit i zbog čega je potražnja za destinacijom veća.

LITERATURA

Knjige:

1. Bartoluci, M./Čavlek, N. i surdnici, *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Zagreb. Školska knjiga, 2007.
2. Cerović, Z., *Animacija u turizmu*, Opatija, Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, 2008.
3. Findak, V., *Metodika tjelesne i zdravstvene kulture u predškolskom odgoju*, Zagreb, Školska knjiga, 1995.
4. Janković, V., *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*, Zagreb, Pedagoško-književni zbor, 1973.
5. Krippendorf, J., *Putujuće čovječanstvo*, Zagreb, SGL Zagreb, 1996.
6. Pirjevec, B., *Turizam – jučer, danas, ...,* Karlovac, Veleučilište u Karlovcu, 2008.
7. Ravkin, R., *Animacija u turizmu*, Ljubljana, Založba mladinska knjiga, 1989.
8. Šuran, F., *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*, Pula, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, 2016.

Članci:

9. Cetinski, V., *Animacija – kvaliteta koja se isplati*, Privredni vjesnik, Zagreb, br.6/88, 1988.

Ostalo:

10. Intervju s dr. Amadeo Dobovišek: potreba gostiju u turizmu, https://www.doba.hr/doba-znanja/intervju-o-razumijevanju-potreba-gostiju-s-dr-amadeo-dobovisek (25.7.2019.)
11. Glavni plan razvoja turizma Splitsko-dalmatinske županije (2017 – 2027) sa strateškim i operativnim planom marketinga file:///C:/Users/Marsic/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb

3d8bbwe/TempState/Downloads/Glavni_plan_razvoja_turizma_SDZ%20(1).pdf (30.7.2019.)
12. Erik Cohen: Tko je turist? Pojmovno razjašnjenje? http://mudrac.ffzg.hr/~dpolsek/sociologija%20turizma/cohen%20tko%20je%20turist1.pdf (30.7.2019.)
13. M. Bošković, Značaj animacije u turizmu, http://www.fms-tivat.me/download/specradovi/Maja_Boskovic.pdf (30.7.2019)
14. https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/ (25.8.2019.)
15. https://valamar-riviera.com/hr/o-nama/misija-vizija-i-temeljne-vrijednosti/ (25.8.2019.)
16. https://www.turizmoteka.hr/ekstra/interview/jadranka-krizmanic-voditeljica-odjela-animacije-valamar/ (25.8.2019.)
17. https://www.valamar.com/cmsmedia/valamar/brochures/hotel-hr.pdf (25.8.2019.)
18. http://www.katja-alen.si/maskote-1412 (25.8.2019)
19. https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete (25.8.2019.)
20. https://www.kigo.hr/valamar-riviera-dodatno-obogatila-ponudu-zabavnog-sadrzaja-za-cijelu-obitelj/ (25.8.2019.)
21. https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/nove-umjetnicke-atrakcije-u-porecu-i-rapcu/#image-56 (25.8.2019.)

SAŽETAK

Za animaciju u turizmu može se reći kako prodaje doživljaje i stvara uspomene, a skup je usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista, dok su ponuđeni programi dio turističke ponude kao osnova za poticanje sve veće turističke potrošnje.

Gosti osim dobre destinacije, žele i kvalitetan i uzbudljiv sadržaj, a animacije su idealan način da se gostima to i pruži.

Animatori i animacijski timovi su zaduženi za aktivnije, smislenije, atraktivnije načine formiranja i prezentiranja turističke ponude te svakako doprinose ugodnijem i zabavnijem boravku turista, ali i većoj potrošnji.

Ključne riječi: animacija u turizmu, animator, predškolsko dijete, turistička ponuda, turistička potrošnja.

ABSTRACT

It’s well known that tourist animation sell experiences and create memories, and it is a package of services that meet the needs and wishes of tourists, while its programs are part of the tourist offer which goal is to increase tourist consumption.

Besides the attractiveness of your destination, guests also prefer a high quality and exciting tourist offer, and animation is an ideal way to provide guests an interesting program that will meet their needs.

Animators and animation teams are responsible for more active, meaningful, attractive ways of creating and presenting a tourist offer, and certainly contribute to a more enjoyable and entertaining holiday for all tourists, as well as to an increase in tourist consumption.

Keywords: animation in tourism, animator, preschool child, tourist offer, tourist consumption.