

Josip Cvenić

SPORTSKA ANIMACIJA U HOTELU CROATIA U CAVTATU

1. UVOD

U Hrvatskoj sve više sazrijeva svijest o potrebi animacije u turističkoj ponudi, ali još uvijek je nedovoljan broj hotela koji se može pohvaliti dobro organiziranom, zanimljivom i atraktivnom animacijom koju želi strani gost. Zbog slabe organizacije slobodnog vremena turističke destinacije u Hrvatskoj su često u drugom izbornom krugu. Davno su prošla vremena kada su se gosti zadovoljili večernjom šetnjom po rivi i slušanjem “žive glazbe” na terasi. Animacija u Hrvatskoj još uvijek je u povojima, stara je otprilike jedno desetljeće, tako da u većini hotela koji i imaju animaciju taj dio prepušta stranim tour-operatorima.

U hrvatskoj znanstvenoj i stručnoj literaturi gotovo da nema tekstova koji se bave animacijom u turizmu kao djeletnošću koja zahtjeva interdisciplinarn pristup sa stajališta sociologije, socijalne psihologije, komunikologije, organizacije rada i ekonomike turizma. (Ravkin, 1999)

U animaciji je vrlo teško naći kadrove koji imaju primjenjena znanja, vještine i sposobnosti, i pogrešno je ono tumačenje da svatko tko ima malo “talenta” može biti animator. Animatora mora krasiti velika stručnost u svom području (sportska animacija, večernja animacija, dječja animacija), odlično znanje stranih jezika, komunikativnost, snalažljivost u nepredviđenim situacijama, organiziranost i psihička stabilnost. Sportski animator je zadužen za organizaciju i provođenje sportsko-rekreacijskih programa koji trebaju biti prilagođeni interesima, željama i sposobnostima korisnika. (Bartoluci i Maršanić, 2004)

2. METODE RADA

Ovo istraživanje je provedeno na osnovi dnevnika aktivnosti koji je vodio jedan sportski animator za vrijeme svoga rada. Animacijski sportski program (tablica 1) se provodio u vremenu od 6 tjedana u mjesecu srpnju i kolovozu 2004. u hotelu Croatia u Cavtatu. Program je bio dio cjelokupne ponude hotela, nije se dodatno plaćala nijedna od navedenih aktivnosti i u njemu su mogli sudjelovati svi gosti koji su u to vrijeme boravili u hotelu. Ukupno je u programu bilo devet različitih aktivnosti (jutarnja gimnastika, stolni tenis, pikado, boćanje, aqua aerobic, odbojka na pijesku, košarka, streličarstvo, aerobika) koje su raspoređene u šest radnih dana.

Tablica 1. Tjedni program

	Ponedjeljak	Utorak	Srijeda	Četvrtak	Petak	Subota	Nedjelja
9.00	keep fit	keep fit	keep fit	keep fit	keep fit	keep fit	s l o b o d a n d a n
10.00	boćanje	pikado	stolni tenis	boćanje	pikado	stolni tenis	
12.00	aqua aerobic	aqua aerobic	aqua aerobic	aqua aerobic	aqua aerobic	aqua aerobic	
16.00	odbojka na pijesku	odbojka na pijesku	košarka	streličarstvo	odbojka na pijesku	košarka	
18.00	aerobic	streličarstvo	aerobic	aerobic	streličarstvo	aerobic	

3. REZULTATI I RASPRAVA

Analizirajući podatke koji su dobiveni na kraju šestotjednog programa sportske animacije u hotelu Croatia dobiveni su sljedeći rezultati:

Tablica 2. Broj pojedinih aktivnosti po mjesecu

	Srpanj	Kolovoz	Ukupno održano	Neodržani termini
Jutarnja gimnastika	4	9	13	23
Turniri*	16	16	32	4
Aqua aerobic	18	18	36	-
Sportske igre**	16	18	34	2
Aerobika	14	15	29	7
Ukupno	68	76	144	36

* Turniri (boćanje, pikado, stolni tenis)

** Sportske igre (košarka, odbojka, steličarstvo)

Kako su turisti posjećivali pojedine aktivnosti iz sportske animacijske ponude prikazano je u tablici 2. Ukupno je bilo predviđeno 180 termina u različitim aktivnostima, od toga je 144 termina održano, dok za 36 termina nije bilo interesa. Na prvom mjestu se ističe aqua aerobic sa svih 36 termina održanih. Ta vrsta aerobike je vrlo popularna na ljetnom odmoru jer je mogu svi izvoditi bez obzira na spol i dob, i to svako prema svojim mogućnostima. Nema zahtjevnih koreografija, s ograničenim opsegom pokreta jer se većina vježbi izvodi u vodi i upravo zato je vrlo mala vjerovatnost ozljeđivanja. Slijede sportske igre sa 36 termina koje su se

održavale u poslijepodnevnim satima i turniri sa 34 termina koji su bili dopodne na programu. Na posljednjem mjestu se nalazi jutarnja gimnastika koja nije zabilježila veći interes turista. Održano je samo 13 termina, a razlog tako slaboj posjećenosti treba tražiti u poklapanju vremena vježbanja u 9.00 sati sa vremenom doručka koji je trajao do 10.00. Također treba razumijeti da su ovdje turisti ipak na odmoru tako da nisu opterećeni buđenjem. Iz podataka u tablici 2. se moglo zaključiti da nije bilo nekih većih odstupanja u ostvarivanju programa, no kakvi su sumarni pokazatelji kakav je bio interes za svaku pojedinu aktivnost iskazan u broju učesnika vidjet ćemo u tablici 3.

Tablica 3. Rang lista sportskih aktivnosti hotelskih gostiju

Redni broj	Aktivnost	Broj ljudi	Broj aktivnosti	Prosječni br. korisnika
1.	Aqua aerobic	1056	36	29
2.	Odbojka na pijesku	155	18	9
3.	Streličarstvo	166	14	12
4.	Stolni tenis	67	13	5
5.	Košarka	74	10	7
6.	Boćanje	37	11	3
7.	Pikado	26	9	3
8.	Aerobika	29	20	1
9.	Jutarnja gimnastika	24	13	2
Ukupno		1634	144	11, 3

Ukupan broj posjetitelja na kraju šestotjednog programa je iznosio 1634 ili 45 osoba po radnom danu. Rang lista aktivnosti je napravljena prema interesu gostiju, naveden je broj ponavljanja svake aktivnosti, ukupan broj korisnika i prosječni broj korisnika po aktivnosti.

Najviše gostiju hotela je bilo zainteresirano za aqua aerobic 1056 ili u prosjeku 29 po danu. Ova aktivnost inače je vrlo popularna u svim destinacijama i velika je prednost hotela koji imaju uvjete za to. To je središnja aktivnost dana u kojoj sudjeluje velik broj gostiju, ali isto tako i pasivnih promatrača. Druga sportska aktivnost po rangu interesa je streličarstvo (12). Zanimanje za streličarstvo je bilo dosta veliko jer se većina ljudi nije nikad susrela sa lukom i strijelom i ovo im je bila prilika da isprobaju svoje umijeće i preciznost. Slijedi odbojka na pijesku (9), košarka (7), te stolni tenis. Za ostale sadržaje poput jutarnje gimnastike, aerobike, pikada i boćanja bio je manji interes.

4. ZAKLJUČAK

Ovaj rad je napravljen s ciljem da se promiče sportska animacija kao vrlo važan dio cjelokupne sportsko-rekreacijske ponude. Program koji se izvodio u hotelu Croatia je izvodio jedan sportski animator koji je u šest tjedana uspio zainteresirati 1634 turista na aktivno sudjelovanje. Ovaj program se neće moći provesti u svim hotelima prvenstveno zbog materijalnih uvjeta i ostalih specifičnosti, no može biti velika pomoć u sastavljanju njemu sličnog.

Većina hotela još uvijek ne pridaje dovoljnu važnost sportskoj animaciji i stručnosti osobe koja obavlja taj rad, te se nadam da će uskoro biti prepoznate vrijednosti i da će se naša cjelokupna ponuda popeti na višu razinu. U ovom hotelu je jako bitno da se maksimalno iskoriste svi neiskorišteni prostori i naprave korekcije svih nedostataka kako bi iduća sezona bila još bolja. Za aktivnosti u kojima je bio mali interes naći zamjenske sa novim sportsko – rekreacijskim sadržajima koji su trenutno u trendu (pilates, joga, trekking,..) a koji će nadopuniti već vrlo dobru ponudu i osuvremeniti postojeći program.

5. LITERATURA

1. Bartoluci, M. & Maršanić, H. (2004). Edukacija stručnjaka za sportsku animaciju. U M. Bartoluci (ur.) *Menedžment u sportu i turizmu* (str. 289-299). Zagreb: Kineziološki fakultet. Ekonomski fakultet.
2. Ravkin, R. (1999). Modeli i načini komunikacije u animaciji. U Andrijašević, M., Bartoluci, M., Cerović, Z., Cetinski, V., Čepelak, R., Fox, J., Ivanišević, G., Jadrešić, V., Keros, P., & Peršić, M (ur.), *Animacija u hotelijersko- turističkoj ponudi* (str. 107-115) Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.