

# PROFIL SPORTSKIH ANIMATORA

---

**Jelić, Antonia**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2021**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Kinesiology / Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:117:974639>

*Rights / Prava:* [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-30**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Faculty of Kinesiology, University of Zagreb - KIFoREP](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU**  
**KINEZIOLOŠKI FAKULTET**  
**(studij za stjecanje akademskog naziva:**  
**magistar kineziologije)**

**Antonia Jelić**  
**PROFIL SPORTSKIH ANIMATORA**  
diplomski rad

**Mentor:**  
**izv.prof.dr.sc Sanela Škorić**

Zagreb, rujan, 2021.

Ovim potpisima se potvrđuje da je ovo završena verzija diplomskog rada koja je obranjena pred Povjerenstvom, s unesenim korekcijama koje je Povjerenstvo zahtijevalo na obrani te da je ova tiskana verzija istovjetna elektroničkoj verziji predanoj u Knjižnici.

Mentor:

Izv.prof.dr.sc Sanela Škorić

---

Student:

Antonia Jelić

---

## PROFIL SPORTSKIH ANIMATORA

### **Sažetak:**

Turizam je u svom razvoju prošao kroz nekoliko transformacija. Danas je jasno kako se više ne razvija na „3S“ ponudi koja se bazira na suncu, moru i pijesku. Turisti su znatno zahtjevniji, traže sadržajni boravak, čitavo iskustvo i niz faktora koji će njihov boravak u nekom mjestu učiniti prilagođenim upravo njima. U ovom procesu, od izuzetne je važnosti turistička animacija kao dodana vrijednost na osnovne parametre turističke ponude. Postoji nekoliko grana turističke animacije, a u ovom radu fokus je na sportskoj animaciji i njezinoj ulozi u razvoju turističke ponude. Animatori su nositelji ovih aktivnosti i u neposrednom su kontaktu sa turistima te je nužno da posjeduju određena znanja, vještine i osobine koje će im omogućiti da na najbolji način obavljaju svoj posao, te će se detaljnije objasniti koje su to osobine i karakteristike.

**Ključne riječi:** turizam, animacija, animator, vještine

## PROFILE OF SPORT ANIMATORS

### **Abstract:**

Tourism has undergone several transformations in its development. Today, it is clear that it is no longer developing on the "3S" offer, which is based on the sun, sea and sand. Tourists are much more demanding, looking for a more meaningful stay, the whole experience and a number of factors that will make their stay in a place tailored to them. In this process, tourist animation is extremely important as an added value to the basic parameters of the tourism offer. There are several branches of tourist animation, and in this paper the focus is on sports animation and its role in the development of the tourist offer. Animators are the bearers of these activities and are in direct contact with tourists and it is necessary that they possess certain knowledge, skills and characteristics that will enable them to do their job in the best way, and will explain in more detail what these characteristics.

**Key words:** tourism, entertainment, animator, skills

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	2
<b>2. TURIZAM</b> .....	3
2.1 Razvoj društva i razvoj turizma .....	3
<b>3. TURISTIČKA ANIMACIJA</b> .....	5
3.1 Ciljevi animacije .....	6
3.2 Programi turističke animacije .....	7
3.3 Vrste turističkih animatora .....	12
<b>4. SPORTSKO REKREACIJSKI PROGRAMI ANIMACIJE</b> .....	15
4.1 Sportski animator .....	17
4.2 Profil sportskog animatora .....	18
<b>5. ANIMACIJA U VRIJEME „NOVOG NORMALNOG“</b> .....	22
<b>6. ZAKLJUČAK</b> .....	23
<b>7. LITERATURA</b> .....	24
<b>8. POPIS SLIKA I TABLICA</b> .....	26
8.1 Popis slika .....	26
8.2 Popis tablica .....	26

## 1. UVOD

Turizam je na našem području jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti te je stoga predmetom brojnih istraživanja jer teži konstantnom napretku, praćenju i postavljanju svjetskih trendova, pa posljedično razvitku koji donosi zaradu. Međutim i sam UNWTO naglašava kako turizam nije isključivo gospodarska djelatnost, već i aktivnost kojom čovjek unaprjeđuje svoje ljudske osobine (UNWTO, 2001). Upravo u ovom procesu dolaze do izražaja animatori koji su usko povezani sa samim gostom odnosno turistom i pomažu mu u ostvarenju tog cilja.

Konstruktivni elementi turizma su: turistička ponuda i turistička potražnja (Gržinić, 2019, str 20). Ti elementi međusobno zavise jedan o drugome. Prateći svjetske trendove, odnosno potražnju cilj nam je kreirati što bolju ponudu za turista koji će posjetiti određenu destinaciju. Upravo ovdje javlja se animacija kao dodatna vrijednost turističkoj ponudi. Kao što nije svejedno kakav će nam kuhar pripremiti hranu, tako ne može ni svaka osoba biti turistički animator i potrebno je imati niz znanja i osobina kako bi se „servirala“ kvalitetna usluga.

Cilj je ovog rada prikazati važnost animacije u turističkoj ponudi, te objasniti koji su zadaci jednog sportskog animatora i koje su poželjne karakteristike osobe koja želi postati animator. Pri tome će se koristiti različiti domaći i strani izvori literature u obliku stručnih i znanstvenih radova, ali i osobno iskustvo autorice.

## 2. TURIZAM

Turizam je kompleksan i interdisciplinarni pojam što znači da će ga različite djelatnosti različito definirati. Nas će u ovom radu zanimati kineziološko gledište odnosno utjecaj sporta, sportskih, rekreativnih i kinezioloških aktivnosti na turizam.

Da bi mogli govoriti o turizmu moraju se ispuniti dva kriterija: oni koji sudjeluju u turističkim kretanjima moraju imati mogućnosti u vidu slobodnih sredstava i slobodnog vremena (Gržinić, 2019, str 17). Dakle tek kad su zadovoljene primarne potreba čovjeka, tek je tada moguće razmišljati o tome kako iskoristiti svoje slobodno vrijeme, odnosno kako zadovoljiti svoje sekundarne potrebe. Putovanja i sam turizam spadaju upravo u tu kategoriju sekundarnih potreba, a ne zadovoljavaju ju svi na jednak način. Zato postoji tržište koje određuje trendove, no pojedinci su ti koji, ovisno o svojim potrebama i željama, potražuju konkretnu destinaciju. Tako će se jedni odlučiti za primjerice odlazak na hodočašće u destinaciju koja je važna za vjersku povijest, a drugi za posjećivanje neke destinacije zbog velikog koncerta, i sl. Drugim riječima, turist je osoba koja putuje izvan mjesta svog stalnog boravka, radi ispunjenja nekih osobnih ciljeva i motiva (npr. odmor, razonoda, sport, vjera, učenje jezika...) (Gržinić, 2019, str. 28).

Cerović (2008, str. 26) navodi kako će se turistička ponuda

„sve više morati prilagođavati uvjetima koje određuje potražnja i potrebe turista. Potrebe za doživljajem i događajima koji imaju za cilj učiniti boravak turistima sadržajnijim i bogatijim u kojem prevladava želja za doživljajem i događajima koji ispunjavaju potrebe turistima koji su doputovali u neku turističku destinaciju. Jednu od važnijih uloga upravo ima potražnja za sadržajima i programima animacije u turističkoj potražnji“.

### 2.1 Razvoj društva i razvoj turizma

Razvoju društva kakvog poznajemo danas prethodilo je nekoliko revolucija. Ona koja je značajno utjecala na razvoj turizma bila je industrijska revolucija. Povećava se broj radnih mjesta, povećava se društveni kapital, urbaniziraju se životne sredine, nastaju nove klase profesije i stilovi života. Gržinić (2019, str. 35) navodi da

„ako krenemo u razmatranje razvoja turizma uočava se da se prvi period odnosi na razvoj turizma do pedesetih godina 20. stoljeća dok se drugi veže za taj period sve do

današnjih dana. Međunarodni turizam se počinje razvijati u periodu od 1960.-1970. god., dakle pojavom industrijske revolucije. Započinje na Francuskoj rivijeri 1880-tih te potom i na Španjolskoj te na otočju Baleari (oko 1905). Destinacije sunca i mora kao i one „snježne“ počinju ujednačeno razvijati svoju popularnost (1892. godine švicarske Alpe koje postaju popularno odredište Britanaca).“

Upravo u tom razdoblju povećanog opsega rada javlja se i povećana potreba za odmorom, odnosno za turizmom. Ako bismo laika pitali zašto mu je potreban godišnji odmor ili zašto kad ima slobodnog vremena otputuje negdje, vjerojatno bi jedan od odgovora bio da se malo makne od svoje sredine, posla i stresa. Upravo je to jedan od najčešćih motiva putovanja (Hendija, 2021, str. 4).

U prošlosti je ponuda oblikovala potražnju, ljudi su mogli kupiti ono što je bilo dostupno. Danas je obrnuto i ponudu oblikujemo prema potražnji. Kada se identificira da određena skupina ljudi ima određenu potrebu (potražuje nekakvu vrstu proizvoda), ponuda reagira na način da proizvodi proizvod te vrste koja se potražuje (Cerović, 2008).

Turizam postaje masovan, a želje turista različite. Stručnjaci proučavaju tržište i zaključuju veliku strukturnu promjenu turizma. Od 1980-tih do 1990-tih godina iz 3S modela (engl. *sun, sea, sand*) u 6E model (engl. *entertainment, excitement, education, escape, experience, eology*) (Hendija, 2021, str. 19). Dok je 3S generacija htjela masovno i neometano ležati na plaži uživajući u miru na suncu, odmarajući dušu i tijelo, 6E generacija potražuje iskustvo na kojem može ponešto naučiti, ali se i dobro zabaviti. Razvojem novih tehnologija javlja se Y ili takozvana milenijska generacija i već 2000-tih potražuje noviji oblik turizma 5M (engl. *millenials, mobile, moderate growth, multitasking, multidivezification*) koji se javlja kao nadogradnja 6E modela (Hendija, 2021, str. 19). Dakle ova generacija traži veći broj aktivnosti, često i sportskih aktivnosti, odmori su vezani uz internet i društvene mreže. Turiste se može detaljno informirati o lokaciji prije nego dođu na istu, a oni se mogu kontinuirano javljati svojim prijateljima i poznanicima iz mjesta boravka.

„Iako turizam kao industrija na globalnoj razini bilježi veliki rast te je potkraj 2012. godine prvi put u povijesti zabilježena milijarda međunarodnih dolazaka turista u jednoj godini (oni koji su putovali izvan zemlje boravišta), europsko tržište još uvijek potresa gospodarska kriza, što utječe i na turistička kretanja. Promjenjivi gospodarski uvjeti, izmijenjeno ponašanje potrošača i nove tehnologije uzrokuju nastanak novih tržišta“ (Bašić, 2015, str. 409).



Usred pandemije COVID-19 virusa turizam prvi puta bilježi značajan pad (UNWTO, 2021), granice se zatvaraju uvode se mjere izolacije, zabrane okupljanja. Sve to imalo je izrazit odraz na gospodarsku situaciju, pa tako i na turizam. Popuštanjem pandemijskih mjera i procjepljivanjem populacije predviđaju se novi trendovi u turizmu. Destinacije pripremaju novi model turizma fokusiran na sigurnost, privatnost i zdravlje (Hendija, 2021, str. 21). Ranasinghe i sur. (2020) navode da je turizam jedna od najbrže rastućih industrija na svjetskoj razini i da se očekuje da će odigrati važnu socio-ekonomsku ulogu u oporavku od COVID-19 krize. Također, predlažu i nekoliko preporuka za hotele i druge turističke subjekte, te navode kako je važno korisniku dati fleksibilnost odnosno ukinuti obvezu ranijeg plaćanja.

### **3. TURISTIČKA ANIMACIJA**

Sam pojam animacije nastaje od latinske riječi „anima“ što u prijevodu znači duša, oživljavanje, motiviranje. Ivanovski (2011) ukazuje na aspekte animacije poput zabave, opuštanja, aktivnog odmora i vježbanja, te navodi kako je upravo te aspekte potrebno sagledati i istraživati. Turističku animaciju različiti autori definiraju na različite (svoje) načine. Tako primjerice Cerović (2008, str. 45) animaciju definira kao „ljubazan poziv na zajedničku aktivnost.“ Isti autor animaciju objašnjava 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“.

Moguće je vidjeti kako se u objašnjenjima animacije isprepliću pojmovi kao što su ljubaznost, zabava, oduševljenje. Ono što je ključno za razumijevanje animacije, jest nastojanje da turist pozitivno doživi destinaciju i da sa sobom kući ponese zabavne uspomene, u očekivanju da će se i slijedeće godine vratiti na istu destinaciju, neovisno o tome govorimo li o pojedinom hotelu, kampu, naselju. Turistička je animacija naime, organizirana aktivnost može se odvijati u hotelima, kampovima, na različitim sportskim događanjima, na organiziranim putovanjima. Podrazumijeva kreiranje, a zatim i realizaciju programa različitog sadržaja (zabavnog, edukativnog, sportskog i sl.) namijenjenog različitim korisnicima (djeca ili odrasli) od strane posebno educiranog kadra – animatora. Detaljnije o samim programima, te animatorima u nastavku rada.

### 3.1 Ciljevi animacije

Glavni cilj animacije je zadovoljavanje dodatnih potreba turista, odnosno ona je dodatna vrijednost uz određeni (osnovni) paket koji primjerice uključuje uslugu smještaja i prehrane.

Ivanovski (2011, str. 105) smatra kako „animacija ima polivalentnu ulogu. Njen značaj se ne iscrpljuje samo u sportsko turističkoj industriji. Ona je sve prisutnija u sportskim događanjima. Poznato je da afirmirane kompanije u svijetu organiziraju događaje u kojima su postavljeni zahtjevi sportsko rekreativnog sadržaja.“

Ciljevi animacije s druge strane često su ekonomski. Animacija se odvija prema unaprijed točno smišljenom planu i programu na točno određenim mjestima upravo zato da bi se postigli ekonomski ciljevi. Primjerice dječja plesna priredba uobičajeno se odvija pored ili u sklopu ugostiteljskog objekta i to iz dva razloga: kako bi roditelji, ukoliko to žele, bili u blizini djece, te istovremeno uživati u piću koje naravno moraju platiti. Učinci animacijskih programa tako su kvantitativno mjerljivi npr. povećanom prodajom pića na mjestu animacijskih aktivnosti, što samim menadžerima hotela, kampova i sl., omogućuje praćenje uspješnosti samih programa.

Tako prema Ceroviću (2008, str. 141), učinke animacije možemo podijeliti na:

1. neposredne ili ekonomske učinke,
2. posredne ili učinke očekivanog zadovoljstva,
3. društvene ili učinke od interesa za širu turističku zajednicu (imidž destinacije).

Drugim riječima, zbog povećanja turističke potrošnje i općeg zadovoljstva turista, animaciji se nameću dva cilja (Bačić, 2017):

1. zadovoljstvo turista – animator pomaže turistu da u potpunosti doživi destinaciju, te
2. turistička potrošnja – animacijskim aktivnostima navodi se turiste na povećanu potrošnju.

No, važno je naglasiti kako animacijski programi osim što generiraju određene ekonomske učinke, kao i svaka druga poslovna aktivnost, nameću subjektu koji ih provodi i određene troškove. I, „svaki će uspješan menadžer osigurati evidenciju svih ulaznih troškova. Da bi se mogao ocijeniti utjecaj pojedinoga programa na ukupan rezultat, mora se usporediti odnos određenih troškova, prihoda i rezultata.“ (Cerović, 2008, str. 146)

## 3.2 Programi turističke animacije

Kao što je ranije navedeno, animacija podrazumijeva kreiranje te provođenje različitih programa. Same programe kreira voditelj animacije u suradnji s animatorima, odnosno prema sposobnostima svojih animatora. Animator svojim idejama i prijedlozima aktivno sudjeluje u kreiranju programa animacije. Program, osim o animatoru, ovisi i o nekim vanjskim faktorima, primjerice infrastruktura, financije i sl. o čemu će više riječi biti u nastavku rada.

Različiti autori prema različitim kriterijima dijele programe turističke animacije, mi ćemo se za potrebe ovog rada držati podjele Sankovića (2015) koji u fokus stavlja dob i potrebe korisnika.

Programe animacijskih aktivnosti moguće je podijeliti na:

- animacijske programe za djecu: kreativne aktivnosti i radionice, glazbeno-plesni programi, potraga za blagom;
- animacijske programe za odrasle: škola plesa, mini golf, stolni tenis;
- sportsko-animacijske programe: pilates, zumba, funkcionalni trening, aqua aerobic;
- večernje animacijske programe: dramsko-plesni za djecu, koncerti, glazbeno-plesni programi za odrasle;
- posebne animacijske programe: organizirani izleti uglavnom uz nadoplatu (npr. *paintball*, biciklističke ture, ture kajakom, itd.).

Sve podjele kako programa, tako i samih zaduženja, odnosno uloga animatora, podložne su promjenama i ovise o specifičnim zahtjevima gostiju na određenoj destinaciji. Tako primjerice u nekim hotelima u većoj mjeri borave obitelji s malom djecom, a manje je mladih parova. U tom slučaju dobro je dječju animaciju razgranati na kategorije poput programi za bebe (eng. *Baby*), programi za djecu predškolskog uzrasta (eng. *Toddler*), programi za djecu školskog uzrasta (eng. *Kids*), programi za tinejdžere (eng. *Teen*), kako bi aktivnosti bile kvalitetnije određene s obzirom na dob djece koja borave na destinaciji. Animacijski tim mora stalno biti u kontaktu kako međusobno tako i s ostatkom kolektiva u nekom objektu kako bi se korisniku prezentirala što kvalitetnija usluga.

*Animacijski programi za djecu* organizirani su kao cjelodnevni programi na otvorenom ili zatvorenom, animator svaki dan određuje temu (prema unaprijed smišljenom rasporedu) pa su sve aktivnosti tijekom dana fokusirane na tu temu. Na slici 1. moguće je vidjeti primjer jednog takvog programa, aktivnosti usmjerene na dan Indijanaca i kreativnu izradu kostima.



*Slika 1 Dnevni programi za djecu- dan Indijanaca (osobna arhiva autorice)*

*Animacijski programi za odrasle* podrazumijevaju dnevne aktivnosti za odrasle, i to najčešće organizirane kao kineziološke aktivnosti nižeg intenziteta, poput primjerice stolnog tenisa (slika 2.).



*Slika 2 Animacijski programi za odrasle-stolni tenis (osobna arhiva autorice)*

*Sportsko-animacijski programi* podrazumijevaju organizirane sportsko-rekreativne aktivnosti prilagođene većem broju ljudi prezentirane na zabavan način. Jedan od poznatijih trendova u svijetu animacije ovog tipa je *aqua aerobic* (slika 3.). Više o ovoj vrsti animacijskih programa u daljnjem tekstu.



*Slika 3 Sportsko-rekreacijski programi za odrasle- aqua aerobic (osobna arhiva autorice)*



*Večernji animacijski programi* spajaju sve goste objekta pozivaju ih na zajedničko druženje i uživanje. Jedan od takvih primjera je dječja plesna priredba „Mini disco“ gdje djeca prikazuju naučene koreografije tijekom dana (slika 4.).



*Slika 4 Večernji programi za djecu- Mini disco (osobna arhiva autorice)*

*Posebni animacijski programi* organiziraju se ukoliko postoji zainteresiranost dovoljnog broja korisnika. Potrebna je nadoplata za najam opreme, kao primjerice u *paintballu* (slika 5.)



*Slika 5 Posebni animacijski programi- paintball (osobna arhiva autorice)*

Kreiranje i organizacija animacijskih programa događa se mjesecima prije njihove provedbe, a za ovaj je proces zadužen voditelj animacije u neposrednoj suradnji s animatorima. Voditelj animacije je osoba zadužena za cijeli tim ili više timova animatora, odgovara menadžerima, izlaže ciljeve i predlaže budžet za potrebe animacije u objektu. Voditelj je zadužen je za niz organizacijskih postupaka koje je potrebno provesti prije same realizacije animacijskih programa, a neke od tih aktivnosti uključuju:

- provođenje ankete o zainteresiranosti korisnika za animacijske programe;
- osmišljavanje aktivnosti;
- naručivanje potrebnog materijala;
- pronalazak stručnog kadra za provedbu aktivnosti;
- edukacija animatora;
- po potrebi organizacija smještaja i prijevoza za animatore;
- organizacija rasporeda rada;
- dogovaranje financijskih sredstava s drugim menadžerima;
- priprema potrebne infrastrukture;
- praćenje rada animatora;
- održavanje sastanaka radi dogovore s animatorima i to na dnevnoj i tjednoj razini;
- praćenje zadovoljstva turista s pruženim uslugama.

Turistička animacija obuhvaća širok spektar raznih aktivnosti, i kako bi se animacijski programi mogli provesti potrebno je puno ispuniti određene uvjete. Naime, mogućnost provedbe animacijskih aktivnost ovisit će o:

- raspoloživoj infrastrukturi (npr. bazen za školu plivanja);
- raspoloživim pomagalima-rekvizitima (npr. bicikli za biciklističku turu);
- dostupnom stručnom kadru (npr. pilates instruktor za pilates);
- dijelu godine (npr. odbojku na pijesku ne možemo održavati zimi);
- interesu turista (npr. školu plesa nećemo održavati ako nema interesa);
- dobi turista (npr. mini disco za djecu).

Ukoliko neki od uvjeta za ostvarenje animacije nedostaje, dobar i iskusan animator uvijek će (u suradnji s timom i voditeljem animacije) imati spreman plan B (npr. održavanje programa mini disco u, unaprijed definiranom natkrivenom prostoru u slučaju lošeg vremena).

### 3.3 Vrste turističkih animatora

Iako je voditelj animacije taj koji „sastavlja plan i program, održava timske sastanke i izlaže rezultate anketa i zadovoljstva gostiju“, 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.“ (Sanković, 2015, str. 37) Animator je osoba koja svojim specifičnim osobnim karakteristikama poziva turiste na aktivno uključivanje u unaprijed pripremljene aktivnosti. To je osoba koja se povezuje s gostom na osobnoj razini, osoba koju turist pamti i nakon odmora. Ivanovski (2010) smatra da je animator ključna poveznica između turističke ponude i turista.

Kako je gore navedeno jedna od aktivnosti voditelja animacije je potraga za stručnim kadrom. Voditelj u suradnji sa stručnim suradnicima bira animatore, održava razgovore za posao i na odlučuje koga će zaposliti.

Animator može raditi za posebne kompanije koje kreiraju programe, podučavaju animatore za provedbu istih, te gotove programe agencije prodaju različitim destinacijama. U Hrvatskoj djeluje nekoliko takvih agencija, a jedne od poznatijih su „Uragan“ i „Love Carpe diem“. No, neke se destinacije odlučuju i na samostalno kreiranje programa za svoje korisnike, te zapošljavaju stručnjake za kreiranje istih. To znači da će primjerice hotel imati vlastiti tim zaposlenih koji se bavi ovim aktivnostima, koje također samostalno educira, a kako bi provodili njihove specifične programe.





## PRIDRUŽI SE AMINESS TIMU!



AMINESS  
SPORT & FUN  
friendly to activities

Pratite nas na službenoj  
Facebook stranici

POSAO u Aminessu

Prijavi se putem naše web stranice:  
[www.aminess.com](http://www.aminess.com) ili kontaktiraj voditeljicu  
AMINESS ACTIVITIES TEAM-a (Teuta Hodžaj):  
T. +385 98 312 929 | +385 52 858 631  
E. [teuta.hodzaj@aminess.com](mailto:teuta.hodzaj@aminess.com)

### Aminess activities team organizira audiciju za prijam animatora za svoje objekte u Istri i Dalmaciji

U stalnoj ste potrazi za novim iskustvima i izazovima?  
Volite raditi s ljudima?  
Komunikativni ste i dinamični?  
Prijate strane jezike – njemački, engleski, talijanski, slovenski ili možda neki drugi europski jezik?  
Volite plesati, igrati se?  
Bavite se sportom?  
Volite raditi s djecom, mladima i odraslima?  
Želite atraktivnu plaću za najdinamičniji ljetni posao?

#### POSAO ANIMATORA U NAŠEM TIMU JE ZA VASI ŠTO SE TRAZI?

Tražite se animatori s iskustvom te oni koji to žele postati, već licencirani animatori za pružanje usluga turističke animacije u Aminess hotelima i kampovima u Istri i Dalmaciji.

#### SPORTSKI ANIMATORI/SPORTSKI TRENERI

\*organizatori sportskih turnira  
\*voditelji rekreacije i tjelovježbe (studenti, licencirani voditelji rekreacije, profesori ili treneri kinziološki fakultet, trenerska škola)  
\*licencirani ZUMBA® fitness instruktori (Zumba® Gold, Zumba® Gold® Aqua-Zumba®)  
\*voditelji i organizatori škole pivanja, biciklističkih tura.

#### DJEČJI I TEEN ANIMATORI

\*rad u mini i midi klubu (kreativne radionice, igre za djecu, večernji dječji program i natjecanja)  
\*rad u Mirami entertainment mini klubu-edukativnom animacijskom programu za djecu  
\*rad u Teen room-u

#### IZVODAČI VEČERNJIH PROGRAMA/PLESAČI

\*koreograf  
\*DJ seminar  
\*večernji programi za odrasle i djecu (mimo dječji i dječji predstave)  
\*tematske večeri: muzički, zabavni interaktivni programi, kvizovi, beach party, izbori za miss/master...]



Slika 6 Oglas za posao animatora (izvor:<https://www.aminess.com>)

Na temelju animacijskih programa koji se provode, agencije iskazuju potrebe za različitim vrstama animatora, te na taj način kreiraju i natječaje za njihovo zapošljavanje. Tako je moguće razlikovati između:

- sportskih animatora (održavaju sportske i fitness programe s odraslima i djecom, organiziraju sportske turnire);
- dječji animatori (održavaju aktivnosti u Mini i Teen klubu, provode kreativne aktivnosti i potiču djecu na uključivanje u iste);
- PR animatori (zaduženi za odnose s odraslim gostima za obavještanje o vrstama programa i terminima održavanja aktivnosti);
- *all around* ili „animator za sve“ (animatori s iskustvom zaduženi za sve od navedenih uloga, tijekom radnog dana mogu obavljati sve od navedenih aktivnosti ili po potrebi zamijeniti kolegu);
- animatori plesači (sudjeluju samo na večernjim plesno/dramskim programima).

Nakon odabira potencijalnih kandidata, poslodavac kandidate poziva na seminar, odnosno edukaciju u trajanju od jednog do dva tjedna (ovisno od poslodavca i poziciju za koju se kandidat prijavio). Tijekom edukacijskog seminara (koji je uobičajeno besplatan za sve kandidate) stariji animatori i profesionalni edukatori podučavaju animatore o animacijskim programima i detaljima vezanim za destinaciju u kojoj bi trebali raditi. Konačno izabiru pojedine kandidate za određenu ulogu na određenoj destinaciji. Svaki animator zadužen je za svoj program, no svi animatori moraju funkcionirati kao cjelina koja ima jedan zadatak, a taj je

turistima pružiti boravak za pamćenje. Često se događa da se organiziraju tematski dani ili zajednički programi kada ova timska komponenta posebno dolazi do izražaja. Jer,

„teško je živjeti u timu 3, 6, 9 mjeseci. Ljudi dolaze iz različitih zemalja, s različitim ambicijama i uvjerenjima. Nije lako upravljati timom koji se sastoji od 25-50 ljudi. Svaki član tima mora shvatiti da su svi jednaki i da se uspjeh mjeri uspjehom cijelog tima. Međusobno pomaganje, disciplina, iskrenost i prijateljstvo samo su neke od osobina koje animacijski tim mora posjedovati“ (Ivanovski i Mitić, 2012, str. 41).

#### 4. SPORTSKO REKREACIJSKI PROGRAMI ANIMACIJE

Sportsko rekreacijski programi animacije upotpunjuju slobodno vrijeme turista tijekom njihovog boravka na destinaciji. Poznato je pozitivno djelovanje sporta na psiho-socijalnu sliku čovjeka. Dosadašnja su istraživanja pokazala kako „tjelesna aktivnost ima pozitivne učinke na promjene raspoloženja, a poznata je i njezina primjena u redukciji depresije“ (Žigman i Ružić, 2017, str 75), zbog lučenja hormona endorfina za vrijeme i nakon aktivnosti. Međutim, potrebno je naglasiti kako se ovo područje smatra uvijek nedovoljno istraženim zbog nedostatne tehnologije (Žigman i Ružić, 2017, str. 82). Osim toga sportska rekreacija ima veoma značajnu „korektivno - kompenzatornu ulogu. Pomoću nje mogu se ubrzati i olakšati procesi adaptacije čovjeka suvremenim uvjetima života i rada, te spriječiti prerano narušavanje njegova tjelesnog i društvenog rada. Zato ona postaje nužan činitelj u prevenciji zdravstvenog stanja organizma.“ (Relac i Bartoluci, 1982) Upravo u navedenome možemo naći znanstvenu pozadinu razloga uključivanja turista u brojne aktivnosti koje im animacijski programi nude.

„Sastavni dio turističke ponude čini i sportsko-rekreacijska ponuda koja, kao i turistička, mora biti prilagođena zahtjevima i željama korisnika.“ (Škorić, 2008, str. 79) Tako je sportsko rekreacijske programe animacije moguće podijeliti primjerice na:

- fitnes programe (pilates, jutarnja gimnastika, funkcionalni trening, zumba, aqua aerobic);
- sportske programe za djecu (mini olimpijada, mini golf, košarka u malom bazenu);
- sportske programe za odrasle (tenis, odbojka na pijesku, nogomet na pijesku, vaterpolo).

Sama struktura programa uvelike ovisi o interesu turista, a kako je već naglašeno, sve aktivnosti moraju se prilagoditi zainteresiranoj skupini. Turisti koji žele sudjelovati u ovakvim aktivnostima uglavnom se javljaju u paru ili skupinama. Stoga, ono što je organizacijski zadatak svakog sportskog animatora prije početka provedbe bilo koje aktivnosti je pokušati maksimalno homogenizirati skupinu po dobi i sposobnostima, za što je potrebno iskustvo i sposobnost prosuđivanja. Primjer homogenizacije sagledajmo na aktivnosti vaterpola u velikom bazenu. Pretpostavimo kako su se na aktivnost prijavila 3 dječaka od 8 godina, 4 mladića od 17 godina i 2 djevojke od 15 godina. Animator u tom trenutku mora procijeniti hoće li mlađi dječaci moći suparnički plivati u timu sa starijima, ili možda treba pozvati kolegu da se za dječake organizira poseban turnir.

Međutim niti jedan animacijski program ne može biti uspješan bez zainteresiranosti korisnika za uključivanje. To može biti sjajan način za opuštanje i upoznavanje same destinacije. Zanimljiv pristup u kojem se istražuje mišljenje turista o pojedinim sportsko-rekreacijskim programima donose Bogosavac, Jovanović i Dragosavljević (2012). Istraživanje se odnosi na banjalučku regiju, no smatramo kako su rezultati indikativni i moguće ih primijeniti i šire. Ipak, naglašavamo kako bi bilo zanimljivo (i potrebno) provesti isto istraživanje i u drugim destinacijama, regijama, a radi usporedbe dobivenih rezultata, te testiranja postojanja eventualnih razlika.

*Tablica 1 Odnos turista prema sportsko-rekreacijskim programima*

Odgovor	Broj ispitanika	Postotci
da	216	83.1%
ne	19	7.3%%
nisam siguran/sigurna	25	9.6%
<b>UKUPNO</b>	260	100%

(izvor: Bogosavac, Jovanović i Dragosavljević, 2012, *СПОРТСКЕ НАУКЕ И ЗДРАВЉЕ*, 3(1))

Prema rezultatima istraživanja prezentiranim u tablici 1., moguće je vidjeti da čak 83,1% turista ima pozitivan stav prema sportsko-rekreacijskim programima, što za ovu regiju znači da je tu vrstu programa poželjno implementirati u turističku ponudu njihove destinacije. Autori još zaključuju da „iako je sport sveprisutan u svakodnevnom životu današnjice, ipak nije dostupan svim ljudima svake životne dobi“, te zaključuju kako većina o sportu „ima pozitivan, ali neaktivan odnos i nemaju puno učešća u takvim aktivnostima“ (Bogosavac, Jovanović i Dragosavljević, 2012, str. 9). Iako turisti u pravilu pozitivno reagiraju na sve sportsko-rekreacijske sadržaje i žele se uključiti u iste, ponekad dolazi do zasićenje. Upravo iz tog razloga važno je konstantno ispitivati zadovoljstvo i interese turista na određenoj destinaciji.

Ivanovski, Ugrić, Ćirić Duvnjak, Pantelić i Mitić (2019) proveli su značajno longitudinalno istraživanje o zainteresiranosti i uključivanju korisnika u različite programe animacije, odnosno prate razliku uključivanja u animacijske programe kod muškaraca i žena. Ovakva istraživanja iznimno su korisna menadžerima, ali i samim animatorima jer mogu aktivno pratiti interes svojih korisnika. Zaključuju kako trend uključivanja u sportsko-rekreativne aktivnosti za vrijeme odmora raste iz godine u godinu, a sam interes ovisi o specifičnim preferencijama svakog pojedinca.

## 4.1 Sportski animator

Važnost sporta i implementacije sportskih programa u turističku ponudu, kao što smo naglasili, neupitna je za turističku ponudu. Pitanje je samo tko će provoditi sportske programe i na kojoj razini kvalitete. Pretpostavka je da bi se za provođenje programa sportske rekreacije trebali zapošljavati (stručni) kadrovi koji poznaju ovu tematiku i educirali su se u ovom području – drugim riječima kineziolozi. No, vrlo često se kao problem animacije javlja činjenica da se za provođenje sportsko-rekreacijskih aktivnosti zapravo rijetko zapošljavaju ovakvi, stručni kadrovi. Zašto je tome tako? Razloge prije svega vidimo u činjenici da je animacija uglavnom sezonski posao što znači da nudi sezonski ugovor, a ne ugovor na neodređeno. „Poznato je kako u hrvatskom turizmu sezona traje samo 4 mjeseca. Prema tome, teško je postići stalno zapošljavanje sportskih animatora.“ (Đuran, 2016, str. 25). Drugim riječima, ovo je posao koji primarno odgovara zahtjevima studenata koji traže sezonski posao. Preporuka bi i u ovim slučajevima bila da se na ovakva mjesta zapošljavaju studenti kineziologije. Animator naime, treba biti i u iznimnoj tjelesno-psihičkoj kondiciji kako bi izdržao tempo posla. Osim što bi dnevno trebao odradi 3 ili 4 treninga, mora pomagati i drugim kolegama u provođenju drugih programa animacije, sudjeluje u promociji aktivnosti, neprestano je nasmiješen i prijateljski raspoložen, pa čak i u prolazu, a ne samo kada radi (Ivanovski i Mitić, 2012).

Upravo iz gore navedenih razloga animacijske kuće rijetko zapošljavaju diplomirane kineziologe, već posežu za učenicima i studentima, koje onda o svom trošku dodatno educiraju kako bi što kvalitetnije obavljali dužnosti animatora. Deliverska (2013) provodi istraživanje o razini obrazovanja sportskih animatora i zaključuje kako više od 40% animatora nema završenu nikakvu edukaciju za navedeno zanimanje. O samoj edukaciji animatora s gledišta hrvatskog obrazovnog sustava pišu Milohrnić i Betić (2010) zaključujući kako je budućnost animacije upravo u edukaciji stručnih turističkih animatora kako bi se osigurala kvalitetnija ponuda. Danas u Hrvatskoj edukaciju novih animatora provode stariji i iskusniji animatori, prenoseći svoje znanje na tečajevima i seminarima prilikom zaposlenja u nekoj agenciji/hotelu/kampu. U Hrvatskoj odnedavno postoje i razne vrste tečajeva na kojima se školuju turistički animatori. Đuran (2016) navodi primjer tečaja za izobrazbu animatora pod nazivom „Program edukacije animatora slobodnog vremena u turizmu“ kojeg provodi Ustanova za cjeloživotno učenje Magistra, osnovana 2008. godine sa sjedištem u Puli. Program je odobren od Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske, a provodi se u Zagrebu, Osijeku i Puli, a

obuhvaća 246 sati redovite nastave (168 sati teorijske i 70 sati praktične nastave) kroz 4 mjeseca. No, specijalna edukacija za sportske animatore ne postoji. „Aktivnim metodama podučavanja, edukativnim radionicama, seminarima i tečajevima potrebno je potaknuti uvođenje sustavnog obrazovanja za sportsku animaciju u obrazovni sustav kako bi potencijalni sportski animatori stekli potrebne kompetencije.“ (Đuran, 2016, str 28) Ipak, iako se primarno ne educiraju za posao sportskog animatora, studenti kineziologije dobivaju određena znanja iz ovog područja kroz predmete vezane uz turizam. Škorić (2010) pri tome ističe važnost upoznavanja sportskih stručnjaka s turizmom radi boljeg shvaćanja mogućnosti suradnje i to putem formalnog školovanja na visokim školama. U tom smislu autorica navodi kako studenti Kineziološkog fakulteta u Splitu slušaju predmet *Sportski turizam*, dok na Kineziološkom fakultetu u Zagrebu studenti o turizmu slušaju na usmjerenju *Kineziološka rekreacija* i *Sportski menadžment*, a na Visokoj školi Aspira postoji smjer *Sportski menadžment* gdje studenti slušaju predmet koji se zove *Menadžment sporta u turizmu*. Škorić (2010) također navodi kako je potreba za edukacijom stručnjaka u sportu i turizmu sve prisutnija upravo zbog razvoja sportskog turizma kao specifične turističke grane.

## 4.2 Profil sportskog animatora

U ovom području teško je generalizirati i odabrati određenu osobinu ili nekoliko njih i prema tome reći da će osoba s tim karakteristikama biti dobar animator. To nam niti jedna osobina ne može garantirati. No, prema Milohrnić i Betić (2010) opće fizičke osobine animatora određene su:

- psihofizičkim osobinama,
- talentom i osjećajem za kontakt s gostom,
- potrebnom razinom obrazovanja.

Andrijašević i Bartoluci (1999) navode kako je animator puno više od zabavljača. On treba biti psiholog i znati procijeniti korisnikove potrebe, želje, ali i fizičke sposobnosti.

Za animatora su prije svega važne dobre komunikacijske vještine, a iste ne postoje ukoliko nema znanja stranog jezika. Destinacije posjećuju turisti iz raznih krajeva Europe i svijeta, i prema tome znanje engleskog jezika ne bi trebalo biti upitno. Poželjno je i znanje drugih jezika i to prije svega onih zemalja iz kojih dolazi najviše gostiju (kod nas bi to primjerice bili talijanski, njemački ili pak češki zbog velike frekvencije gostiju upravo s tih govornih

područja). Omrčen (2021) u jednom od svojih novijih istraživanja zaključuje kako su vještine slušanja i govora stranog jezika posebno važne na području sportskog turizma. Osim toga, Deliverska i Ivanov (2014) u svom istraživanju navode kako su strani jezik i poznavanje terminologije sporta ključni za provedbu zadataka sportskog animatora.

„U animaciji je vrlo teško naći kadrove koji imaju primijenjena znanja, vještine i sposobnosti, i pogrešno je ono tumačenje da svatko tko ima malo “talenta” može biti animator. Animatora mora krasiti velika stručnost u svom području (sportska animacija, večernja animacija, dječja animacija), odlično znanje stranih jezika, komunikativnost, snalažljivost u nepredviđenim situacijama, organiziranost i psihička stabilnost.“ (Cvenić, 2005, str. 285)

Zanimljivo i važno istraživanje provele su Škorić i Bučar (2010) sa studentima 4. godine Ekonomskog i Kineziološkog fakulteta, kao potencijalnim zaposlenicima u turizmu. Anketnim upitnikom autorice su istražile što studenti misle koje karakteristike, znanja i vještine treba imati jedan sportski animator. Glavne rezultate istraživanja moguće je vidjeti u tablicama 2 i 3.

*Tablica 2 Karakteristike sportskih animatora*

Prosjek studenta Ekonomskog fakulteta	Kineziološkog fakulteta
Društven	4,81
Organiziran	4,80
Kreativan	4,76
Aktivan	4,64
Srdačan	4,60
Liberalan	3,61
Znatiželjan	3,56
Ozbiljan	3,49
Konvencionalan	3,38
Konzervativan	2,16

(izvor: Škorić i Bučar, 2010, *Sport et travail* (str. 417-423))

*Tablica 3 Znanja i vještine sportskih animatora*

Prosjek studenta Ekonomskog I Kineziološkog fakulteta	
Verbalno komunikacijske vještine	4,76
Osnove sporta	4,71
Strani jezik	4,68
Ozljede u sportu I prva pomoć	4,64
Dva ili više strana jezika	4,32
Osnove i zakon o turizmu	3,81
Menadžment	3,19
Ekonomija	2,83
Ekonomski sistem RH	2,77
Politički sistem RH	2,59

(izvor: Škorić i Bučar, 2010, *Sport et travail* (str. 417-423))

Kao što možemo vidjeti iz tablice 2. najvažnije karakteristike koje sportski animatori moraju posjedovati su društvenost, organiziranost, kreativnost, aktivnost i srdačnost. Što se tiče znanja i vještina vidimo da su očekivano najvažnije verbalne komunikacijske vještine (tablica 3.). Osim toga, studenti znanja i vještine o sportu, te stranog jezika smatraju znanjima izrazito važim za posao sportskog animatora.

Ivanovski (2010) u svom radu istražuje karakteristike sportskih animatora na populaciji od 75 animatora dobne skupine 18 do 36 godina. Autor istražuje znanja i vještine animatora u vođenju specifičnih sportsko-rekreacijskih programa i zaključuje kako se sportski animatori najbolje snalaze u fitness programima, *aqua* aerobiku, *body buildingu* i pilatesu. Navodi kako su to poznati svjetski trendovi u animaciji, te kako bi bilo dobro svakako njih implementirati u animacijske programe. „Pilates je globalni fenomen i prisutan je svugdje u svijetu, tako da jedna turistička destinacija, treba ponuditi ovu vrstu aktivnosti. Osobe koje žele postati animatori, motiviram da nauče upravo ovaj vid vježbanja.“ (Ivanovski, 2010, str. 55)

Dakle, sportski animator je energična osoba koja posjeduje znanja i vještine za vođenje sportsko-rekreativnih programa, ali zna se snaći i u drugim vrstama programa, govori barem 2 strana jezika, komunikativan je i društven u odnosu s korisnicima. Animator je timski igrač kad treba pomoći kolegi i kad se teži nekom zajedničkom cilju.

Svaki animator ima izraženu ulogu u timu mora se pridržavati internih pravila kompanije/agencije za koju radi, no također treba aktivno sudjelovati u kreativnom procesu planiranja i izvedbe svih aktivnosti. Kako navodi Ivanovski (2010) animatorov posao počinje od prvog kontakta s gostom i traje sve do odlaska gosta s destinacije, a uključuje i pozdrav i obećanje da ukoliko se gost vrati sljedeće godine da ga očekuju nove zabavne aktivnosti.

Da posao sportskog animatora nije jednostavan i da su zahtjevi koji se postavljaju pred njega opravdani, moguće je vidjeti na primjeru sportske animacije kampa Lopari Losinia na Malom Lošinju (Losinia, n.d.). Kamp sadrži mobilne kućice, kamp parcele, apartmane i vile može primiti 1000 korisnika, a nalazi se na 25 m od mora.

Na slici 6. moguće je vidjeti raspored koji izvode dva sportska animatora. Na svaku aktivnost animator dolazi 15 minuta ranije kako bi pripremio opremu, uključio glazbu i javno pozvao turiste da se pridruže aktivnosti. Aktivnost *Wake up pilates*, *Tabata&Core workout*, *Zumba fitness*, *Barre workout* i *Sunset pilates* traju 45-50 minuta i održavaju se redovito. Aktivnost *Nordic walking* i *Hiking experience* održavaju se uz prethodnu najavu gosta da žele sudjelovati



na određenoj aktivnosti, a samo trajanje ovisi o ruti koju određuje sam animator ovisno o kondiciji i iskustvu turista. Jasno je kako se radi o različitim sportsko-rekreacijskim aktivnostima za koje animatori moraju imati drugačija prije svega stručna znanja za njihovo izvođenje.



## SPORT PROGRAMME LOPARI CAMPING RESORT



	SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	
<u>8:30</u>	WAKE UP PILATES (near central village)	WAKE UP PILATES (near central village)	WAKE UP PILATES (near central village)	WAKE UP PILATES (near central village)	HIKING EXPERIENCE (meeting point reception) *please bring shoes and water	WAKE UP PILATES (near central village)	SATURDAY - DAY OFF
<u>9:30</u>	NORDIC WALKING (Reception)	TABATA&CORE WORKOUT (near central village)	NORDIC WALKING (Reception)	BARRE WORKOUT (near central village)		TABATA&CORE WORKOUT (near central village)	
<u>11:00</u>	TABLE TENNIS (near Restaurant Lopari)	MINI GOLF (multisport court)	MINI TENNIS (multisport court)	BASKETBALL (multisport court)		BADMINTON (near Restaurant Lopari)	
<u>17:30</u>	TABLE TENNIS (near Restaurant Lopari)	MINI GOLF (multisport court)	MINI TENNIS (multisport court)	BASKETBALL (multisport court)	FOOTBALL (multisport court)	BADMINTON (near Restaurant Lopari)	
<u>19:30</u>		ZUMBA FITNESS (near central village)		ZUMBA FITNESS (near central village)		ZUMBA FITNESS (near central village)	
<u>20:30</u>		SUNSET PILATES (at the beach)		SUNSET PILATES (at the beach)		SUNSET PILATES (at the beach)	

WORKOUT CLASSES WITH CERTIFIED TRAINER (WITH/WITHOUT EQUIPMENT-pilates small ball, bands, pilates mat...)  
THE PROGRAMME IS FLEXIBLE AND IT CAN BE OCCASIONALLY CHANGED! ALL ACTIVITIES ARE FREE!

Slika 7 Tjedni raspored sportske animacije u Kampu Lopari Losinia (izvor: osobna arhiva autorice)

## 5. ANIMACIJA U VRIJEME „NOVOG NORMALNOG“

S obzirom na to da je svijet pogodila pandemija koju prati i velika gospodarska kriza, stil života se bitno promijenio te su sada prisutne zabrane putovanja, izolacije, ograničavaju se okupljanja, itd. Sve ovo zasigurno uzrokuje manje socijalnog kontakta. „Turizam je otišao iz „overtourism“ u „nontourism“. To je zbog ograničenja putovanja koja su postavile vlade uzimajući u obzir upozorenja i savjete Svjetske zdravstvene organizacije (WHO) kako bi se spriječilo širenje ovog virusa“ (Fonseca, Jorge, Reis, i do Carmo, 2021, str. 161). Neki izvori su čak i navodili turizam kao glavni prijenosnik virusa te se „ogroman pritisak stavlja na međunarodna putovanja i turizam, uključujući zrakoplovnu industriju“ (Ranasinghe i sur., 2020, str. 2).

Poznato je ipak kako je čovjek socijalno biće pa nam je navedeni kontakt počeo brzo nedostajati. Procjepeljivanjem populacije popuštaju ranije navedene mjere, no očekivano, ljudi su još uvijek u strahu od bolesti, jer ipak je zdravlje primarna potreba čovjeka. Neki se ohrabruju pa polako kreću okupljanja, putovanja, druženja... Međutim kreću i novi trendovi koji su fokusirani na privatnost, a ne masovnost bilo koje vrste zabave. Sve navedeno možemo primijeniti na turizam i s pravom se možemo zapitati je li nam još uvijek potreban sportski animator koji može voditi *aqua aerobic* i da ga u bazenu 20x20 m prati 30 ljudi, ili nam je potreban sportski animator koji zna provesti kvalitetan individualan trening i povesti biciklističku turu za 2 ljudi? Je li to budućnost turizma ili ljudi teže vraćanju na staro? S obzirom na to da ljudima nedostaje socijalni kontakt na staroj razini mogli bi upravo težiti povratku na stare, masovne oblike zabave, slobodnog vremena, pa tako i turizma. Fonseca, Jorge, Reis, i do Carmo (2021) napravili su jednostavno istraživanje na uzorku od 104 ispitanika koje su pitali „Biste li išli u restoran za vrijeme pandemije gdje su Vam zajamčeni nužni standardi sigurnosti, higijene i razmaka?“. Više od 77% ispitanika odgovorilo je bi išlo u restoran, što opravdavaju povjerenjem u standarde. Autori zaključuju kako nema povećanog straha zbog pandemije te kako se isti ne razlikuje s obzirom na dob ili spol ispitanika. O obzirom na navedeno istraživanje možemo se nadati povratku na „stari“ masovni turizam i zabavu u slobodno vrijeme.

## 6. ZAKLJUČAK

U turizmu je iznimno važno pratiti trendove i to prije svega na strani potražnje, a kako bi mogli kreirati što bolju, kvalitetniju i poželjniju ponudu. Zbog aktualnosti gospodarske krize COVID-19 zahtjevi u turizmu se mijenjaju, turizam više nije masovan, teži se privatnosti, pazi se na zdravlje i sigurnost. No, korisnicima u destinaciji i dalje nije dovoljan samo smještaj i hrana, već se traži puno različitih sadržaja, koji turistima omogućuju bolje upoznavanje s destinacijom, uzbuđenje, zabavu i dobro iskustvo. Tu dodatnu vrijednost omogućava animacija. Za njezino je uspješno provođenje prije svega važno poznavati strukturu korisnika (dob, spol, interes) i njihove karakteristike i zahtjeve, te ponudu konstruirati prema njima.

Animator je stručnjak koji je sposoban uljepšati boravak korisnika na nekoj destinaciji, što je i njegov krajnji cilj. Potrebno je školovati animatore, organizirati različite seminare i radionice, a kako bi se postigla vrhunska razina kvalitete određenog animacijskog programa. Animator je u neposrednom kontaktu s gostom, komunicira o tome što je gostu važno i što mu potencijalno nedostaje, i sve kritike i pohvale animator je dužan prenijeti voditelju animacije. Kako bi animator mogao komunicirati s gostima iz različitih dijelova svijeta važno je da odlično govori i razumije engleski i još minimalno jedan strani jezik. Ističe se važnost verbalnih komunikacijskih vještina animatora, no ne smije se zanemariti niti ona neverbalna komponenta. Pri tome prije svega mislimo na osmijeh koji mora biti stalno prisutan na animatorovom licu, kako bi zračio ljubaznošću.

Osim toga, da bi se napravio i na kraju proveo kvalitetan sportsko-animacijski program važno je i znanje o osnovama sportova i bazičnim kretanjima. U tom bi se segmentu kineziolozi mogli (i trebali) aktivnije uključiti u edukaciju animatora i kreiranje sportsko-rekreacijskih programa za potrebe animacije.

I na kraju, važno je pratiti trendove kako bi mogli kreirati ponudu, a oni se trendovi razlikuju od destinacije do destinacije. Zbog toga je najbolje pratiti eventualne promjene u karakteristikama korisnika na točno određenoj destinaciji, zanimajući se za socio-demografske pokazatelje (dob, spol, mjesto boravka, itd.), ali i njihove interese. Korisnike treba direktno pitati koje aktivnosti im se sviđaju i/ili koje im nedostaju na destinaciji, u svrhu kreiranja bolje ponude.

## 7. LITERATURA

- Andrijašević, M. (1999). *Animacija: u hotelijersko-turističkoj ponudi*. Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.
- Bačić, M. (2017). *Aerobni treninzi u sportsko-animacijskim programima u turizmu* (Doctoral dissertation, University of Zagreb. Faculty of Kinesiology).
- Bačić, I. (2015). Novi trendovi u funkciji povećanja konkurentnosti hrvatskog turizma u 21. stoljeću. *Črnjar (ur.) Prostorno planiranje kao čimbenik razvoja u županijama, Rijeka: Zavod za prostorno uređenje Primorsko-goranske županije*, 407-416. Bogosavac, Bogosavac, M., Jovanović, S., & Dragosavljević, P. (2012). Odnos turista prema sportsko-rekreativnim sadržajima kao dijelu turističke ponude. *СПОРТСКЕ НАЈКЕ И ЗДРАВЉЕ*, 3(1).
- Cerović, Z. (2008). *Animacija u turizmu*. Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji.
- Cvenić, J. SPORTSKA ANIMACIJA U HOTELU CROATIA U CAVTATU.
- Deliverska, E. (2013). SPORTS ANIMATORS' EDUCATIONAL PROFILE. *Activities in Physical Education and Sport*, 3(1), 13-15.
- Deliverska, E., i Ivanov, S. (2014). Competency framework while choosing sport animators. *Research in Kinesiology*, 42(2), 146-149
- Đuran, V. (2016). *Edukacija sportskih animatora* (Doctoral dissertation, Polytechnic of Međimurje in Čakovec. Management of tourism and sport).
- Gržinić, J. (2019). UVOD U TURIZAM-povijest, razvoj, perspektive.
- Hendija, Z. (2021). Osnovni pojmovi u turizmu i podjele turizma, Faze strukturne transformacije suvremenog turizma i njihova osnovna obilježja. U M. Bartoluci, S. Škorić. M. Andrijašević i suradnici, *Menadžment sportskog turizma i njegovih srodnih oblika*, (str. 1-26). Zagreb: Narodne novine
- Fonseca, C., Jorge, C., Reis, D., i do Carmo, M. (2021). Pandemic tourism: the new era of catering sector after Covid-19. *Anatolia*, 32(1), 161-164.
- Ivanovski, M. A. (2011). ANIMACIJA I ANIMATOR KAO DEO MODERNIH SPORTSKO REKREATIVNIH AKTIVNOSTI. In *Prva međunarodna konferencija "Sportfiske nauke i zdravlje" 1st International Conference on "Sports Science and Health"* (p. 103). zdravlje" 1st International Conference on "Sports Science and Health" (p. 103).
- Ivanovski, A. (2010). Profil animatora rekreacije u turizmu, magistarski rad. *Beograd: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja*.

- Ivanovski, A., i Mitić, D. (2012). *Animator in tourism*. Editura Universității Transilvania din Braşov.
- Ivanovski, A., Ugrinić, B., Duvnjak, K. Č., Pantelić, S., i Mitić, D. KVANTITATIVNA ANALIZA REKREATIVNIH PROGRAMA ANIMACIJE U TURIZMU.
- Losinia (n.d.), dostupno na <https://losinia.hr>
- Milohnić, I., i Betić, M. (2010). Edukacija stručnjaka za animaciju u turizmu. *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu*, 1(1), 42-49.
- Omrčen, D. (2021). AN ASSESSMENT OF THE IMPORTANCE OF LANGUAGE SKILLS AND VOCABULARY KNOWLEDGE IN A FOREIGN LANGUAGE: THE CASE FOR SPORTS MANAGEMENT. *Journal of Teaching English for Specific and Academic Purposes*, 339-362.
- Ranasinghe, R., Damunupola, A., Wijesundara, S., Karunaratna, C., Nawarathna, D., Gamage, S., i Idroos, A. A. (2020). Tourism after corona: Impacts of COVID 19 pandemic and way forward for tourism, hotel and mice industry in Sri Lanka. *Hotel and Mice Industry in Sri Lanka (April 22, 2020)*.
- Relac, M., Bartoluci, M., i Pavičić, M. (1987). *Turizam i sportska rekreacija: organizacija i ekonomika sportsko-rekreacijskih sadržaja u turizmu*. Informator.
- Sanković, P. (2015). *Animacija u turizmu s naglaskom na turističku ponudu Valamar Sanfor hotel & casa* (Doctoral dissertation, Karlovac University of Applied Sciences. Business Department. Professional Study of Hospitality-Full-time study).
- Škorić, S. (2008). Sportski turizam i njegovi učinci na turističke destinacije-primjer Istre. *Acta turistica*, 20(1), 67-92.
- Škorić, S. (2010). Edukacija stručnjaka sporta u turizmu. *Hrvatski znanstveno stručni skup o menadžmentu u turizmu i sportu*, 1(1), 50-56.
- Škorić, S. i Bučar, K. (2010). The importance of quality of personnel in sports tourism. U: C. Sobry (ur.) *Sport et travail* (str. 417-423). Paris: L'Harmattan.
- Žigman, A., i Ružić, L. (2008). Utjecaj tjelesne aktivnosti na raspoloženje-fiziološki mehanizmi. *Hrvatski športskomedicinski vjesnik*, 23(2), 75-82.
- UNWTO (2001). *Global Code of Ethics for Tourism*. Dostupno na: [https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported\\_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf)
- UNWTO (2021). *Conceptual Guidance on Tourism Statistics in the COVID-19 Context*. dostupno na: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422432>

## **8. POPIS SLIKA I TABLICA**

### **8.1 Popis slika**

Slika 1 Dnevni programi za djecu- dan Indijanaca (osobna arhiva autorice) .....	8
Slika 2 Animacijski programi za odrasle-stolni tenis (osobna arhiva autorice) .....	9
Slika 3 Sportsko-rekreacijski programi za odrasle- aqua aerobic (osobna arhiva autorice).....	9
Slika 4 Večernji programi za djecu- Mini disco (osobna arhiva autorice) .....	10
Slika 5 Posebni animacijski programi- paintball (osobna arhiva autorice) .....	10
Slika 6 Oglas za posao animatora (izvor: <a href="https://www.aminess.com">https://www.aminess.com</a> ) .....	13
Slika 7 Tjedni raspored sportske animacije u Kampu Lopari Losinia (izvor: osobna arhiva autorice) .....	21

### **8.2 Popis tablica**

Tablica 1 Odnos turista prema sportsko-rekreacijskim programima .....	16
Tablica 2 Karakteristike sportskih animatora .....	19
Tablica 3 Znanja i vještine sportskih animatora .....	19