

Analiza ponude i učinaka animacije u turizmu na primjeru Aminess Hotels & Campsites

Šimunec, Iva

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic of Međimurje in Čakovec / Međimursko veleučilište u Čakovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:575224>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-25**



Repository / Repozitorij:

[Polytechnic of Međimurje in Čakovec Repository - Polytechnic of Međimurje Undergraduate and Graduate Theses Repository](#)



MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

IVA ŠIMUNEC
**ANALIZA PONUDE I UČINAKA ANIMACIJE U TURIZMU NA
PRIMJERU AMINESS HOTELS & CAMPSITES**

ZAVRŠNI RAD

ČAKOVEC, 2022.

MEĐIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
SPECIJALISTIČKI DIPLOMSKI STUDIJ MENADŽMENT TURIZMA I
SPORTA

IVA ŠIMUNEC

**ANALIZA PONUDE I UČINAKA ANIMACIJE U TURIZMU NA
PRIMJERU AMINESS HOTELS & CAMPSITES**

**ANALYSIS OF THE OFFER AND EFFECTS OF ANIMATION IN
TOURISM ON THE EXAMPLE OF AMINESS HOTELS & CAMPSITES**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:
Tomislav Hublin, v.pred.

Čakovec, 2022.

MEDIMURSKO VELEUČILIŠTE U ČAKOVCU
POVJERENSTVO ZA DIPLOMSKI ISPIT

Čakovec, 24. veljače 2022.

država: **Republika Hrvatska**
Predmet: **Sportska animacija-Izborni- IZVANREDNI**
Polje: **5.10 Kineziologija**

DIPLOMSKI ZADATAK br. 2021-MTSD-I-79

Pristupnik: **Iva Šimunec (0160140029)**
Studij: **Izvanredni specijalistički diplomski studij Menadžment turizma i sporta**

Zadatak: **Analiza ponude i učinaka animacije u turizmu na primjeru Aminess Hotels & Campsites**

Opis zadatka:

Animacija u turizmu se definira kao skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista da dožive očekivani i željeni turistički program, a kojim organizator programa povećava turističku potrošnju. Svrha ovog rada je opisati ponudu animacijskih sadržaja u turizmu, objasniti zadaće i radno opterećenje animatora, te analizirati učinke animacijskih programa na primjeru Aminess Hotels & Campsites s naglaskom na ekonomske učinke. Analizirat će se i popularnost pojedinih programa te generalno zadovoljstvo korisnika.

Zadatak uručen pristupniku: 24. veljače 2022.

Rok za predaju rada: 20. rujna 2022.

Mentor:

Predsjednik povjerenstva za
diplomski ispit:



Tomislav Hublin, v. pred.

ZAHVALA

U prvom redu veliku zahvalnost iskazujem svojem mentoru Tomislavu Hublinu, v.pred., koji ne samo da je bio mentor već mi je bio i motivator za vrijeme trajanja studija. Svojim savjetima pomogao mi je u pisanju ovog rada i uvijek je imao razumijevanja za mnogobrojna moja pitanja tijekom studija.

Također, želim zahvaliti i svim ostalim profesorima i asistentima koji su predavali na diplomskom studiju i prenijeli svoje znanje na nas studente, te nam omogućili podignuti naše znanje na višu razinu.

Posebne zahvale izražavam Marini Dukić – voditeljici animacije u Aminess Hotels & Campsites, i Domagoju Triviću – direktoru Aminess Gaia Green Villas koji su mi omogućili praktično usavršavanje i prenijeli svoja znanja u radu te kolegama Hrvoju Iliševiću, Tamari Pejović i Marijani Glišić s kojima je rad u animaciji imao posebnu čar.

A na samom kraju najveća zahvala ide mojoj obitelji koja je sa mnom prošla sve uspone i padove za vrijeme studiranja, te svim mojim prijateljima i kolegama koji su mi bili podrška, a posebno Majku Turku najboljem motivatoru u teškim trenucima, uz sve njih studiranje je bilo jedno predivno iskustvo.

Sažetak

Predmet rada je animacija u turizmu i njezini učinci, s naglaskom na animaciji u Aminess Hotel & Campsites. U ovom radu animacija se prikazuje kao element turističke ponude koji se temelji na doživljaju turista i time diferencira od konkurenata. Turistički animatori educirani su ljudi s određenim psihofizičkim osobinama i karakterom koji je prilagođen animaciji poput komunikativnosti, snalažljivosti, optimizma i drugih koji su detaljno opisani u radu.

Pri izradi ovog rada korišteni su izvori iz stručnih radova nastalih proučavanjem animacije kao važnog elementa u turizmu, internetskih stranica samog poduzeća te je specifični dio rada koji se odnosi na samo poslovanje i animaciju u Aminess Hotels & Campsites napisan pomoću podataka prikupljenih tijekom rada na sezonskom poslu u animaciji navedenog poduzeća, u trajanju od 5 ljetnih sezona. Rad je obrađen metodom analize, deskripcije i kompilacije podataka te je podijeljen na 3 dijela.

Dijelovi rada su međusobno povezani. U prvom poglavlju objašnjava se pojam animacije kao element turističke ponude koji pruža doživljaj i zadovoljstvo turista u određenoj destinaciji, također u prvom dijelu opisani su ciljevi i značaj animacije kao faktori koji utječu na turističku potrošnju i trajanje boravka u destinaciji.

U drugom dijelu prikazuju se načela animacije od kojih je najvažnije načelo slobode koje ukazuje na to da turist svojom voljom mora odlučiti da će sudjelovati u određenoj aktivnosti. Drugi dio opisuje i podjelu animacijskih programa prema različitim aspektima. Prije samog prelaska na konkretnu animaciju u Aminess Hotels & Campsites, navedene su pretpostavke za postojanje animacije u teoriji, te karakteristike koje mora turistički animator posjedovati.

Treći dio rada odnosi se na animaciju u Aminess Hotels & Campsites u kojem se prikazuju osnovne informacije o animaciji u dosadašnjem portfelju hotela, naselja i vila, smještenih u Istri, Korčuli, Orebiću te Krku. Sadržaj se u cijelosti odnosi na karakteristike, ciljeve i načela animacije, raščlanjuju se i opisuju animacijske aktivnosti te opterećenje animatora, odgovornosti za vrijeme rada i način vođenja programa. Za sam kraj prikazani su ekonomski učinci animacije te zaključak autora.

Ključne riječi: turizam, animacija, doživljaj, aktivnosti, Aminess

Sadržaj

Sažetak

1. UVOD	7
2. TURIZAM I ANIMACIJA	8
3. ZNAČAJ, ULOGA I CILJEVI ANIMACIJE U TURIZMU.....	9
3.1. Značaj i uloga animacije u turizmu	9
3.2. Ciljevi animacije u turizmu	10
3.3. Osnova turističke animacije.....	10
4. NAČELA TURISTIČKE ANIMACIJE.....	11
5. PODJELA ANIMACIJSKIH PROGRAMA U TURIZMU	12
5.1. Sadržajni pristup animacijskom programu	12
5.2. Vremenski pristup animacijskom programu.....	13
5.3. Ponudbeni pristup animacijskom programu	14
5.4. Vlasnički pristup animacijskom programu.....	15
6. PRETPOSTAVKE ZA OSTVARIVANJE ANIMACIJSKIH SADRŽAJA	15
7. KARAKTERISTIKE I PROFIL TURISTIČKOG ANIMATORA	16
8. ANIMACIJA U AMINESS HOTELS & CAMPSITES	18
8.1. Općenito o Aminess Hotels & Campsites	18
8.2. Aminess Activities Team.....	18
8.3. Animacijski program	21
8.4. Odgovornosti voditelja animacijskog tima i animatora.....	27
8.5. Komunikacija u Aminess Activities Team-u.....	30
8.6. Kanali promocije animacije u Aminess Hotels & Campsites.....	31
9. EKONOMSKI UČINCI ANIMACIJE.....	32
10. ZAKLJUČAK	34
11. POPIS LITERATURE	36
12. POPIS SLIKA	37

1. UVOD

Turizam se sastoji od turističke ponude i potražnje koja se može gledati kao odnos domaćina i gosta. Najvažniji faktor turističke konkurentnosti doživljaj je turista koji se dobiva ponudom turističke destinacije koja može biti opipljiva poput smještaja, odnosno neopipljiva, a to je osjećaj dobrodošlice i briga za gosta. Animacija u turizmu vrlo je važna jer koristi upravo poboljšanje boravka gosta u određenoj destinaciji i time pridonosi njegovom doživljaju.

Animacija je ta koja "prodaje" doživljaje i uspomene turista, nudi zabavni sadržaj i zadovoljava potrebe i želje gosta. Nastala je kao potreba za kretanjem i igrom te ispunjavanjem slobodnog vremena u turističkoj destinaciji.

Animacijski tim sastoji se od skupine educiranih ljudi koji na temelju sadržaja u destinaciji odnosno objektu, osmišljavaju, organiziraju i provode animacijski program koji je pritom prilagođen strukturi gosta i zadovoljavanju njegovih želja i potreba.

U radu autor prikazuje ponudu i učinke animacije na primjeru dosadašnjih objekata iz portfelja Aminess Hotels & Campsites te se opisuje dječja, večernja i sportska animacija kao i principi rada u Aminess Activities Team-u. Kroz rad su prikazani i način komuniciranja kroz animaciju i približavanje destinacije te način na koji se pristupa ostvarenju želja gosta da doživi nešto do sad nedoživljeno.

Svrha rada je prikazati na koji način animacija utječe na zadovoljstvo gostiju te na njihov ponovni dolazak i posredni ekonomski učinak. Dosadašnje spoznaje dokazuju da je animacija vrlo bitan faktor turističke ponude te da animacijski program znatno obogaćuje turističku destinaciju. Rad će odgovoriti na pitanja isplati li se hotelu odnosno receptivnoj jedinici imati animaciju, što je neophodno da bi se animacija mogla održavati i zašto postoji potreba za animacijskim timom.

Specifičnost ovog rada odnosi se na istraživanje ponude i učinaka turističke animacije u Aminess Hotels & Campsites.

2. TURIZAM I ANIMACIJA

Jednako kao svaka druga tako i turistička ponuda ovisi o turističkoj potražnji, što znači da se ponuda mora prilagoditi željama kupca, odnosno gosta. U suvremenom se svijetu turizam sve brže mijenja i dolazi do stalne potrebe prilagođavanja novim tehnologijama, pomodarstvu i treba odgovarati spremno na sve turističke potražnje. Trenutno dominiraju društvene mreže i prikazivanje doživljaja preko vlastitih društvenih mreža pa se popularnost destinacije može dogoditi u izuzetno kratkom roku. Iz te činjenice jasno je da će destinacija biti onoliko popularna koliko ispunjava motiv dolaska – potrebu za putovanjem, promjenom, nove događaje i doživljaj turista. Upravo zato potrebno je pratiti kako se s generacijama mijenjaju i motivi putovanja i potrebe za nečim nedoživljenim. Nekada je ponuda određivala potražnju, a danas se ponuda mora prilagoditi potražnji.

Prilikom određivanja ponude sadržaja treba se bazirati na važnim promjenama na tržištu:

- Napredak tehnologije i industrije
- Bolja prometna povezanost (autoceste, niskobudžetni letovi, učestalije linije prijevoznika i sl.)
- Veći životni standard (više novaca za potrošnju u slobodno vrijeme, za zabavu, putovanja)
- Veća obrazovanost
- Višekratna putovanja s kraćim trajanjima
- Promjena načina života (ubrzan ritam života i rada, stres i smanjenje prisutnosti)
- Životni vijek ljudi se produžuje (povećanje broja turista treće dobi)
- Rast potražnje za dosad nedoživljenim

Da bi se zadovoljili svi ovi elementi, animacija u turizmu dobiva posebnu ulogu. Prema Blažević, B. (2007.) animacijski program dio je turističke ponude, dio turističkog proizvoda koji ima svoje vrednovanje na turističkom tržištu.

Prema Cerović, Z. (2008.) " 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 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 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 i to na turističkom tržištu sa ciljem zadovoljenja potreba i motiva turista."

3. ZNAČAJ, ULOGA I CILJEVI ANIMACIJE U TURIZMU

Svaki turistički objekt želi svojim gostima pružiti što bogatiju ponudu u smislu zadovoljavanja njihovih potreba i pružanja doživljaja. Kako su investiranja u sportske objekte, teretane, parkove i terene prilično skupe investicije, mnogi odlučuju ponudu obogatiti animacijom u svojem objektu. Tim za animaciju mora biti fleksibilan i prilagodljiv svim uzrastima i nadopuna praznini objekta.

3.1. Značaj i uloga animacije u turizmu

Prema hrvatskom jezičnom portalu riječ *animirati* definirana je kao poticanje života odnosno buđenje interesa ili strasti za nečim. (Hrvatski jezični portal-<https://hjp.znanje.hr> pristup: 20.03.2022.)

Animacija kao takva mogla bi se definirati kao ljubazan poziv usmjeren prema gostu da se pridruži na neku zajedničku aktivnost u kojoj će se zabaviti i oraspoložiti dok će ga animator poticati odnosno bodriti.

Sama riječ animacija proizlazi od latinske riječi *anima* čiji je prijevod duša odnosno *animare* što se prevodi kao oživjeti. Zadaća animacije se stoga definira kao oživljavanje doživljaja turista u turističkoj destinaciji za vrijeme trajanje njegovog odmora.

Uloga same animacije je popunjavanje nedostataka u određenom objektu. Animator mora svojom komunikacijom privući gosta i zadržati ga u objektu kako bi svoj novac trošio tamo i ostvarivao prihode upravo tamo gdje boravi, a ne na nekoj drugoj lokaciji. Animacijski program prilagođava se tako da je u blizini mjesta na kojem turist odnosno gost može trošiti svoj novac uz praćenje programa ili nakon sudjelovanja u programu npr. u blizini aperitiv ili lobby bara. Animator mora

biti pozitivan i pružiti gostu onoliko pozitivnih doživljaja i trenutaka da bi gost zaboravio sve nedostatke ako ih je bilo, npr. nedostatak klima uređaja i da bi izašao iz objekta sretan i sa željom da se ponovno vrati. Ukoliko gost osjeća da ima dovoljno pažnje i da ga se cijeni u objektu, on će otići zadovoljan i ostavit će pozitivnu recenziju.

3.2. Ciljevi animacije u turizmu

Prema Jadrešić V. (2001.) organizatori animacijskih programa ne čine to samo zato što smatraju da to turisti vole, već zato što od njih očekuju povećanje turističke potrošnje.

I dok se s jedne strane nalazi težnja za doživljajem, s druge strane stoji očekivana turistička potrošnja u turističkoj destinaciji. Poveznica između te dvije komponente je animacija.

Time se dolazi do zaključka da animacija ima dva osnovna cilja:

- Zadovoljstvo turista
- Turističku potrošnju

Do zadovoljstva turista dovodi njegovo potpuno doživljavanje destinacije, programa koji nudi i načina na koji mu se pristupa. Time ispunjava svoje ciljeve, odnosno motive zbog kojih je i odabrao određenu destinaciju. Kada se turistu ispune očekivanja zbog kojih putuje, tada se govori o zadovoljnom turistu. Turistička potrošnja događa se ako je turist zadovoljan, gdje animacija planira i određuje kroz animacijski program turističku potrošnju i usmjerava turista da troši novac u toj destinaciji. Dakle, cilj animacije je posredovati između zadovoljstva turista i turističke potrošnje – ostvariti "vrijednost za novac" (*engl. value for money*).

3.3. Osnova turističke animacije

Da bi se animacija mogla provoditi potrebni su osnovni preduvjeti:

- Slobodno vrijeme
- Potrebe za kretanjem
- Potrebe za igrom i hobijima

Prema Martinić T. (1997.) hobi je nešto što se ne radi ozbiljno, nema neku ekonomsku vrijednost, ne služi nikome, osim nama samima, to je nešto što nije dobro ni loše. Rezultat hobija ima samo

subjektivnu vrijednost. A igra, za razliku od hobija i zabave, uvijek ima određeni slijed. Igra ima poznati cilj, teži ispunjenju i postizanju određenog rezultata odnosno pobjede u igri.

Hobiji se biraju vlastitom voljom i služe za oslobađanje stresa i "bijeg" od svakodnevice i poslovnog života. Bavljenje hobijem ne smije imati za cilj neku nagradu, već samo osobno zadovoljstvo što čini osnovnu razliku od igre.

I za igru i za hobi potrebno je slobodno vrijeme jer jedino u slobodnom vremenu čovjek se može zaista opustiti i prepustiti misli opuštanju i relaksirati se te shvatiti što ga čini ispunjenim i zadovoljava njegove potrebe.

Ta tri elementa su osnova za turističku animaciju. Turistička animacija mora pružati program kako bi turisti mogli svoje slobodno vrijeme ispuniti igrom i hobijima, stvarati ili osvajati, ispuniti svoje vrijeme, osloboditi se svakodnevnog stresa s kojim se susreću te se u potpunosti predati i pronaći svoj mir i zadovoljstvo.

Animacijski programi temelje se na kretanju, druženju, stvaranju, učenju nečeg novog, pustolovinama.

4. NAČELA TURISTIČKE ANIMACIJE

Prema Janković V. (1973.) načelo slobode je temeljno načelo korištenja slobodnog vremena i podrazumijeva da se aktivnosti u tom vremenu ne smiju propisivati, nego da ih on slobodno, svojom voljom bira u skladu s mogućnostima.

Osim načela slobode, animacija u turizmu mora poštovati još tri glavna načela kako bi se ostvarila već ranije spomenuta ravnoteža ostvarenja ciljeva, gdje obje strane ostvaruju vlastiti cilj, a pritom podupiru i omogućuju ostvarenje ciljeva druge strane:

- Načelo aktivnosti
- Načelo jednakosti
- Načelo primjerenosti

Tek kad se ispoštuju ta načela, može se govoriti o dobro provedenoj animaciji u turizmu.

Načelo slobode podrazumijeva da se mora poštovati slobodan izbor turista, da svojevrijedno odabere aktivnost na kojoj će sudjelovati te ga se ne smije nasilno ni agresivno nagovarati na aktivnosti. Gost ima slobodu biranja hoće li aktivno sudjelovati u nekoj aktivnosti ili će samo pasivno pratiti aktivnosti. Najvažnije je da gost nije odsutan u potpunosti jer tada animacija ne postiže svoj cilj.

Pod načelom jednakosti podrazumijeva se da svaki turist ima iste mogućnosti te svaki član te interesne skupine ima jednaka prava sudjelovanja u svim aktivnostima koje im se nude. Za animatora svi turisti su na istoj razini, bez obzira na duljinu boravka, platežnu moć i slično. U turističkoj animaciji ne smije biti vidljivo da su pojedini konzumenti animacijskih usluga odnosno programa povlašteniji od strane animatora naspram ostalih.

Načelo primjerenosti mora omogućiti interesnoj skupini prilagodu programa kako bi svi bili zadovoljni, a u sustavu vrijednosti za novac to znači da se program mora izvoditi na temelju turističke potražnje i željama turista. Ukoliko izostane samo jedno od spomenutih načela, onemogućuje se ostvarivanje dva osnovna cilja turističke animacije.

5. PODJELA ANIMACIJSKIH PROGRAMA U TURIZMU

Prema Cerović Z. (2008.) animacijski program može se podijeliti na više načina, a to su:

- Sadržajni pristup
- Vremenski pristup
- Ponudbeni pristup
- Vlasnički pristup

5.1. Sadržajni pristup animacijskom programu

Animacijski programi čija je zadaća okupljanje i zabavljanje gostiju mogu se podijeliti u nekoliko osnovnih skupina prema svom sadržaju:

- Sportsko – rekreativni programi
- Zabavni programi
- Kulturno-umjetnički programi
- Ostali programi (Popov, K. 2019.)

Sportsko - rekreativni programi obuhvaćaju sve aktivnosti u kojima je zastupljeno zadovoljenje potreba za vježbanjem, razgibavanjem, iznajmljivanjem sportske opreme i terena, te u kojima su zastupljene sportsko zabavne igre, sportski turniri, sportske škole i sl.

Zabavni programi zadovoljavaju potrebu za opuštanjem, razonodom i igrom, najčešće su popraćeni večernjom glazbom, a tu spadaju i igre poput izbora za miss, plesnjaci, dječje igre, plesovi i koreografije, natjecanja u raznim zabavnim programima uz simbolične nagrade.

Kulturno – umjetnički program najčešće je vezan uz lokalne i etno nastupe vezane uz određenu destinaciju, ali tu također spadaju i programi vezani uz likovnu umjetnost, galerije, muzeje i razne izložbe.

U ostale programe spadaju zdravstveni programi, politički programi, vjerski programi i svi ostali animacijski programi koji upotpunjavaju slobodno vrijeme gosta, a ne mogu se svrstati u navedene skupine.

5.2. Vremenski pristup animacijskom programu

Prema suvremenom načinu putovanja i boravka turista u destinaciji, animacijski program s vremenskog aspekta moguće je podijeliti u tri najčešće skupine:

- Sezonski program
- Tjedni program
- Dnevni program

Boravak gostiju srednje platežne moći je između 7 i 14 dana, a oni više platežne moći ostaju i do mjesec dana u istoj destinaciji. Vrlo je važno da je animacijski program ispunjujuć za gosta i da mu ne postane rutina jer upravo od nje pokušava pobjeći na odmoru. Zbog toga je potrebno prilagoditi program i izmjenjivati aktivnosti koje se nude u dovoljno velikom razmaku ponavljanja iste.

Sezonski program je obilježen trajanjem od jednog mjeseca do jedne godine i obično se prilagođava standardnim sezonama poput sezone skijanja, kupanja, pecanja i sl. Oni se najčešće ponavljaju svojim programom, ali s obzirom na sezonalnost njihovo ponavljanje moguće je tek u narednoj godini.

Tjedni program je na bazi do 7 dana, i obično je podijeljen na dnevne programe, a započinje najčešće danom dolaska, a završava danom odlaska iste interesne skupine. Može biti više aktivnosti čije je trajanje raspodijeljeno na sve dane te se zadnji dan dodjeljuju priznanja i nagrade ili je podijeljen na dnevne programe koji su različiti svaki dan u tjednu.

Dnevni program podijeljen je na doba dana u kojima se odvija aktivnost. Jutarnji, podnevni i večernji. Jutarnji program vezan je uz buđenje i pripremu za ostatak dana. Najčešće je sportsko rekreativnog karaktera poput razgibavanja, jutarnje gimnastike, šetnje. Podnevni je većeg intenziteta i odnosi se na izlete, igre, a večernji program odnosi se na zabavu za djecu i zabavu za odrasle.

5.3. Ponudbeni pristup animacijskom programu

S aspekta ponude i organizatora putovanja, animacijski program može se podijeliti na:

- Ponudeni animacijski program
- Mogući animacijski program
- Slobodni animacijski program

Ponudeni animacijski program je onaj koji je uključen u "paket aranžman" nekog putovanja koji najčešće organizira turistička, odnosno putnička agencija. Turist je unaprijed uplatio razne ulaznice, i mogućnosti sudjelovanja na svim ugovorenim animacijskim programima. (Radović I, 2021.)

Mogući animacijski program je onaj koji se turistu nudi na licu mjesta. Nastao je zbog želje za povećanjem turističke potrošnje, a turist može i ne mora konzumirati isti. Kod ovog modela važno je napomenuti da animacija nije bila motiv dolaska u destinaciju jer prilikom odabira destinacije turist nije bio upoznat s animacijskim programom koji se nudi, ali je u organizaciji turističke agencije.

Slobodni animacijski program nije povezan s turističkom agencijom preko koje turist dolazi u destinaciju, već se ona nudi naknadno i najčešće je od nekog drugog organizatora u destinaciji. Turist nakon dolaska dodatno "kupuje" animacijski program koji mu u tom trenu ispunjava potrebe i želje.

5.4. Vlasnički pristup animacijskom programu

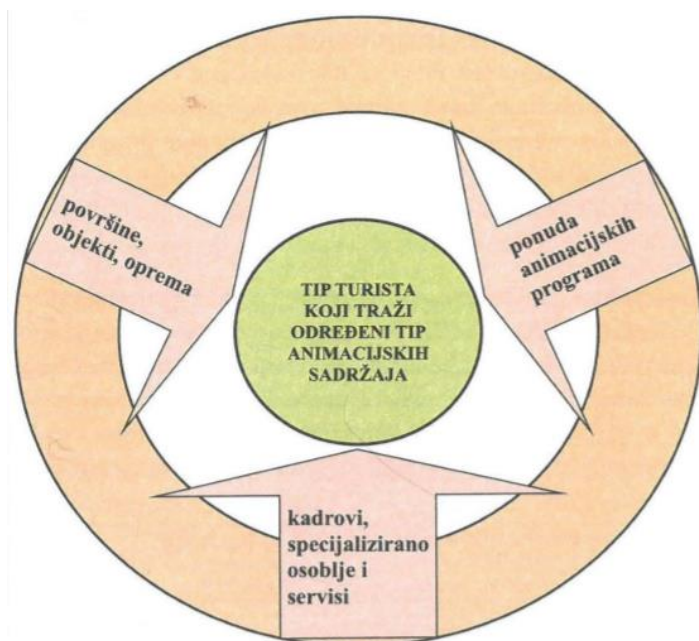
Kako bi se animacijski program mogao provoditi, potrebno je imati kvalitetne ljudske resurse i potrebna materijalna dobra. Oni mogu biti u vlasništvu neke turističke tvrtke pa je time program animacije vlastiti ili mogu iznajmiti animaciju od drugih vlasnika. Tako da se vlasnički pristup može sagledati kao:

- Vlastiti animacijski programi – animatori su zaposlenici poduzeća i imaju vlastitu opremu i potrebne rekvizite
- Kupljeni animacijski programi –rekviziti i oprema nisu u vlasništvu poduzeća niti su animatori zaposlenici tog poduzeća u kojem se odvija animacijski program.

6. PRETPOSTAVKE ZA OSTVARIVANJE ANIMACIJSKIH SADRŽAJA

Prema Cerović Z. (2004.) postoji nekoliko pretpostavki koje moraju biti ispunjene kako bi se mogla odvijati animacija.

Slika 1 Pretpostavke za ostvarivanje animacijskih sadržaja



Izvor: Cerović, Z.: "Sportski programi u funkciji povećanja turističke potrošnje", Opatija, 2004. str. 78.

Program, prostor i kadrovi odnosno osoblje glavna su tri čimbenika koji uvjetuju postojanje animacijskih sadržaja u destinaciji.

Prostor je polazni čimbenik koji je osnova izvođenja, program se mora prilagoditi prostoru ukoliko se prostor ne može prilagoditi programu. U suštini se prostor dijeli na unutarnji i vanjski te je potrebno prije izvođenja animacijskog sadržaja pripremiti površine na kojima će se izvoditi i osigurati svu potrebnu opremu za izvođenje. Kadrovi odnosno animatori su elementarni čimbenici koji moraju biti stručno educirani i spremni za obavljanje animacijskog sadržaja te imati pravilan pristup turistima. U nastavku rada detaljno će se opisati potrebne karakteristike animatora. Program se mora podijeliti i prilagoditi interesnoj skupini prema starosnoj dobi i periodu programa.

7. KARAKTERISTIKE I PROFIL TURISTIČKOG ANIMATORA

Pirjevec B. (2001.) u svojem je radu napisao: "Rijetke su gospodarske aktivnosti koje u tolikoj mjeri ovise o ljudskoj komponentni, kao što je to slučaj s turizmom." Upravo ta rečenica govori koliko je bitno da svi koji rade s turistima, pa tako i animatori, budu educirani i kvalificirani za to radno mjesto.

Profil nekog radnika može se definirati kao skup njegovih znanja, vještina i sposobnosti koje on može dati poduzeću u kojemu radi. Svako poduzeće mora što bolje poznavati odjele koji su njegov dio kako bi mogao definirati karakteristike odnosno profil radnika za što kvalitetnije obavljanje poslova. Nakon toga se traže kompetentni potencijalni zaposlenici.

Turistički animator je zaposlenik u turizmu, čija aktivnost započinje prvim susretom s gostom u destinaciji, a završava odlaskom gostiju iz destinacije. Osoba koja želi biti turistički animator mora posjedovati određene karakteristike, vještine i znanja.

Za rad u samoj animaciji animator mora imati primjerene psihofizičke osobine, znati komunicirati s gostima, prenositi energiju, biti tražene razine naobrazbe i mora imati osobine kojima će se približiti gostu i zadovoljiti njegove potrebe.

Psihofizičke osobine su one s kojima se osoba rađa i koje gradi tijekom života. One su važne jer se ne mogu naučiti niti se mogu mijenjati u kratkom vremenu. Kod izbora osoba za radno mjesto turističkog animatora vrlo je važno obratiti pozornost na vanjski izgled animatora. Vanjskim

izgledom dobiva se prvi dojam koji često stvara razne predrasude, a on je jako važan jer je prvi susret samo jedan i ne može se mijenjati, a ima veliki utjecaj na daljnji razvoj komunikacije. Stoga, treba birati one koji su vanjštinom ugodni oku i prilagođeni skupini s kojom će raditi. Animator mora biti osoba koja je optimalne životne dobi kako ne bi izgledala neiskusno ili nesigurno, ali također ne smije biti ni prestara. No, od starosti puno je važnije da je osoba prilagodljiva i da se može snaći u temperamentnim i promjenjivim, odnosno novonastalim i neplaniranim situacijama. Uvijek svojom komunikacijom mora ostaviti dojam sigurnosti i profesionalnosti svog radnog mjesta, te "zračiti" pozitivnom energijom, veseljem i potrebom bivanja u njegovom društvu. U izlaganju programa mora biti u potpunosti kreativan i zanimljiv, te inteligentno rješavati sva pitanja gosta kako bi oni osjetili sigurnost i spremnost na pomoć. Nadalje, mora s lakoćom komunicirati i potruditi se razumjeti čak i onog čiji jezik ne razumije u potpunosti, te mora imati jako dobro pamćenje za detalje koje turisti odnosno gosti cijene. Također se mora znati i nositi sa raznim kritikama i mogućnosti nezadovoljstva gosta. Bitno je da je animator dobrog fizičkog i psihičkog zdravlja kako bi mogao energično i entuzijastično obavljati animacijske programe.

Da bi na adekvatan i prihvatljiv način mogli obavljati posao animatora, već unaprijed selektirani kandidati moraju proći edukacije za turističkog animatora koje najčešće provode hotelski lanci, turoperatori ili "entertainment" agencije. Animator mora stručno i temeljito poznavati područje rada i elemente svih aktivnosti koje će obavljati za vrijeme rada, usavršiti strane jezike i prenositi informacije gostima na način da ih privuče sudjelovanju u aktivnostima. Što se tiče odnosa prema gostu animator mora biti prijatelj gostu, mora biti domaćin, pružati sve informacije, pokretati gosta, organizirati njegovo slobodno vrijeme, biti aktivan u razgovoru. Kroz takav pristup gostu se razgovorom prenose informacije koje ga zanimaju, smanjuje mu se osjećaj nesigurnosti u destinaciji, pruža mu se osjećaj dobrodošlice i poželjnosti u destinaciji te se s druge strane predstavlja cijelo poduzeće za koje animator radi. Ako se sve odradi adekvatno, veća je vjerojatnost za pozitivnom recenzijom i povratkom turista u destinaciju.

8. ANIMACIJA U AMINESS HOTELS & CAMPSITES

U ovom poglavlju razradit će se ponuda i učinak animacije u Aminess Hotels & Campsites pomoću podataka koji su prikupljeni i razrađeni tijekom pet godina sezonskog rada u navedenom poduzeću.

8.1. Općenito o Aminess Hotels & Campsites

Od društva koje je davne 1970. poslovalo u sklopu porečkih i umaških turističkih poduzeća, Aminess d.d. prerasla je u jednu od vodećih turističkih kompanija u Hrvatskoj. Aminess pod svojim brendom Aminess hoteli i kampovi danas upravlja s ukupno 13 hotela, 4 kampa, naselje od 80 vila te 92 apartmana na Jadranu. Oni se nalaze u istarskom Novigradu, na otocima Krku i Korčuli te na poluotoku Pelješcu. Većinski vlasnik društva je J&T Private Equity Group Croatia Investments. (Aminess Hotels & Campsites, o nama. - <https://biz.aminess.com/o-nama/> pristup: 19.03.2022.)

Brend Aminess je jedinstven jer kako navode upravo njegovi zaposlenici i gosti učinili su ga takvim. Ta se jedinstvenost primarno izražava kroz pažljiv i prijateljski odnos koji djelatnici već desetljećima njeguju s gostima. Aminess je personifikacija gostoprimstva što se odražava i u samom imenu nastalom spajanjem riječi (*fran. ami*) koja znači prijateljstvo i nastavka *-ness* koji asocira na temeljne vrijednosti: *friendliness, kindness, happiness*. Upravo te riječi utjelovljuju doživljaj boravka u objektima, ugodno i prijateljsko okruženje u kojem se gosti osjećaju opušteno i dobrodošlo jer iz prijateljskih odnosa stvaraju se veze koje traju, a to je glavni cilj Aminessa.

8.2. Aminess Activities Team

Dobrom organizacijskom ponudom Aminess Activities Team podiže vrijednost i kvalitetu ukupne ponude Aminessa, čime se postiže konkurentnost i prepoznatljivost na turističkom tržištu.

Aminess Activities Team predstavlja Team koji je zadužen za kreiranje i osiguranje raznovrsnih zabavnih i inspirirajućih sadržaja koji odgovaraju interesima gosta u ranije navedenim Aminess destinacijama.

- *Aminess* – označava prijateljstvo, odnosno prijateljski, pouzdani gostoljubivi domaćini
- *Activities* – označava pozivanje gosta da bude aktivan na odmoru i sudjeluje u aktivnostima te stvara inspirativne doživljaje

- *Team* – zajedno se može više, udruživanje znanja, vještina i talenata te usmjeravanje prema zajedničkom cilju - zabavi

Cilj Aminess Activities Team-a je upotpuniti ukupnu ponudu u Aminess objektima, organiziranjem aktivnosti sa zabavnim, kreativnim, atraktivnim i raznolikim programskim sadržajima, koji su prilagođeni svim dobnim strukturama i karakteru pojedinog objekta, te poticati stvaranje dugotrajnih prijateljstva, dok se istovremeno zadovoljavaju potrebe za rekreacijom i zabavom.

Aminess Activities Team nema univerzalnu ponudu programa, već se u svakom objektu definiraju programski sadržaji prema mogućnostima koje ima svaki hotel, kamp ili resort, shodno terminima rada, broju zaposlenika, infrastrukturnim mogućnostima i potrebama objekta, dobnoj strukturi gostiju te praćenjem aktualnih trendova u svijetu.

Prema kategorijama programskog sadržaja određuju se i vrste animatora. Animator se po svojim vještinama i znanjima svrstava u jednu od sljedećih skupina:

- Dječji animator
- Edutainment animator
- Activo animator
- Sport animator

Osim njih, za potpuno provedbu i osmišljavanje sadržaja tu se nalaze još i:

- Voditelj animacije
- Team Leader – voditelj tima u destinaciji
- Koreograf
- Tehničar za zvuk i rasvjetu
- Sport & Fun specijalist

Dječji animator radi u Mirami igraonici s djecom uzrasta od 4 do 10 godina, a obaveza mu je da djeca na kraju svakog dana budu sretna, ispunjena i zabavljena. Animator je dužan s roditeljima stvoriti prvi kontakt i objasniti im principe rada, radno vrijeme, kućni red te spremno odgovarati na sva njihova dodatna pitanja. Animator je odgovoran za ugodnu atmosferu u Mirami igraonici, poticanje djece na igru i sudjelovanje u aktivnostima kako bi osjetili pripadnost skupini u kojoj se

nalaze. Tjedni se program mora provoditi po unaprijed definiranom i objavljenom rasporedu. Animator prije početka rada igraonice dužan je pripremiti dovoljno materijala i rekvizita te ekonomično raspolagati njima. Uvijek treba voditi brigu o urednosti Mirami igraonice te opremljenosti kutije prve pomoći. Animator nikada ne smije djeci u igraonici davati lijekove, hranu ili piće, a u slučaju ozljede mora žurno obavijestiti roditelje koji prilikom upisa djece ostavljaju svoj kontakt broj te broj smještajne jedinice kako bi ih se u svakom trenutku moglo kontaktirati.

Edutainment animator ima jednake zadatke i popis obaveza kao i dječji animator, ali dodatno provodi program Mirami Edutainment radionica po definiranom rasporedu, te koristi isključivo sredstva i sastojke koji su navedeni u službenoj skripti, a služe edutainment sadržaju.

Obje kategorije animatora moraju voditi evidenciju djece koja borave u dječjem klubu zatvorenog tipa s mogućnošću praćenja ulaska i izlaska. Roditelji moraju dovesti dijete, ostaviti svoje podatke čitko napisane na "*Kids ticket*" u kojem se navode ime djeteta, jezik kojim se služi, osobni podatci (ime, broj smještajne jedinice, broj za kontakt). Tada dijete dobije svoj KIDS ID i roditelj svoju karticu s tim istim brojem KIDS ID-a. Roditelj je dužan doći po svoje dijete po završetku radnog vremena te uz predočenje kartice.

Teen animator radi s uzrastom od 10 – 15 godina. Organizira turnire na Gaming konzolama, sportske turnire i natjecanja, društvene igre, kreativne radionice i slično. Teen animator se mora prilagoditi uzrastu te komunicirati prijateljski prije, tijekom i nakon animacijske aktivnosti. Animator je dužan paziti na inventar Teen Rooma i uvijek ga održavati urednim. Njegov je zadatak da tinejdžeri na kraju svakog dana budu ispunjeni, sretni, zabavljeni i da pronađu nove prijatelje na odmoru s kojima će imati nezaboravne doživljaje kroz animacijske programe.

Sport animator je zadužen za organizaciju i provedbu sportskih i rekreativnih aktivnosti. Sport animator je uvijek vedra, pozitivna i pristupačna osoba s razvijenim komunikacijskim vještinama, koja posjeduje odgovarajuća znanja i vještine za osmišljavanje, pripremu i provedbu sportskih i rekreativnih aktivnosti, te prilagođava intenzitet vježbanja interesnoj skupini. Vrlo je važno da prati i ispravlja pokrete gosta kako ne bi došlo do ozljeđivanja prilikom nepravilnog izvođenja vježbi.

Fun activo animator provodi Fun aktivnosti kao što su kreativne radionice, sportski turniri, bike ture, igre u bazenu i sl. Važno je da se svi gosti uključe u te aktivnosti bez obzira na njihovu fizičku spremu.

Svi animatori dužni su pozdravljati svakog gosta za vrijeme svog radnog vremena, biti informirani o svim događajima unutar Aminess smještajnog objekta u kojem rade. Animator uvijek mora biti veseo, nasmijan i spreman na pomoć i pružanje svih informacija koje će gostima ispuniti odmor i pružati im osjećaj prijateljstva za vrijeme boravka. Animatori za vrijeme radnog vremena pozivaju na sve aktivnosti koje se provode tog dana i moraju znati objasniti sve programe koji se provode. Također, moraju znati i informacije koje se odnose na Aminess objekte, iako nisu direktno vezani uz animaciju.

8.3. Animacijski program

Animacijski program dijeli se na sljedeće kategorije:

- Dječje aktivnosti
- Teen aktivnosti
- Sport & Fun aktivnosti
- Večernji program
- Live music

Dječje aktivnosti prilagođene su vrsti igraonice koje se razlikuju po stupnju opremljenosti. Razlikuju se:

- Mirami Fun Club – igraonice na otvorenome, BEZ mogućnosti kontrole ulaza i izlaza, djeca ne ostaju na čuvanju bez roditelja
- Mirami Mini Club – igraonica u zatvorenom prostoru, s mogućnošću ulaza i izlaza, manja od 35m²
- Mirami Fun Factory – igraonica veća od 45m², u sklopu hotela, kampa ili resorta u zatvorenom prostoru

- Mirami Crazyology Lab – uređen i prilagođen da izgleda kao dječji laboratorij, predviđen za edutainment radionice, istaknuta ponuda isključivo u Aminess Maravea Camping Resortu

Tematski dani u Mirami igraonicama:

- Treasure of Mirami – uz pomoć Mirami karte djeca kreću u potragu za blagom koje je animator prije toga sakrio
- DIY with Mirami – Izrađivanje predmeta i darova od recikliranih materijala, cilj je upotrijebiti kreativnost i maštu te učiti kroz igru
- Color Day – Dizajniranje u boji, izložbe, stvaranje umjetničkih djela
- Sport & Fun Day – natjecanja, poligoni, timske igre
- Mirami Fun Day – iznenađenja, pjesme i plesovi
- Roleplay Day – izrada kostima, maskiranje, postati lik iz mašte ili najdraži superheroj
- Mirami & the Explorer Team – Istraživački tim, proučavanje prirode i prirodnih pojava, životinjskog i biljnog svijeta

Mirami igraonice najčešće rade dvokratno, ujutro i popodne po dva ili tri sata.

Mirami Edutainment program ima radionice u kojima djeca mogu učiti i izučavati prirodne pojave. Radionice su podijeljene po tjednima. U nastavku će se prikazati primjer Mirami Edutainment radionica u jednom tjednu.

Ponedjeljak – Geo day

- Izrada zastave države iz koje turisti dolaze pomoću **3D OLOVKE**.
- Izrada ljigavaca od sode bikarbone, ljepila i tekućeg sapuna
- Izrada slova glagoljice od soli, vode i brašna
- Izrada stone maps – oslikavanje kamenja decoupage tehnikom

Utorak – Eco day

- Izrada filtera za pročišćavanje vode od kamenja, pijeska, boce, vode i ulja
- Sandy clay – prirodni glinamol od pijeska

- Paper beads – iskorištavanje starog papira za izradu narukvica
- Sadnja biljaka u posude

Srijeda – Feel the ryhtym

- Izrada kastanjeta
- Izrada japanskog bubnja
- Izrada narukvica sa zvončićima za nogu
- Izrada papirnatog tamburina

Četvrtak – Survival day

- Izrada lončarije
- Izrada indijanskih i plemenskih maski od kartona
- Izrada alata od materijala iz prirode

Petak – Space day

- VR naočale s galaksijom
- Izrada raketica pomoću sode bikarbone, octa i epruveta
- Izrada raketica od slamki i papira
- Izrada kometa pomoću alu folije i glittera
- Izrada NLO od papirnatih tanjura, glinamola i plastičnih čaša

Subota – Mediteran / Nature day

- Herbarij
- Bath bomb – izrada kupki od eteričnih ulja, jestivih boja i sode
- Fotosenzitivne slike
- Eko životinje

Osim navedenih radionica tu se nalaze i izrada vulkana i modela ljudskih organa, uzgajanje vlastitog kristala, razne iluzije, magnetni čavli, razni strujni krugovi, otisci prstiju, programiranje malih robota i sl.

Teen program jasno je definiran tjednim rasporedom, a neke od aktivnosti su:

- Igre upoznavanja
- Društvene igre
- Kreativne radionice
- Timska natjecanja
- Sportske aktivnosti
- Turniri
- Biciklističke ture
- Tematske zabave
- Kino večeri
- Playstation, Nitendo, Wii, - natjecanja u raznim igricama

Teen animator mora evidentirati svakog tinejdžera koji ostaje u Teen Room-u u evidentni list. Upisani podaci trebaju biti u potpunosti točni, a sadrže ime i prezime, državu iz koje dolazi, broj smještajne jedinice, dob djeteta, vrijeme dolaska i odlaska. Ukoliko animator sumnja da je osoba mlađa od 10 godina, dužna je provjeriti informacije na recepciji, te ako je mlađa od 10 usmjeriti njegove roditelje na Mirami aktivnosti za djecu.

Sportske se aktivnosti organiziraju i prilagođavaju svim uzrastima, svih su razina zahtjevnosti od onih za početnike preko naprednih rekreativaca pa sve do profesionalaca. Po intenzitetu ih se može svrstati u nekoliko skupina:

- REKREATIVNE AKTIVNOSTI – Morning gym, Easy morning routine, Energy wake up, Stretching, Body relax, Pilates, Yoga, Thaichi, Sup yoga
- AKTIVNOSTI JAČEG INTENZITETA – Street workout, Body workout, Body shape&firm, Crossfit, Aerobic, Step aerobic, 20'min workout, Tabata, BikiniBody, HIIT, Firm up
- ZABAVNE SPORTSKE AKTIVNOSTI – Aquaerobic, Aqua dance, Aqua Fun

Svaka sportska aktivnost uvijek se mora dobro pripremiti tako što se unaprijed moraju isplanirati: struktura sata, potrebni rekviziti, oprema i glazba.

Glazba koja se koristi mora biti definirana i potvrđena od voditelja. Ona mora biti provjerenog teksta, ritmična i vesela. Glazba uvijek mora biti prilagođena treningu i brzini treninga. Svaku glazbu potrebno je više puta preslušati prije treninga.

Brzina glazbe određuje se prema vrsti sportske aktivnosti i mjeri u BPM (*Beats per minute*):

- Za rekreativne aktivnosti brzina je 100 – 115 BPM
- Za aktivnosti jačeg inteziteta brzina je 120 – 130 BPM
- Za zabavne sportske aktivnosti brzina je 115 – 128 BPM

Vrlo je važno za vrijeme cijele aktivnosti komunicirati s gostima, pravilno i pravovremeno najaviti promjene vježbe, tempa ili zamjenu rekvizita.

Aktivnost započinje točno u najavljeno vrijeme predstavljanjem i najavom vježbi i rekvizita. Vježbe uvijek počinju na lijevu stranu, licem prema gostima, a kreće se zagrijavanjem. Po završetku aktivnosti potrebno je napraviti istežanje i odjavu te zahvaliti gostima.

Pod Fun program spadaju aktivnosti zabavnog karaktera, koje privlače sve veći broj gostiju. Pod Fun program spadaju kreativne i rekreativne aktivnosti kao što su:

- Kreativne radionice – nature mandala, cactus art, pebble art, coffee art..
- Sportski turniri – darts, badminton, mini football, mini golf..
- Natjecanja i ekipne igre – igre na bazenu, olimpijske igre
- Škole plesa – salsa, bachata, samba, trbušni ples..
- Bike ture
- Vodeni sportovi i sl. – pool games, kayak, sup demo..

Evening program se održava u večernjim satima nakon 19:00 sati, a traju do najkasnije 23:00 sata.

Uključuje ponudu zabavno – glazbenih programa za sve dobne uzraste, koje izvode animatori i vanjski suradnici poput plesnih klubova, mađioničara, akrobata i slično. Karakteristično je za večernji program da se okupi velik broj ljudi. Večernji program se odvija u dogovoru s odjelom hrane i pića te se tako promovira cijeli objekt.

Aminess Activities Team organizira večernje programe u odnosu na dobne skupine:

- Kids evening Programe
- Teen evening Programe
- Evening Programe

Kids evening programi su namijenjeni obiteljima i djeci, specifični su po vrsti glazbe koja se koristi, kostimima te koreografijama i igrama koji su prilagođeni djeci. Na dječjoj večernjoj animaciji sudjeluje i Mirami maskota – hobotnica koja poziva djecu na druženje i pleše s njima.

Kids (dječji) večernji program sastoji se od nekoliko vrsta programa:

- Mirami Mini disco
- Mirami Balloon party
- Mirami Carnival party
- Mini cinema
- Kids show "Fantasy"

Teen evening program namijenjen je druženju i međusobnom upoznavanju. Prilikom odvijanja večernjeg programa važna je i dekoracija prostora za što bolji ugođaj.

Teen večernji program može biti:

- Teen Movie night
- Teen Game night
- Teen Halloween games
- Teen Hollywood party
- Teen Neon bash

Evening program namijenjen je odraslima, a definira ga voditelj animacije u dogovoru s direktorom objekta i direktorom operacija. Najčešće ga izvode vanjski suradnici čiji je rad jasno ugovoren.

Večernji program može biti:

- Bingo
- Music/ Pub / Movie Quiz
- Plesni show

- Magic show
- Fire show
- Open – Air Movie night
- Live music
- Acoustic night

Za vrijeme svih večernjih programa animatori su dužni voditi brigu o kostimografiji i scenografiji prilagođenu programima koji se izvode kako bi se postigla što bolja atmosfera i doživljaj gostiju te team leader destinacije mora biti u konstantnom kontaktu i dogovoru sa vanjskim izvođačima poput izvođača žive glazbe ili neke plesne skupine, mađioničara i slično.

8.4. Odgovornosti voditelja animacijskog tima i animatora

Voditelj animacijskog tima kao i svi ostali animatori u destinaciji dužni su ostvariti zabavnu turističku sezonu, punu doživljaja i događaja.

Voditelj tima sastavlja plan i program animacije, održava timske sastanke, dogovara vanjske suradnike, prati sate rada animatora i evidencije dolazaka gostiju, komunicira između menadžera, direktora i animatora, te mora biti informiran o svim promjenama i mora rješavati sve nepravilnosti i nedostatke koji se mogu pojaviti. (Popov, K. 2019.)

Animator i cijeli animacijski tim moraju biti konstantno povezani, informirani, u neposrednom kontaktu sa ostalim osobljem, surađivati međusobno, pozdravljati sve goste i uvijek biti nasmijani.

Slika 2 Primjer rasporeda i evidencije sati

Aminess PLAN R

AMINESS ATEA CAMPING RESORT, 21. 07. 2021

	PROGRAM	ANIMATOR	BROJ GOSTI	PLAN SATI	ODR. SATI
8:00 - 9:00	MORNING ROUTINE	HAJA	4	1	1
9:00 - 11:00	MIRAMI FUN ZONE	HAJA KATARINA	15	2	2
11:00 - 12:00	MINI FOOTBALL	-11-	12	1	1
12:00 - 12:30	Pause				
13:00 - 14:00	PEBBLE ART	IVANA	7	1	1
14:00 - 17:00	MIRAMI FUN ZONE	KATARINA IVANA	16	3	3
17:00 - 18:00	FULL BODY WORKOUT	KATARINA	8	1	1
18:00 - 18:30	KAMP INFO	IVANA, HAJA		1	1
19:30 - 21:00	MIRAMI MINI DISCO	IVANA HAJA	15	1.5	1.5
21:00 - 22:00	ACTIVITY BINGO (@ HAJA)	ZRINKA DOBROTEA IVA HAJA	24	1.5	1.5

Izvor: izrada autora

Slika 3 Primjer vizuala plakata za tematski dan



Izvor: izrada autora

Slika 4. Primjer tjednog rasporeda za rujan

	UTO TUE	SRI WED	ČET THU	PET FRI	SUB SAT	NED SUN
KIDS ACTIVITIES 4 - 10 Y						
10:00 - 12:00 @ MIRAM FUN FACTORY	MIRAM EXPLORER CRAFTS	MIRAM ROLEPLAY CRAFTS	MIRAM COLOR CRAFTS	MIRAM FUN CRAFTS	MIRAM SPORT & FIT ACADEMY	TREASURE OF MIRAM CRAFTS
14:00 - 16:00 @ MIRAM FUN FACTORY	MIRAM EXPLORER GAMES	MIRAM ROLEPLAY GAMES	MIRAM COLOR GAMES	MIRAM FUN GAMES	MIRAM SPORT & FIT GAMES	TREASURE OF MIRAM GAMES
TEEN ACTIVITIES 10 - 15 Y						
16:00 - 18:00 @ TEEN ROOM	PS4 GAME TIME	GRAFFITI SCHOOL	TABLET & BILLIARDS TOURNAMENT	TABLET & TENNIS TOURNAMENT	PIXEL ART	LONG FLIP TOURNAMENT
19:30 - 21:30 @ TEEN ROOM	TEEN DANCE PARTY	TEEN MOVIE NIGHT	TEEN GAME NIGHT	TEEN DANCE PARTY	TEEN MOVIE NIGHT	TEEN GAME NIGHT
SPORT & FUN ACTIVITIES						
9:00 @ BEACH STAGE	EASY STRETCHING	PILATES	MORNING GYMNASICS	EASY MORNING ROUTINE	TOTAL BODY WORKOUT	YOGA
11:00 @ BEACH STAGE	AQUA AEROBIC	AQUA FIT	AQUA AEROBIC	AQUA AEROBIC	AQUA AEROBIC	AQUA FIT
16:00 @ BEACH STAGE	DANCING FUN TIME Balka	MINI GOLF	DANCING FUN TIME Latin Line Balka	POOL GAMES	DANCING FUN TIME Balka	AQUA VOLLEY
EVENING PROGRAM						
19:30 @ TEEN STAGE	MIRAM CINEMA	MIRAM MINI DISCO	MIRAM CINEMA	MIRAM MINI DISCO	MIRAM BUBBLE PARTY	MIRAM MINI DISCO

Izvor: izrada autora

Na tjednom rasporedu važno je naglasiti na koji se objekt aktivnost odnosi, koji dan, u koje vrijeme i na kojem mjestu se održava.

8.5. Komunikacija u Aminess Activities Team-u

Glavni temelj svake animacijske aktivnosti je komunikacija. Da bi komunikacija bila uspješna, animator mora dati gostu razumljive, zanimljive i sažete informacije koje ga neće zbuniti već od kojih će imati koristi.

Animatori komuniciraju verbalnom i neverbalnom komunikacijom.

Verbalna komunikacija se događa kad je sredstvo prijenosa informacija između animatora i gosta riječ, kombinacija riječi, odnosno izgovorena poruka ili informacija.

Animatori verbalno komuniciraju:

- Licem u lice
- Preko razglasa
- Grupno na aktivnostima

Tijekom verbalne komunikacije vrlo se brzo otklone sve nejasnoće, brzina prijenosa je vrlo visoka kao i sigurnost da je gost primio informaciju.

Pisani oblik informacija može se smatrati tjedni raspored koji se postavlja na razne punkteve u objektu.

Još jedan vrlo važan oblik komunikacije jest neverbalna komunikacija. Držanje tijela, ponašanje i pokreti za vrijeme izvođenja aktivnosti i na pozornici, brzina i jačina govora, način pristupa gostu.

U Aminess Activities Teamu nepoželjni i nedopustivi oblici ponašanja i komunikacije su:

- Stav „nezadovoljan sam radom“
- Pod stresom sam
- Ne kontroliram situaciju
- Neljubazan
- Pogrbljenog hoda ili spuštene glave

- Izbjegavanje pogleda
- Stav nestrpljivosti, ljutnje ili nervoze
- Prekrštene ruke, podignut kažiprst, odmahivanje rukom
- Neuredna i loša osobna higijena

8.6. Kanali promocije animacije u Aminess Hotels & Campsites

Promocija programa čini osnovu uspješnosti organizacije svih animacijskih sadržaja i programa. Kako bi gosti što jednostavnije pratili ponudu dnevnog i večernjeg programa animacije, postoji više kanala promocije:

- Plakati
- Active info
- Kids info
- Mikrofon najave
- Web objave
- Info TV

Plakati se izrađuju prema već unaprijed definiranim vizualnim rješenjima. Postojeće podloge, boje ili fontovi se ne smiju mijenjati. Plakati uvijek trebaju biti čisti i čitavi, postojanih boja i s točnim informacijama. Svakodnevno se kontroliraju te se po potrebi mijenjaju oštećeni plakati.

Active info se provodi svakodnevno i u svakom trenutku, gdje animatori veselo pozivaju goste na sudjelovanje u svim ponuđenim aktivnostima i pružaju informacije o događanjima i ponudi.

Kids info se provodi samo u hotelima – svaki dan Team Leader preuzima od recepcije popis djece u hotelu, na osnovu kojeg priprema pozivnice za sudjelovanje u Mirami igraonicu, a zatim ih dijeli po sobama.

Mikrofon najave se provode prije i nakon aktivnosti, a mogu se raditi i nevezano za održavanje neke aktivnosti. Odrađuju se na hrvatskom i engleskom, a mogu se upotpuniti i drugim jezikom.

Web objave se nalaze na službenim stranicama Aminess hoteli & kampovi, redovito se objavljuju i ažuriraju ponude za tjedni program. Dodatno se objavljuju i na službenim Facebook i Instagram profilima.

Info TV se nalazi u Aminess hotelima i kampovima gdje se također pokazuju ažurirani tjedni programi.

9. EKONOMSKI UČINCI ANIMACIJE

Učinci turističke animacije su mnogobrojni, ali teško mjerljivi. Ekonomski učinci mogli bi se grupirati u:

- Neposredne ekonomske učinke
- Posredne učinke očekivanog zadovoljstva
- Društvene učinke – imidž destinacije

Neposredni učinci se iskazuju u novčanoj vrijednosti i oni su najčešći od prodaja raznih ulaznica. Aminess Activities Team nema neposrednih učinaka jer su sve aktivnosti besplatne te animatori ne primaju direktnu novčanu naknadu od gosta za pristupanje nekoj aktivnosti.

Posredni učinci su najčešći učinci u Aminess animaciji. To su oni koji se dogode u nekom drugom odjelu za vrijeme ili nakon vremena održavanja aktivnosti. Kao najbolji primjer je večernji program koji se događa često u neposrednoj blizini odjela hrane i pića te se za vrijeme tih aktivnosti povećano konzumiraju hrana i piće i ostvaruju veći financijski prihodi nego inače. Također, određeni gosti dolaze baš zbog animacijskog programa u određene objekte te se ostvaruje prihod od noćenja. Također gosti se zbog animacijskih programa zadržavaju i za vrijeme loše vremenske prognoze, što opet dovodi do prihoda od noćenja.

Kao zadnje vrlo su važni i društveni učinci. Gosti se preko aktivnosti upoznaju i sa samom destinacijom, npr. za vrijeme bike i sup tura, te se gosti na taj način motiviraju za ponovni dolazak.

Prema procjenama direktora smatra se da se oko 20% gostiju vraća zbog animacije u hotelskom poslovanju, te oko 35% u poslovanju kampova koji su u portfelju Aminess Hotels & Campsites. Najčešće su to obitelji s djecom upravo zato što Aminess Activities Team u dječjim aktivnostima pruža puno zabave te djeci omogućuje ispunjen odmor pun radionica i kreativnih uspomena koje

nose kući po završetku odmora. Djeca se najčešće vežu za animatore te ih pamte, što utječe na povratak gostiju jer znaju da će njihova djeca biti zadovoljna i sretna što je njima najvažnije, a s druge strane stekli su sigurnost ostavljanja djece s animacijskim timom te će opuštenije provoditi vrijeme bez djece.

Osim procjene, zadovoljstvo gostiju može se vidjeti i na stranicama Bookinga gdje se pomoću filtracija recenzija mogu pročitati komentari gostiju, a u nastavku je navedeno njih nekoliko:

Veliki zabavni program i glazba uživo. Sportska ponuda i usluga najma bicikala/skutera. (izvorno: - *Großes Live-Musik und Animationsprogramm. Sportangebot und Fahrrad/Rollerverleih. 03.09.2021.*)

Hotel odmah uz plažu, u večernjim satima zabavna animacija. (izvorno: - *Hotel gleich neben dem Strand, am abend coole animationen 26.08.2021.*)

Animacijski tim je najbolji koji smo do sad upoznali (izvorno: - *as Animationsteam ist das beste das wir bis jetzt kennen lernen durften. 14.07.2021.*)

Izvor recenzija: <https://www.booking.com/hotel/hr/maestral-novigrad.hr>. (pristup 26.03.2022.). Na bookingu je, također, moguće pronaći i recenzije za ostale objekte iz Aminess portfelja, a vezane uz animaciju.

10. ZAKLJUČAK

Svaki turistički objekt želi da su njegovi gosti zadovoljni i puni doživljaja i iskustva kako bi se vratili oni sami, a putem storytellinga svoje pozitivno iskustvo prenijeli i na nove potencijalne goste. Sam korijen riječi animacije dolazi od latinske riječi anima koja označava dušu odnosno animare koja znači oživjeti. Upravo zato animacija i animacijski tim oživljavaju boravak gostiju u turističkom objektu. Animacijski program mora biti dovoljno dobar i pružiti količinu zadovoljstva koja će nadoknaditi sve nedostatke objekta kako bi gosti, bez obzira na sve, ostajali u objektu i provodili vrijeme upravo tamo gdje su smješteni te ostvarivali veću turističku potrošnju. Animacijski programi najčešće se dijele prema uzrastu i dobi dana. Najčešće podijele su na dječje, za tinejdžere i odrasle, te na jutarnje, podnevne i večernje aktivnosti. Prema vrsti mogu biti sportske, zabavne, kreativne i razne tematske. Animacija kao takva mora poštovati načela koja su ključna za ostvarivanje željenih ciljeva. Načela govore da svaki gost mora imati slobodu birati aktivnosti na kojima želi aktivno ili pasivno sudjelovati, svi gosti moraju biti ravnopravni za animatora te on mora prilagođavati program kako bi mogli sudjelovati svi gosti. Animator mora imati određene psihofizičke karakteristike, mora biti otvorena i komunikativna osoba, snalažljiva i dobro organizirana, te spremna na razne situacije. Mora biti zdravog duha i dobre fizičke spremnosti. Mora biti informator, kreator slobodnog vremena i na kraju prijatelj gostu. Dobar komunikator jedna je od najvažnijih osobina koju treba animator posjedovati. U primjeru Aminess Hotels & Campsites i analizi načina rada može se zaključiti da je potrebno davati gostu razumljive, zanimljive i sažete informacije koje su korisne za upotpunjavanje njegovog odmora. Važno je da neverbalna i verbalna komunikacija budu uvijek usklađene i odaju prijateljski odnos prema gostu baš kao što Aminess označava prijateljstvo bez kraja. Animacija u Aminess Hotels & Campsites nudi sportske programe, zabavne aktivnosti, glazbene i plesne aktivnosti, školu plivanja i plesa, živu večernju glazbu, programe za tinejdžere, turnire i edukativne radionice, rekreativni sadržaj te pregršt programa za djecu u prilagođenim dječjim igraonicama koje su podijeljene u nekoliko kategorija ovisno o opremljenosti samog objekta. One su ujedno najvažnije jer upravo obitelji s djecom najčešće se vraćaju u objekt isključivo zbog animacije i animatora u hotelima i kampovima. Aminess animacijski program je besplatan, ali ima druge posredne učinke koji donose prihode. Svi večernji i dječji programi održavaju se u blizini barova i restorana u objektu kako bi se za vrijeme aktivnosti ostvario što veći turistički promet i čime se ostvaruje cilj animacije – s jedne strane

doživljaj gostiju je pozitivan i oni odlaze zadovoljni što se vidi po recenzijama, a s druge strane ostvaruje se turistička potrošnja u objektima.

11. POPIS LITERATURE

1. Aminess Hotels & Campsites, o nama. - <https://biz.aminess.com/o-nama/> (pristup: 19.03.2022.)
2. Blažević B., "Turizam u gospodarskom sustavu", Fakultet za turistički i hotelski menadžment Opatija, Opatija 2007.
3. Booking.com Hotel Maestral: <https://www.booking.com/hotel/hr/maestral-novigrad.hr> (pristup: 26.03.2022.)
4. Cerović, Z.: "Animacija u turizmu", Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2008.
5. Cerović, Z.: "Sportski programi u funkciji povećanja turističke potrošnje", Opatija, 2004.
6. Radović, I.: Animacijski programi za obitelji s malom djecom, Pula, 2019.
7. Jadrešić, V.: "Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni", Zbornik istraživanja, Sveučilište u Splitu – Školska knjiga, Zagreb 2001.
8. Janković, V. : " Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi", Pedagoško – književni zbor, Zagreb 1973.
9. Popov, K.:Turistička animacija za djecu predškolske dobi, Pula, 2019.
10. Krippendorf, J. : "Putujuće čovječanstvo", SGL Zagreb, Zagreb, 1996.
11. Martinić, T.: "Slobodno vrijeme i suvremeno društvo", Informator, Zagreb, 1997.,
12. Pirjevec, B., Kesar, O.: "Počela turizma", Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2001.

12. POPIS SLIKA

Slika 1 Pretpostavke za ostvarivanje animacijskih sadržaja	15
Slika 2 Primjer rasporeda i evidencije sati	28
Slika 3 Primjer vizuala plakata za tematski dan	29
Slika 4 Primjer tjednog rasporeda za rujan	29