

Trendovi u ponudi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima

Hrnić, Ema

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:092949>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

EMA HRNIĆ

**TRENDOVI U PONUDI ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA
DJECU U HOTELSKIM OBJEKTIMA**

Trends in the offer of children's animation programs in hotels

Diplomski rad

Opatija, 2023.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Menadžment u turizmu

Trendovi u ponudi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima

Trends in the offer of children's animation programs in hotels

Diplomski rad

Kolegij: **Animacija u turizmu**

Student: **Ema Hrnić**

Mentor: **doc. dr. sc. Ivana Ivančić**

Matični broj: **DS3560**

Opatija, rujan 2023.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Ema Hrnčić

(ime i prezime studenta)

DS3560

(matični broj studenta)

Trendovi u ponudi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 11.09.2023.

Potpis studenta

Sažetak

Obiteljski turizam kao novi segment turističke potražnje, uvjetuje i određuje turističku ponudu koja teži ka podizanju kvalitete obiteljskog života. Obitelji žele provesti kvalitetno vrijeme sa djecom te pritom odvojiti i vrijeme za vlastiti odmor. Hotelski objekti prilagodili su se takvoj potražnji kroz obogaćivanje ponude raznim animacijskim sadržajima i programima za djecu. Animacijski programi svojom funkcijom zadovoljavaju dječju potrebu za igrom i novim iskustvima, te povećavaju vjerojatnost ukupnog zadovoljstva obitelji ponudom, kao i odluke o ponovnoj posjeti hotelskog objekta. Iz tog razloga važno je pratiti aktualne trendove kako bi vjerojatnost za zadovoljstvo obitelji i djece bila što veća. Utjecaj novih tehnologija te promjene u preferencijama turista koje su se pojavile nakon pandemije utjecale su i na dječje poimanje igre, što dovodi do potrebe za unaprjeđivanjem postojećih animacijskih programa kao i kreiranjem novih, atraktivnijih programa.

Glavni cilj istraživanja bio je utvrditi koji su aktualni trendovi u ponudi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima. Ukupno je intervjuirano 7 voditelja odjela animacije kako bi se utvrdilo na koji način je trenutno organizirana animacijska ponuda u hotelskim objektima te prate li u aktualne trendove u obiteljskom turizmu i na koji način ih implementiraju u postojeću ponudu animacijskih programa. Iz prikupljenih i obrađenih podataka moguće je zaključiti kako za sada nije prepoznata važnost praćenja obiteljskih trendova te njihove implementacije u animacijske programe. Na temelju dobivenih rezultata na kraju rada predložene su smjernice za daljnji razvoj u ovom području.

Ključne riječi: djeca; animacijski programi; hotelski objekti, trendovi

Sadržaj

Uvod	1
1. ULOGA I ZNAČAJ ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U TURISTIČKOJ PONUDI..	3
1.1. Određenje pojma turistička animacija	3
1.2. Ciljevi animacije za djecu u turizmu	6
1.3. Principi turističke animacije za djecu.....	7
1.4. Hobi i igra kao osnova turističke animacije za djecu	9
1.5. Vrste i oblici animacijskih programa za djecu	11
2. ČIMBENICI UTJECAJA NA KREIRANJE ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU ...	14
2.1. Uloga sigurnosti u modelima kreiranja animacijskih programa za djecu	14
2.2. Utjecaj ICT tehnologije na kreiranje animacijskih programa za djecu.....	18
2.3. Prilagođavanje dječjih animacijskih programa potrebama novih generacija	22
2.4. Trendovi u kreiranju i osmišljavanju animacijskih programa za djecu	25
3. ANALIZA PONUDE ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U HOTELSKIM OBJEKTIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ	32
3.1. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Valamar Riviera d.d.	32
3.2. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Maistra d.d.	35
3.3. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Liburnia Riviera Hoteli d.d.	38
3.4. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Solaris d.d.	40
3.5. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Medora hoteli i ljetovališta d.d.	43
4. ISTRAŽIVANJE TRENDOVA U PONUDI ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U HOTELSKIM OBJEKTIMA	46
4.1. Definiranje problema istraživanja.....	46
4.2. Ciljevi istraživanja.....	47
4.3. Metodologija istraživanja.....	48

4.4. Rezultati istraživanja	50
4.5. Smjernice i preporuke za razvoj animacijskih programa za djecu sukladno aktualnim trendovima ...	60
Zaključak	63
Bibliografija	65

Uvod

Djeca imaju važnu ulogu za turističku i ugostiteljsku industriju s obzirom da utječu na proces donošenja odluka obitelji i skrbnika o odabiru destinacije. Osmišljavanjem kvalitetnih animacijskih programa za djecu, zadovoljavaju se potrebe kako roditelja, tako i djece. Kvaliteta utječe na odluku o izboru turističke destinacije i na odluku o ponovnom posjećivanju te iste destinacije. S obzirom na rastuće i sve konkurentnije turističko tržište, dječja animacija predstavlja jedan od alata za postizanje konkurentne prednosti u području obiteljskog turizma. Kako se ponašanje roditelja kao turista promijenilo, od nekadašnjeg pasivnog turista kojem je primarni cilj predstavljao odmor, do znatizeljnog i aktivnog modernog turista, željnog novih doživljaja i jedinstvenih iskustava, tako se promijenilo i ponašanje njihove djece. Značajan razvoj tehnologije u 21. stoljeću osim što ima veliki utjecaj na razvoj cjelokupnog gospodarstva, ključan je faktor i u razvoju turizma. Kako se cijeli svijet prilagodio novim tehnološkim inovacijama, tako su one postale neizostavan dio svakodnevice djece i mladih.

Roditelji često ne prepoznaju potrebe djece za određenim aktivnostima te tu ulogu preuzimaju turistički animatori i djeci pružaju raznovrstan sadržaj uz igru potkrijepljenu mnogobrojnim aktivnostima kroz koje uče, zabavljaju se i opušaju. No, nužno je da hotelski objekti sadržaj animacijskih programa prilagode uvjetima na tržištu, s obzirom da zastarjeli sadržaji u animacijskim programima više nisu dovoljni u postizanju konkurentnosti niti u zadovoljavanju potreba djeteta kao gosta u hotelskom objektu .

Problematika ovog diplomskog rada proizlazi iz činjenice nedovoljnog istraživanja načina osmišljavanja i formiranja animacijskih programa za djecu sukladno uvjetima na tržištu i novim tehnologijama. Dok predmet predstavljaju aktualni trendovi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima. Za potrebe empirijskog istraživanja postavlja se istraživačko pitanje: *Na koji način hotelska poduzeća implementiraju aktualne trendove obiteljskog turizma prilikom kreiranja ponude animacijskih programa?*

Svrha i cilj istraživanja ovog diplomskog rada očituju se u analizi trenutne ponude i aktualnih trendova animacijskih programa za djecu te istraživanju veze između osmišljavanja animacijskih programa od strane menadžmenta.

Prilikom obrade teme diplomskog rada te provođenja samog istraživanja korištene su metode analize i sinteze, metoda deskripcije i klasifikacije u teorijskom dijelu rada. Dok je za istraživanje proveden intervju sa voditeljima odjela animacije u hotelskim objektima koji u ponudi imaju dječju animaciju, odnosno sa menadžerima koji kreiraju i osmišljavaju ponudu animacijskih programa za djecu.

Diplomski rad sastoji se od četiri poglavlja. Uvodni dio kratko objašnjava problematiku i predmet rada, prikazuje cilj i svrhu rada, te se navode metode koje su korištene prilikom pisanja samog rada. Teorijski dio rada podijeljen je na tri poglavlja. Prvo poglavlje definira ulogu i značaj animacijskih programa na djecu u turističkoj ponudi, odnosno određuje se sam pojam turističke animacije, te se opisuju ciljevi i principi turističke animacije, hobi i igra kao osnova turističke animacije za djecu te vrste i oblici animacijskih programa za djecu. Drugo poglavlje rada posvećeno je čimbenicima koji utječu na kreiranje animacijskih programa za djecu. Od uloge sigurnosti u modelima kreiranja animacijskih programa za djecu, utjecaja ICT tehnologije te prilagođavanju programa novim, mlađim generacijama, do trendova u kreiranju i osmišljavanju animacijskih programa za djecu. Posljednje teorijsko poglavlje analizira trenutnu ponudu animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima u Republici Hrvatskoj. Nakon teorijskog dijela rada slijedi istraživački dio rada u kojemu je proveden intervju sa voditeljima animacije u hotelskim objektima. Na temelju analiziranih podataka korištene literature te provedenog istraživanja formiran je zaključak na samom kraju rada.

1. ULOGA I ZNAČAJ ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U TURISTIČKOJ PONUDI

Animacija u turizmu predstavlja srdačan poziv na kolektivnu aktivnost koja će zabaviti i raspoložiti pojedinca, te oduševiti, potaknuti i zainteresirati ga za određenu radnju. Pomoću animacije na lakši, brži i uspješniji način susreću se turistička ponuda i potražnja.¹ Djeca predstavljaju važan faktor prilikom kreiranja i osmišljavanja animacijskih programa zbog njihovih specifičnih zahtjeva, kao i zahtjeva njihovih roditelja i obitelji, te oni čine specifičan i jedinstven segment turističke potražnje. Prilikom kreiranja ponude animacijskih programa djeca čine samu osnovu za kreiranje sadržaja programa putem kojih se nastoje zadovoljiti potrebe same djece, ali i njihovih obitelji. Djeca dakle, imaju veoma važnu ulogu u turizmu, s jedne strane snažnim utjecajem na turističku potražnju prilikom odabira destinacije, a s druge strane utjecajem na turističku ponudu radi zadovoljenja njihovih specifičnih potreba. Obiteljska putovanja izlaze iz okvira tradicionalnog odmora na suncu i plaži te kako bi se obiteljima provela potrebno vrijeme međusobno povezujući se i stvarajući trajna sjećanja, sve češće se odlučuju putovati na jedinstvene destinacije ili posebnim odmorima, od kulturnih putovanja do avantura ispunjenih aktivnostima. Nikada kao sada nije bilo tako bitno putnicima ponuditi nešto izvan norme kako bi se izdvojili iz gomile i što bi zadovoljilo njihove specifične zahtjeve.² O kvaliteti i raznovrsnosti ponuđenog animacijskog programa za djecu, ovisi zadovoljstvo kako roditelja tako i djece te roditelji zasigurno imaju tendenciju vraćanja u određenu destinaciju gdje su im djeca bila zadovoljna. Prilikom kreiranja animacijskih programa treba se voditi određenim načelima te ispuniti određene ciljeve, o čemu će detaljnije biti rečeno u nastavku.

1.1. Određenje pojma turistička animacija

Animacija u turizmu je djelatnost izrade i prezentacije posebnih programa za provođenje slobodnog vremena. Animacijski programi uključuju sportske igre i natjecanja, plesne

¹ Cerović, *Animacija u turizmu*, 45.

² <https://www.globaldata.com/media/press-release/family-travel-increase-25-2022-says-globaldata/>

večeri, karnevale, igre, hobije itd. Animacija se može definirati kao sastavni dio turističke ponude koji podrazumijeva obogaćivanje ponude različitim sadržajima, čime se turistima daje poticaj za doživljaj sadržajnijeg putovanja. Animacija u turizmu uključuje jednu osobu (animatora) koja daje, prijateljski, veseo, ljubazan, topao i privlačan poziv, odnosno poticaj turistu (gostu) da se uključi u bilo koju aktivnost koja mu je privlačna u slobodno vrijeme na odmoru. Također ona uključuje i trenutak kada aktivnost postane zajednička (gostiju i domaćina) i kada se postigne razina zadovoljstva u doživljaju novih iskustava, zajedničkih sudjelovanja u aktivnostima, s ljudima, kulturom i destinacijom.³

Pojam "animacija" dolazi od latinske riječi *anima*, što se može prevesti kao inspirirati, animirati. Pojam se prvi put koristi u Francuskoj početkom dvadesetog stoljeća i tumači se kao aktivnost usmjerena na oživljavanje interesa za kulturno i umjetničko stvaralaštvo.⁴ Nastanak današnjeg općeg pojma animacija u turizmu određuje animaciju kao ljudsku djelatnost koja ima veze s unutarnjom, duševnom stvarnošću čovjeka.⁵ Polazeći od korijena riječi (lat. *anima* = duša, *animare* = oživljavati), animacija se povezuje s pojmovima oživjeti, nadahnuti, poticati, pokrenuti, motivirati, stoga se ona u najširem smislu može definirati kao:

1. Poticanje turističke ponude, da se obogaćenjem asortimana novim sadržajima osigura zadovoljenje potreba i želja gostiju, u obliku i sadržaju koje određeni segment potrošača želi.
2. Motiviranje gostiju da što potpunije koriste ponuđene sadržaje, da se što šire uključuju u ponuđene aktivnosti u turističkoj destinaciji, a u cilju ostvarenja ekonomskih i drugih koristi.

Animacija je, kao područje djelovanja u okviru turističke aktivnosti i kao dio turističke ponude, definirana na početku industrijske revolucije i prvih oblika turističke ponude koja se vezuje za vremensko razdoblje s početka dvadesetog stoljeća. Tijekom tog su se razdoblja mijenjali oblici i sadržaji turističke ponude u skladu s promjenama društvenih gospodarskih sustava u kojima se organizirala turistička potražnja i njoj pripadajuća ponuda.⁶ Snažnim razvojem turizma posebno iza 50-ih godina 20. stoljeća i masovnim putovanjima javljaju se prvi oblici turističke animacije tj. animacije u turizmu te se počelo i teoretski pojašnjavati

³ Stamenković, *Attitudes of Participants of Tourist Animation – Case Study: Thematic Events as A Practical Training*, 147.

⁴ Chernysh, *An animation as a factor in the formation of competitive advantages of organized tourism services*, 21.

⁵ Cerović, op. cit. 46.

⁶ Ibid.

pojam „turistička animacija“. Unutar turizma javlja se širi pojam „rekreacija“ tj. „slobodno vrijeme“ za koje je važna „animacija“ te se pobliže objašnjava pojam s aspekta rekreacijske pedagogije, pojam „animacija“. ⁷ Danas, svaka turistička destinacija mora diversificirati svoju ponudu usluga oslanjajući se na različite turističke atrakcije. Stoga za proširenje ponude, posebice u smislu raznolikosti, veliki potencijal imaju animacija i rekreacija. Sudionici u turizmu sve su svjesniji potrebe za animacijskim i rekreacijskim aktivnostima u turističkim uslugama dijelom zbog konkurencije na tržištu, ali i zbog toga što te aktivnosti mogu odigrati važnu ulogu u poboljšanju zadovoljstva turista. Animacijsko-rekreacijski programi način su proširenja turističke ponude kroz brojne zabavne aktivnosti, čineći boravak turista bogatijim i zanimljivijim te ih povezujući s kulturnom i prirodnom baštinom destinacije.⁸ Sociolozi ističu da je suvremeni turist, stanovnik urbane sredine, često nesposoban da uspostavi kontakte s drugim ljudima iako on osjeća potrebu za tim.⁹ Osim toga, gost je opterećen svakodnevnim životom, a njegov kvalitetan boravak u novoj turističkoj destinaciji povezan je s potrebom da nađe fizički i psihički mir i odmor. U uvjetima raznolike i često neselektivne ponude, on sam, bez stručne pomoći, ne može ostvariti svoje nakane i zadovoljiti motive svojih putovanja. Tu je od pomoći turistička animacija koja se organizira s ciljem pružanja sadržaja koji će za goste biti razonoda, te fizičko i intelektualno opuštanje.¹⁰

Svojim različitim oblicima, animacija privlači pozornost turista, potiče ih na zabavu, rekreaciju, intelektualnu i kulturnu nadgradnju te ujedno pridonosi kvaliteti turističke ponude.¹¹ Ukoliko se raznolikost ponude turističke animacije promatra s aspekta djeteta i ono je zadovoljno pruženom uslugom animatora i raznovrсноšću animacijskih programa, njegovo zadovoljstvo uvelike utječe na zadovoljstvo roditelja, koji, ako hotel pruža kompletnu uslugu, ne troše novac na drugim mjestima, kao što su restorani, igraonice i sl., već ostaju u izabranom hotelu, što pokazuje kako animacija ima također veoma važan ekonomski učinak, osim njene primarne humanističke uloge, te takav raznovrstan sadržaj povećava ekonomsku dobit svakog hotela. Organizacijom raznovrstnih programa, animacija čini turističku ponudu bogatijom, kompleksnijom i konkurentnom. ¹²

⁷ Ibid., 47.

⁸ Pekovic, *The Influence of Animation Programmes on Tourists' Satisfaction: The Role of Animators*, 113.

⁹ Ravkin, *Animacija u turizmu*, 12.

¹⁰ Ibid., 11.

¹¹ Ivanovski i Mitić, *Animator in tourism*, 29.

¹² Ibid., 13.

1.2. Ciljevi animacije za djecu u turizmu

Animacija predstavlja novi smjer turističke djelatnosti te se danas aktivno razvija u cijelom svijetu kao primjereno sredstvo u konkurenciji hotela i turističkih kompleksa slične razine usluge i interijera. U suvremenim uvjetima animacija je jedan od načina formiranja konkurentske prednosti integriranog turističkog proizvoda.¹³ Također animacija predstavlja djelatnost koja putem humanističke funkcije, pridonosi povećanju turističke potrošnje. Animacija svojom funkcijom zadovoljava potrebe obitelji u turizmu, prvenstveno potrebe za promjenom, druženjem i afirmacijom.¹⁴ Kao sastavni dio turističke ponude animacija podiže svijest turističko-hotelijerskih djelatnika kako obiteljima više nije dovoljno ponuditi osnovnu ponudu koja uključuje samo sunce i more, već ponuditi kvalitetan spektar animacijskih programa kako bi se postigla veća razina zadovoljstva roditelja i njihove djece kroz ispunjenje očekivanih doživljaja. Nedvojbeno je da animacija u suvremenom turizmu postaje važna sastavnica turističke ponude te sve važniji čimbenik i motivacija turista pri odabiru destinacije za odmor.¹⁵ Cijeli niz potreba i motiva koji navode obitelji na određeno putovanje ili posjetu turističkom objektu ili programu izvodi se da bi bili zadovoljni, ali u toj dvostranoj želji da se doživi nešto novo nešto zbog čega se želi ispuniti očekivanje u suštini je doživljaj. Doživljaj je apsolutno osnova putovanja, odabira objekta ili odabira programa za segment turističke potražnje, ali nedovoljan koncept za segment turističke ponude budući da je potrebno zadovoljiti i tu interesnu stranu kojoj je svrha realizacija turističke potrošnje. Na turističkom tržištu sastaju se dvije osnovne koncepcije: doživljaj i dobit. Polazeći od općeg koncepta turističke ponude i sustava važnosti turističke animacije u povećanju turističke potrošnje i zadovoljstva turista da cjelovitije doživi turističku destinaciju, nameću se dva osnovna cilja turističke animacije:

- *Zadovoljstvo turista* - Zadovoljstvo turista da cjelovito i potpuno doživi turističku destinaciju i sve njene potencijale koji se nude i stavljaju turistu na raspolaganje kako bi doživio svoje motive i potrebe koje su ga pokrenule da posjeti određenu turističku destinaciju, objekt ili događaj tj. program koji mu se nudi. Doživljaj i

¹³ Chernysh, op.cit., 20.

¹⁴ Andrijašević, op.cit., 24.

¹⁵ Bičić, *The role of sports animation in tourism*, 215.

zadovoljenje potreba turista čini ispunjenim očekivanim i priželjkivanim osjećajima, doživljajima i percepcijama za određeni program, objekt ili destinaciju.

- *Turistička potrošnja* - Povećanje turističke potrošnje drugi je cilj svakog animacijskog programa i ponude. Činjenica da je animacijski program dio turističke ponude čini animaciju važnom u povećanju turističke potrošnje. Animacijski program postaje tako drugi važni cilj zašto se pokreće, planira, organizira i nudi turistima. Turistička potrošnja cilj je svake gospodarske aktivnosti pa tako i animacije u turizmu. Ako je animacija dio turističke ponude onda je nezaobilazno da je ona i jedan od osnovnih ciljeva, a to je povećanje turističke potrošnje.¹⁶

Opće ciljeve turističke animacije možemo primijeniti i na animaciju djece u hotelima. Stvarajući sadržajno kvalitetnu ponudu animacijskog programa te pružajući primjerenu te stručnu uslugu od strane animatora za djecu, ostvaruje se zadovoljstvo djeteta pruženom uslugom i sadržajem te posljedično, njihovo zadovoljstvo utječe i na zadovoljstvo njihovih roditelja. Cilj animacijskih programa utjecati je na dijete da u potpunosti doživi aktivnosti koje su mu na raspolaganju te ispuniti njihova očekivanja te želje za zabavom i druženjem sa ostalom djecom. Na taj način ostvaruje se i drugi cilj koji predstavlja turistička potrošnja. Ukoliko su roditelji zadovoljni načinom na koje je njihovo dijete zbrinuto, oni sami postaju korisnici brojnih drugih usluga i sadržaja koje hotelski objekt nudi te na taj način povećavaju turističku potrošnju, kao i ponovnim dolaskom ukoliko je cijela obitelj zadovoljna ponuđenim sadržajem i uslugom.

Na kraju može se zaključiti da u odnosu turističke potražnje i ponude, animacija svojom ulogom posreduje kroz informiranje i stvaranje ugone kod obitelji i djece kroz programe i sadržaje koje hotelski objekt nudi. Također potiče, unapređuje i ažurira programe prihvaćajući izravne sugestije roditelja, ili neposredne komunikacije i interakcije sa djecom tokom njihovog sudjelovanja u određenim animacijskim programima.

1.3. Principi turističke animacije za djecu

¹⁶ Cerović, op.cit., 55

Polazeći od ciljeva animacije u turizmu, povećanja zadovoljstva turista i povećanje turističke potrošnje, postavlja se pitanje koji su to principi koji omogućuju ostvarenje takvih ciljeva, posebno u uvjetima brzih promjena i potreba da organizator ostvari svoj cilj s jedne strane i turista svoj cilj s druge strane, zahtjevnog sustava turističke ponude i potražnje.¹⁷ Svoj cilj animacija može ostvariti poštivanjem nekih osnovnih principa. Načelo ili princip slobode jedan je od temeljnih principa korištenja slobodnog vremena i znači da se aktivnosti slobodnog vremena ne smiju propisivati već treba prepustiti pojedincu da ih slobodno bira u sklopu raznovrsnih mogućnosti.¹⁸ Animacija ne bi trebala biti nametljiva, no trebala bi utjecati na stav djeteta te oblikovati njegove navike tokom igre, pritom ostavljajući djetetu slobodu kako bi odlučila što i kako će raditi. Djecu ne bi trebalo prisiljavati na aktivnosti u kojima ne žele sudjelovati. U psihologiji je poznato da se prinudom postižu slabiji rezultati, osobito u animaciji. Zbog toga se govori o tzv. usmjerenoj dobrovoljnosti koja se postiže primjenom metode razgovora i sl. Poštivanje načela aktivnosti znači da animacija mora težiti onim sadržajima koji omogućuju aktivno sudjelovanje.

Razlikuju se dva osnovna vida animacije u pogledu sudjelovanja djece u animacijskim programima:¹⁹

- Aktivno sudjelovanje djece u programima i sadržajima animacije: djeca su uključena kao sudionik i kao gledatelj, na taj način potiče se izražavanje i kreativnost djeteta;
- Pasivno sudjelovanje djece u animacijskim programima.

Osim najvažnijih principa slobode i aktivnosti, važno je spomenuti i principe jednakosti i primjerenosti. Svaki turist koji sudjeluje u animacijskom programu ima ista prava i svi su jednaki, što predstavlja temelj principa jednakosti. Svi su platili isti novac za ponuđeni program, prema tome imaju i ista prava. Koliko će biti angažirani i koliko će biti aktivno uključeni to je njihov izbor, pravo i sloboda, ali svi su jednaki u programu. Ne planira se i ne izvodi program samo za jedan manji dio publike, on se izvodi za sve u destinaciji ili objektu. Princip primjerenosti odgovara na pitanje kakav mora biti animacijski program, on mora biti primjeren svakom segmentu turističke potražnje, a posebno uzrastima i životnim

¹⁷ Ibid., 56.

¹⁸ Janković, *Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi*, 86.

¹⁹ Andrijašević, op.cit., 28.

dobima turista. Posebno mora biti primjeren zahtjevima morala ili etike. Mora biti primjeren cijeni po kojoj je prodan, sustav vrijednost za novac (*value for money*). Animacijskim programom uspijeva se ostvariti postavljeni cilj, ako je primjeren odnosno odgovara potrebama i motivima turista. Animacijski program po svojem sadržaju mora biti prihvatljiv i mora osiguravati ostvarenje ciljeva animacije. Na kraju iznesenog može se zaključiti da su principi turističke animacije usko povezani sa ciljevima turističke animacije. Principi su osnova planiranja i realizacije svakog animacijskog programa i izostanak i jednog principa znači neuspjeh i pad doživljaja, a to znači neuspjeh animacijskog programa.²⁰

1.4. Hobi i igra kao osnova turističke animacije za djecu

Suvremeni čovjek svakodnevno se suočava s mehaniziranim načinom rada koji ga često zaokuplja i izvan radnog vremena ne dopuštajući mu koncentraciju i izražavanje vlastite slobode i kreativnosti. Kao otpor takvome stanju javljaju se hobiji i igre različitih vrsta.²¹ Hobi i igra iznimno su važni za osobni razvoj a ukoliko su uvjeti za normalnu igru loši, oni sprječavaju razvoj psihičkih osobina djeteta. Najčešće u igraonicama i na igralištima djeca dobivaju gotove sprave za igranje, no takav pristup ne daje im mogućnost da sami improviziraju razna sredstva za igru što je za stvaralačko ponašanje ključno²². Način na koji netko provodi svoje slobodno vrijeme kao dijete (npr. društveno aktivan, fizički aktivan ili neaktivan) može utjecati na slobodne aktivnosti u odrasloj dobi. Djeca i adolescenti koji su bili aktivni u različitim tjelesnim aktivnostima također su mnogo aktivniji kao odrasli.²³ U sociologiji se pridaje veliki značaj ulozi hobija u slobodnom vremenu suvremenog čovjeka.²⁴ Hobi predstavlja suprotnost potrošačkom ponašanju te je značajan za zadovoljenje čovjekove potrebe za stvaranjem i afirmacijom: „Činiti znači u takvoj aktivnosti pokazati sebi, i vrlo često, drugima da se nešto može uraditi, proizvesti. Napor je spojen sa zadovoljstvom, koje pak izvire iz urođene čovjekove potrebe za stvaranjem.“²⁵ Hobi je nešto što se ne radi ozbiljno, što nema novčanu vrijednost i ne služi nikome, osim nama samima,

²⁰ Cerović, op.cit., 57.

²¹ Cerović, op.cit. 58.

²² Ibid.

²³ Auhuber, *Leisure Activities of Healthy Children and Adolescents*, 1.

²⁴ Ravkin, op.cit., 42.

²⁵ Martinić, *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*, 75.

nešto što izmiče iz sustava vrijednosti, što nije ni dobro ni loše.²⁶ Dok je igra je uvijek određeni slijed, za razliku od zabave. U igri je sadržan cilj, ona teži ispunjenju, postizanju određenog rezultata, dok je u zabavi osnovno opuštanje i psihofizička relaksacija. Zato je igra u svom prvom stupnju, kod djece, najčešće ponavljanje, oponašanje nekih osnovnih ljudskih akcija i potreba.²⁷ Igru se može promatrati kao interakciju između djeteta i okoline koja je intrinzično motivirana, interno kontrolirana i oslobođena mnogih ograničenja objektivne stvarnosti. Igra se može definirati kao aktivnost sa sljedećim karakteristikama:

- Igra je više interno nego eksterno motivirana
- Nadilazi i odražava stvarnost.
- Igru upravlja onaj koji se igra
- Uključuje više pažnje samom procesu nego proizvodu.
- Sigurna je
- Obično je zabavna, nepredvidiva, ugodna
- Spontana je i uključuje neobvezan angažman.²⁸

Dječja igra kategorizirana je na mnogo različitih načina. Sljedećim kategorijama posvećeno je najviše pozornosti u istraživačkoj literaturi:

- Senzomotorička igra i igra s objektima
- Fizička ili lokomotorna igra
- Igra grubog prevrtanja
- Istraživačka igra
- Igra izgradnje
- Simbolična igra.²⁹

U svijetu dosadnoga, monotonog, specijaliziranog rada, igra je način da bi se nadopunio fiziološki i afektivni odmor kojem je svrha uspostavljanje ravnoteže ličnosti. Igra također dokazano oslobađa od agresivnosti pa tako sportski sukobi i igre dopuštaju da se na prihvatljiv način i živi instinkt za nasiljem. Igra je dječja forma ljudske spontanosti.

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Stagnitti, *Understanding play: The implications for play assessment*, 5.

²⁹ Lillard, *The Development of Play*, 430-432.

Hobi i igra kao osnova ljudske aktivnosti tako postaju pokretačka snaga i osnovni poticaj za razvoj turističke potražnje. Ljudi u osnovi putuju da bi doživjeli ili ispunili svoj hobi, da bi se igrali onim za čime čeznu u tijeku svojeg osnovnog posla ili zanimanja, teže izlasku iz svoje osnovne profesije. Tako hobi i igra postaju osnova za turističku potražnju.³⁰

1.5. Vrste i oblici animacijskih programa za djecu

Prilikom boravka u hotelu roditelji najčešće imaju želju odmoriti se, no takva ideja o boravku u hotelu najčešće nije u planu i za njihovu djecu. Na praznicima djeca najčešće žele biti aktivna, uživati u društvu druge djece, nesmetano se igrati, doživjeti avanture te biti angažirana oko nečega što će im donijeti zadovoljstvo. U tom kontekstu, jasno je da su posebni animacijski programi za djecu u hotelskim objektima, neophodni.³¹

Animacijski programi obično su dizajnirani da zadovolje specifične potrebe i želje dva različita segmenta gostiju- djece i odraslih. Međutim, budući da se interesi/želje djece znatno razlikuju prema njihovoj dobi, segment animacijskih programa za djecu obično je dodatno i detaljnije usavršen. Kako bi se spriječila pojava nezadovoljstva među djecom većina hotelskih objekata u ponudi ima klubove ili programe prilagođene uzrastu djeteta, kao što su npr. *mini*, *midi*, *maxi* i *teen*-programi/klubovi. U skladu s tim, programi za najmlađe goste mogu uključivati didaktičke igre i škole plivanja, dok programi za stariju djecu mogu uključivati dnevne aktivnosti, poput sportskih natjecanja, izleta i raznih radionica, kao i večernje aktivnosti, poput plesnih klubova, talent *show-ova* ili *miss/mister* izbora. Valja napomenuti da su ovakvi programi, osim za djecu/tinejdžere koji u njima sudjeluju, vrlo atraktivni i za njihove roditelje koji na odmoru sa svojom djecom žele provesti neko vrijeme sami.³²

Animacijski programi za djecu po svojem sadržaju i strukturi programa za izvođenje mogu biti sportski, zabavni i kulturni te se dijele na:

1. Dnevnu animaciju za djecu:

³⁰ Ibid., 63.

³¹ Alexandrova, *Harmonization of Family Holidays with Contemporary Requirements*, 121.

³² Mikulić, *Evaluating hotel animation programs at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis*, 1.

- Animacijske programe na vanjskom prostoru- *Outdoor aktivnosti*:
 - Traženje blaga
 - Lov na sladoled
 - *Fruit queen*
 - *Indian day*
 - Mini olimpijada
 - Eko šetnja
 - Izrada suvenira
 - *Face tattoo*
 - Igre s loptom
 - Ledena kraljica
 - Dječji pikado
 - Bojanje majica
- Animacijske programe u unutarnjem prostoru:
 - Izrada maski
 - Crtanje
 - Pjevanje
 - *Twister*
 - *Ring game*
 - *Coin game*
- Animacijske programe na bazenu:
 - Vježbanje u bazenu
 - Natjecanje u plivanju

2. Večernju animaciju za djecu i igre za djecu:

- Mini disko
- Muzičke igrice
- Dječji kabare
- Izbor malene ljepotice/ ljepotana
- Mini kviz
- Talent šou

- Mini karneval.³³

Dnevni animacijski program na otvorenom najčešće se odvija tokom ljetnih mjeseci te u slučaju dobrog vremena, ukoliko je vrijeme neprimjereno za boravak djece na otvorenom, aktivnosti programa izvoditi će se najčešće u mini klubu. Većina hotela prostore koji su predviđeni za animaciju dijeli na igraonice prema određenom uzrastu djeteta te svoje sadržaje i aktivnosti prilagođava određenoj razvojnoj fazi djeteta. Dnevni animacijski programi uglavnom su orijentirani na sportske te kreativne sadržaje dok su večernji animacijski programi uglavnom zabavne prirode te potiču djecu na ples, zabavu te određene oblike natjecanja tokom kojih se djeca nagrađuju.

Prema svemu iznesenom može se zaključiti kako su dječji animacijski programi važan segment turističke animacije kojim se nadopunjuje turistička ponuda i povećava kvaliteta samih programa. Animacijski programi svojom funkcijom zadovoljavaju potrebe djece i njihovih roditelja te povećavaju vjerojatnost ukupnog zadovoljstva obitelji ponudom u hotelu te utječu na odluku roditelja o ponovnoj posjeti. Iz čega se može zaključiti da hotelski objekti za obiteljski odmor uvelike ovise o uslugama animacije za djecu i obitelji.

Kako bi se detaljnije istražila tematika animacijskih programa za djecu u nastavku rada definirati će se i analizirati čimbenici koji utječu na kreiranje animacijskih programa namijenjenih djeci.

³³ Cerović, op.cit., 90-96.

2. ČIMBENICI UTJECAJA NA KREIRANJE ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU

Prilikom kreiranja animacijskih programa za djecu trebala bi se obratiti pozornost na sigurnost djece prilikom igre u prostorima predviđenim za provođenje animacijskih programa. Bilo da je riječ o fizičkim komponentama samog prostora, prikladnoj opremi ili stručnosti animatora, sve navedene komponente moraju biti u skladu sa standardima te zahtjevima novih generacija. Današnja djeca više nisu ista kao ona prijašnjih godina, tako da se hotelski objekti trebaju pripremiti na zahtjevnije goste od nekadašnjih. Utjecaj tehnologije uvelike je doprinio takvom trendu, te je danas ključno inkorporirati informacijsko komunikacijske tehnologije u ponudu animacijskih programa za djecu s obzirom na promjenjivost trendova.

2.1. Uloga sigurnosti u modelima kreiranja animacijskih programa za djecu

Briga o zdravlju i sigurnosti djece tokom igre, predstavljaju važnu komponentu prilikom kreiranja animacijskih programa za djecu. To dakako predstavlja velik izazov za hotele u smislu osiguranja odgovarajućeg prostora, kvalitetne i sigurne opreme, ali i pomno zapošljavanje osoblja sa odgovarajućim obrazovanjem te vještinama prilikom rada s djecom, koji će zadovoljiti potrebe kako same djece, tako i roditelja. Hotelski objekti koji su prilagođeni djeci i pružaju uslugu animacijskih programa za djecu, trebali bi imati pomno odabrane, drugačije i raznovrsnije sadržaje od ostalih hotela iz razloga što pri odabiru hotela roditelji vode računa o kriterijima kao što su aktivnosti prikladne za dob njihove djece, s obzirom na sigurnost izvođenja istih. Uz određena očekivanja koju obitelji imaju u vidu ponašanja animatora u hotelu, također postoje i određena ponašanja s kojim se ne žele susreti pri boravku u njemu. U takva nepoželjna ponašanja podrazumijeva se:

- Ugrožavanje sigurnosti i zdravlja djece,
- Ponižavanje djece,
- Ne prihvaćanje djece kao pojedinaca i ignoriranje njihovih prava,

- Nepravedno postupanje prema djeci i ne obraćanje pažnje na njihove potrebe itd.³⁴

S obzirom na to da je ponašanje zaposlenika važan kriterij u namjeri roditelja, odnosno gosta da ponovo posjete određeni hotelski objekt, važno je da se prilikom selekcije zaposlenika obrati pozornost na aspekt sigurnosti djece prilikom interakcije sa animatorima. Animator je u potpunosti odgovoran za djecu koja su mu/joj povjerena i svakom od njih mora posvetiti jednaku količinu pažnje.³⁵ Dječju animaciju obavljaju animatori ili članovi nekog stručnog tima. Prvenstveno su to osobe koje imaju stručna znanja u radu s djecom, odnosno osobe koje dobro poznaju i razumiju dječju psihologiju.³⁶ Važno je da svaki zaposlenik zadovoljava sve kriterije poznavanja rada s djecom, bez da ugrozi njihovu sigurnost i zdravlje, bilo da je riječ o fizičkom ili psihičkom aspektu sigurnosti. Zapošljavanje osoba koji su zrele, brižne i učinkovite, jedan je od ključnih faktora za uspjeh hotelskih objekata koji ugošćuju obitelji s djecom. Također, roditelji očekuju da hoteli daju prioritet sigurnosti njihove djece prilikom kreiranja i brige o sadržaju koji zahtijevaju korištenje električne energije i vode. Takvi sadržaji moraju biti osigurani i redovito nadzirani kako ne bi predstavljali opasnost za djecu, dajući tako roditeljima osjećaj „smirenosti“.³⁷ Prostori predviđeni za igru predstavljaju okruženje koje može biti u izravnom kontaktu s djecom kada se u njemu igraju. Djeca imaju konstantnu interakciju s okruženjem, uključujući trčanje, sjedenje, interakciju s predmetima ili interakciju sa ostalom djecom u igri. Stoga postoje neke stvari o kojima se mora voditi računa prilikom planiranja, dizajniranja i projektiranja prostora u kojem će se animacijski programi odvijati, kao što su sigurnost, zdravlje, čistoća i udobnost djece dok koriste igraonicu. Sigurnost je potrebna kako bi se podržala provedba procesa igre koji je siguran za razvoj djeteta. Dakle, važan čimbenik u projektiranju dječje igraonice je i aspekt sigurnosti interijera, koji ima za cilj pružiti sigurnost i udobnost djeci prilikom igre. Ova komponenta sigurnosnog aspekta vidi se iz zahtjeva za postizanjem dobrog i odgovarajućeg dizajna u podržavanju sigurnosti djece tijekom igre, uključujući rasvjetu, zvuk, sigurne uvjete gradnje, i sigurne završne materijale. Na temelju analize literature o odnosu između sigurnosnog aspekta i percepcije sigurnosti, navode se slijedeći utjecajni čimbenici:

³⁴ Sagir, *Evaluation of child-friendly hotel: The case of side district*, 393.

³⁵ Anichiti, *Aspects Regarding Safety and Security in Hotels: Romanian Experience*, 6.

³⁶ Sabol, *Animacijski programi za djecu u funkciji obogaćenja turističke ponude Republike Hrvatske*, 5.

³⁷ Filimounau, *Exploring the business feasibility of childcare provision in hotels*, 14.

- Osvjetljenje (uhvaćeno osjetilom vida) - u prostorima predviđenim za dječju igru potreban je dobar dizajn rasvjete kako bi se proizveo broj, kvaliteta i mjesto točaka svjetla koje mogu zadovoljiti dječje potrebe za osvjetljenjem dok koriste prostoriju. Sama vrsta rasvjete dijeli se na prirodnu i umjetnu rasvjetu. Prirodno osvjetljenje je korisno za zdravlje djece. Prostorija, odnosno igraonica trebala bi imati prozor na nekoliko strana kako bi prirodna svjetlost mogla ući u prostoriju. Prirodno osvjetljenje može utjecati na reakciju djetetovog tijela. Istraživanja pokazuju da čimbenici boje i intenzitet svjetla mogu utjecati na krvni tlak, broj otkucaja srca, disanje, aktivnost mozga i metaboličke funkcije u tijelu djeteta. Neki od čimbenika koji se moraju uzeti u obzir u dječjoj igraonici za ulazak prirodnog svjetla su položaj prozora, balkona, otvorenih krovova i dvorišta s unutarnjim prostorom, te se pomoću njih maksimizira količina prirodnog svjetla u igraonici. Prirodno osvjetljenje također može zadovoljiti potrebe roditelja za nadzorom kada prate djecu prilikom igre. Dakle, roditelji se osjećaju sigurnije kada vide svoju djecu kako se igraju na mjestu koje izgleda svijetlo ili blago prigušeno, ali s osvjetljenjem koje dolazi od sunčeve svjetlosti. Osim prirodnog, postoji i umjetno osvjetljenje, koje se koristi za osvjetljavanje prostora koji nisu u blizini prozora ili drugih otvorenih površina. U idealnom slučaju, umjetna rasvjeta također je dizajnirana da stvori kvalitetu svjetlosti koja je gotovo slična prirodnoj rasvjeti te se može kontrolirati ili programirati na takav način da odgovara potrebama dječjih aktivnosti.
- Zvuk (uhvaćeno osjetilom sluha)- Zvuk ima važnu ulogu u procesu rasta djeteta. Dobra kvaliteta zvuka u djetetovom okruženju može imati dobar utjecaj na rast djetetovih stanica, membrana i organa. Djeca su vrlo osjetljiva na vibracije i buku u prostoru, što bi negativno utjecalo na njihov rast i razvoj. Negativni učinci buke mogu rezultirati zdravstvenim problemima sluha u ranom djetinjstvu. Stoga je zvuk jedna od najvažnijih stvari za podršku unutarnje sigurnosti dječjih igraonica. Neki primjeri zvukova koji mogu ometati djecu su buka drugog djeteta koje plače ili buka stranih predmeta, poput stroja, vozila itd.. Ova vrsta zvuka može izazvati stres kod djece i povećati opažanje nesigurnosti. U međuvremenu, prijateljski zvukovi u ušima djece, kao što su glasovi ljudi koji razgovaraju, tiha glazba, pjev ptica i zvukovi mirne prirode mogu stvoriti ugodu i smirenost, iako su na novom mjestu. Roditelji se

osjećaju sigurno kada se njihova djeca igraju na mjestu gdje se dječje pjesme čuju dovoljno tihim intenzitetom da ih prate u igri.

- Materijal interijera (uhvaćeno osjetilom dodira)- Opći sigurnosni zahtjevi za materijale za unutarnje površine su oni koji se lako čiste, antimikrobni i antibakterijski materijali, te oni koji imaju meku teksturu. Materijali sadržani u elementima interijera uključuju podove, zidove, strop i namještaj. Unutarnje materijalne površine su aspekti koji često dolaze u izravan fizički kontakt s ljudskim tijelom, u ovom slučaju djece i animatora. Djeca će dobiti opsežan odgovor, stimulaciju i informacije kada budu u interakciji s površinom materijala koji dodiruju. Okolina može isporučiti poruke kroz površinu materijala interijera kako bi dobila reakciju korisnika. Na primjer, grubi i tvrdi materijal ukazuje da dijete treba biti oprezno u igri u tom području, dok mekani materijal znači da se područje može slobodno istraživati u prostoru. Na temelju razlika u vrstama materijala može se zaključiti da je materijal koji najbolje odgovara djetetovom okruženju mekan i gladak. Pri odabiru vrste materijala u igraonici treba voditi računa o funkciji prostora i aktivnostima koje će se u njemu odvijati. Pri odabiru vrste materijala za prostore u kojima će se animacijski programi odvijati, potrebno je imati na umu mekoću materijala kako bi isti bio siguran za dijete. Kroz različite vrste tekstura, djeca mogu naučiti prepoznati i komunicirati sa svojom okolinom. To svakako igra ulogu u procesu formiranja djetetovog karaktera. Također, materijal interijera jedan je od važnih čimbenika koji mogu utjecati na roditeljsku percepciju sigurnosti kada prate svoju djecu prilikom igre. Na primjer, jedan od najvažnijih pokazatelja koji ide u prilog roditeljskoj percepciji sigurnosti je kolika je razina skliskosti podne površine.³⁸

No, potreba za osjećajem sigurnosti mora se promatrati u širokoj definiciji, ne ograničavajući se na fizičku sigurnost, već i na psihološku sigurnost. Sigurnost predstavlja zapravo ne samo sprječavanje boli i ozljede, već također da se djeca osjećaju sigurno u svojim aktivnostima. Sigurnost se definira u nekoliko značenja, kao što je biti slobodan od opasnosti, izbjegavati stvari koje mogu povrijediti ili nanijeti štetu i izbjegavati zlo. Također sigurnost predstavlja sigurno stanje za izbjegavanje opasnosti ili ozljede, stanje koje ne rezultira opasnost, ili koja

³⁸ Rachmawati, *The influence of children's playroom interior aspect in regard to parental safety perception. Case study: children's playroom at 23 paskal bandung, Indonesia*, 52.

može zaštititi od nastanka događaja (koji uzrokuje nesigurnost).³⁹ Prevencija ozljeda igra ključnu ulogu u promicanju sigurnosti djece, za koju se smatra da uključuje zaštitu djece od pojave ili rizika od ozljeda. Međutim, nova istraživanja sugeriraju da nametanje prevelikih ograničenja rizičnoj igri djece na otvorenom može ometati njihov razvoj. Poput sigurnosti, igra se smatra toliko ključnom za razvoj djeteta te njihovo fizičko i mentalno zdravlje.⁴⁰ Igra je opisana kao rad djece koji im pomaže razviti intrinzične interese, naučiti kako donositi odluke, rješavati probleme, vršiti samokontrolu, slijediti pravila, regulirati emocije te razvijati i održavati odnose s vršnjacima. Preuzimanje rizika u igri pomaže djeci testirati svoje fizičke granice, razviti svoj perceptivno-motorni kapacitet i naučiti izbjegavati opasna okruženja i aktivnosti te prilagoditi im se. Igra je biološki utemeljena i daje evolucijski doprinos ljudskom razvoju i promjenama. Nadalje, djeca također navode da su najsretnija kada se igraju.⁴¹

Uzimajući sve sigurnosne aspekte u obzir, hotelski objekti trebali bi prilikom planiranja animacijskih programa, usmjeriti pozornost na fizičke komponente prostora u kojima će djeca boraviti prilikom igre, kao što su materijali, svjetlost i zvuk koji će okruživati djecu tijekom odvijanja određenog animacijskog programa. Osim fizičkog aspekta sigurnosti, pozornost se mora obratiti i na psihološki aspekt dječje igre, te na koji način će ona zadovoljiti djetetove potrebe te pozitivno utjecati na dječji rast i razvoj. Hotelski objekti trebali bi zapošljavati adekvatno obrazovanu radnu snagu koja će imati doticaj sa djecom te razmisliti o alternativama koje će potaknuti kvalitetniju dječju igru od one konvencionalne koja se primjenjuje u većini hotelskih objekata, što konačno doprinosi i zadovoljstvu djece i roditelja te povećava njihovu potrošnju te osigurava ponovni povratak u hotelski objekt.

2.2. Utjecaj ICT tehnologije na kreiranje animacijskih programa za djecu

Jedna od disciplina, odnosno znanosti, koja je sveprisutna u dječjoj igri je informacijska i komunikacijska znanost, odnosno tehnologija. Riječ je o znanosti koja sve više stvara

³⁹ Ibid., 58.

⁴⁰ Brussoni, *Risky Play and Children's Safety: Balancing Priorities for Optimal Child Development*, 3135.

⁴¹ Ibid., 3136.

pozitivnu sinergiju s procesom odgoja i obrazovanja djece rane i predškolske dobi te je integrirana u svim njegovim segmentima.⁴² Informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT) igraju važnu ulogu u turizmu, putovanju i ugostiteljstvu. Integracija ICT-a u turističku industriju ključna je za uspjeh turističkog poduzeća. Informacijsko-komunikacijske tehnologije transformiraju turizam na globalnoj razini te sve više igra ključnu ulogu za konkurentnost turističkih organizacija i destinacija⁴³. Takav razvoj tehnologije utječe na sve sfere ljudskog života, pa tako i na dječju igru. Promjene koje proizlaze iz brzog razvoja tehnologije i novih medija ostavljaju veliki trag u procesu dječje igre. Osnovna razvojna karakteristika djece je njihova otvorenost prema novom i drugačijem. Djeca su po prirodi istraživači koji istražuju sve u svojoj okolini i šire. Jednostavnost i otvorenost prema novom nešto je što treba cijeliti i njegovati kod djece. Na tragu tih promjena hoteli se suočavaju s novim zadaćama, poput pokazivanja potpune otvorenosti prema novome i odbacivanja svih predrasuda, ograničenja i neznanja.⁴⁴ Kada menadžeri u hotelskim objektima u potpunosti prihvate ICT tehnologiju kao novu mogućnost i trend u pogledu kreiranja animacijskih programa, to će pomoći ne samo djeci da uđu u veliko istraživanje novih medija kao novog i neizbježnog dijela njihove nove igre, već i konkurentnosti njihova hotela. Prihvatanje snažnog utjecaja novih medija na dječju igru omogućuje hotelima određenu dozu kontrole nad kvalitetom igre kako bi se zaštitila sama djeca. Dakle, tehnologija i novi mediji postali su dio dječje igre, odnosno načina na koji se djeca igraju u 21. stoljeću.

Korištenje ICT tehnologije pozitivno utječe na razvoj:

- Kritičkog mišljenja - Razvoj kritičkog mišljenja može se potaknuti kroz igru koja uključuje istraživanje računala i drugih digitalnih medija na način da se djeca upoznaju s vanjskim i unutarnjim tehničkim karakteristikama. Prije nego što se pozabavimo računalom kao medijem za prenošenje informacija i kao sredstvom komunikacije, bitno je da se kod djece razvije vlastita percepcija i razumijevanje informacijsko-komunikacijskih tehnologija. Suvremeni pristup stjecanju novih znanja i vještina može se svesti na zahtjev da dijete uči istražujući i istražujući uči. Djeca istražuju kroz igru i ta istraživačka igra postaje ključni pokretač

⁴² Rogulj, *Influence of the New Media on Children's Play*, 270.

⁴³ Bethapudi, *the role of ict in tourism industry*, 67.

⁴⁴ *Ibid.*, 267.

usvajanja novih znanja i vještina. Kroz zabavu u igri, na nesvjesnoj razini, djeca proširuju svoje kompetencije i pripremaju se za proces cjeloživotnog učenja. Odabir programa, alata i igara koje bi se mogle ponuditi djeci zahtjeva temeljito promišljanje stručnjaka prilikom kreiranja animacijskih programa.

- **Komunikacije** - Interakcijom s računalima djeca dobivaju stimulaciju za pretvaranje virtualne igre u stvarnu igru sa svojim prijateljima, roditeljima ili animatorima. Ovakav način korištenja računala potiče djecu na razvoj komunikacije s vršnjacima, ali i s odraslima. Koristeći računala kao posrednike, djeca ostvaruju društveni kontakt koji se na taj način njeguje, uvježbava i proširuje. Komunikacija ne teče jednosmjerno, ona se razvija u odnosu dijete – računalo, računalo – dijete, dijete – računala, djeca- računalo, dijete – odrasli⁴⁵.
- **Kreativnosti** - Različiti programi i alati omogućuju razvoj dječje kreativnosti kao kognitivnog procesa koji je posebno izražen u znanosti i umjetnosti. Pomoću programa za crtanje djeca mogu birati tehniku, boje i oblike za izradu digitalne slike. Digitalni rad moguće je otisnuti u više primjeraka, čime se proširuju temeljna znanja o slikarskoj umjetnosti i utječe na razvoj kreativnosti, a ujedno potiče korištenje drugih tehničkih medija, u ovom slučaju printera.
- **Prava na izbor** - Sve ranije spomenute aktivnosti su skoro pa nevažne ako se djeci ne prizna osnovno pravo, a to je pravo na izbor. Ključni pojam je pravo djece na izbor, a posebno se ističe kod djece s posebnim potrebama. Računalo s prilagođenim softverskim programima koji su usmjereni na specifičan invaliditet omogućava svakom djetetu uključivanje u aktivnosti koje su mu donedavno bile uskraćene. Istraživanja su pokazala veliki napredak kod djece s posebnim potrebama - u razvoju znanja i vještina, povećanom samopouzdanju i omogućavanju osjećaja da pripadaju kolektivu.⁴⁶

Za provođenje ovog procesa prilikom planiranja animacijskih programa potrebna je pomoć kompetentnih stručnjaka koji će planirati aktivnosti za djecu, uzimajući u obzir dob, razvojne karakteristike djece, njihove individualne potrebe i sposobnosti. Djecu je potrebno pripremiti za kulturu korištenja računala i drugih digitalnih tehnologija. Uspostavom

⁴⁵ Ibid., 272.

⁴⁶ Ibid., 273.

pravilnog sustava vrijednosti, mogu se izbjeći negativni elementi koji prate digitalnu eru, a računalo će se doživljavati kao sredstvo za poboljšanje kvalitete života ljudi i same dječje igre. Time bi se poništile sve negativne konotacije koje se sada pripisuju informacijsko komunikacijskoj tehnologiji kao čimbeniku koji loše utječe na dječji razvoj u cjelini i dječju igru. Računalna i digitalna tehnologija sastavni su dio dječjeg svijeta i iz tog razloga moramo učiniti sve što je u našoj moći kako bi one pozitivno utjecale na dječju igru, u svrhu osiguravanja ravnomjernog cjelokupnog razvoja djece.⁴⁷

Čvrsta veza koja se javlja između zabave i obrazovanja stvorila je ono što se definira kao „*edutainment*“ što se može smatrati kontinuiranim i inovativnim treningom mozga, koji na interaktivan način potiče sposobnost kombiniranja pažnje i motivacije za istraživanje i učenje. Uloga igara u učenju česta je tema istraživanja. Posebno su analizirane različite igre povezane s mehanizmom edukacije i zabave kako bi se razumjelo na koji način i u kojoj mjeri mogu olakšati učenje, razvoj pamćenja, pažnje, motivacije i drugih kognitivnih procesa, kao i prostornih sposobnosti. Cilj je definirati „*edutainment*“ kao granu e-učenja koja promiče proces učenja na razigran način, kroz multimedijske aplikacije. Ideja o poticanju integracije igre, tehnologije i učenja nova je i ujedno složena za svoje obrazovne ciljeve.⁴⁸ Interaktivne tehnologije, zapravo zato što pretvaraju korisnike u glumce, mogu uključiti i zabaviti smanjujući jaz između animatora i djeteta, dok se animator ističe kao predvodnik znanja, a dijete kao primalac informacija. Iako su pozitivni učinci ICT tehnologije na animaciju djece vidljivi, treba obratiti pozornost i na negativan učinak. Pretjerano korištenje računala, tableta itd., ima zasigurno negativan učinak na rast i razvoj djeteta. Prilikom kreiranja animacijskog programa, stručnjaci bi trebali ograničiti uporabu informacijsko komunikacijskih tehnologija isključivo na one u svrhu edukacije ili promoviranja fizičke aktivnosti djeteta. Puko igranje igrica, u manjim količinama nije štetno, no istraživanje je pokazalo da četiri od deset najboljih obiteljskih hotela u svijetu koriste video igre kao jednu od glavnih aktivnosti namijenjenih djeci.⁴⁹ Najveća zabrinutost povezana je s negativnim učincima takvih igara na razvoj djeteta, stoga je od iznimne

⁴⁷ Ibid., 274.

⁴⁸ Corona, *Information Technology and Edutainment: Education and Entertainment in the Age of Interactivity*, 12.

⁴⁹ Ibid.

važnosti strateško korištenje ICT-a u svrhu kvalitetne igre koja promovira zdravlje, edukaciju te rast i razvoj djeteta.

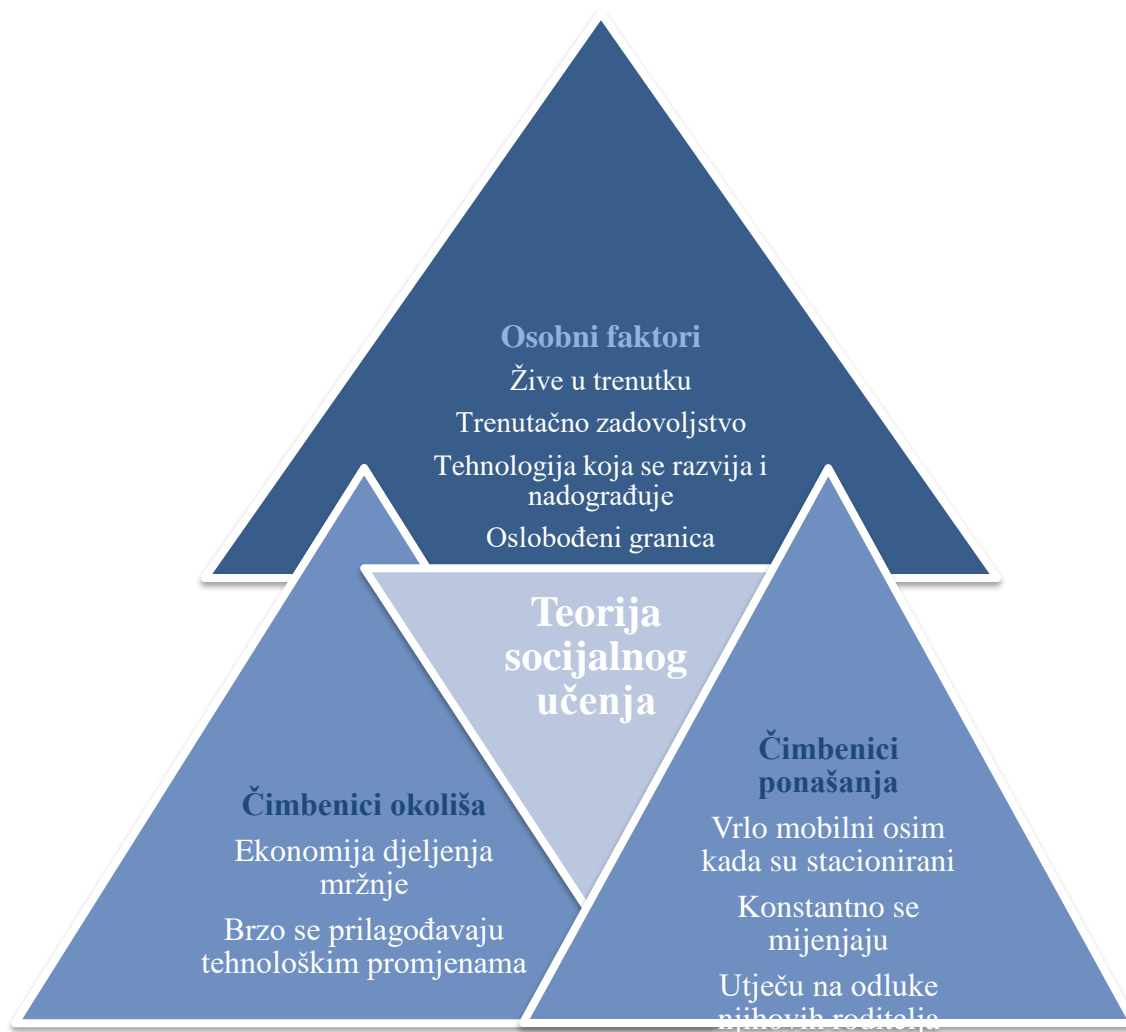
2.3. Prilagodavanje dječjih animacijskih programa potrebama novih generacija

Kao što smo zaključili u prethodnom poglavlju, digitalne tehnologije uvelike su utjecale na preferencije i ponašanje djece i mladih kako inače, tako i prilikom putovanja i odsjedanja u hotelu. Djeca generacije milenijalaca, generacija *Alpha* se smatra djecom rođenom između 2010. i 2025. Njihova godina rođenja (2010.) podudara se s lansiranjem iPada i Instagrama – trenutno najomiljenijih svjetskih marki i aplikacija za društvene medije. Rođeni su u eri brzih naprednih tehnologija. Tehnologija za njih znači svijet. Od zabave, igranja, povezivanja s vršnjacima, pa čak i obrazovanja nakon pandemije COVID-19, njihov se život vrti oko tehnologije. Nedavno je otkriveno da generacija *Alpha* do dobi od dvije godine svladava zaslon osjetljiv na dodir i lako se kreće kroz razne aplikacije na pametnim telefonima, što je njihovim prethodnicima trebalo godinama, čime su zaslužili etikete *screenagera*, digitalnih urođenika i povezane ili ožičene generacije.⁵⁰ Ono što je najvažnije kod ove generacije je digitalno okruženje u kojem se rađaju. Tehnologija je dio njihove svakodnevice, pod utjecajem roditelja, odgajatelja i mnogih drugih društvenih interakcija. Koncept "povezanosti" važno je središte za ovu generaciju, čak i više nego za njihove prethodnike Generaciju Z. Drugi izraz koji se koristi za opisivanje ove generacije dolazi od nadimka "digitalni urođenici", odnosno oni koji urođeno posjeduju sofisticirano znanje i vještine s informacijskim tehnologijama, koje se posebno razlikuju od onih iz ranijih generacija. Iz tog razloga, animacijske programe potrebno je prilagoditi njihovoj razini znanja i vještina kako bi se djelovalo u korak sa njihovim ponašanjem i napretkom tehnologija koje svakodnevno koriste⁵¹. Bihevioralna teorija je idealna za naglašavanje potrebe za razumijevanjem strukture ponašanja *Alfa* generacije. U nastavku će se prikazati triadički model recipročnog determinizma Alberta Bandurine. Takav model objašnjen je kao

⁵⁰ Kumar, Understanding Generation Alpha, 3.

⁵¹ Tootell, *Generation Alpha at the intersection of technology, play and motivation*, 82.

recipročna interakcija između osobnih, determinante ponašanja i okoline.⁵² Pomoću navedene teorije socijalnog učenja prikazati će se okvir mogućeg ponašanja nove generacije koji može poslužiti za prilagođavanje animacijskih programa u hotelskim objektima njihovim preferencijama.



Slika 1. Teorija socijalnog učenja generacije Alpha

Izvor: izrada autora prema Thomas Mary Rani. „Customer Profiling of Alpha: The Next Generation Marketing“ *Ushus-Journal of Business Management*. Vol. 19, No. 1 (2020): 75-86

⁵² Devi, *Application of Bandura's social cognitive theory in the technology enhanced, blended learning environment*, 722.

Ponudu animacijskih programa u hotelskim objektima trebalo bi prilagoditi s obzirom na navedene čimbenike koji obilježavaju novu generaciju potencijalnih gostiju. Uzimajući u obzir da se tehnologija ubrzano razvija te uvelike ima utjecaj na ponašanje i preferencije nove generacije, tradicionalna ponuda koja je zadovoljavala prethodne generacije više nije dovoljna. Klasičan animacijski program koji je uključivao na primjer, igre na bazenu, likovne radionice, sportske igre itd., potrebno je prilagoditi novim generacijama putem korištenja tehnologije prilikom planiranja programa. S obzirom da se djeca brzo prilagođavaju tehnološkim promjenama, to iziskuje konstantnu nadogradnju takve ponude kako bi bili u toku sa njihovim tehnološkim vještinama te znanjem koje je s godinama sve više sofisticirano. *Alpha* generacija živi u trenutku, te je sklona trenutnom zadovoljstvu. Ako uzmemo za primjer sportske igre, one uključuju interakciju sa drugom djecom u kojima se treba ostvariti kontakt kroz igru. Takav princip igre uzima više vremena za ostvarivanje zadovoljstva. U današnje vrijeme tehnologija pruža trenutno zadovoljstvo putem vizualnih i zvučnih podražaja ne samo djeci, već i odraslima. Uključivanjem moderne tehnologije u igru moguće je da će takav pristup brže donijeti djeci osjećaj zadovoljstva. No, naravno, ne smije se zanemariti niti važnost igre kakvu su prethodne generacije poznavale, već tehnologiju također integrirati u već postojeće programe te ih na taj način unaprijediti i približiti novim generacijama. S obzirom na činjenicu da su roditelji prijašnjih generacija kroz konzervativan način odgoja nametali mnogobrojne granice djeci, roditelji novih generacija sve više pribjegavaju novim metodama odgoja koje djeci dozvoljavaju veću razinu slobode. Na taj način nove generacije preferiraju aktivnosti koje ih ne ograničavaju u njihovom izražavanju i igri, već pružaju slobodu prilikom interakcije sa drugom djecom te samostalnom donošenju odluka. Menadžeri koji kreiraju animacijski program u hotelskim objektima trebali bi se prilagoditi navikama i ponašanju novih generacija s obzirom da njihovo zadovoljstvo ponuđenim programom uvelike utječe na odluku njihovih roditelja o ponovnom posjećivanju određene destinacije ili hotelskog objekta.

2.4. Trendovi u kreiranju i osmišljavanju animacijskih programa za djecu

Istraživanje i praćenje aktualnih trendova neophodni su za zadržavanje konkurentnosti i svrhovitosti na današnjem turističkom tržištu. Praćenje najnovijih fenomena koji oblikuju sadašnje i buduće ponašanje obiteljskih turista, ključni su u koncipiranju ponude animacijskih programa te njihovom prilagođavanju aktualnim potrebama djece. Djeca promatrajući ponašanje roditelja i ostatka obitelji, usvajaju njihove pojedine oblike ponašanja i stavove, što rezultira stvaranjem sličnih preferencija kod djece. Aktualni trendovi koji su utjecali na stavove i želje obitelji prilikom putovanja i boravka u hotelu, utječu i na djecu, te je neophodno prilagoditi ponudu animacijskih programa u skladu sa trendovima u svrhu zadovoljavanja kako ukupne potrebe obitelji, tako i specifične potrebe svakog djeteta. Menadžment mora imati na umu da su današnja djeca odrasli klijenti sutrašnjice i da se preferencije razvijene u djetinjstvu često zadržavaju u odrasloj dobi. Odrasle osobe smatraju da ih pozitivna iskustva iz djetinjstva čine sretnijima i ostavljaju veći trag u njihovim sjećanjima nego materijalna dobra, bilo retrospektivno ili prospektivno. U skladu s tim, budući da djeca predstavljaju značajan i trajan tržišni potencijal, menadžeri hotela trebali bi kroz dječju animaciju uspostaviti dugoročnu marketinšku strategiju, koja ima pozitivan utjecaj na dječje poznavanje marke hotela te na taj način poticati trajni odnos između hotela i djeteta, stvarajući gosta koji će se vraćati iz godine u godinu.⁵³ Tek su nedavno akademska zajednica i stručnjaci povezani s turizmom počeli istraživati dječja iskustva na odmoru preispitivanjem tradicionalnih pogleda ciljne publike za turističke proizvode i usluge. U ovoj reevaluaciji djeca se smatraju važnom ciljnom skupinom sa specifičnim potrebama. Kao buduće goste, djecu treba promatrati kao tržišnu nišu sa potencijalno važnim utjecajem, budući da su njihove percepcije značajan faktor za uspjeh poslovanja. Ovaj kontekst stvorio je izazove za menadžere hotela da budu pragmatični i strateški orijentirani kada plasiraju svoje proizvode i usluge djeci i obiteljima.⁵⁴ Sa svrhom definiranja trendova i potreba ovog specifičnog segmenta turističkog tržišta u nedavno provedenom istraživanju intervjuirana je grupa menadžera u luksuznim hotelima,

⁵³ Lahouel, *Children as customers in luxury hotels: What are Parisian hotel managers doing to create a memorable experience for children?* 9.

⁵⁴ *Ibid.*, 3.

a rezultati koji prikazuju najvažnije čimbenike koji su utjecali na zadovoljstvo djece i obitelji tokom boravka u njihovim hotelima, klasificirani su prema slijedećim klasama:

- Emotivni doživljaj usluge - iskustvo djeteta temelji se na racionalnim (npr. funkcionalna kvaliteta usluge, pozitivna iznenađenja i interakcija između djeteta i zaposlenika) i emocionalnim (npr. raspoloženje, osjećaji i emocije) aspektima iskustva. Pažnja menadžmenta posebno je bila usmjerena na osobne događaje gostiju (rođendani, posebne proslave itd.) ali i na kulturne prigode tijekom cijele godine (Božić, Uskrs, Noć vještica itd.) Tijekom kulturnih razdoblja menadžeri su osmislili poželjno i specifično iskustveno okruženje kako bi povećali zadovoljstvo obitelji. Kako je Božić godišnji događaj, to je za menadžment bilo pitanje nadmašivanja samog hotela i pitanje proširenja granica mašte kako bi se ostavio trajan dojam. Nadalje, utvrđeno je da su se menadžeri oslanjali na autentičnost svog hotela kako bi stvorili emocionalnu vrijednost. Nastojali su razlikovati svoj hotel i održati konkurentsku prednost kroz opipljive elemente specifične za hotele koje je teško oponašati i zamijeniti. Raskošni ukrasi, bajke ili poznati likovi iz crtića korišteni su za postizanje dugoročne konkurentске prednosti nadmašivanjem kognitivnih, afektivnih i osjetilnih očekivanja obitelji. Menadžeri hotela smatraju da su nezaboravni događaji stvorili pozitivna iskustva za djecu, što je zauzvrat utjecalo na osjećaj zadovoljstva njihovih roditelja. Naposljetku, menadžeri su percipirali uzbuđenje kao ključni element užitka i zadovoljstva.
- Priprema susreta s uslugom - Rezultati su identificirali samo jednu dodirnu točku koju su upravitelji luksuznih hotela smatrali važnom: dolazak djece u hotel. Zaposlenici hotela bili su vrlo dobro pripremljeni za prvi kontakt s djecom te unaprijed upoznati s njihovim preferencijama i specifičnim potrebama. Koristeći materijalne i nematerijalne elemente okruženja (igre, maskote, kućne ogrtače, rasvjetu, atmosferu, dizajn, stil itd.), menadžment je nastojao odgovoriti na emocionalne i osjetilne karakteristike djece. Menadžeri u ovom istraživanju uočili su da specifično ponašanje uslužnih djelatnika predstavlja vrlo važan čimbenik zadovoljstva djece kvalitetom usluge.

- Senzorno iskustvo usluge - Hotelski interijer i atmosfera posebno su osmišljeni da privuku djecu, bilo u predvorju ili spavaćim sobama. Radi se o pružanju osjećaja dobrobiti i pokretanju dječje mašte
- Fizičko iskustvo usluge - Ova klasa odražavala je prilagođenost ponude posebno bebama i maloj djeci. U sobama su bili dostupni dječji jelovnici kao i posebne pogodnosti. Darovi su također bili dio tretmana ovog segmenta gostiju i uglavnom su bili u obliku igara, bojanki, mekih igračaka ili malih ruksaka.. Hoteli sa 100 ili više soba također su djeci nudili aktivnosti, poput potrage za blagom ili tečajeva kuhanja s hotelskim kuharima. trenutaka i poticanje pozitivnih reakcija obitelji.⁵⁵

Menadžeri koji su sudjelovali u spomenutom istraživanju navode kako su prvi trenutci dolaska obitelji u hotel bili najvažniji za poticanje pozitivnih reakcija obitelji i osjećaj zadovoljstva djece. Dolazak obitelji uključivao je tehničke i sigurnosne elemente kroz prilagodbu ponude. Pažnja koja se posvećivala pri dolasku djece (npr. igre, maskote s potpisom) bila je prilagođena dobi i spolu djeteta. Tijekom ove faze dječje iskustvo bilo je poboljšano kroz posebne igre, prepoznatljive maskote i pogodnosti (npr. dječji krevetići, stolice za hranjenje, grijači za bočice i kućni ogrtači ili papuče veličine za djecu). Menadžeri su posebno naglasili i važnost personaliziranih darova i detalja koji se mogu odabrati pomoću informacija u hotelskoj bazi podataka te na taj način npr. personalizirati majice korištenjem dječjih imena⁵⁶. Na taj način menadžment je osmislio nezaboravno iskustvo za djecu, osigurao veću razinu njihovog zadovoljstva i stvorio odmor bez stresa za njihove roditelje. No, turističko tržište obiteljskog turizma mijenja i oblikuje se pod utjecajem demografskih promjena i društvenih struktura te time iziskuje i često pojavljivanje novih trendova. Kao rezultat takvih promjena, u posljednje vrijeme javili su se novi oblici obiteljskog turizma. U istraživanju *Family Travel Association-a* provedenog 2022. godine 85% obitelji izjasnilo se kako planira putovati u slijedećih 12 mjeseci, a ostali rezultati istraživanja donose brojna predviđanja trendova za buduće godine. Na kraju istraživanja, ispitanici su upitani što bi industrija putovanja mogla učiniti da bolje služi potrebama obitelji. Glavni odgovor, koji je odabralo 43% ispitanika, bio je da bi dobavljači putovanja

⁵⁵ Ibid., 14-16.

⁵⁶ Ibid., 17.

trebali ponuditi bolju vrijednost za novac. 35% ispitanika smatra da bi više smještaja trebalo imati opcije soba prilagođenih obiteljima, a 20% smatra da bi smještaj trebao ulagati više u zabavu u sobi.⁵⁷ Takve promjene vezane uz obiteljski turizam treba uzeti u obzir i prilikom kreiranja animacijskih programa, te analizirati i primijeniti odgovarajući odgovor na promjene, putem kreiranja i osmišljavanja aktualnih animacijskih sadržaja i usluga. Neki od definiranih trendova u obiteljskom turizmu su:

- Promjena obiteljskih struktura – posljednjih godina obiteljska struktura postala je više vertikalna, u odnosu na prijašnji statički horizontalni oblik, odnosno bake i djedovi provode više vremena sa svojim unucima te samim time imaju aktivnu ulogu u njihovom životu i vode ih na razna putovanja.
- Imigracija – one imaju veliki utjecaj na turizam iz više razloga. Jedan od njih je što se ljudi sele u razvijenije zemlje što znači da imaju veće prihode te su u mogućnosti priuštiti si putovanja. Također, imigranti često putuju u svoje primarne zemlje kako bi posjetili rodbinu i prijatelje te vrlo često iznajmljuju smještaje u hotelima.
- Društveni kapital i stvaranje uspomena – društvene koristi od turizma za njegove sudionike identificiranje su već neko vrijeme unutar obiteljskog turizma kao prilika za zbližavanje, komunikaciju i jačanje odnosa. Obitelji najčešće putuju za vrijeme blagdana ili praznika, kada nema toliko poslovnih i školskih obaveza. Prilikom boravka stvaraju se i, putem fotografija, bilježe uspomene pomoću kojih obitelji stvaraju i jačaju društveni kapital i emotivnu povezanost.
- Helikopter roditelji – fenomen pod nazivom helikoptersko roditeljstvo potiče iz američke kulture, a prvi puta se pojavio 1990-ih godina. Izraz se koristi za opisivanje ponašanja određenih roditelja koji nadziru interese i odluke svoje djece te vrlo često interveniraju prilikom donošenja životnih odluka pa tako i odluka o putovanju. Budući da je u današnje vrijeme internet važan izvor informacija, bitno je potencijalnim turistima omogućiti razmjenu ideja te

⁵⁷ Family Travel Association, *US Family Travel Survey 2022*. 4.

korisnih i istinitih informacija koje pružaju osjećaj sigurnosti prilikom donošenja odluka o putovanju.

- Iskustveni obiteljski odmor – temeljni proizvod turizma jesu stjecanje novih iskustava te provođenje vremena s obitelji radeći zabavne aktivnosti koje se razlikuju od njihove svakodnevice. Ovaj trend ukazuje na potrebu obitelji da istražuju i provode aktivnosti zajedno i imati više autentičnih iskustava prilikom boravka.
- Djeca kao sofisticirani potrošači – opće je poznato da se djeca odmalena trude oponašati navike starijih, a to uključuje i njihove potrošačke navike. Samim time, potrebno je prepoznati njihove želje i potrebe te kreirati ponude koje će te iste želje i potrebe zadovoljavati.
- Mješovite obitelji – takozvane mješovite obitelji uzrok su povećanih razvoda. S obzirom na neuobičajenosti koje dolaze s ovakvim obiteljima (npr. nadmetanje dvaju rastavljenih roditelja), potrebno je osmišljavanje specifičnih putnih aranžmana i ponuda koje će pratiti dinamiku ovakvih obitelji.
- Nova obiteljska tržišta – uzrokovana rastućim raspoloživim prihodima i poboljšanjem životnog standarda više obitelji si može priuštiti duže i skuplje boravke, npr. luksuzne hotele s bogatom ponudom.
- Spol – stalne promjene u rodnim ulogama i roditeljskom ponašanju mogu biti značajne za doživljaj obiteljskog odmora. Očevi se aktivnije uključuju u aktivnosti sa svojom djecom prilikom svog slobodnog vremena i odmora. Također, majke su više fokusirane na rad i izgradnju karijere što pridonosi prihodima kućanstva te stvara širu ponudu mogućih putovanja.⁵⁸

Sustavnim istraživanjem obiteljskog turizma i propitivanjem potreba tog segmenta turističke potražnje u novije vrijeme pojavili su se trendovi koji će također utjecati na osmišljavanje ponude animacijskih programa u hotelskim poduzećima. Uz prethodno navedene trendove najnovija predviđanja trendova obiteljskog turizma idu u smjeru:

⁵⁸ Schanzel, *Trends in family tourism*, 141-144.

- Višegeneracijska i proširena obiteljska putovanja- Putovanja koja uključuju roditelje, bake, djedove i djecu. Predstavljaju jedan od najvažnijih trendova koji se pojavio tokom pandemije te će se nastaviti i kao važna sila u oporavku turističke industrije. Obitelji trenutno stavljaju prioritet na zajedničko provođenje vremena i putovanja.
- Jedinstvena i avanturistička obiteljska putovanja- Pandemija je utjecala na pojavu mnogih trendova, pa tako i trend da roditelji žele povesti djecu u destinacije i iskusiti sadržaje koje su prije izbjegavali. Roditelji više ne odgađaju ovakav tip putovanja za daleku budućnost već žele sada iskusiti jedinstvena i uzbuđujuća putovanja sa njihovom djecom.
- *Slow travel* - Obitelji biraju ovaj tip putovanja radi opuštanja i povećanja energije. Minimiziranjem turističkih aktivnosti i umjesto toga stjecanjem iskustva iz prve ruke, roditelji i djeca teže autentičnom iskustvu te odvajanjem više vremena za upoznavanje destinacije i lokalnog stanovništva.
- Kulturno-obrazovna obiteljska putovanja- u porastu su obiteljska putovanja u gradove te putovanja obrazovnog i kulturnog karaktera. Roditelji žele uključiti iskustvo učenja i školovanja u svoje godišnje odmore kako bi pretvorili putovanje u zanimljivu edukaciju za djecu.
- Putovanja inspirirana zabavom- Filmovi i TV serije predstavljaju jednu od najvažnijih inspiracija obitelji prilikom odabira destinacije. Djeca najčešće utječu na takvu odluku, te žele putovati na mjesta koja su vidjela u određenim televizijskim emisijama kao npr. *Harry Potter*, *Emily in Paris* i sl.
- *Nearcation*- Lokalna putovanja u destinacije u neposrednoj blizini doma. Obitelji istražuju zanimljive destinacije u njihovoj blizini za koje nisu niti znali da postoje prije pandemije. Također, obitelji biraju ovakva putovanja zbog sve većih putnih troškova i inflacije.
- Rezerviranje puno unaprijed prije boravka- Obitelji planiraju putovanja čak i nekoliko godina unaprijed. Rezerviranje hotela nekoliko mjeseci ranije sada se smatra *last minute* putovanjima. ⁵⁹

⁵⁹ 7 trendova koji definiraju obiteljska putovanja u 2023. <https://www.petitpasseport.com/insights/7-family-travel-trends-in-2023>

Analizom te odabirom odgovarajuće strategije za primjenu odgovora na aktualne promjene i trendove na tržištu obiteljskog turizma, dovesti će se do kreativnijih i inovativnijih rješenja kako zadovoljiti potrebe djece i njihovih obitelji prilikom animacije za vrijeme njihovog boravka u hotelskim objektima. Djeca današnjih obitelji predstavljaju novu generacija turista. Ulaganje u današnju djecu koja putuju oblikovati će budućnost turizma.

3. ANALIZA PONUDE ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U HOTELSKIM OBJEKTIMA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Republika Hrvatska nudi bogatu ponudu obiteljskih hotela koji nude kvalitetan sadržaj animacijskih programa za djecu. Više od desetak hotela specijaliziralo se isključivo za ugošćavanje obitelji sa djecom raznih uzrasta te ponudu prilagodilo isključivo takvom segmentu gostiju. Neke od najupečatljivijih animacijskih programa imaju hotelska poduzeća Valamar, Maistra, Liburnia, Solaris i Medora. Ponuda prepoznatljivih animacijskih programa navedenih hotela predstavlja vrlo bitan element na turističkom tržištu.

3.1. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Valamar Riviera d.d.

Valamar Riviera d.d. rasla je i razvijala se na turističkom tržištu Republike Hrvatske gotovo 70 godina, te danas predstavlja lidera u odmorišnom turizmu,. Biti lider i partner turističkim destinacijama u kreiranju autentičnih događaja predstavlja i njihovu misiju. ⁶⁰ Kako bi zadovoljili želje svakog, pa i onog najzahtjevnijeg gosta, Valamar Riviera kreirala je Valamar programe sa potpisom. Jedan od programa je Maro koncept za obitelj. U hotelima i kamping ljetovalištima Valamar Riviere dizajniran je Maro koncept za djecu do 12 godina, te u pojedinim objektima i za tinejdžere. Koncept Maro predstavlja pažljivo osmišljen animacijski program za djecu vođen od strane profesionalnog osoblja, te donosi vrhunski opremljene dječje igraonice sa raznim sadržajima prilagođenim suvremenim trendovima i potrebama djece, uz djeci zanimljivu maskotu morskog račića, Maru. Valamar Riviera nudi Maro koncept u svojim obiteljskim hotelima i apartmanskim naseljima u Poreču, Rapcu, Dubrovniku, Makarskoj te na Hvaru, Krku, Rabu i u Austriji, te oni uz uobičajenu kategorizaciju imaju i Maro zvjezdice: što je ponuda za djecu i roditelje šira, broj Maro zvjezdica hotela ili apartmanskog naselja je veći (od 3 do 5). Maro koncept jamči visokokvalitetan obiteljski odmor u Valamar hotelima. ⁶¹ Valamar Riviera 2018. godine

⁶⁰ Portfelj Valamar Riviere d.o.o., <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

⁶¹ Maro kategorizacija, <https://www.valamar.com/cmsmedia/valamar/brochures/hotel-hr.pdf> (pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

otvara Valamar Girandella Maro Resort u Rapcu i ulazi u prestižni lanac Kinderhotela, specijaliziranih za obiteljski odmor i time dobiva dodatno priznanje ulaganja u kvalitetu i razvoj portfelja u segmentu odmorišnog turizma usmjerenog na obitelji s djecom. Kinderhotels Europa je marketinška platforma koje pod austrijskim brendom Kinderhotels okuplja *premium* obiteljske hotele visoke kvalitete.⁶² U Republici Hrvatskoj Valamar Girandella Maro Resort predstavlja treći hotel te vrste, dok ih je u Europi 50. Hotel je dizajnom i ponudom u potpunosti prilagođen obiteljima s djecom raznih dobni skupina. U nastavku će se analizirati ponuda animacijskih programa, usluga i sadržaja namjenjenih djeci u Girandella Maro Resortu.

Tablica 1. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Valamar Riviera d.d.

	Naziv kluba	Animacijski programi, sadržaji i usluge u klubovima
Dječji klubovi u Girandella Resortu	Maro Baby klub (za djecu od 0 do 3 godine)	<ul style="list-style-type: none"> posebno opremljen prostor i vanjska lounge zona za opuštanje i druženje roditelja s djecom u sklopu i Maro Baby Room- čuvanje beba i male djece uz stručni nadzor Program Lucija otkriva svijet u Habi (u sklopu Maro Smart Play igraonice) - Kornjača Lucija prati i animira najmlađe u sobi dizajniranoj za mnoštvo osjetilnih iskustava, od tunela za puzanje do didaktičkih igračaka koje podupiru razvoj fine motorike djece
	Maro club (djeca od 3 do 7 godina i 7 do 12 godina)	<p>Dnevni animacijski programi i sadržaji:</p> <p><u>U sklopu Maro Smart Play igraonica:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Lite Zilla</i> (4-12)- interaktivni svjetlosni zid <i>Vertigo Living Floor</i>- interaktivni projektor pretvara pod u podvodno okruženje Igralište Mašte(4-12)- mnoštvo plavih kocki za gradnju Igralište Rigamajig(5-12)- STEM igralište <i>Vertigo Paint2Life</i>- oživljavanje dječjih crteža proiciranjem na zid zabavna škola za mađioničare <i>Hocus – Pocus</i> Igre i programi poput izleta i tematskih dana namijenjeni obiteljskoj zabavi i druženju najmanje 3 puta tjedno Dječje vrtlarjenje u Maro vrtu Predstave u kazalištu Dječji fitness programi na otvorenom <p>Večernji animacijski program:</p>

⁶² Suradnja Kinderhotels Europa i Valamar Riviere d.o.o., <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-riviera-otvorila-dva-nova-ljetovalista-u-rapcu/> - image-208 (pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

		<ul style="list-style-type: none"> • Maro <i>Disco</i> • Maro <i>Party</i> • Mađioničar • Kino projekcije crtića i obiteljskih filmova u zatvorenom kinu • Kino projekcije na otvorenom
	Teen klub (stariji od 12 godina.)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Teen Hangout</i>- zona za druženje s vršnjacima • Lounge zona na otvorenom • Sportski turniri (odbojka na plaži, stolni tenis, badminton, biciklističke ture itd.) • Gaming turniri • <i>Disco Time</i> • Kino večeri • Tulum na plažama
	Vrsta programa i sadržaja	Naziv programa, aktivnosti i sadržaja
Posebni animacijski programi, usluge i sadržaji za djecu	Posebni programi, sadržaji i usluge za goste Girandella Suitesa	<ul style="list-style-type: none"> • Dodatni Maro Baby klub • Obiteljsku igraonicu • Kino • Maro igralište s dječjim biciklima • <i>Aqua Maro</i>- unutarnji kompleks s bazenom za bebe, toboganima i unutarnjim bazenom • Nova i zabavna škola za mađioničare Hocus – Pocus • Fredova plivačka akademija- satovi plivanja za djecu stariju od 4 mjeseca • Mali poligon za bicikle i autiče na krovu Maro kluba • Maro igralište na otvorenom koje sadrži mali biciklistički poligon, tobogan i penjalicu
	Posebni sadržaji i usluge namjenjene djeci i roditeljima	<ul style="list-style-type: none"> • Maro škola plivanja • <i>Concierge</i> Maro • Dodatni sadržaji za djecu u hotelskim sobama • Dječji bazeni i bazeni za bebe

Izvor: izrada autora prema <https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete> (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Girandella Maro Resort u ponudi ima Super Maro igraonice namijenjene za djecu svih dobnih skupina do 12 godina te se u sklopu *Maro Worlda* nalazi se i interaktivni prostor *Maro Smart play*, prilagođen djeci od 0 do 12 godina. *Maro Smart Play* temelji se na nestrukturiranoj dječjoj igri, koja nema unaprijed zadana pravila, te djeci omogućuje razvijanje kreativnosti i potiče intelektualni, emocionalni, društveni i fizički razvoj. Za razliku od klasičnih igraonica koje često imaju slične elementima, *Maro Smart Play* obiluje novitetima koji će potaknuti dječje uzbuđenje za novim otkrićima i učenjem. Tehnologija i

nestrukturirana igra upliću se u zabavna iskustva koja potiču dječji intelektualni, emocionalni, društveni i fizički razvoj.

Takva iskustva utječu na djecu na slijedeće načine:

- Potiče kreativnost i samoizražavanje
- Potiče razmišljanje
- Poboljšava fizičke vještine
- Podiže svijest o ekologiji
- Potiče timski rad i empatiju
- Gradi samopouzdanje⁶³

Kvaliteta usluga i programa, kao što je Maro program, jedan je od ključnih razloga za uspješnost i dugogodišnji rad Valamar Riviere. Bogati sadržaj Valamar hotela u pogledu obiteljske ponude, garantira zadovoljstvo u potpunosti, kako roditelja, tako i djece, te je takav uspjeh vidljiv i u broju gostiju koji iz godine u godinu popunjavaju smještajne kapacitete namijenjene obiteljskom odmoru.

3.2. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Maistra d.d.

Maistra d.d., društvo je koje posluje u sastavu Adris grupe d.d., te upravlja njegovim turističkim dijelom poslovanja. Ona također predstavlja jednu od vodećih turističkih kompanija u Republici Hrvatskoj. Društvo upravlja hotelima, turističkim naseljima i kampovima u međunarodno prepoznatljivim destinacijama, Rovinju, Vrsaru, Zagrebu i Dubrovniku. Između dosadašnjih velikih ulaganja Maistre ističe se i otvaranje obiteljskog hotela Amarin, 2016. godine.⁶⁴ Za potrebe ove analize, pregledati će se ponuda animacijskih sadržaja u obiteljskom hotelu Amarin.

⁶³ Utjecaj Maro Smart Play-a na djecu, <https://blog.valamar.com/maro-smart-play-key/> (pristupljeno 23.kolovoza 2023.)

⁶⁴ O Maistri d.d., <https://www.maistra.com/kompanija/o-nama/> - / (prisupljeno 20. kolovoza 2023.)

Tablica 2. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Maistra d.d.

	Naziv kluba	Animacijski programi, sadržaji i usluge u klubovima	
Dječji klubovi u obiteljskom hotelu Amarin	Baby klub (0 do 3 godine)	Kreativne radionice, tjelesne aktivnosti, vježbanje motoričkih vještina, pričanje priča, igranje uloga, prelaženje raznih poligona, razvijanje ritma, potraga za blagom, igre u pijesku.	
	Mini klub (3 do 7 godina)	Kreativne radionice, STEM radionice, joga za djecu, oslikavanje dječjih lica, ninja ratnici, mali izviđači, mali botaničari, timske igre, vožnja biciklima, zaboravljene igre, znanstvene radionice, potraga za blago	<p>Večernji animacijski programi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mini disco</i> • Dječji cabaret • <i>Talent show</i> • <i>Music quiz</i> • Mini Bingo • Mini karneval • Različite tematske zabavne večeri • Večeri crtanog filma • Vanjski večernji programi
	Junior klub (7 do 12 godina)	Kreativne radionice, joga za djecu, oslikavanje dječjih lica, videoigre, utrka autima na daljinsko upravljanje, znanstvene radionice, <i>Lego We Do</i> , radionica DJ-inga, Dash roboti, pokusi iz kemije i fizike, sunčev sustav, optičke iluzije, izrada ljigavca, botanika, održiva energija, mikroskopiranje, <i>escape room</i> , „Ludi znanstvenik”, dječji cabaret	
	Teen klub (12 do 17 godina)	Radionica DJ-inga, radionica izrada fotografija i videoklipova, virtualna stvarnost, kreativne radionice, turniri u <i>Game Room-u</i> , znanstvene radionice, <i>Lego Mindstorm</i> , vožnja brzih autića na daljinsko upravljanja, izrada grafita	
Vrsta programa i sadržaja	Naziv programa, aktivnosti i sadržaja		

Posebni animacijski programi, usluge i sadržaji za djecu	Tjedni tematski programi:	<p><u>Tjedni tematski programi Baby kluba:</u> Tjedan kulinarstva, boja i oblika, čarolija, životinja, glazbe i ritma, Sportski tjedan i tjedan avantura</p> <p><u>Tjedni tematski programi Mini kluba:</u> Život je pozornica (uvježbavanje dječjeg cabareta), Marin i njegovo blago (upoznavanje maskote hotela i potraga za blagom), Čuvajmo planet Zemlju (radionice recikliranja i botanike)</p> <p><u>Tjedni tematski program „Igra nema granice“ u Teen klubu:</u> <i>Fortnite, Marvel's Spider-Man: Miles Morales, Call of Duty: Black Ops Cold War, Sackboy: A Big Adventure!, Assassin's Creed Valhalla Drakkar Special Day, Fifa 23, No Man's Sky</i></p>
	Škole za djecu	<p><u>Škole za djecu od 4 do 7 godina:</u> škola nogometa, tenisa, plivanja, gimnastike, plesa</p> <p><u>Škole za djecu od 8 do 11 godina:</u> Škola nogometa, tenisa, gimnastike, plesa, šivanja, letenja dronom, klavira, gitare, jedrenja</p> <p><u>Škole za djecu od 12 do 17 godina:</u> Škola letenja dronom, jedrenja, šivanja</p>
	Ostali programi	<p>Dječja <i>wellness</i> zona- posebno dizajnirani tretmani za djecu, tinejdžere i roditelje</p> <p>Dječji <i>fitness</i></p>

Izvor: izrada autora prema <https://www.maistra.com/hr/smjestaj/family-hotel-amarin/kids-clubs/> - / (pristupljeno 04. rujna 2023.)

U Family Hotelu Amarin svi sadržaji i aktivnosti pomno su osmišljeni kako bi pobudili znatiželju, maštu i kreativnost djece, a time i njihovu sreću. Na svakome koraku čeka ih nešto novo, zanimljivo. Osim igre u prirodi u ponudi su brojne kreativne i sportske radionice i škole. Djeca pomoću animacijskih programa i ponuđenog sadržaja u hotelu uče i stječu nova iskustva i znanja tokom igre sa vršnjacima ili stručnim osobljem. Velik broj sadržaja i aktivnosti u hotelu i njegovu okruženju stimuliraju dječji živ i zaigran duh, te ne ostavljaju

mjesta dosadi. Roditelji se mogu pridružiti djeci u maštovitim i kreativnim aktivnostima a mogu i uzeti vremena za sebe te prepustiti svoju djecu sigurnim rukama profesionalaca Amarin Kids Cluba. Hotel Amarin u ponudi također ima i sportske škole u kojima djeca mogu stjecati nova znanja pod vodstvom stručnjaka kineziologa s višegodišnjim iskustvom. Kao i u vrtiću, djeca su podijeljena u klubove po uzrastu, tako da se svi zabavljaju u skladu s uzrastom.⁶⁵ Osim stalnih programa i sadržaja koje hotel provodi gotovo svakodnevno, kako bi se proširila ponuda animacijskih programa, osmišljen je i tzv. koncept tjednih tematskih programa. No, osim animacije i zabave djece hotel Amarin organizira i početničke tečajeve u školama za djecu, kako bi najmanji gosti tijekom boravka u hotelu naučili nove vještine te otkrili vlastite skrivene talente. Škole su podijeljene po dobnim skupinama te su sve navedene škole uključene u cijenu smještaja

Animacijska ponuda obiteljskog hotela Amarin, bogatog je sadržaja, te zadovoljava sve starosne skupine djece, na zanimljiv i edukativan način. Profesionalni animatori i odgajatelji ulažu sve napore kako bi iskustvo djeteta u hotelu bilo što pozitivnije te kako bi se poboljšao razvoj kreativnosti, motorike te otkrivanja vlastitih, još neotkrivenih talenata. Hotel pruža kvalitetnu i potpunu uslugu roditeljima i djeci, koji mogu zajedno uživati u mnogobrojnim aktivnostima ali i odvojeno se zabavljati sa vlastitim aktivnostima u mnoštvu sadržaja i usluga koje hotel nudi, kako bi se osiguralo zadovoljstvo velikih i malih gostiju.

3.3. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Liburnia Riviera Hoteli d.d.

Liburnia Riviera Hoteli d.d. u ponudi imaju tri obiteljska hotela koji su posebno prilagođeni obiteljima s djecom te nude mnoštvo sadržaja i usluga namijenjenih svim članovima obitelji. U slijedećoj tablici analizirati će se ponuda animacijskih programa, posebnih sadržaja i usluga namijenjenih djeci u hotelima Ičići, Excelsior i Marina.

⁶⁵ Amarin Kids Club, <https://www.maistra.com/hr/smjestaj/family-hotel-amarin/kids-clubs/-/> (pristupljeno 21.kolovoza 2023.)

Tablica 3. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Liburnia Riviera Hoteli d.d.

	Naziv kluba	Animacijski programi u klubovima
Dječji klubovi u hotelima Liburnia Riviera Hotela d.d.	Baby klub (1 do 4 godine)	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivnosti prikladne dobi djeteta • Mogućnost ostanka roditelja u igraonici • Stručni nadzor
	Mini klub (4 do 12 godina)	<p>Dnevni animacijski program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Igre upoznavanja • Mini olimpijada • Plesne tematske zabave (Dan džungle, Dan indijanaca, Disneyev dan, Dan Štrumpfofa itd.) • Oslikavanje lica • Potrage za blagom • Kreativne radionice • Društvene igre • Sladoledne zabave <p>Večernji animacijski program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mini Disco s maskorom Liri • Filmske večeri
	Teen klub (stariji od 12 godina.)	<ul style="list-style-type: none"> • Igranje timskih igara • Stolni tenis • <i>Playstation, Xbox One Kinect</i> • <i>Air hockey</i> • Stolni tenis i stolni nogomet • <i>Sjoelen</i> • Pikado • Društvene igre • FIFA turniri • Plesne aktivnosti • <i>Blongo ball</i> • Biljar
	Vrsta programa i sadržaja	Naziv programa, aktivnosti i sadržaja
		<ul style="list-style-type: none"> • Marvelovi junaci ponedjeljkom: <ul style="list-style-type: none"> – Izrada Marvel maski – Hulk vs. Captain America – Superhero štafeta • Druženje s Lirijem utorkom: <ul style="list-style-type: none"> – Druženje s Lirijem na Učki – Liri umjetnička radionica – Liri izviđači u akciji – Životinjski svijet • Glazbeni dan srijedom: <ul style="list-style-type: none"> – Izrada glazbenih udaraljki

Posebni animacijski programi, usluge i sadržaji za djecu	Dnevni tematski programi	<ul style="list-style-type: none"> – Potraga za talentima – Glazbeni klipovi • Četvrtkom oko svijeta: – Izrada mape svijeta – Viteške igre – Zimske Carolije • Sportski dan petkom: – Fitness za djecu – Poligon za igre – Društvene igre – Natjecanje u Playstationu • Alisa u zemlji čudesa subotom: – Likovna radionica – Svijet bijelog zeca – Radionica izrade kostima – Predstava: Marko, klaun-žongler • Plavi svijet nedjeljom: – Morske školjke i šuškalice – Eko šetnja – Kreativna radionica morskog svijeta
	Posebni sadržaji i usluge namjenjeni djeci	<ul style="list-style-type: none"> • Mini <i>check in</i> za djecu • Pokloni za najmlađe • Maskota Liri

Izvor: izrada autora prema https://www.liburnia.hr/hr/hoteli-za-obitelj?gclid=CjwKCAjwr_CnBhA0EiwAci5sithiZMBD-dRTyFFj5cK_yHDL8GJM0HWTGptURHMnl-LfBrWfkp0a9xoC6isQAvD_BwE (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Maskota Liri u centru je svih događanja i programa koje hoteli imaju u ponudi za djecu. Tim animatora sa maskotom priprema niz zabavnih i edukativnih aktivnosti za djecu. Uz Liri dječje klubove, djeci su na raspolaganju i sadržaji kao što su vanjska dječja igrališta i dječji bazeni. U blizini hotela nalaze se i plaža prikladna za obitelji. Hoteli također nude i smještajne jedinice posebno prilagođene obiteljima uključujući i prostrane sobe koje se mogu povezati zajedničkim vratima kako bi svako u obiteljima imao svoju privatnost. Obitelji mogu uživati u raznolikoj ponudi sportova, zabavnih aktivnosti te dnevnih i večernjih animacijskih programa. Osim dječjih i obiteljskih sadržaja, hotel nudi i brojne usluge i sadržaje za odrasle koje mogu koristiti dok su njihova djeca okupirana zabavnim sadržajima u dječjim klubovima pod nadzorom stručnog osoblja.

3.4. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Solaris d.d.

Hotelska grupacija Solaris Šibenik d.d. u ponudi ima dva obiteljska hotela koji nude kvalitetnu ponudu prilagođenu obiteljima s djecom, a to su Amadria Park Kids Hotel Andrija i Amadria Park Beach Hotel Jakov. Hotel Andrija prvi je dječji hotel u Republici Hrvatskoj,

u potpunosti je osmišljen i prilagođen dizajnom najmlađim gostima. Animacijski program planira, organizira i provodi obrazovano i stručno osoblje agencije za animaciju Love Carpe Diem Ltd. koja radi kao vanjski suradnik hotela. U nastavku prikazati će se pregled ponude animacijskih programa, sadržaja i usluga za djecu u Amadria Park obiteljskim hotelima Andrija i Jakov.

Tablica 4. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Solaris d.d.

	Naziv kluba	Animacijski programi u klubovima
Dječje igraonice i animacijski programi u Amadria Park hotelima Andrija i Jakov	<i>Seahorse</i> igraonica (za djecu do 3 godine)	<ul style="list-style-type: none"> Aktivnosti prilagođene dobnoj skupini i razvojnim fazama djece
	Nemo igraonica (za djecu od 3-6 godina)	Dnevni animacijski programi: <ul style="list-style-type: none"> Kulinarske radionice Kreativne i edukativne radionice Obiteljske igre Tematski programi za djecu Likovne radionice Klizenje (u zimskoj sezoni) Sportski animacijski programi Dječje natjecateljske igre Igranje sa Sonic Playstation konzolama za djecu stariju od šest godina Večernji animacijski programi: <ul style="list-style-type: none"> <i>Mini Disco</i> Večernji plesni i zabavni programi za djecu Filmska večer
	Game room (za djecu 6+)	
	Mini klub i dječji ljetni klub	
	Vrsta programa i sadržaja	Naziv programa, aktivnosti i sadržaja
Posebni animacijski programi, usluge i sadržaji za djecu	Ponuda <i>Kids break</i>	<ul style="list-style-type: none"> ponuda uključuje obavezno jedno noćenje i slijedeće usluge: Doručak s maskotom hotela i <i>buffet</i> večera Smještaj u odabranoj vrsti sobe Korištenje kompleksa bazena <i>Pirate Adventure Mini golf</i> <i>Mini club</i> <i>Mini disco</i> Kasniji <i>check out</i> Parking

	<i>Pirate Adventure Mini Golf</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mini golf sa 18+1 rupa • Vizualni i zvučni efekti • Gusarski brod, topovi i brojni efekti vode i dima • Dječji bazeni, prskalice i tobogani
	<i>Aquapark Dalmatia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Širok raspon slapova i bazena • 6 vodenih tobogana • Kaskadna tvrđava <i>Aqua rain</i> • <i>Lazy river</i> • Dječja zona (plitki bazeni, prskalice, tobogani)

Izvor: izrada autora prema <https://www.amadriapark.com/hr/hotel/amadria-park-hotel-andrija-ex-solaris-sibenik/> (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Hoteli Andrija i Jakov u ponudi imaju tri nove dječje igraonice prilagođene određenim uzrastima djece. Hoteli su prilagodili svoj sadržaj za djecu tehnološkim trendovima u prostoru zvanom *Game room*, koji je opremljen suvremenim konzolama za igranje igrica. Tokom sezonskih mjeseci hoteli u ponudi dječje animacije imaju Dječji ljetni klub uz *Mini club* čiji se program izvodi tokom cijele godine. Također, hoteli nude i posebnu ponudu za obitelji pod nazivom *Kids Break* sa mnogobrojnim sadržajima i uslugama koji su uključeni u samu ponudu. Kao i mnogi drugi hoteli koji u svoju animacijsku ponudu uključuju maskote hotela, to su učinili i u hotelu Jakov i Andrija. Maskota hotela Solarko i njegov animacijski tim likova zabavlja djecu tokom odvijanja animacijskih programa u dječjim klubovima. Animacijski program u navedenim dječjim klubovima nudi mnoštvo zabavnih aktivnosti i događaja, ples, zabavu itd., usmjeren je na cjelodnevni oblik animacije, te svaki dan u tjednu sadrži različit sadržaj. Amadria Park jedini je hrvatski hotelski brend sa vlastitim vodenim parkom, što poduzeću daje iznimnu prednost u pogledu obiteljskog turizma u odnosu na konkurenciju. Posjet vodenom parku na raspolaganju je za korištenje svim gostima hotela, a osim toga nude i bazene u sklopu hotela te obiteljsku plažu koja se prostire točno ispred hotela Andrija i Jakov. I bazeni i plaža prilagođeni su djeci pomoću interaktivnih sadržaja poput igrališta, tobogana, prskalica i sl.

Amadria Park hoteli Jakov i Andrija nude kvalitetnu ponudu animacijskih programa i sadržaja za djecu svih uzrasta. S obzirom na razne igraonice i bazene prilagođene različitim uzrastima, mnogobrojne atrakcije u vodenom parku i minigolf parku, raznim radionicama i organiziranim animacijskim programima, djeca će zasigurno steći mnogo pozitivnih iskustava i doživljaja u navedenim hotelima te imati ispunjen dan prilikom boravka u istima.

Hotel također nudi široku ponudu sadržaja i usluga koje roditelji mogu posjetiti i isprobati dok najmlađi gosti uživaju u zabavnim sadržajima hotela, primjerenim njihovoj dobi.

Analizirajući ponudu navedena tri poduzeća može se zaključiti kako obiteljski hoteli u Republici Hrvatskoj imaju kvalitetnu ponudu animacijskih programa, sadržaja i usluga za djecu no da ima još puno prostora za unaprjeđivanje istih. Hoteli bi trebali slijediti trenutne trendove na tržištu kako bi zadovoljili aktualne potrebe obitelji i djece prilikom boravka u hotelu te ostvarili konkurentnu prednost. Uslijed pojave pandemije te razvojem tehnologija, potražnja za sadržajima i uslugama u obiteljskim turizmu zasigurno se promijenila, a samo je pitanje vremena kada će takav trend utjecati i na ponudu i potražnju animacijskih programa, usluga i sadržaja u obiteljskim hotelima. U nastavku analizirati će se svrha, ciljevi te rezultati samog istraživanja kako bi se pobliže istražilo jesu li trendovi na tržištu obiteljskog turizma utjecali na kreiranje ponude animacijskih programa u poduzećima analiziranih hotelskih objekata.

3.5. Ponuda animacijskih programa za djecu u hotelskom poduzeću Medora hoteli i ljetovališta d.d.

Medora hoteli i ljetovališta d.d. u vlasništvu imaju dva hotela s više od 500 smještajnih jedinica. Hoteli su smješteni u Podgori kao i obiteljski hotel Medora Auri otvoren 2016. Godine.⁶⁶ Za navedeni hotel animacijske programe, kao i kod poduzeća Solaris d.d., planira, organizira i provodi obrazovano i stručno osoblje agencije Love Carpe Diem Ltd. koja radi kao vanjski suradnik hotela. U slijedećoj tablici pregledati će se ponuda animacijskih programa, sadržaja i usluga u hotelu Medora Auri.

⁶⁶ O Medora hotelima i ljetovalištima, <https://mhr-podgora.com/osnovni-podaci/o-nama/> (pristupljeno 08. rujna 2023.)

Tablica 5. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Medora hoteli i ljetovališta d.d.

	Naziv kluba	Animacijski programi, sadržaji i usluge u klubovima
Dječji klubovi u obiteljskom hotelu Medora Auri	Mini klub (4 do 7 godina)	<ul style="list-style-type: none"> • Umjetničke i kreativne radionice • <i>Decoupage</i> aktivnosti • Eko dani • Dani gusara • Mali kuhari • <i>Facepainting</i> • Modeliranje balona • Potraga za blagom • Natjecateljske igre • Igre na otvorenom • Sportske igre • Društvene igre (ping pong, stolni nogomet, stolni hokej)
	Maxi klub (7 do 13 godina)	<p>Igraonice:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Playhotel igraonica</i> – najmjenjena za najmlađu djecu • <i>Kidscorner</i>- namjenjena za sve uzraste • zid za penjanje, bazen s lopticama, digitalne i didaktičke igrice • <i>Poolcorner</i>- svaka od igraonica opremljena sadržajem za jedan od dobnih uzrasta. • <p>Večernji i ostali animacijski programi i sadržaji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mini disco</i> • Kino dvorana • Polivalentne dječje igraonice s igraćim konzolama
	Vrsta programa i sadržaja	Naziv programa, aktivnosti i sadržaja

<p>Posebne usluge i sadržaji za djecu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maskota Medi • Dodatne besplatne usluge u sobama: grijač za dječje bočice, kadice za kupanje, zaštitu za utičnice i dječje daske za WC, • Dodatne usluge s doplatom u sobama: dječji krevetić i dječja kolica • Zajednička večera s animatorima
--	--

Izvor: Izrada autora prema <https://medorahotels.com/hr/smjestaj/medora-auri-family-beach-resort-4-1380/sadrzaji-za-djecu-1408/1408> (pristupljeno 08. Rujna 2023.)

Hotel Medora Auri u ponudi ima razne aktivnosti za djecu. Osim Mini i Maxi kluba te aktivnosti sadržanih u istima, postoje aktivnosti namjenjene za tinejdžere u porostoru opremljenim konzolama. Hotel nema animaciju namjenjenu za djecu mlađu od 4 godine te za djecu te dobi dostupno je čuvanje od strane stručnog osoblja. Roditelji imaju na raspolaganju ostaviti dijete profesionalnim animatorima te provesti vrijeme okupirani vlastitim aktivnostima, ili uživati sa djecom na nekima od igrališta, bazena i ostalih sadržaja namjenjenih djeci.

Analizirajući ponudu navedenih pet poduzeća može se zaključiti kako obiteljski hoteli u Republici Hrvatskoj imaju kvalitetnu ponudu animacijskih programa, sadržaja i usluga za djecu no da ima još puno prostora za unaprjeđivanje istih. Hoteli bi trebali slijediti trenutne trendove na tržištu kako bi zadovoljili aktualne potrebe obitelji i djece prilikom boravka u hotelu te ostvarili konkurentnu prednost. Uslijed pojave pandemije te razvojem tehnologija, potražnja za sadržajima i uslugama u obiteljskim turizmu zasigurno se promijenila, a samo je pitanje vremena kada će takav trend utjecati i na ponudu i potražnju animacijskih programa, usluga i sadržaja u obiteljskim hotelima. U nastavku analizirati će se svrha, ciljevi te rezultati samog istraživanja kako bi se поближе istražilo jesu li trendovi na tržištu obiteljskog turizma utjecali na kreiranje ponude animacijskih programa u poduzećima analiziranih hotelskih objekata.

4. ISTRAŽIVANJE TRENDOVA U PONUDI ANIMACIJSKIH PROGRAMA ZA DJECU U HOTELSKIM OBJEKTIMA

Animacijski programi za djecu neizostavan su dio ponude hotelskih objekata ukoliko žele ostvariti konkurentnu prednost te ostvariti zadovoljstvo svih članova obitelji. Kvaliteta samih animacijskih programa ovisi o stupnju inovativnosti i praćenju aktualnih trendova na turističkom tržištu od strane turističkih dionika te kreiranja raznolike ponude u pogledu animacije djece kako bi se zadovoljio sve brojniji segment gostiju koji čini obiteljski turizam. Svrha istraživanja bila je istražiti u na koji način hotelski objekti trenutno planiraju svoju ponudu u pogledu animacijskih programa za djecu i kako ju prilagođavaju potrebama djece, te jesu li uskladili vlastitu ponudu sa aktualnim trendovima na tržištu obiteljskog turizma. Za potrebe istraživanja aktualne ponude animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima izabrana su 4 poduzeća sa dugogodišnjim iskustvom u dječjoj animaciji, te su u nastavku opisana njihova stručna znanja i primjeri iz prakse.

4.1. Definiranje problema istraživanja

Animacija se danas aktivno razvija u većini hotelskih poduzeća kao jedno od osnovnih sredstava prilikom postizanja konkurentne prednosti. Nedvojbeno je da ona predstavlja sve važniji faktor motivacije koji potiče obitelji na izbor destinacije i određenog hotelskog objekta. No, navike obitelji ubrzano se mijenjaju, zahvaljujući razvoju tehnologije te nedavnoj pandemiji koja je dovela do pojave novih trendova u pogledu obiteljskog turizma. Djeca kao gosti danas, uvelike se razlikuju od nekadašnje djece. Pojavom tehnologija njihove navike, ponašanja i očekivanja u potpunosti su se promijenila te se animacijski programi moraju prilagoditi novim uvjetima potražnje. No, nisu samo tehnologije te koje su utjecale na promjenu u ponašanju djece. Roditelji igraju važnu ulogu u promjeni ponašanja današnje djece, putem novijih pristupa odgoju, bržim načinom života, te činjenicom da djeca sve manje vremena provode van kuće, baveći se fizičkim aktivnostima. S obzirom da se djeca i mladi danas vrlo brzo prilagođavaju novim

tehnološkim otkrićima te promjenama u okruženju, to iziskuje da se animacijski programi, osim što se trebaju unaprijediti i kreirati nove sadržaje primjerene željama i potrebama novih generacija, trebaju i konstantno nadograđivati kako bi bili u toku sa dječjim vještinama i znanjima koji su sve više sofisticirani i zahtijevaju sve veću pažnju. Na turističkom tržištu Republike Hrvatske postoji nekoliko obiteljskih hotela koji su svoje animacijske programe za djecu prilagodili potrebama novih generacija, no ovim istraživanjem nastoji se utvrditi prate li hoteli aktualne trendove obiteljskog turizma te na koji način planiraju i nadograđuju animacijske programe u skladu sa novim uvjetima potražnje na turističkom tržištu.

4.2. Ciljevi istraživanja

Animacijski programi za djecu predstavljaju općenito nedovoljno istraženu i razrađenu tematiku, stoga oni predstavljaju temelj ovoga diplomskog rada. Glavni cilj istraživanja bio je utvrditi koji su aktualni trendovi u ponudi animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima. Osim toga, cilj istraživanja bio je ispitati prate li dionici u turizmu trenutne trendove u obiteljskom turizmu te povezanost trendova sa kreiranjem sadržaja animacijskih programa za djecu u hotelima. U skladu s navedenim postavljeni su specifični ciljevi istraživanja:

- Utvrditi na koje načine planiraju i kreiraju animacijski programi za djecu te kako se isti prilagođavaju određenom uzrastu djeteta.
- Utvrditi koje sadržaje i usluge hotelski objekti upotrebljavaju prilikom organizacije dočeka djece u hotel.
- Utvrditi kojim animacijskim programima djeca doživljavaju nezaboravno iskustvo te koje aktivnosti potiču socijalnu interakciju djece.
- Utvrditi implementiraju li hotelski objekti trendove u obiteljskom turizmu u kreiranje ponude animacijskih programa za djecu i na koji način.

Utvrđivanjem navedenih ciljeva nastoji se ukazati na nedovoljna saznanja o važnosti animacijskih programa za djecu u današnjim uvjetima na turističkom tržištu te potaknuti turističke dionike da kreiraju i nadograđuju sadržaje i usluge animacijskih programa prema aktualnim trendovima.

U svrhu ispunjenja ranije definiranih ciljeva osmišljena su istraživačka pitanja koja su navedena i upotrijebljena u nastavku istraživanja. Sukladno prikupljenim odgovorima, spoznati će se u kojoj mjeri hotelski objekti kreiraju sadržaj animacijskih programa za djecu u skladu sa trenutnim trendovima te kojim segmentima je potrebno posvetiti veću pažnju.

4.3. Metodologija istraživanja

U svrhu prikupljanja odgovora na istraživačka pitanja te ostvarivanja definiranih ciljeva, provedeno je empirijsko istraživanje, metodom ispitivanja. Kao mjerni instrument upotrijebljen je polustrukturirani intervju koji je s većim dijelom ispitanika proveden u *online* okruženju s obzirom na fizičku udaljenost. Svi ispitanici sudjelovali su u istraživanju dobrovoljno, te su bili upoznati sa svrhom i ciljem istraživanja te sa činjenicom kako će se prikupljeni podatci upotrijebiti isključivo u istraživačke svrhe. Temeljni skup istraživanja predstavljaju turistički dionici koji se u svojoj primarnoj djelatnosti bave organizacijom animacije u turizmu na području Republike Hrvatske. U istraživanju sudjelovali su zaposlenici hotelskih objekata i korporacija te zaposlenici agencije za animaciju koja radi kao vanjski suradnik za veliki broj obiteljskih hotela u Republici Hrvatskoj. U istraživanju su sudjelovali predstavnici odjela animacije hotelskih poduzeća: Maistra d.d., Liburnia Riviera Hoteli d.d., Valamar Riviera d.d., LOVE Carpe Diem Ltd. za Solaris d.d. i Medora hoteli i ljetovališta d.d.

Prikupljenim odgovorima navedenih dionika dobivene su vjerodostojne povratne informacije koje će doprinijeti istraživanju, a usko su povezane uz trendove animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima. Istraživanje je provedeno tijekom kolovoza i rujna 2023. godine te su podatci relevantni za istraživanje prikupljeni iz primarnih i sekundarnih izvora.

Metodom intervjua prikupljeni su podatci iz primarnih izvora. Intervjuirano je 7 osoba čije su pozicije izravno uključene u proces planiranja te kreiranja animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima na području Republike Hrvatske. U uzorak ispitanika uključena su radna mjesta kao što su: korporativni produktni voditelj animacije i zabave i voditelji odjela animacije i zabave. Vjerodostojnost i pouzdanost povratnih informacija osigurala se odabirom navedenih dionika s obzirom da su ispitanici u izravnom kontaktu sa kreiranjem animacijskih programa za djecu u turizmu.

Forma intervjua je polustrukturirani intervju koji se sastoji od šest pitanja. Sekundarni podatci prikupljeni su tokom i prije same izrade konceptualnog dijela rada, u obliku dosadašnjih istraživanja i znanstvene literature. Svrha sekundarnih podataka je određivanje smjera samog istraživanja kao i pružanje osnovnog preduvjeta za usvajanje novih znanstvenih saznanja. Raznovrsne istraživačke metode korištene su za analizu i obradu rezultata.

Istraživačka pitanja prilagođena su samom problemu istraživanja te preuzeta iz dosadašnjih istraživanja. Istraživanje sekundarnih podataka poslužilo je kao podloga za koncipiranje primarnog istraživanja putem slijedećih znanstvenih istraživanja: Lahouel Ben i Montargot Nathalie, “*Children as customers in luxury hotels: what are Parisian hotel managers doing to create a memorable experience for children?*”; Schanzel Heike i Yeoman Ian, *Trends in family tourism*, te analiziranjem podataka iz godišnjeg pregleda trendova u obiteljskom turizmu provedenog od strane *Family Travel Association-a i NYU-a* pod nazivom *US Family Travel Survey 2022*.

Pitanja u intervjuu otvorenog su tipa i odnose se na načine planiranja animacijskih programa za djecu, načine kreiranja animacijskih programa za djecu prema dječjem uzrastu, elementima organizacije dočeka djece u hotelskom objektu, vrsti animacijskih programa koji pružaju djeci nezaboravan doživljaj iz hotelskog objekta, vrsti animacijskih programa kojom se potiče socijalna interakcija, načinu implementacije trendova u obiteljskom turizmu prilikom kreiranja animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima. Pitanja su strukturirana na način da se ispitanicima pružio osjećaj slobode tokom odgovaranja na pitanja u svrhu iznošenja vlastitih mišljenja i stavova o temi koja se istražuje.

4.4. Rezultati istraživanja

Temeljem provedenog intervjua, u nastavku je prikazana analiza rezultata prikupljenih odgovora te na osnovu istih donose se određeni zaključci o problematici.

Pitanje 1. Na koji način planirate animacijske programe za djecu sa svojim timom?
(*Analizirate trendove u ponudi animacijskih programa za djecu, analizirate strukturu djece u hotelskom objektu, analizirate zadovoljstvo djece animacijskim sadržajima i sl.*)

Ispitanik 1. Programi za sljedeću sezonu uvijek se već planiraju krajem tekuće godine, nakon analize odaziva, zadovoljstva gosti i djece. Krajem tekuće godine imamo mogućnost i nabave novih edukativnih igara, sitnog, potrošnog materijala i osnovnih sredstava za rad pa se na temelju toga mogu i planirati novi tematski dani – kupovinom kompostera, izgradnjom vrta možemo i primjerice dodati *ECO/NATURE day*.

Ispitanik 2. Planiranje i kreiranje animacijskog programa najčešće uključuje sljedeće:

-Praćenje trendova, kako zabavnih, tako i edukativnih.

-Analiziranje zadovoljstva djece programom.

Ispitanik 3. Analiziramo trendove u ponudi animacijskih programa za djecu i prilagođavamo iste našim mogućnostima te posebnostima nas kao kompanije, destinaciji i sl.

Ispitanik 4. Prilikom planiranja animacijskih programa, analizira se odaziv i zadovoljstvo djece i obitelji na prethodno ponuđene animacijske programe, na temelju dostupnih statistika, s obzirom na tematski dan, godine djece i vrijeme dana te na temelju komentara koji su dani tokom boravka u anketama u fizičkom obliku ili u online okruženju. Djeci su ponuđene razne zabavne aktivnosti prikladne njihovom uzrastu. Odmor obitelji i djece ispunjen je igrom, kreativnošću i učenjem kroz zabavu. U ponudi su i tematski dani sa aktivnostima sukladnim određenoj temi, kao što su npr. *sports day*, *art day* i sl. Pazimo da uvijek postoji više vrsta sportskih, edukativnih i kreativnih animacijskih programa kako bi svako dijete moglo sudjelovati u onom koji ga interesira.

Ispitanik 5. Kao član agencije sa višegodišnjim iskustvom, koristim njihove programe, koji su usavršeni tokom rada na raznoraznim destinacijama. Procijenim što bi moglo proći, i ukoliko nešto ne ide, ubacim nešto drugo. U agenciji su tijekom cijele godine zaposleni ljudi koji prate trendove (neki novi filmovi za djecu, pjesme itd) i onda se to pokušava implementirati kroz naše okušane programe. Ja osobno svako malo provjerim broj i dob

djece na destinaciji da znam što mogu očekivati. Naravno u nekim razdobljima godine se već zna što se očekuje (blagdani, školski praznici isl.). Zadovoljstvo djece i roditelja se prati svakodnevno, a posebnu pozornost se gleda na komentare na internetu (booking.com, tripadvisor itd.).

Ispitanik6. Prateći aktualne trendove u svijetu, koristeći alate kao što su ocjene i komentari gostiju putem upitnika i raznih portala (*TrustYou Survey, Booking.com* i drugi.). Osim toga analiziramo strukturu gostiju temeljem uzrasta i nacionalnosti zastupljenim u našim dječjim klubovima te zastupljenost gostiju na animacijskim aktivnostima po danima.

Ispitanik 7. Ključ uspješnog animacijskog programa za djecu je kontinuirana analiza, prilagodba i zadovoljavanje potreba ciljane publike, uz uvažavanje trenutnih trendova i interesa djece. Kako bismo svake godine mogli kreirati zanimljiv program za naše goste među kojima je i dio gostiju koji su već boravili kod nas potrebno je prilikom planiranja uzeti u obzir sljedeće parametre:

- Trenutni trendovi – potrebno je istražiti što je trenutno *IN* u animacijskim i zabavnim programima za djecu na globalnoj razini – od novih igara, crtića, do video igara
- Struktura djece u objektu – vrlo je bitno prilagoditi program dobnoj skupini koja se nalazi u objektu u kojem dijelu sezone. U pred i po sezoni će program svakako biti prilagođen za djecu predškolske dobi, dok će u sezoni veći fokus biti na školarcima i teenagerima.
- Povratna informacija gostiju – prilikom planiranja programa – koji se pretežno dešava u jesen, analizira se zadovoljstvo gostiju pojedinim programima, proučavaju se povratne informacije koje se dobivaju putem anketa te se vodi računa o servisnom konceptu objekta.

Definiranje ciljeva i svrhe programa - Na temelju analize trenutnog stanja, postavljaju se ciljevi za animacijski program obzirom da jasno definirani ciljevi pomažu planiranje

Pitanje 2. Na koji način kreirate animacijske programe prema uzrastu djece i na koji način prilagođavate animacijske sadržaje dječjem uzrastu?

Ispitanik 1. Animacijski sadržaji i programi u Valamaru su formirani u tri skupine te imamo tri programa: *BABY* (0-3 godine), *MINI* (3-7 godina), *MAXI* (7-12 godina). Prema uzrastu formiramo aktivnosti, pa tako i težini radionice. U nekim trenucima znamo i spojiti *MINI* i *MAXI* skupinu kako bismo odradili zajedničke sportske poligone ili otišli u razna istraživanja prirode ili šetnje hotelom/kampom.

Ispitanik 2. Aktivnosti se prilagođavaju dobnim skupinama djece:

1. Ovisno o broju animatora, stručnosti, certifikatima kojima raspolažu i sl., nastoji se stvoriti program prilagođen svim uzrastima.

2. U slučaju manjeg broja animatora nastoji se stvoriti univerzalan program, koji se može u određenim mjerama prilagoditi svima.

-Planiranje aktivnosti također se vrši i prema prostornoj mogućnosti izvođenja aktivnosti, te sigurnosti i prilagođenosti prostora djeci. Prostor mora biti siguran.

-Ponekad se sve organizira isključivo prema pravilima hotela.

Ispitanik 3. Animacijske programe kreiramo za dobne skupine:

1. 1-4 baby klub program
2. 4-12 mini klub program
3. Starije od 12- teens program

Za sve navedene skupine, pokušavamo pružiti program koji će se sastojati od kreativnih radionica koje razvijaju različite sposobnosti i osobine (od sportskih programa, do edukativnih radionica, eko radionica i sl.) a sve tematizirano sa našom maskotom Liri.

Ispitanik 4. U našoj ponudi nalaze se 4 kluba za određene uzraste djece:

1. Baby klub
2. Klub za djecu do 7 godina
3. Klub za djecu do 12 god
4. Teen klub

Kod beba i manje djece se kroz aktivnosti potiče kreativnost i mašta ali i senzomotorički razvoj te razvoj koordinacije, ravnoteže i slično, naše animacijske sadržaje prilagođavamo u skladu sa određenim razvojnim fazama djeteta. Animacijski programi za djecu između 3 i 12 godina sličnog su sadržaja i karaktera. Djecu se kroz aktivnosti također potiče na

korištenje mašte i umjetničko izražavanje kroz edukativne i kreativne animacijske programe, a također mogu sudjelovati i u sportskim programima kao što su timske igre, provlačenje kroz poligone itd. Tinejdžeri mogu uživati u sportskim turnirima, igraćim konzolama, filmovima, svakodnevnim sportskim aktivnostima itd.

Ispitanik 5. Ovisno o zahtjevima destinacije i veličini animacijskog tima... Kod nas je najmlađa dob djeteta 4 godine, a najveća 12. Stariji bi spadala u teens club, a mlađi pod babysitting. Kod većih timova se dijeli 4-7 i 8-12, nekad i 4-6, 7-9. 10-12, ovisno o mogućnostima i broju animatora. Prilagođavamo se prirodno, što su djeca bliže po dobi, to je lakše, naravno da dijete od 4 i dijete od 12 nemaju iste interese i sposobnosti.

Ispitanik 6. U našim objektima koncipiramo animacijske aktivnosti na aktivnosti za djecu, obitelji te odrasle, samim time prema tome prilagođavamo naše programe. Na temelju toga naši dječji klubovi se dijele prema uzrastu na:

Baby club: 0 – 2,99 (nije zastupljen u svim objektima, u baby klubu rade licencirane dadilje)

Mini club: 3 – 6,99

Junior club: 7 – 11,99

Teen club: 12 – 17,99

Ispitanik 7. U okviru našeg programa brige o djeci, tim odgovoran za skrb o djeci vodi Maro klubove, gdje kombiniramo raznovrsne nadzirane aktivnosti. Naši klubovi su prilagođeni tri različite dobne skupine: Baby Club za najmlađe (0-36 mjeseci), Mini Maro za djecu od 3-7 godina i Maxi Maro za starije djece od 7-12 godina. Dok su djeca aktivno uključena u klubovima pod budnim nadzorom, roditelji imaju priliku opustiti se i odvojiti vrijeme za sebe. Osim navedenih dobnih skupina i klubova, neki od naših objekata nude i zajedničku igraonicu za djecu u dobi od 3 do 12 godina. Za svaku dobnu skupinu prilagođavamo aktivnosti kako bismo osigurali relevantno iskustvo. Na rasporedu su aktivnosti tijekom najmanje šest dana u tjednu, raspoređenih tijekom prijepodnevnih i poslijepodnevnih termina. Naša dječja animacija kombinira zabavne aktivnosti s edukativnim elementima kako bismo potaknuli razvoj djece.

Većina aktivnosti iz programa traje do dva sata i može se održavati unutar klupske prostorije ili na otvorenom. Zato preporučujemo da roditelji pri dolasku djece u Maro klubove osiguraju da su djeca zaštićena od sunca, imaju kapu, prikladnu obuću i da redovito piju vodu kako bi ostala hidratizirana.

Kada je u pitanju briga o djeci u Maro klubovima, naš prioritet je sigurnost. Svi naši animatori moraju strogo poštivati osnovna pravila kako bi osigurali sigurnost djece i brinuli se o njihovom dobrobiti.

Pitanje 3. Kako ste organizirali doček djece u hotelu?

(Posebno organiziran doček sa maskotom, doček od strane animatora, posebno prilagođena recepcija, posebni pokloni prilikom dolaska na recepciju, prigodni sadržaji u sobi i sl.)

Ispitanik 1. Svaki Valamarov objekt s konceptom MARO HOLIDAY ima svoje dječje klubove (MARO CLUBOVE) u kojima je prvi punkt za doček tzv. Concierge. Upravo to mjesto je organizirano za doček, prvi susret s Maro clubom, mjesto informiranja i prezentiranja programa u digitalnom obliku te na kraju obilaska prije upisivanja i određivanja u koju dobnu skupinu dijete pripada. Posjet maskote (MARO) upriličen je za svu djecu tijekom dana.

Ispitanik 2. Sve potrebne informacije prvo se dobiju na recepciji. Postoji i mini recepcija u prostoru mini kluba gdje se i djeca i roditelji uvode u svijet zabave koji je pred njima za vrijeme boravka u hotelu. Maskota se pojavljuje nekoliko puta dnevno, kako bi svi dobili priliku upoznati ju i slikati se s njom. Pokloni za djecu uglavnom se daju po odlasku iz hotela.

Ispitanik 3. Preko mini *check in* aktivnosti, gdje djeca na posebno prilagođenom postolju se penju do razine recepcije i preuzimaju svoju zabavnu knjižicu tematiziranu maskotom Liri u kojoj se nalazi raspored i zabavni materijali koje mogu ispunjavati samostalno ili u sklopu rada dječjih klubova.

Ispitanik 4. Sam dolazak djeteta u hotel nije organiziran nekim posebnim dočekom. No, pri prvom dolasku djeteta u prostore za animaciju *concierge* kao i maskota dočekuju roditelje i djecu. Roditeljima se objašnjavaju pravila kluba i onda djeca mogu ostati s roditeljima ili stručnim osobljem. Djeci se ne daju posebni pokloni prilikom dolaska već tokom njihovog boravka, ukoliko imaju rođendan, kao nagradu jer su bili aktivni u programima, proveli puno vremena s osobljem ili kada sudjeluju u nekoj aktivnosti u kojoj se odredi pobjednik. U nekim hotelima u našem poduzeću dostupni su navedeni posebni sadržaji za djecu u sobama, na recepciji i sl.

Ispitanik 5. Nema posebnih dočeka, pošto su dolasci većinom individualni. Ako baš dolazi grupa djece, onda nekad bude doček s maskotom, možda sokovi, snackovi, ovisno o hotelu.

Na recepciji budu nekad poklončići (suvenirčići, igračkice, bonbone...). Ja osobno znam kad dolaze veće grupe pa se trudim pojaviti kod dolaska i pristupiti roditeljima sa djecom, pokazati gdje je mini klub, nabaciti usput da imamo mini disko ili već neku aktivnost za koju procijenim da bi im mogla biti zanimljiva. Recepcija svakom novom gostu daje info flyer sa općenitim podacima (radna vremena restorana, barova itd) na kojima se nalazi i animacijski program. Pojedini hoteli imaju maskote koje forsiraju, pa je onda sve u znaku iste, ime mini kluba, mini diska, knjižice sa zadacima koje treba ispuniti, pjesme, suvenirčići...

Ispitanik 6. Pri dolasku u hotel na recepciji osim što se sadržaji i aktivnosti prikazuju putem raznih totoma ili slajdova na televizijama, gosti dobivaju isprintan program animacijskih aktivnosti namijenjen strukturi obitelji (odnosi se na uzrast koji je u prethodnom pitanju naveden). Osim toga animatori većinom u vremenu oko večere odrađuju PR kod restorana, u Hotelu Amarin na primjer u vrijeme večere uvijek u isto vrijeme dolazi maskota Marin pozdraviti djecu u restoran. Gosti osim toga imaju prilike uvijek doći do recepcije dječje zone pitati za informacije i program koji ih zanima te rezervirati svoje mjesto za razne škole koje odrađujemo u sklopu naših aktivnosti.

Ispitanik 7. Djeca i roditelji na recepciji dobiju sve informacije o dječjim sadržajima. Nakon prijave, upućuju se na Maro concierge na kojem od animatora dobivaju sve informacije o programima – dnevnim i večernjim i o pravilima Maro kluba. Roditelji potpisuju suglasnost u kojoj su navedena sva pravila, te dijete dobiva putovnicu sa kojom svaki dan dolazi u klub. Ovisno o tome da li dijete može samo napustiti klub ili mora čekati roditelje, dobiva crvenu ili zelenu narukvicu.

U family objektima postoji i poklon dobrodošlice koje djecu dočekuje u sobi te je uvijek brandiran sa našom maskotom. To mogu biti slikovnice, bojanke, društvene igre i slično. U sobi se nalazi dječja posteljina sa maskotom, higijenski pribor za djecu te ogrtači.

Prilikom odlaska, djeca također dobivaju poklon za uspomenu na boravak u našim objektima.

Pitanje 4. Kroz koje animacijske programe pružate nezaboravne doživljaje djeci?

Ispitanik 1. Svakako kroz tematske dane kao što je *MARO DAY* ili *MARO BIRTHDAY* kada je sve posvećeno vrhunskoj zabavi, posebnim programima i gastronomskom doživljaju kako za djecu tako i za odrasle. Večernji programi poput *MARO DISCO*, *MARO PARTY*, *MARO MASHUP* i razni tematski *showovi* stvaraju nezaboravna sjećanja.

Ispitanik 2. Kroz mnoštvo kreativnih i edukativnih radionica, dječje natjecateljske igre, obiteljske igre, večernji plesni i zabavni program za djecu.

Ispitanik 3. Najbolji efekt postizemo kroz dječju plesnu predstavu *Welcome to Liriland*, koja govori o našoj maskoti Liriju.

Ispitanik 4. Ovisi o djetetu i uzrastu. Nekom djetetu će nezaboravan doživljaj biti što skače po trampolinu, no primjetili smo da su uglavnom večernji programi najviše hvaljeni te najposjećeniji od svih animacijskih programa u ponudi. Večernji programi uveseljavaju djecu sa mađioničarom, dječjim diskom, klaunom itd.

Ispitanik 5. Svaki program može biti nezaboravan ako se pristupi dobro, ako animator i dijete stvore dobar odnos. Naravno, svako dijete ima nešto što ga posebno zanima, to je individualno, nema pravila, mogu biti jednorozzi, pingvini, Titanic, i onda mu bude nezaboravno kad se to nađe u našem programu. Mi imamo tematske dane gdje pokušavamo naći nešto što bi bilo zanimljivo većini djece (gusari, kauboji, Frozen...).

Ispitanik 6. U naš animacijski program uvijek nastojimo uvoditi dašak svježine i pratiti trendove u svijetu kako bi pružili nezaboravne doživljaje svim uzrastima. Neke od aktivnosti koje bi izdvojila su razne škole koje vode licencirani instruktori: škola sirena, škola plivanja, škola odbojke, škola nogometa, škola tenisa, škola plesa, škola gitare i klavira. Osim toga tu su i škole dj-inga, škole upravljanje dronom, aktivnost real life rocket league, real life Fortnite, itd. Ima tu još raznih aktivnosti sa kojima nastojimo djeci pružiti nezaboravne doživljaje ali ovom prilikom sam izdvojila samo neke.

Ispitanik 7. Kroz raznovrsne animacijske programe, nastojimo osigurati da svako dijete ima priliku doživjeti nezaboravne trenutke tijekom svog boravka u našem objektu. Naš cilj je stvoriti iskustva koja će djeca pamtiti i kojima će se rado vraćati. Neki od programa koje bih istaknula su sljedeći: Tematske zabave, kreativne radionice, digitalne radionice, radionice o održivosti, izleti, večernja zabava, edukativne aktivnosti, igre na otvorenom.

Pitanje 5. Kojim animacijskim programima potičete dječje iskustvo temeljena socijalnoj interakciji?

(Obiteljski orijentiranim aktivnostima? Interakcijom sa animatorima? Interakcijom sa ostalom djecom?)

Ispitanik 1. Animatori su kroz cijeli dan u kontaktu s djecom. Aktivnosti s bebama ukoliko nisu babysitting odrađuju se upravo s roditeljima. Posebne aktivnosti u programu su upravo *FAMILY DAY* aktivnosti u kojima nudimo roditeljima mogućnost sudjelovanja kroz cijeli dan (09h – 21h) i zbližavanja s djecom kroz odmor. Tematska večernja zabava i party-i su upravo prilagođeni za djecu i roditelje.

Ispitanik 2. Dječje iskustvo temeljeno na socijalnoj interakciji potičemo upravo svim što ste naveli, djeca mogu sudjelovati u obiteljski orijentiranim aktivnostima, interakciji s animatorima te kroz igru sa ostalom djecom.

Ispitanik 3. Svim animacijskim programima koji su u ponudi u MINI klubu.

Ispitanik 4. U našim programima obitelji se uključuju u zajedničke timske aktivnosti, npr. sportske kao što je graničar. Prilikom interakcije s animatorima odrađuju se kreativnije aktivnosti, npr. aktivnost kao „*Be an animator*“ gdje se animatori i djeca mijenjaju uloge na sat vremena. Djeca mogu napraviti akreditacije te govore animatorima kako nešto treba napraviti i slično.

Ispitanik 5. Svaka aktivnost u mini klubu se svodi na interakciju s animatorom, najbolje je kad se dijete poveže i “zaljubi” u animatora/animatoricu. Također se djeca “nađu” s drugom djecom, isto kao u vrtiću ili školi, nešto ih poveže, i ne smeta ni različiti jezici koje pričaju. Ponekad imamo obiteljske dane ili obiteljske igre na kojima sudjeluje cijele obitelji i stvaraju nezaboravne uspomene, isto tako imamo i roditelje koji jedva čekaju ostaviti djecu kod nas i otići, da mogu uživati sami i u miru.

Ispitanik 6. Za svaki uzrast tj. dječji klub osmišljavamo razne aktivnosti kroz sate koje iziskuju zajedničku interakciju djece i animatora. Iznenadili biste se kako jezik djeci nije barijera, većinom si mi stariji stvorimo barijere u komunikaciji. Osim aktivnosti gdje djeca zajedno kroz igru komuniciraju u programima nudimo i aktivnosti namijenjene obiteljima kao npr. jutarnja obiteljska tjelovježba, razni sportski turniri, itd.

Ispitanik 7. Animacijski programi koji potiču dječje iskustvo temeljeno na socijalnoj interakciji trebaju promicati suradnju, timski rad i razvoj socijalnih vještina. Za takve je programe jako važno da budu dobro vođeni od strane animatora, da potiču inkluzivnost i da

pridaju pažnju različitim potrebama djece. Vrlo je bitno da se osigura dobro opremljeno igralište ili igraonica gdje djeca mogu zajedno igrati različite igre i razvijati socijalne vještine. Programi koji su dobri za dječju interakciju mogu biti sljedeći:

Sportske igre i turniri - Organizacija sportskih igara kao što su nogomet, košarka, odbojka i stolni tenis. Timski sportovi potiču suradnju i razvoj timskih vještina.

Umjetničke radionice – Organizacija umjetničkih radionica u kojima djeca zajedno mogu stvarati umjetničke projekte kao što su slike, skulpture ili kolaži potiče kreativnost i suradnju.

Društvene igre - Ponuda raznih društvenih igara koje se igraju u grupi, poput monopilija, karata, šaha ili domina potiče međusobnu interakciju i zajedničko zabavljanje.

Timski izazovi - različiti timski izazovi i prepreke koje djeca moraju zajedno savladati jako su dobri za socijalnu interakciju.

Pitanje 6. Na koji način implementirate trendove u obiteljskom turizmu u kreiranje ponude animacijskih programa?

(Višegeneracijska i proširena obiteljska putovanja, Jedinstvena i avanturistička obiteljska putovanja, Slow travel (uživanje u obiteljskim trenucima), Kulturno-obrazovna obiteljska putovanja, Putovanja inspirirana zabavom, Nearcation (lokalna putovanja, nedaleko od doma obitelji))

Ispitanik 1. Sam brend/koncept *MARO HOLIDAY* je prepoznat kod naših gostiju kao bezbrižan i siguran odmor za cijelu obitelj i za sve dobne skupine. Svaki objekt – hotel, resort ili kamp sam po sebi ima svoje posebnosti te nudi nešto novo i nezaboravno za goste. U hotelima je to recimo, *Isabella Island Resort – Istrian Fantasy Forest*, šuma s tematskom pričom, u *Istra Premium Camping Resortu – Istri Island*, otočić povezan s kopnom s nastambama i mitološkom pričom. Sve su to atrakcije besplatne za goste a inkorporirane u animacijski program koji roditeljima i djeci stvaraju wow efekt. Implementacija nestrukturirane igre – *Plavi svijet, Lego room, Litezilla, Smart playroom* s projektorima i interaktivnom igrom također su proširili našu ponudu za cjelokupnu obitelj kako bi djeca razvijala svoju maštu kroz nestrukturiranu igru.

Ispitanik 2. U usporedbi s ponudama van Hrvatske, smatram da je najveća inspiracija, a i krajnji rezultat neočekivan jedinstven, edukativan, inspirativan i aktivan obiteljski provod i odmor.

Ispitanik 3. Na ovo pitanje ispitanik nije mogao dati odgovor.

Ispitanik 4. Što se tiče višegeneracijskih putovanja, prepoznata je važnost uključivanja obitelji u animacijske programe, kao što sam navela u prethodnim pitanjima, no nismo primjetili trend dolaska baka i djedova ili ostatka obitelji sa djecom i roditeljima.

Trend avanturističkih putovanja implementiran je prilikom kreiranja ponude u ponekim hotelskim objektima i kampovima u poduzeću i se nudi npr. zip line za djecu.

Osim toga, djeca sudjeluju u upoznavanju okoline prilikom animacijskog programa „*Pirate day*“, djeca traže blago pomoću sakrivenih mapa sve dok ne dođu nagrade, najčešće sladoleda. Kulturno obrazovni pristup primijenjen je kroz edukativne radionice u kojima se rade aktivnosti poput učenja o kemijskim reakcijama, kao npr. „*Make your rainbow*“. Ali primjetili smo da djeca nisu zainteresirana za to, te smo takve animacijske programe slabo stavljali u program. Najčešće stavljamo programe poput „*Recycling time*“ ili zabavno edukativne programe u kojima djeca istražuju osnove fizike uz korištenje vode i raznih predmeta. Djeca odlučuju hoće li predmet potonuti ili će ostati na površini vode, te na taj način kroz zabavan pristup uče o svojstvima tvari vode i predmeta. Djeca odgovore pišu na papiriće, no odgovor nije toliko bitan koliko činjenica da se djecu potiče na razmišljanje, davanje pretpostavke te zabavno iščekivanje rezultata.

Ispitanik 5. Iskreno da kažem, ja osobno nikako. Iz agencije sigurno prate takve stvari i onda to pokušavaju implementirati kroz nove predložene programe pa ja procijenim da li bi to bilo funkcioniralo na mojoj destinaciji i da li uopće mogu nešto tako izvesti. Mi smo vanjska agencija i možemo sugerirati, ali na hotelu da odluči investirati u neke nove sadržaje vezane uz nove trendove.

Ispitanik 6. Svaki objekt ima neku svoju strukturu gostiju, ona zna varirati naravno ovisno i o godišnjem dobu u objektima koji su otvoreni kroz cijelu godinu. Samim time prateći alate iz pitanja broja 1. prilagođavamo animacijsku ponudu.

Ispitanik 7. Kako bi naša ponuda bila atraktivna i privlačna za obitelji, bitno je voditi računa o trenutnim trendovima za obitelji. Kako obitelji koriste odmor kako bi što više vremena proveli u zajedničkim aktivnostima, neki od trendova koje bih istakla su sljedeći:

- Aktivnosti u prirodi
- Aktivnosti na otvorenom, poput vožnje biciklom, planinarenja, vožnje kajakom i sličnih avanturističkih aktivnosti, postaju sve popularnije među obiteljima koje žele provesti vrijeme u prirodi

- Zdravstveni i wellness programi- Mnogi putnici danas žele se opustiti i poboljšati svoje zdravlje zajedno sa svojom obitelji, te su wellness programi su postali popularni u turističkoj animaciji.
- Društveno odgovorna turistička animacija- Današnji gosti sve više žele podržati održiv turizam i biraju animacijske programe koji su društveno odgovorni i ekološki prihvatljivi.
- Kulturni i obrazovni programi- Mnogi gosti žele naučiti nešto novo o kulturi i povijesti destinacije koju posjećuju, pa su animacijski programi koji uključuju kulturne i obrazovne aktivnosti postali popularni.
- Interaktivna zabava- Obitelji traže animacijske programe koji su interaktivni i omogućuju članovima obitelji da sudjeluju zajedno. To može uključivati različite sportske igre, kvizove, timsku izazovima i slične aktivnosti.

S obzirom na raznovrsne potrebe i interese obitelji koje putuju, hoteli i kampovi koji nude raznolike i prilagodljive animacijske programe imaju prednost u privlačenju i zadržavanju gostiju. Kako bismo se pravovremeno mogli pripremiti za sljedeću sezonu, uvijek uzimamo u obzir povratnu informaciju kako odraslih, tako i djece, te na osnovu toga započinjemo sa kreiranjem novih programa. Osim toga, jako su važna i studijska putovanja na kojima se upoznajemo sa novim trendovima i oblicima animacije.

4.5. Smjernice i preporuke za razvoj animacijskih programa za djecu sukladno aktualnim trendovima

Provedenim istraživanjem dobiveni su odgovori na ključna istraživačka pitanja, no ono je također ukazalo na postojeće probleme i nedostatke. Istraživanjem je utvrđeno da odjeli većine poduzeća koji se bave kreiranjem i planiranjem animacijskih programa za djecu nisu uvidjela važnost niti potencijalnu konkurentnu prednost u implementiranju aktualnih obiteljskih trendova prilikom kreiranja animacijskih programa za djecu. S obzirom na trendove, animacijski programi za djecu trebaju se prilagođavati sukladno potražnji te je potrebno implementirati aktualne sadržaje u ponudu kroz kvalitetne programe dječje animacije.

Analiziranjem odgovora ispitanika došlo se do određenih spoznaja koji su ključni za aktualiziranje animacijskih programa za djecu. Višegeneracijsko i prošireno obiteljsko putovanje predstavlja trenutno najaktualniji trend u obiteljskom turizmu u kojem se nivo aktualnosti zadržava iz godine u godinu nakon pojave pandemije. Hoteli najčešće nedovoljno prepoznaju važnost uključivanja roditelja i ostatka obitelji u igru s njihovom djecom. Jedan od intervjuiranih dionika naveo je kako se roditelji i ostatak obitelji uključuju u animacijski program u kojem imaju mogućnost sudjelovanja u aktivnosti sa vlastitom djecom kroz cijeli dan. Hoteli bi trebali slijediti takav primjer te omogućiti djeci da u današnjem užurbanom svijetu, kada roditelji imaju sve manje vremena za provođenje s djecom, da provedu kvalitetno vrijeme s obitelji na odmoru uz pomoć animacijskih programa. Obitelji osim što putuju zajedno, odlučuju se za određene destinacije i aktivnosti koje su im nekada bile strane i odgađali su ih za daleku budućnost. Avanturistički sadržaji privlače odrasle i djecu na sudjelovanje u animacijskim programima te bi hoteli trebali uključiti npr. avanturistička igrališta koja mogu predstavljati potencijalno rješenje za pružanje sigurnog okruženja za igru te potiču inače „zabranjene“ igre. Ali hoteli mogu ponuditi i sadržaj koji će predstavljati dijametralnu suprotnost takvom pristupu animacije, u pogledu animacijskih programa u kojima djeca ne moraju sudjelovati kroz fizičke aktivnosti već ih kroz radionice potaknuti na *slow travel* princip u kojima mogu uživati u okolini i bez pritiska učiti o prirodi i sadržajima koji ih okružuju. Također, ne smije se zanemariti niti kulturno obrazovni pristup animacijskim programima. Kroz edukativne sadržaje u animacijskim programima može se potaknuti djecu da na zabavan način uče o određenim temama prikladnim za njihovu dob. Prilikom planiranja animacijskih programa za djecu ne smije zaboraviti niti utjecaj tehnologije na najmlađe. Većina hotela implementirala je određene ICT tehnologije u ponudu animacijskih programa, poput nestrukturirane igre u interaktivnim igraonicama. No kao što se može primijetiti u obiteljskim trendovima, televizijske emisije imaju sve veći utjecaj na obitelji s djecom te se oni odlučuju na putovanja u određene destinacije koje su vidjeli u istima. Hoteli bi trebali prepoznati takav trend te ga iskoristiti u pogledu kreiranja tematskih sadržaja na temu filmova ili serija koji su trenutno u trendu i mogli bi potaknuti obitelj na dolazak u hotelski objekt. No, treba imati na umu i kako je sve veći trend da obitelji rezerviraju svoj boravak u hotelu čak i do godinu dana ranije. Putovanja se unaprijed i temeljito planiraju, te uzbuđenje djece u pogledu tog putovanja i odsjedanja u određenom hotelu zasigurno raste. Kako bi se približili djeci i

animirali ih već prije samog dolaska, potencijalno je moguće kreirati sadržaj koji bi se slao putem maila kao podsjetnik za djecu da je ostalo neko određeno vrijeme do njihovog dolaska te ih potaknuti na neku određenu pripremu u pogledu igre ili učenja kod kuće, koju će primijeniti tokom animacijskih programa u hotelu. Na taj način djeca će se veseliti dolasku u hotel te već osjećati određenu povezanost sa animatorima ili maskotom hotela.

Preporuke i smjernice za budući razvoj animacijskih programa za djecu u hotelskim objektima u funkciji su unaprjeđenja trenutnog stanja animacijske ponude za djecu, ali i postizanja veće konkurentne prednosti na rastućem obiteljskom turističkom tržištu. Današnja djeca zahtijevaju sve veći angažman te atraktivne sadržaje u skladu sa njihovim preferencijama i sve sofisticiranijim tehnološkim znanjem. Hotelski objekti trebali bi prepoznati takvu priliku za potencijalnim razvojem koji će unaprijediti i obogatiti njihovu ponudu te im omogućiti da budu prepoznatljivi na tržištu obiteljskog turizma, kreiranjem kvalitetnih animacijskih programa i sadržaja koji prate aktualne trendove i potrebe samih obitelji.

Zaključak

Dječji animacijski programi važan su segment turističkog tržišta te uspješnost obiteljskih hotela uvelike ovise o kvaliteti ponude animacije za djecu i obitelj. Animacijski programi svojom funkcijom zadovoljavaju dječju potrebu za igrom i novim iskustvima, te povećavaju vjerojatnost ukupnog zadovoljstva obitelji ponudom, kao i odluke o ponovnoj posjeti hotelskog objekta. Iz tog razloga važno je pratiti aktualne trendove kako bi vjerojatnost za zadovoljstvo obitelji i djece bila što veća.

Tehnologije, novi mediji te promjene u ponašanju i preferencijama turista koje su se pojavile nakon pandemije utjecale su i na dječje poimanje igre, te takve promjene dovode do potrebe za unaprjeđivanjem postojećih animacijskih programa kao i kreiranjem novih, atraktivnijih programa. Nove generacije posjeduju sofisticirano znanje i vještine prilikom korištenja informacijskih tehnologija, za razliku od djece ranijih generacija. Zbog toga se animacijski programi moraju prilagoditi novoj razini znanja i vještina kako bi se djelovalo u korak sa njihovim napretkom. Hotelski objekti koji su prilagođeni za boravak obitelji s djecom trebali bi imati pomno odabrane, raznovrsne i aktualne sadržaje vodeći računa o fizičkom i psihičkom aspektu sigurnosti djece. Analizirajući ponudu navedenih poduzeća u Republici Hrvatskoj zaključuje se kako obiteljski hoteli imaju kvalitetnu ponudu animacijskih programa ali da postoji još puno prostora za unaprjeđivanje istih. Hotelski objekti, prema analiziranim primarnim i sekundarnim podacima, u ponudi animacijskih programa uglavnom imaju sportske i zabavne sadržaje, dok je nedovoljan naglasak stavljen na edukaciju, uključivanje obitelji, avanturističke sadržaje i sl. Tehnologija je implementirana u većini hotelskih objekata kroz igraonice i prostore predviđene za nestrukturiranu igru. No, tehnologija se razvija iz dana u dan te mijenja preferencije i ponašanje djece stoga je neophodno da hotelski objekti unaprjeđuju postojeću ponudu sukladno novim tehnološkim naprecima te trenutnim vještinama i znanju djece. Također, istraživanje i praćenje aktualnih trendova važni su za zadržavanje konkurentnosti i svrhovitosti na današnjem turističkom tržištu. Praćenje najnovijih trendova koji oblikuju sadašnje i buduće ponašanje obiteljskih turista, ključni su u koncipiranju ponude animacijskih programa te njihovom prilagođavanju aktualnim potrebama djece.

Provedeno istraživanje ukazalo je na postojeće probleme i nedostatke hotelskih objekata u pogledu kreiranja i planiranja animacijskih programa. Većina intervjuiranih voditelja animacije nije za sada uvidjela važnost praćenja obiteljskih trendova te njihove implementacije u animacijske programe. Implementacija aktualnih trendova na tržištu predstavlja mogućnost potencijalne konkurentne prednosti nad ostalim obiteljskim hotelima. Za daljnji razvoj animacijskih programa za djecu u preporukama i smjernicama koncipirana za potencijalna rješenja i ideje implementacije aktualnih trendova koji idu u smjeru: obiteljski orijentiranih aktivnosti, avanturističkih igrališta, radionica koje potiču na učenje o okolini u kojoj se djeca nalaze, edukativnih sadržaja, tematskih sadržaji na temu televizijskih emisija, email sadržaja za djecu kao podsjetnik i priprema na druženje sa maskotom i animatorima u hotelu.

Prema svemu iznesenom može se zaključiti da na turističkom tržištu postoji potreba za unaprjeđenjem aktualne ponude animacijskih programa u obiteljskim hotelima u Republici Hrvatskoj. Analizom i odabirom odgovarajuće strategije za primjenu odgovora na aktualne promjene i trendove na tržištu obiteljskog turizma, hotelski objekti moći će primijeniti kreativnija i inovativnija rješenja za zadovoljenje potrebe djece i njihovih obitelji prilikom animacije. Djeca današnjih obitelji predstavljaju novu generacija turista te se ulaganjem u današnju djecu koja putuju oblikuje budućnost turizma.

Bibliografija

KNJIGE:

Andrijašević Mirna, Bartoluci Mato, Cerović Zdenko, Cetinski Vinka, Čepeleak Radovan, Fox John, Ivanišević Goran, Jadrešić Vlatko, Keros Predrag, Peršić Milena, Ravkin Radoslava. *Animacija u hotelijersko- turističkoj ponudi*. Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, 1999.

Cerović, Zdenko. *Animacija u tuizmu*. Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2008.

Ivanovski, Aleksandar i Mitić Dušan, *Animator in tourism*, Brasov: Editura universitatii transilvania di Brasov, 2012.

Jadrešić, Vlatko. *Turizam u interdisciplnarnoj teoriji i primjeni, Zbornik istraživanja*. Zagreb: Sveučilište u Splitu- Školska knjiga Zagreb, 2001.

Janković, Vladimir. *Slobodno vrijeme u suvremeoj pedagoškoj teoriji i praksi*, Zagreb: Pedagoško-književni zbor, 1973.

Martinić, Tena. *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*, Zagreb: Informator, 1977.

Ravkin, Radoslava. *Animacija u turizmu*, Zagreb: Založba Mladinska knjiga, 1989.

ČLANCI:

Alexandrova Elena. „Harmonization of Family Holidays with Contemporary Requirements“ *Economic Alternatives*, 1 (2015.): 118-125. <https://ideas.repec.org/a/nwe/eajour/y2015i1p118-125.html> (pristupljeno 02. rujna 2023.)

Ahuber Lea, Vogel Mandy, Grafe Nico, Kiess Wieland, Poulain Tanja. „Leisure Activities of Healthy Children and Adolescents“ *International Journal of Enviromental Reasearch and Public Health*, 16, br. 12 (2019.): 1-13. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6617342/>(pristupljeno 04. kolovoza 2023.)

Anichiti Alexandru, Dragolea Larisa-Loredana, Tacu Hârs Georgia-Daniela, Haller Alina-Petronela i Butnaru Gina Ionela. „Aspects Regarding Safety and Security in Hotels: Romanian Experience“ *Information* 12, br. 44 (2021.) : 1-22 https://www.researchgate.net/publication/348609831_Aspects_Regarding_Safety_and_Security_in_Hotels_Romanian_Experience (pristupljeno: 05.kolovoza 2023.)

Bethapudi Anand. „The role of ICT in tourism industry.“ *Journal of Applied Economics and Business*. Vol 1. br. 4 (2013.): 67-79. <http://www.aebjournal.org/articles/0104/010406.pdf> (pristupljeno 06. kolovoza 2023.)

Bičić Rinaldo. “The role of sports animation in tourism”. *4th International Scientific Conference on Kinesiology: Science and profession-challenge for the future: proceedings book* (2015.) https://repozitorij.kif.unizg.hr/islandora/object/kif:1063/datastream/FILE0_-_page=238 (pristupljeno 03. Rujna 2023.)

Brussoni Mariana, Olsen Lise L., Pike Ian i Sleet David A. "Risky play and children's safety: Balancing priorities for optimal child development." *International journal of environmental research and public health* 9.9 (2012): 3134-3148. <https://www.mdpi.com/1660-4601/9/9/3134> (pristupljeno 5. kolovoza 2023.)

Chernysh Iryna., & Makhovka Viktorija. “An Animation as a Factor in the Formation of Competitive Advantages of Organized Tourism Services”. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*, 3 br. 78, (2020.): 20-27. <http://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/1991/1636> (pristupljeno 02. rujna 2023.)

Devi Barkha, Khandelwal Bidita I Das Mridula. “Application of Bandura's social cognitive theory in the technology enhanced, blended learning environment” *International Journal of Applied Research*. Vol. 3, br. 1 (2017.) : 721-724 https://www.researchgate.net/profile/Barkha-Devi-2/publication/360270638_Impact_Factor_52_IJAR/links/626cfaf6b277c02187d7cc19/Impact-Factor-52-IJAR.pdf (pristupljeno 10. kolovoza 2023.)

Jha, Amrit Kumar. "Understanding generation alpha." *Indian Institute of Technology Kharagpur* (2020) <https://osf.io/d2e8g/download> (pristupljeno 07. Kolovoza 2023.)

Lahouel Ben i Montargot Nathalie. “Children as customers in luxury hotels: what are Parisian hotel managers doing to create a memorable experience for children?” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32, br.5, (2020.): 1813-1835.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCHM-03-2019-0272/full/html>

(pristupljeno 04. rujna 2023.)

Lillard, Angeline. S. „The development of play. Handbook of child psychology and developmental science“. Vol. 2 (2015.): 425-268. https://uva.theopenscholar.com/files/early-development-lab/files/handbook_of_child_psychology_8.pdf (pristupljeno 04. rujna 2023.)

Liu Jingmiao i Filimonau Viachaslau. “Exploring the business feasibility of childcare provision in hotels.” *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102394 (2020.) <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431919304876> (pristupljeno 04. kolovoza 2023.)

Mikulić Josip i Prebežac Darko. “Evaluating hotel animation programs at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis” *Tourism Management* (2011.) 32, br. 3, 688-696. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S026151771000110X> (pristupljeno 03. rujna 2023.)

Peković Sanja , Djekić Aleksandra, Marković Vasilije, Bojbaša Milica i Perović Đurđica “The influence of animation programmes on tourists’ satisfaction: the role of animators”. *Sport Mont*, 17, br.3,(2019.): 113-115. http://www.sportmont.ucg.ac.me/clanci/SM_October_2019_Pekovic_113-115.pdf (pristupljeno 02. rujna 2023.)

Rachmawati Rizika, Hanom Imtihan i Salayanti Santi. “The influence of children’s playroom interior aspect in regard to parental safety perception. Case study: children’s playroom at 23 paskal bandung, Indonesia.” *Malaysian Journal of Public Health Medicine*, 1 (2020.): 51-59. https://www.researchgate.net/publication/343843092_THE_INFLUENCE_OF_CHILDREN%27S_PLAYROOM_INTERIOR_ASPECT_IN_REGARD_TO_PARENTAL_SAFETY_PERCEPTION_CASE_STUDY_CHILDREN%27S_PLAYROOM_AT_23_PASKAL_BANDUNG_INDONESIA (pristupljeno 05. kolovoza 2023.)

Rogulj Edita. „Influence of the New Media on Children's Play“ *Croatian Journal of Education*. Vol 16. br 1. (2014.): 267-277. https://www.researchgate.net/publication/298475799_Influence_of_the_New_Media_on_Children%27s_Play (pristupljeno 06. kolovoza 2023.)

Ružić-Baf Maja, Debeljuh Andrea i Slivar Iva. "Family hotels' use of ICT in entertaining children and recommendations for inclusion of wearable devices." *International Journal of Education*

Economics and Development 9.2 (2018.): 124-133.
<https://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJEED.2018.092196> (pristupljeno 06. Kolovoza 2023.)

Sabol Vesna i Smajić Jasmina. "Animacijski programi za djecu u funkciji obogaćenja turističke ponude Republike Hrvatske." *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* 4.2 (2013): 111-116.
<https://hrcak.srce.hr/clanak/167906> (pristupljeno 27. srpnja 2023.)

Sagir Mehmet i Gudul Aysegul. „Evaluation of child-friendly hotel: The case of side district“. *Beykoz Akademi Dergisi*, 11, br. 1 (2023.): 393-406.
<https://dergipark.org.tr/en/pub/beykozad/issue/77862/1174588> (pristupljeno: 05. kolovoza 2023.)

Schanzel Heike i Yeoman Ian, „Trends in family tourism“. *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1 br.. 2 (2015.):. 141-147. https://www.researchgate.net/publication/277620306_Trends_in_family_tourism (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)

Stagnitti, K. “Understanding play: The implications for play assessment”. *Australian occupational therapy journal*, 51 br.1 (2004.): 3-12. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1046/j.1440-1630.2003.00387.x> (pristupljeno 03. rujna 2023.)

Stamenković Igor, Blešić Ivana, Pivac Tatjana, & Ivkov-Džigurski Anđelija. Attitudes of participants of tourist animation: Case study: Thematic events as a practical training (Novi Sad, Serbia). *Turizam*, vol. 19, br. 4, (2015.): 146-154. <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-6661/2015/1450-66611504146S.pdf> (pristupljeno 02. rujna 2023.)

Tootell Holly, Freeman Mark i Freeman Alison. „Generation Alpha at the intersection of technology, play and motivation.“ *47th Hawaii international conference on system sciences* (2020.): 82-90.
<https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3077&context=eispapers> (pristupljeno 10. kolovoza 2023.)

Izvor: Vovk Iryna i Vovk Yuriy. „Development of family leisure activities in the hotel and restaurant businesses: Psychological and pedagogical aspects of animation activity“ *Economics, Management and Sustainability*, 2(1), (2017): 67-75.
https://www.researchgate.net/publication/320697431_Development_of_family_leisure_activities_in_the_hotel_and_restaurant_businesses_Psychological_and_pedagogical_aspects_of_animation_activity (pristupljeno 13. kolovoza 2023.)

OSTALI IZVORI:

Family Travel Association, *US Family Travel Survey 2022*. Family Travel Association, 2022.
https://www.researchgate.net/publication/364736098_US_FAMILY_TRAVEL_SURVEY_2022

(pristupljeno 03. rujna 2023.)

Global Data. *Family travel to increase by 25% by 2022*. London: Global Data, 2018.
<https://www.globaldata.com/media/press-release/family-travel-increase-25-2022-says-globaldata/>

(pristupljeno 28. srpnja 2023.)

INTERNET IZVORI:

Amarin Kids Club, <https://www.maistra.com/hr/smjestaj/family-hotel-amarin/kids-clubs/> - - /

(pristupljeno 21. kolovoza 2023.)

7 trendova koji definiraju obiteljska putovanja u 2023. <https://www.petitpasseport.com/insights/7-family-travel-trends-in-2023>

Maro kategorizacija, <https://www.valamar.com/cmsmedia/valamar/brochures/hotel-hr.pdf>
(pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

O Maistri d.d., <https://www.maistra.com/kompanija/o-nama/> - / (pristupljeno 20. kolovoza 2023.)

O Medora hotelima i ljetovalištima, <https://mhr-podgora.com/osnovni-podaci/o-nama/> (pristupljeno 08. rujna 2023.)

Portfelj Valamar Riviere d.o.o., <https://valamar-riviera.com/hr/brendovi-i-portfelj/> (pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

Ponuda animacijskih sadržaja u Solaris d.d., <https://www.amadriapark.com/hr/hotel/amadria-park-hotel-andrija-ex-solaris-sibenik/> (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Ponuda animacijskih sadržaja za djecu u Liburnia Riviera Hoteli d.d.
https://www.liburnia.hr/hr/hoteli-za-obilje?gclid=CjwKCAjwr_CnBhA0EiwAci5sithiZMBD-dRTyFFj5cK_yHDL8GJMoHWTGptURHMnl-LfBrWfkp0a9xoC6isQAvD_BwE (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Ponuda animacijskih sadržaja u Valamar Riviera d.d. <https://www.valamar.com/hr/hoteli-rabac/valamar-girandella-resort/maro-garancija-kvalitete> (pristupljeno 05. rujna 2023.)

Suradnja Kinderhotels Europa i Valamar Riviere d.o.o., <https://valamar-riviera.com/hr/mediji/priopcenja-za-medije/valamar-riviera-otvorila-dva-nova-ljetovalista-u-rapcu/-image-208> (pristupljeno 23. kolovoza 2023.)

Utjecaj Maro Smart Play-a na djecu, <https://blog.valamar.com/maro-smart-play-key/> (pristupljeno 23.kolovoza 2023.)

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Valamar Riviera d.d.....	33
Tablica 2. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Maistra d.d..	36
Tablica 3. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Liburnia Riviera Hoteli d.d.....	39
Tablica 4. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Solaris d.d. ..	41
Tablica 5. Analiza ponude animacijskih sadržaja u hotelskom poduzeću Medora hoteli i ljetovališta d.d.	44

Slike

Slika 1. Teorija socijalnog učenja generacije Alpha	23
---	----