

# Animacija u turizmu s naglaskom na turističku ponudu Valamar Sanfor hotel & casa

---

**Sanković, Petra**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2015**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Karlovac University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:312665>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-22**



**VELEUČILIŠTE U KARLOVCU**  
Karlovac University of Applied Sciences

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of Karlovac University of Applied Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU  
POSLOVNI ODJEL  
STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Petra Sanković

ANIMACIJA U TURIZMU S NAGLASKOM NA  
TURISTIČKU PONUDU U VALAMAR SANFIOR HOTEL & CASA

ZAVRŠNI RAD

KARLOVAC, 2015.

Petra Sanković

**ANIMACIJA U TURIZMU S NAGLASKOM NA TURISTIČKU PONUDU  
U VALAMAR SANFIOR HOTEL & CASA**

ZAVRŠNI RAD

Veleučilište u Karlovcu

Poslovni odjel

Stručni studij ugostiteljstva

Kolegij: Turizam i sport

Mentor: Mateja Petračić, dipl. oec.

Broj indeksa: 0618611016

Karlovac, srpanj, 2015.

## ZAHVALA

Veliku i najiskreniju zahvalu za strpljenje, pomoć, vodstvo i suradnju dugujem, prvenstveno mentorici Mateji Petračić, dipl. oec. te također svim profesorima Veleučilišta u Karlovcu na pruženom znanju.

A posebnu zahvalu dugujem svojoj obitelji koji su mi omogućili život i studiranje u drugom gradu i što su me podržali u odabiru studija i u svakom trenutku bili velika podrška prilikom školovanja i mom Mariu na potpori i strpljenju.

## SAŽETAK

Animacija u turizmu prodaje doživljaje i stvara uspomene, a skup je usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista, a ponuđeni programi su dio turističke ponude koji su osnova za poticanje sve veće turističke potrošnje. Raznovrsnost turističke ponude implicira sve raznovrsnije turističke potrebe.

Animacijski timovi su zaduženi za aktivnije, smislenije, atraktivnije načine formiranja i prezentiranja turističke ponude, te u današnje vrijeme uključivanje novih proizvoda i usluga namijenjenih sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

**Ključne riječi:** animacija u turizmu, turistička ponuda, turistička potrošnja, turističko tržište.

## **SUMMARY**

Animation in tourism sells experiences and creates memories, it is defined as services collection in which needs and desires of tourists are satisfied, offered programs are part of touristic offer which are basics in originating touristic spending. Diversity of touristic offer implies more diversified touristic need.

Animation teams are responsible for more active, sensible, attractive ways of forming and presentation of touristic offer, as well as to include new products and offers intended to more demanding touristic market nowadays.

**Key words:** animation in tourism, touristic offer, touristic spending, touristic market.

## SADRŽAJ

<b>1. UVOD</b>	
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Izvori podataka i metode obrade podataka.....	1
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	1
<b>2. ZNAČAJ I ULOGA ANIMACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI.....</b>	<b>2</b>
2.1. Animacija u turizmu.....	2
2.1.1.  Europski pristup animaciji u turizmu.....	3
2.1.2.  Američki pristup animaciji u turizmu.....	4
2.2. Principi animacije u turizmu.....	4
2.3. Karakteristike i ciljevi animacije.....	5
2.4. Načela turističke animacije.....	6
2.5. Učinci animacije u turizmu.....	7
2.6. Turisti današnjice.....	8
2.7. Osobine animatora u turizmu.....	10
2.7.1.  Psihofizičke osobine animatora.....	11
2.7.2.  Osobine animatora prema gostu.....	12
2.8. Animacijski programi u turizmu.....	13
2.8.1.  Vrste animacijskih programa.....	13
2.8.2.  Animacijski programi za odrasle.....	16
2.8.2.1.  Dnevna animacija za odrasle.....	17
2.8.2.2.  Večernja animacija za odrasle.....	17
2.8.2.3.  Najčešće igre za odrasle.....	17
2.8.3.  Dječji animacijski programi.....	18
2.8.3.1.  Najčešće dnevne animacije za djecu.....	18
2.8.3.2.  Dječje večernje animacije.....	18
2.8.4.  Sportska rekreacija u turizmu.....	19
2.9. Komuniciranje u turističkoj animaciji.....	19
2.10. Zadovoljstvo turista turističkim animacijskim programima.....	20
2.11. Animacija kao segment suvremene turističke ponude.....	23
<b>3. TURISTIČKA ANIMACIJA I PROGRAMI U HOTELSKIM OBJEKTIMA.....</b>	<b>24</b>
3.1. Animacijski program u Hotel & Casa Valamar Sanfior, Rabac.....	24

3.1.1.	Cijene smještaja i ponuda u objektima.....	25
3.2.	Odjel aktivnosti u Valamar Animation Team-u (VAT).....	28
3.3.	Animacijski programi u Valamaru.....	29
3.3.1.	Dječji programi.....	33
3.3.2.	Večernji programi za djecu i odrasle.....	35
3.4.	Odgovornosti voditelja animacije i animatora.....	37
3.5.	Oglašavanje programa i aktivnosti.....	39
4.	<b>ZAKLJUČAK.....</b>	<b>41</b>
	<b>POPIS LITERATURE.....</b>	<b>42</b>
	<b>POPIS TABLICA.....</b>	<b>43</b>
	<b>POPIS ILUSTRACIJA.....</b>	<b>44</b>
	<b>POPIS PRILOGA.....</b>	<b>45</b>



# **1. UVOD**

## **1.1. Predmet i cilj rada**

Predmet ovog rada je animacija u turizmu s naglaskom na turističku ponudu i konkretnim primjerom programa turističke animacije u Valamar Sanfior Hotel & Casa, Rabac.

Animacija kao element ponude je dio ukupne turističke ponude i osnovni cilj putovanja i odabira turističke destinacije za svoje odredište. Animacija je kao dio turističke ponude skup znanja i vještina s kojima se povećava ispunjenje zadovoljstva i motiva putovanja.

## **1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja**

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

Kod praktičnog pristupa turističkoj animaciji u Valamar hotelu, najviše su korišteni podaci prikupljeni obavljanjem sezonskog posla. Podaci su prikupljeni metodom desk istraživanja, a obrađeni metodom analize, sinteze, deskripcije i kompilacije.

## **1.3. Sadržaj i struktura rada**

Rad je koncipiran u četiri međusobno povezane cjeline. Prvo poglavlje prikazuje obrađuje predmet i cilj rada, izvore podataka i metode prikupljanja te prikaz strukture rada. U drugom poglavlju rada pobliže se dotiče značaj i uloga animacije u turističkoj ponudi, gdje se definira animacija u turizmu, pristupi animaciji, principi, karakteristike i ciljevi animacije u turizmu, načela i učinci animacije te se definiraju turisti današnjice i osobine animatora u turizmu.

Raščlanjuju se i objašnjavaju animacijski programi, te komunikacija u turizmu i zadovoljstvo turista turističkim animacijskim programima. Treće poglavlje obuhvaća praktični pristup animaciji te podjele animacijskih programa na praktičnom primjeru.

## **2. ZNAČAJ I ULOGA ANIMACIJE U TURISTIČKOJ PONUDI**

Turistička je ponuda izuzetno ovisna o interesu turističke potražnje, a bez obzira na uzroke, ako nema dovoljno pažnje i interesa od strane kupca, ne može očekivati ostvarenje svog cilja i ostvarenje dobiti. Da bi se turistička ponuda mogla zadovoljiti, potrebno je ostvarivati kriterije koji formiraju turističku ponudu: atraktivnost prostora, prometna dostupnost, izgrađeni receptivni kapaciteti i promocija u turizmu.<sup>1</sup>

Kako se tijekom povijesti mijenjaju oblici i sadržaji turističke ponude, danas i animacija u turizmu poprima nove sadržaje i nove potražnje.

Nekad su smještaj i prehrana bili glavni dio turističke ponude, no danas su te usluge sve manji cilj turista. Turist novijeg doba traži destinaciju koja nudi promjenu, nov doživljaj, nove događaje.

### **2.1. Animacija u turizmu**

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

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

---

<sup>1</sup> Pirjevec, B.: Turizam – jučer, danas, ..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008., str.101.

usluge ostvaruju postavljene ciljeve samo u uvjetima tržišne valorizacije <sup>2</sup> i to na turističkom tržištu sa ciljem zadovoljenja potreba i motiva turista.“<sup>3</sup>

Animacija predstavlja neki novi oblik poziva na zajedničku aktivnost. Ona znači zabavljati, oraspoložiti, poticati, pridobivati, oduševiti.

Izraz animacija potiče od latinske riječi „anima“ što znači duša i „animare“ što znači oživjeti. U engleskom jeziku riječ „animation“ označava oživljenje i nadahnuće. Prema tome, doslovno značenje izraza animacija bilo bi: oživljavanje doživljaja suvremenog otuđenog čovjeka na njegovom godišnjem odmoru.

Turistička animacija je dio turističke ponude kojom se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju.<sup>4</sup>

### **2.1.1. Europski pristup animaciji u turizmu**

Značajni predstavnici europskog pristupa animaciji su njemački i francuski pristup.

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

Njemački ili često nazvan klasični europski pristup kojim su korijenima animacije najviše naklonjeni i hrvatski animacijski pristup i programi.

Francuski pristup je drugačiji od njemačkog pristupa animaciji u turizmu i polazi od slobodnijeg pristupa programu boravka turista u destinaciji i objektu.

---

<sup>2</sup> Tržišno valorizirati animacijsku uslugu se ostvaruje kroz aktivnosti marketinga. Tržišna valorizacija animacijskih programa na izbirljivom turističkom tržištu čini vještine marketinga i njegovih opće poznatih koncepcija važnim i neophodnim znanjima svakog menadžera koji se bavi turističkom animacijom. Cerović, Z.: Animacija u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2008., str.269.

<sup>3</sup> Ibidem, str. 269.

<sup>4</sup> Ibidem, str. 54.

### **2.1.2. Američki pristup animaciji u turizmu**

Američki pristup animaciji znatno je drugačiji od europskog, a polazi od slobodnijeg pristupa proširenja turističke potrošnje i većina programa je podređena primarno velikom broju sadržaja i programa kojima se želi zadovoljiti svakog gosta u svakom vremenu i postići maksimalnu turističku potrošnju. Ovakav pristup vezan je i za opću kulturu ljudi na američkom kontinentu i njihovoj liberalnijom kulturi života i rada. Američki se pristup određenju pojma animacije u turizmu određuje u složenom sustavu razvijenih oblika turističke ponude i potražnje.<sup>5</sup> Mora se sagledavati kao nešto proizašlo iz omladinskih rekreacijskih domova, koji su nakon 2.svjetskog rata u američkoj okupacijskoj zoni nastali u svrhu potpore demokracijskih nastojanja doživljaja slobode i nečeg novog.

## **2.2. Principi animacije u turizmu**

Animacijski program organizatoru stvara očekivanu razinu dobiti koja se ostvaruje iz turističke potrošnje i uspijeva ako odgovara potrebama i motivima.

Principi animacije su usko vezani s ciljevima animacije a osnova su planiranja i realizacije svakog animacijskog programa. Prema tome, principima animacije organizator dolazi do ciljeva a turistu je potrošnja dokaz da je doživio vrijednost za novac, „value for money“.

Podjela principa animacije u turizmu je na:

- ⇒ Princip slobode znači potpuna sloboda odabira ponuđenog, gdje turist koristi svaki ponuđeni program po svojoj volji, potrebama i motivima, da doživi onaj doživljaj zbog kojeg je i doputovao.
- ⇒ Princip aktivnosti bez obzira bio on pasivan ili aktivan, mora sudjelovati u programu, mora biti nazočan. Bez sudjelovanja u ponuđenom programu nema ostvarenja animacijskog programa niti cilja animacije.
- ⇒ Princip jednakosti znači da svaki turist koji sudjeluje u animacijskom programu ima ista prava i svi su jednaki. Njihov je izbor koliko će biti angažirani ali svi moraju biti prihvaćeni i jednaki u programu.

---

<sup>5</sup> Ibidem, str. 52.

⇒ Princip primjerenosti odgovara na pitanje kakav mora biti animacijski program? Mora biti primjeren svakom segmentu turističke potražnje, posebno uzrastima i životnim dobima turista, pogotovo zahtjevima morala i etike. Primjeren cijeni po kojoj je prodan.<sup>6</sup>

### **2.3. Karakteristike i ciljevi animacije**

Za animaciju je značajno formiranje skupine postavljanjem cilja: zajednička aktivnost koja će biti dovoljno atraktivna da privuče turiste i potakne ih se da se uključe u skupinu. Ljudi se uključuju u skupinu iz raznih razloga:

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

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

Turistička animacija se pojavljuje u tri osnovna oblika odnosno programa i to zabavni, sportsko - rekreativni i ostali programi animacije, što je prikazano kroz animacijski program Valamar Animation Team-a u prilogu broj 1.

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

Sportska animacija predstavlja sastavni dio programa animacije koji su sastavni dio turističke ponude. Nositelji ovakvih programa nazivaju se sportskim animatorima.

---

<sup>6</sup> Ibidem, str.57.

Drugim riječima osnovna zadaća sportskih animatora u turizmu jest kreiranje odgovarajućih sportsko-rekreacijskih programa te njihovo provođenje s određenim skupinama turista.

Svrha animacije je povezanost s turistom bogatim iskustvom i doživljajem kroz zabavu, aktivnosti i upoznavanje, unapređenje kontakta, ispunjavanje želja i potreba gosta, promocija i brojni ciljevi koje svaki animator mora postići prilikom boravka gosta, a uz sve to mora se postići socijaliziranje, radionice, obrazovanje, avanture i opuštanje kao oblici animacijskih aktivnosti.

Ciljevi animacije koji su zadovoljstvo turista u kojem leži potpuni doživljaj i potpuno iskorištavanje animacijskih aktivnosti koje su mu pružene u turističkoj destinaciji radi doživljenja motiva i potreba te očekivanja stečenih prije dolaska u destinaciju, te turistička potrošnja kao cilj animacije i svih ostalih gospodarskih aktivnosti.<sup>7</sup>

## **2.4. Načela turističke animacije**

Cilj animacije može se ostvariti poštivanjem osnovnih načela, među kojima se uz načelo primjerenosti turistima, nalaze i načelo slobode i načelo aktivnosti.

Načelo slobode je jedan od temeljnih načela korištenja slobodnog vremena i podrazumijeva da se aktivnosti slobodnoga vremena ne smiju propisivati, već treba prepustiti pojedincu da ih slobodno bira u sklopu raznovrsnih mogućnosti.<sup>8</sup>

Animacija, načelom slobode, zahtjeva da bude nenametljiva, da utječe na promjene navika i stavova turista, ali kroz ostavljanje prostora turistu da punu slobodu odlučivanja i izbora.

Načelo aktivnosti mora težiti sadržajima koji omogućuju aktivno sudjelovanje turista, bilo aktivno gdje je turist neposredno uključen kao sudionik i gledatelj gdje može doći do izražaja i kreativnosti, primjerice u „društvenim kontaktima“, organizaciji kojoj animator ili neka druga stručna osoba, čak i gosti sudjelujući aktivno kao predavači iznose iskustva vezana određenom temom te prijedloge vezane uz samu animaciju,

---

<sup>7</sup> Ibidem, str.56.

<sup>8</sup> V.Janković, „Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi“, Pedagoško-književni zbor, Zagreb, 1973., str. 86.

u zabavnim programima i sportsko rekreativnim sadržajima gosti sudjeluju aktivno ili pasivno sudjelovanje gosta gdje su turisti pasivni gledatelj, publika.

## 2.5. Učinci animacije u turizmu

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

- Neposredni ili ekonomski učinci su oni koji se uvijek iskazuju u novčanom iskazu, kao financijski rezultat. Menadžer mora animacijski program koncipirati tako da bude financijski isplativ. Učinci koje menadžment očekuje, u pravilu se grupiraju u dvije skupine rezultata:<sup>9</sup>
  - I. Prihod od prodaje ulaznica za kulturno-umjetničke, zabavne, sportske, rekreativne i ostale programe. Naplaćivanje i prezentiranje određenih promidžbenih poruka te ostalih sadržaja i aktivnosti.
  - II. Prihodi od pružanja ugostiteljskih i drugih usluga, tj. Od prodaje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka, jela, slastica i ostaloga.

Često se u animaciji uz neposredne financijske učinke mogu ostvarivati i posredni financijski učinci poput sadržaja animacije koji su besplatni a kojima je cilj pridobivanje gostiju za neku buduću animacijsku aktivnost, sadržaji animacije koji se naplaćuju direktno te sadržaji koji se ne naplaćuju, ali se financijski učinak očituje u naplati drugih usluga (prodaja pića, napitaka, hrane, suvenira, nagradnih igara i slično.)

- Posredni ili učinci očekivanog zadovoljstva su određeni očekivanim doživljajem uvjetovanim raznim čimbenicima, koje je financijski nemoguće iskazati a izrazito su važni.

Posredni učinci su uvijek rezultat uspješne organizacije i menadžerski osmišljenog animacijskog programa koji povećava zadovoljstvo gosta i direktno utječe:<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Prema: Cetinski , V.: Animacija – kvaliteta koja se isplati, Privredni vjesnik, Zagreb, br.6/88, Zagreb, 1988., str.65.

<sup>10</sup> Ravkin, R.:“Animacija u turizmu“, Založba mladinska knjiga, Ljubljana, 1989., str.70.

- a) Na motivaciju turista pri izboru određene turističke destinacije,
  - b) Na ponovni dolazak turista u turističko mjesto,
  - c) Na dolazak novih gostiju,
  - d) Na produženje turističke sezone,
  - e) Na bolju popunjenost kapaciteta iza glavne sezone
  - f) Na bolju popunjenost ugostiteljskih sadržaja, promjenu strukture turista i turističke potražnje.
- Društveni učinci ili učinci interesa za širu turističku zajednicu (imidž destinacije), kao određeni programi koji se ne naplaćuju, a prate turističku manifestaciju su: promenadni koncerti limenih glazbi, nastupi folklornih i etno grupa, koncerti klapa, grupa, ansambala, izložbe i razni scenski nastupi, vjerski, kulturni, ili sportski , programi, kojima se promiče neka destinacija ili neki budući program kao dijela manifestacije.<sup>11</sup>

## 2.6. Turisti današnjice

Dosadašnji turisti, potrošači, shvatili su da im je nužno oslobađanje od stresa i to ne mogu postići na mjestima gdje se ponavljaju iskustva iz njihove svakodnevnice.<sup>12</sup>

Turisti žele sve više a cilj turističkog gospodarstva je zadovoljiti i premašiti očekivanja turista.

Turisti – gosti ne trpe više greške, za svoj novac žele dobiti kvalitetu. To je natjeralo turističke agencije, hotele i druge sudionike u turističkoj ponudi, da uvedu kontrolu kvalitete, standarde i sustav upravljanja totalnom kvalitetom.

Očekivanja i želje gostiju ne zadržavaju se samo na razini potrebe mira i fizičkog odmaranja, već se njihovi planovi proširuju potrebama za promjenom, raznovrsnošću i komunikacijom s drugim ljudima.

---

<sup>11</sup> Cerović Z.: op.cit., str.145.

<sup>12</sup> Galičić, V., Ivanović, S.: „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2008., str.16.



Raznovrsnost turističke potrebe u kojoj će gost moći doživljavati promjene i uživati u materijalnim i nematerijalnim dobrima, najbolji je način zadovoljavanja turističke potrebe.

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

#### VRSTE I OSOBINE GOSTIJU:

- Važno poznavanje gostiju i njihovih navika
- Promjene u mentalitetu i očekivanju turista
- Tijekom godina promijenjeni očekivanja i motivacija odlaska na odmor
- Današnji turisti znatije i aktivniji nego ranije, nije više dovoljno izležavanje na plaži
- Demografske promjene – starosna dob se povećava , gosti su cilj ugostiteljskih i turističkih radnika
- Svaki gost je uvijek dobrodošao ( plaća, od njega objekt opstaje)

Prema E. Cohenu, „Turist je dobrovoljni, privremeni putnik koji putuje u očekivanju zadovoljstva koja mu mogu pružiti novosti i promjene doživljene na relativno dugom i neučestalom kružnom putovanju.“

Prema WTO-u, turist je svaka osoba koja u mjestu izvan svog prebivališta provede najmanje jednu noć u ugostiteljskom ili drugom objektu za smještaj gostiju, radi odmora ili rekreacije, zdravlja, studija, sporta, religije, obitelji, poslova, javnih mjesta i skupova.<sup>13</sup>

Turisti više nisu samo dio povlaštenih slojeva nekog društva, nego je većina njih iz redova gotovo svih društvenih slojeva, s različitim potrebama i navikama.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Pirjevec, B., op.cit., str. 17.

<sup>14</sup> Cerović, Z.: op.cit., str.20.

## 2.7. Osobine animatora u turizmu

Turistički animator je turistički zaposlenik, koji svojim općim karakteristikama mora zadovoljiti potrebne karakteristike.

Aktivnost započinje s prvim kontaktom animatora i gosta i traje tijekom cijelog boravka, čak i nakon njegova odlaska koji najčešće uključuje zadovoljstvo gosta i obećanje povratka sljedeće godine.

Tražene osobine animatora prema gostu su svrha i cilj postojanja turističke animacije u objektu ili turističkoj destinaciji.<sup>15</sup>

Da bi mogli na adekvatan način obavljati svoju osnovnu zadaću, turistički animatori moraju posjedovati određena znanja i vještine što dobivaju kroz edukaciju. Takve oblike specijalne edukacije u svijetu provode veliki hotelski lanci, turoperatori i agencije za organizaciju zabave, tzv. "entertainment agencies" i to nakon što su već selekcionirali kadar koji odgovara njihovim potrebama. No, osnovno je polazište selekcije kadrova u odabiru onih koji već imaju određena znanja, vještine, iskustvo i karakterne osobine.

Uloga sportskih animatora u turizmu ne svodi se samo na sportske aktivnosti nego oni provode i ostale programe animacije iz područja kulture, umjetnosti, zabave, hobija i sl. Osnovna načela koja animatori trebaju uvažavati su načela slobode i načelo aktivnosti. Načelo slobode podrazumijeva slobodno sudjelovanje svih sudionika, načelo aktivnosti uključivanje svih sudionika u odabrane programe. U tome ključnu ulogu imaju animatori. U turističkoj praksi u Hrvatskoj kao i u nekim drugim zemljama na poslovima animacije i voditelja sportsko-rekreacijskih programa vrlo često se angažiraju kadrovi koji nisu obrazovani u području kineziologije, osposobljeni samo kroz tečajevе sportske animacije. Oni mogu voditi jednostavnije sportsko - rekreacijske programe. Međutim, za kreiranje i provođenje stručnih programa koji utječu na zdravlje sudionika potrebni su isključivo stručnjaci kineziolozi.

Animatori trebaju osjetiti „dušu“ turizma, biti pristupačni, dopadljivi, ljubazni, otvoreni, moraju poznavati jezik, ponašanje, imati moć diskretnog sugeriranja, svestrane animacije, trebaju poznavati psihologiju gosta i domaćina i poslove ostalih turističkih

---

<sup>15</sup> Ibidem, 235.-237.str.

djelatnika. Moraju imati dara za oživljavanje tzv. mrtvih sezona i osiromašenih sadržaja, moraju se boriti za kvalitetu interpretacije i realizacije svekolikih programa na konkretnom jeziku.

### **2.7.1. Psihofizičke osobine animatora**

„U zdravom tijelu, zdrav duh“

Pod psihofizičkim osobinama podrazumijevaju se: ugodna vanjština, optimalna životna dob, izgrađenost stavova, zainteresiranost i angažiranost, čestitost, profesionalnost, prirodna nadarenost, pažljivost, sklonost umjetnosti, povjerljivost, pozitivna orijentiranost, inteligentnost i razumnost, dobro zdravlje, energičnost i entuzijizam, lakoća verbalnog izražavanja, otpornost na emocionalne pritiske, taktičnost, sposobnost pamćenja, vještina komuniciranja.

Značajne odrednice u izboru animatora često su i osobnost animatora i vanjski izgled, no, izgled mora biti primjeren skupini s kojom komunicira, pa se izbor animatora usklađuje sa zahtjevima skupine, izgrađenim stavovima, optimalnom životnom dobi, zrelosti i prema animacijskim programima mora ulijevati osjećaj povjerenja i iskustva, čestitost, prirodna nadarenost, pažljivost, povjerljivost te pozitivna orijentiranost su osobine koje ulijevaju gostima sigurnost i osjećaj dobrodošlice i ugodnosti. Zainteresiranost i angažiranost, profesionalnost, energičnost i entuzijizam, kao i inteligentnost i razumnost su osobine kojima se povećava uspjeh i posjećenost što većem broju aktivnosti.

Animator mora biti čovjek širokih pogleda, raspolagati velikim brojem ulaznih informacija, vladati situacijama, uvijek biti dobra raspoloženja, te prilikom prvog koraka na radno mjesto, prije početka radnog dana, uvijek brige ostaviti daleko iza sebe, sve do zadnjeg trenutka i zadnje minute radnog dana.

Prirodnom nadarenosti mora širiti osjećaj veselja, s obzirom na profil gostiju, poželjno je biti sklon umjetnosti jer je animacija, za one koji žive kao animatori u turizmu, umjetnost, jer animator mora biti kreativan, optimističan, imati humanistički pristup te razvijati i širiti ljubav prema aktivnostima, spajati ljude različitih stavova i nacionalnosti te stvarati međusobna prijateljstva. Vještinom komuniciranja pokazuje

odraz znanja, vještina, navika i svih ostalih osobina koje obilježavaju turističkog animatora.

Bez obzira, ima li osoba sve navedene osobine, bez znanja svjetskih jezika, osoba ne može biti u potpunosti ono što se traži i zahtjeva, jer nikada niti jednom gostu, bez znanja njegovog materinjeg jezika, barem u osnovama, neće uliti povjerenje, sigurnost, niti oduševljenje.

Kao osnovno i najvažnije, uz jezike, animator ne može biti dobar i zadovoljavajući, ako nema dobro zdravlje, jer je animator osoba koja mora biti dostupna i energična, sklona obavljanju svih aktivnosti, bez pokazivanja umora i iscrpljenosti.

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

### **2.7.2. Osobine animatora prema gostu**

Komunikacijom, turistički animator ostvaruje svrhu i cilj postojanja animacije jer je animator ogledalo objekta ili turističke destinacije i prvi kontakt dobrodošlice gostu, kao i zadnji kontakt prilikom završetka boravka.

Animator se prema gostu postavlja kao prema kolegi, prijatelju, mora biti partner u razgovorima zbog sudjelovanja na istim aktivnostima, pa mora biti i aktivan gost na odmoru, ali i zbog profesionalnog stava, jer gost mora pobjeći od stresnih situacija, a to se svima događa samo u dobrom društvu, ako je animator pokretač, organizator, profesionalac. Domaćin, predstavnik i informator će gostu pružiti istu sigurnost jer će približiti gostu znanje o objektu, destinaciji, gradu, županiji ili državi, štitiće boje države, njene simbole i mora na što efikasniji način informirati gosta o svakim promjenama, upitima i željama. Mora gostu biti desna ruka.

## 2.8. Animacijski programi u turizmu

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

A najučinkovitiji animacijski programi su programi podijeljeni na dobne skupine, programe za djecu i programe za odrasle.

### 2.8.1. Vrste animacijskih programa

Animacijski programi se dijele u skupine zabavnih programa, sportsko – rekreativnih i ostalih programa<sup>16</sup> koji će u nastavku biti detaljno objašnjeni općenito i praktično.

A pristupi vrstama animacijskih programa su: opći pristup, sadržajni pristup, vremenski pristup, ponudbeni pristup te vlasnički pristup.

#### 1. Vrste animacijskih programa, uvažavajući opći pristup, prema Krippendorfu su:<sup>17</sup>

- Kretanje – sport, sportske igre, šetnje,
- Druženje – piknik, izlet, rođendan za djecu,
- Stvaralačke aktivnosti – fotografiranje, crtanje, kolaži, radionice,
- Naobrazba – kongresi, koncerti, pjesničke večeri, predavanja,
- Pustolovine – rafting, logorovanje, noćno skijanje, ronjenje,
- Mirovanje – joga, meditacija.

#### 2. Sadržajni pristup području animacijskih programa mogu biti:

- Sportsko – rekreativni programi – vježbanje, razgibavanje i opuštanje, sportsko - zabavne igre, sportski turniri<sup>18</sup>, sportske škole<sup>19</sup>, sport hobi, iznajmljivanje opreme i terena u sportskoj rekreaciji

---

<sup>16</sup> Ravkin, R., „Animacija u hotelijersko – turističkoj ponudi“, Opatija, 1999., str. 153.

<sup>17</sup> Krippendorf, J. „Putujuće čovječanstvo“ SGL Zagreb, Zagreb, 1996., str.56.

- Zabavni programi i igre – „entertainment“: zabavni programi<sup>20</sup>, igre na moru, vodi, bazenu, zabavni programi za djecu, zabave i ples, zabava u klubovima, glazbeno – zabavni programi
- Kulturno – umjetnički programi – glazbeni programi<sup>21</sup>, likovni programi, grafički i vizualni programi, programi i organizacije izložbi, predavanja iz povijesno – kulturne baštine, sinkretički programi<sup>22</sup>, individualna animacija, programi posjete muzejima, galerijama, arheološkim nalazištima i dr.
- Ostali programi – programi u zdravstvu, Wellness programi, političko – društveni programi, vjerski programi, organizacija raznih škola i posebnih programa za učenje<sup>23</sup>, berba plodova, maslina, grožđa, lavande, razgledavanje morskog dna, aquavision sa brodom, čuvanje djece, izložbe raznih tema i namjena

### 3. Vremenski pristup području animacijskih programa

Boravak turista se najčešće odvija u periodu od 7 – 14 dana, izuzev onih gostiju, veće platežne moći, koji si mogu priuštiti boravak duži od navedenih. Zbog toga se animacijski programi moraju podijeliti kako se aktivnosti i programi ne bi ponavljali i kako ne bi turistima njihov boravak postao rutina. S vremenskog aspekta, programi se dijele na sezonske, tjedne i dnevne animacijske programe.

Sezonski programi, obilježeni su vremenom dužim od jednog mjeseca pa do jedne godine. Sezonski programi se dijele na mjesečne ili dekadne programe. To su u pravilu sezone: sezona kupanja, sezona skijanja, sezona jedrenja, sezona ronjenja,

---

<sup>18</sup> Sportski turniri i natjecanja mogu imati sljedeća obilježja: Interni turniri, otvoreni turniri i igre širih razmjera – turističke olimpijade i dr., Cerović, Z. Animacija u turizmu, , Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, 2008.,68.str.

<sup>19</sup> Sportske škole (tenis škole, škola jedrenja, škola skijanja i dr.). Škole sportova i sparing partneri imaju sljedeća obilježja i grupirana su u tri skupine škola: škole za početnike, škole za napredne, škole za najzahtjevnije. Ibidem, str, 68.

<sup>20</sup> izbor za miss, mistera, ribarska noć, izbor za najboljeg plesnog partnera.. ibidem, str,68,

<sup>21</sup> Festivali, koncerti ozbiljne glazbe, koncerti lokalne i etno glazbe itd., glazbene večeri folklorni nastupi.. Ibidem, str.69

<sup>22</sup> Scenski programi namijenjeni turistima, scenski programi u kojima sudjeluju turisti, tematske scenske animacije i programi. Ibidem, str.69.

<sup>23</sup> Programi slikarstva i likovnih umjetnosti, programi kiparstva, programi učenja i upoznavanja s glazbom, škole plesa, škole kuharstva, škole starih zanata (Primjer; Ljetna škola kiparstva u Labinu – akademski kipar Josip Diminić), Ibidem, str.70

sezona ribarenja, sezona igranja tenisa, sezona maškara, itd. Sezonski se programi dijele na mjesečne ili dekadne programe (mjesec ili deset dana).<sup>24</sup>

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

#### 4. Ponudbeni pristup području animacijskih aktivnosti

Putovanja mogu biti s aspekta ponude i organizatora putovanja:

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

#### 5. Vlasnički pristup animacijskim programima

Vlasništvo kao pravo određuje vrste animacijskih programa po osnovi vlasništva, tj. prava na neki animacijski program.

Animacijski program ima svoju tržišnu i stvarnu vrijednost u koju je uloženi ljudski rad i materijalna dobra, s toga animacijski program može biti u vlasničkom smislu vlastiti program hotela ili hotelsko turističke tvrtke koja je uložila kapital te je stvarno vlasnik programa kojeg na tržištu prodaje u vlastitom ili tuđem objektu.

---

<sup>24</sup> Cerović, Z. Animacija u turizmu, , Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, 2008., op.cit. str.70.

S aspekta vlasništva animacijski programi mogu biti:

- Vlastiti animacijski programi koji su isključivo u vlasništvu objekta ili poduzeća u kojem se izvodi animacijski program. Animacijski rekviziti, animacijski program, animacijska oprema, a izvođači animatori su zaposlenici poduzeća. Prednosti vlastitog animacijskog programa su posjedovanje vlastitog brenda, kontrola troškova, kontrola programa po vlastitim potrebama i željama gostiju, elastičnost ponude i potražnje. Nedostaci vlastitog animacijskog programa su neelastičnost u promjeni programa, veličina fiksnih troškova, mogućnost zasićenja, spore promjene programa, veliki troškovi.
- Kupljeni ili tuđi animacijski programi su programi u vlasništvu drugih poduzeća. Programi, rekviziti i oprema obično su u tuđem vlasništvu, animatori nisu zaposlenici objekta niti poduzeća u kojem se izvodi program. Prednosti tuđeg animacijskog programa su elastičnost ponude, kontrola troškova, potpuna kontrola programa po vlastitim potrebama i željama gostiju, brze promjene programa. Nedostaci tuđeg animacijskog programa su ne kontrola fiksnih troškova, otuđivanje opreme i inventara, nezainteresiranost za uspjeh u poslovanju objekta, spore promjene programa, veliki troškovi, neprepoznatljivost programa od strane gostiju, nema kontrole animatora.<sup>25</sup>

### **2.8.2. Animacijski programi za odrasle**

Odrasli, kao najvažniji segment potražnje, čine polaznu osnovu za programiranje sadržaja i programa ponude animacijskih programa s kojima se žele zadovoljiti potrebe i motivi turista. Animacijski programi za odrasle po svojem sadržaju i strukturi programa za izvođenje, dijele se na: <sup>26</sup>

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

---

<sup>25</sup> Ibidem, str. 74., 75.

<sup>26</sup> Ibidem, str. 80.



### **2.8.2.1. Dnevna animacija za odrasle**

Dnevna animacija za odrasle planirana je i organizirana za odrasle goste, fizički spremne, najčešće osobe starije od 15 godina pa sve do treće dobi. Programi specifični za dnevnu animaciju se izvode na vanjskim, unutarnjim prostorima i na bazenu.

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

### **2.8.2.2. Večernja animacija za odrasle**

Tematski party poput welcome night (noći dobrodošlice), musical quiz (glazbeni showovi), havajske noći.

### **2.8.2.3. Najčešće igre za odrasle**

Dodavanje šešira, dodavanje balona, opposite, pjevanje, zaljubljeni parovi. Primjeri animacijskih programa se pobliže objašnjavaju u praktičnom dijelu rada gdje se objašnjava i prikazuje cjelokupni animacijski program u Valamar Sanfior & Casa, Rabac.

Animacijskim programima za odrasle se nastoji stvoriti gostu doživljaj i utisnuti uspomena na odmor, pružiti gostu zadovoljstvo i zabavu, bijeg od svakodnevnice i nastojati potaknuti gosta da se vrati svake sljedeće godine u isti objekt.

### **2.8.3. Dječji animacijski programi**

Djeca su najvažniji segment potražnje jer sretno dijete je ključ povratka i uspjeha, sretnim djetetom se dobiva zadovoljan roditelj i pruža se gostima sigurnost u animatora i cjelokupno osoblje.

#### **2.8.3.1. Najčešće dnevne animacije za djecu**

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

#### **2.8.3.2. Dječje večernje animacije**

- Mini disco
- Muzičke igre
- Dječji cabaret i show
- Izbor za mini miss i mistera
- Mini quiz
- Talent show

Dječje animacije i programi su pobliže objašnjenje u daljnjem praktičnom dijelu rada gdje su objašnjene i igrice te cijeli plan i raspored u Valamar Sanfior & Casa, Rabac.

Svaka animacijska tvrtka ima program prilagođen sebi kako bi bio specifičan samo za svoje ime. Svaki program se teoretski objašnjava na školski način, a izvodi se specifično, slično ali nimalo isto. Na primjer, Mini disco za djecu, koji je najvažniji dječji događaj sezone, odvija se u svim tvrtkama na iste pjesme, sličnim pokretima i koreografijama, ali sa različitim detaljima. U Umagu, u Melia International Hotelima, mini disco se izvodi na pozornici, uz jednog ili dva animatora gdje obuhvaća desetak

pjesmica i između igre za djecu, animatori moraju biti našminkani i obučeni prikladno djeci, primjerice: u balerine, u klaunove, u neki lik iz nadolazećeg plesnog showa i sl.

U Valamar Hotelima, mini disco se zove zapravo Maro disco iz razloga što je u Valamaru Maro predstavnik dječjeg kluba, a Maro disco se odrađuje na način da ga rade najčešće dva do tri animatora na terasi objekta, terasa bi trebala biti ukrašena u stilu dječjeg disca i pleše se do desetak koreografija, oko pola sata do 45 minuta, s time da u pola Maro disca obavezno među dječicu izađe maskota Mara koji do kraja pleše sa svakim djetetom i ostavlja djeci doživotni dojam i uspomenu.

#### **2.8.4. Sportska rekreacija u turizmu**

Sportsko - rekreacijski programi predstavljaju onaj dio aktivnog korištenja slobodnog vremena koji je povezan s rekreacijom, zabavom gostiju, uz naglašenu fizičku aktivnost.<sup>27</sup>

Sport u suvremenom turizmu postaje, ne samo sadržaj boravka, nego često i glavni motiv za putovanje u određene turističke destinacije, primjerice, gosti čiji se članovi obitelji aktivno bave, npr. tenisom, a želja im je posjetiti Hrvatsku, odabrat će Umag zbog brojnih teniskih terena i ATP turnira u srpnju.

„Sportska rekreacija ima veoma značajnu korektivno - kompenzatornu ulogu. Pomoću nje mogu se ubrzati i olakšati procesi adaptacije čovjeka suvremenim uvjetima života i rada, te spriječiti prerano narušavanje njegova tjelesnog i društvenog rada. Zato ona postaje nužan činitelj u prevenciji zdravstvenog stanja organizma.“<sup>28</sup>

### **2.9. Komuniciranje u turističkoj animaciji**

Glavni temelj turističke animacije prema osobnom kontaktu s gostom je komunikacija.

---

<sup>27</sup> R. Ravkin, Animacija u hotelijersko – turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, Opatija 1999., str. 160

<sup>28</sup> M. Relac, M. Bartolucci: „Turizam i sportska rekreacija“, Informator, Zagreb, 1982., str.42.

Odnos između animatora i gosta, te drugih turističkih djelatnika i gosta mora biti pripremljen po jasno koncipiranim oblicima komunikacije, bilo kroz osobni kontakt ili neki od posrednih oblika komuniciranja. Sustav komuniciranja u turizmu se temelji na dijalogu, a taj oblik komuniciranja najbolje zadovoljava bitna obilježja turizma.

Vođenje dobrog dijaloga zahtjeva sposobnost slušanja i pravilna odgovaranja na temeljna pitanja gostiju u određenom ugostiteljskom objektu.

Sposobnost aktivnog slušanja, empatije – kao sposobnosti uživljanja u duhovno stanje osobe koja govori ili pita, sposobnost izražavanja su dužnosti svih zaposlenih.

A uz to se nadovezuje kao najvažnija obaveza, vladanje svjetskim jezicima, jer se zaposlenici orijentiraju prema gostima, a ne gosti prema zaposlenicima, jer znanjem svjetskih jezika uvelike ovisi poslovni uspjeh.

## **2.10. Zadovoljstvo turista turističkim animacijskim programima**

Prikupljanjem informacija o željama i potrebama gostiju se dolazi do cilja zadovoljenja turista i poboljšanja turističke sezone.

Zaposleni, kroz svoje neposredan i izravan odnos s gostima, predstavljaju dragocjenu informaciju za poboljšanje pruženih usluga, jer povratne informacije koje zaposlenici dobivaju od gostiju predstavljaju osnovu za daljnje poboljšanje usluga u budućnosti.<sup>29</sup>

Anketiranje se danas smatra relevantnim za ocjenjivanje kvalitete pružanje usluga, pa postoji i TripAdvisor<sup>30</sup> kojim se danas služi većina gostiju koji žele pokazati izrazito zadovoljstvo ili izrazito nezadovoljstvo.

A kako su „public relations“ vrlo važne stavke između gosta i zaposlenika, razvija se posebna povezanost i time se stvaraju sve veće i kvalitetnije usluge.

---

<sup>29</sup> Galičić, V., Ivanović, S., „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2008., op.cit. 72.str.

<sup>30</sup> TripAdvisor® je najveća stranica za putovanja na svijetu\*, koja omogućava putnicima da isplaniraju i rezerviraju savršeno putovanje. [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)

Razlog snažne povezanosti zaposlenika i gostiju moguće je definirati pomoću nekoliko faktora:<sup>31</sup>

- 1) Fizička blizina prilikom pružanja i konzumiranja usluga
- 2) Vrijeme koje provedu zajedno
- 3) Povratne informacije koju gosti prenose izravno zaposlenicima
- 4) Količina informacija koje gosti osiguravaju
- 5) Shvaćanje zaposlenika da su zadovoljni gosti neophodni za zadržavanje posla.

Neki primjeri očekivanja gostiju viđeni kroz perspektivu ugostiteljsko – turističkih radnika, koji dolaze u izravan kontakt s gostima:<sup>32</sup>

1. Gost želi da mu se objasni da mu je ponuđena, za njega najprihvatljivija cijena,
2. Gost očekuje da ne postavim isto pitanje dva puta,
3. Gost očekuje da mu budem na usluzi svaki puta kada me nazove ili pozove,
4. Gost želi razgovarati upravo samnom svaki puta kada nazove,
5. Gosti očekuju da ih oslovljavam pravilno i s ispravnim naglaskom,
6. Gosti očekuju izravan pristup mojem nadređenom, kada to smatraju potrebnim,
7. Gosti očekuju da budem dosljedan ponašanju prema njima,
8. Gosti očekuju da uvijek budem dobar, sretan i prijateljski raspoložen,
9. Gosti očekuju da sam upoznat s njihovom specifičnom situacijom svaki puta kada nazovu,
10. Gosti žele da raspolažem znanjem o poslovanju i procedurama drugih ugostiteljskih objekata iz okružja,
11. Gosti žele da ih upoznam s poslovanjem ugostiteljskog objekta gdje radim,
12. Gosti žele da se ispričam za sve što je pošlo krivo, iako to nije moja greška,
13. Gosti žele da slušam o njihovim problemima i dnevnim iskustvima,
14. Gosti očekuju da se ne svađam s njima,
15. Gosti očekuju od mene povjerenje kada mi daju svoje osobne podatke.

---

<sup>31</sup> Galičić, V., Ivanović, S., „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija 2008.op.cit., 72.str.

<sup>32</sup> Ibidem, 74.str.

Zadovoljstvo gosta prenosi se preko zadovoljnog zaposlenika, a zadržavanje gostiju u ugostiteljskim objektima se može dogoditi:

1. Kada je stvorena takva klima za pružanje usluga gostima, u kojoj se izuzetnost podržava i nagrađuje na svim razinama i u krugu svih poslovnih funkcija i procesa rada,
2. Kada zaposleni osjećaju da se menadžment brine o njima, želi im pomoći u napredovanju i ponaša se prema njima pošteno.

Shema 1. Zlatni krug kontinuiranog zadovoljstva gostiju



Izvor: Galičić V., Ivanović S., „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, 2008., str. 176.

Svaki gost može ugostiteljima predstaviti svoje osnovne želje koje se mogu sažeti u sljedećem:<sup>33</sup>

1. Gost se želi osjećati dobrodošao!
2. Gost se želi osjećati slobodno!
3. Gost želi uživati!

Potencijalni gosti mogu se podijeliti u dvije osnovne kategorije:

1. Gost koji vodi računa o novcu – s prikupljenim novcem koji namjeravaju potrošiti za određeni broj dana)
2. Gosti koji traže kvalitetu – ne pitaju za cijenu, izuzetno zahtjevni i spremni platiti uslugu).

Postoje različite grupacije gostiju, temeljna je dužnost menadžera da započne promišljati ekonomsku i socijalnu pripadnost svojih gostiju, što olakšava komunikaciju i kvalitetnije pružanje usluga i veće zadovoljstvo gostiju.

## **2.11. Animacija kao segment suvremene turističke ponude**

Animacija kao segment ukupne turističke aktivnosti javlja se od početka turizma kao gospodarske aktivnosti, iako su se njezini oblici i sadržaji mijenjali u skladu s promjenama u odnosima ponude i potražnje te funkcije turizma u cjelini.<sup>34</sup>

Indirektni učinci animacije utječu na povećanje pozitivnog financijskog rezultata hotelijersko – turističkog gospodarstva i turističke destinacije ako se animacijski sadržaji uključe u „paket usluga“ ukupne turističke ponude i novih proizvoda i usluga namijenjenih sve zahtjevnijem turističkom tržištu.

Svi nositelji turističke ponude u određenoj turističkoj destinaciji nužno moraju ulagati napore na polju ekološke proizvodnje hrane, zaštite okoliša, osobne ekologije i edukacije javnosti o potrebi zajedničkog rada na afirmiranju i realizaciji potencijala koje posjeduje neka turistička destinacija.

Turističku ponudu treba koncipirati na način da podrazumijevaju tjelesne aktivnosti, metode za psihofizičko opuštanje, duhovni samo razvoj s posebnim naglaskom na uravnoteženoj zdravoj prehrani.

---

<sup>33</sup> Galičić V., Menadžment zadovoljstva gosta, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija, 2008., op.cit., str.42.

<sup>34</sup> R. Ravkin, Animacija u hotelijersko – turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, Opatija, 1999., op.cit., str. 15.

### **3. TURISTIČKA ANIMACIJA I PROGRAMI U HOTELSKIM OBJEKTIMA**

Animacijski program kao skup materijalnih i duhovnih elemenata čini animacijski program prihvatljivim i tržišno valoriziranim. Animacijski program skladan je skup:

- Potrebni i pripadajućih scenskih, prostornih, rekvizitskih i ostalih materijalnih elemenata
- Potrebni i pripadajućih elemenata ljudskog intelektualnog rada, skupa prirodnih elemenata i stečenih znanja i vještina.

#### **3.1. Animacijski program u Hotel & Casa Valamar Sanfior \*\*\*\*, Rabac**

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

Svojom kvalitetom, kontinuiranim ulaganjima u objekte i ponudu te stalnim usavršavanjem i razvojem kadrova, dobiven je certifikat ISO 9001, ISO 14001 i HACCP. U nominaciji sa Esplanade Zgreb Hotel, Hilton Imperial Dubrovnik Hotel, Hotel Dubrovnik Palace, Le Meridien Lav Split i Valamar Lacroma Dubrovnik Hotel, Hotel & Casa Valamar Sanfior je prošlogodišnji dobitnik nagrade World Travel Award u kategoriji „Vodeći Hotel“.

Vizija Valamara: Nezaboravna sjećanja, svakog dana, za svakog gosta!



Misija Valamara: Biti turističko-ugostiteljska kompanija koja je prvi izbor putnika, partnera i zaposlenika na hrvatskom dijelu Jadrana.

Vrijednosti: Gost u središtu pažnje, profesionalna etika, ostvarenje rezultata.

### **3.1.1. Cijene smještaja i ponuda u objektima**

Smještaj i ponuda u objektima Valamar Sanfiora su tijekom godine uglavnom popunjeni, dok u „špicí“ sezone, srpnju i kolovozu dosežu i preko 90% popunjenosti, što ukazuje na činjenicu da objekte posjećuju većinom stranci, više platežne moći, za koga su aktivnosti prilagođene i gdje se aktivnosti vode na drugačiji, zahtjevniji i pomalo elegantniji način nego što bi se aktivnosti odvijale u objektima sa dvije ili tri zvjezdice.

Sljedećim tabličnim prikazima se mogu usporediti cijene smještaja po jednoj osobi, što može dokazati strukturu gostiju, a u dosadašnjem radu i iskustvu, Valamar Sanfior Hotel & Casa posjećuju uglavnom gosti iz Njemačke, Amerike, Italije, Rusije, Ukrajine, Poljske, Nizozemske, Francuske, Belgije, Srbije pa čak neki iz Hrvatske, ali se dolasci i ostanci razlikuju po zemljama jer, gosti iz Hrvatske, ako su srednje platežne moći, ostaju najviše tri dana u objektu, dok gosti više platežne moći ostaju po dva tjedna, dok neki čak i do mjesec dana, ali su to uglavnom stalni, zadovoljni gosti koji se iz godine u godinu vraćaju u isti objekt i iste sobe.

Nedvojbeno najvažnije za svaki objekt je poticanje osoblja na kvalitetu. Koncept totalne kvalitete temelji se na poštivanju pojedinca i socijalnoj odgovornosti pa ima tendenciju proširiti se na sve aktivnosti pojedinca i cjelokupno društvo. Kvaliteta je kultura. Kvaliteta je proces koji ima sposobnost oblikovati budućnost.<sup>35</sup>

Podaci o cijenama boravka u Casi i Hotelu su dobiveni sa stranice putničke agencije Mondo Travel, u kojoj je napomenuto da je boravišna pristojba uključena u cijeni.

---

<sup>35</sup> Bartolucci M., Čavlek N. (urednici), Fakultet za fizičku kulturu Sveučilišta u Zagrebu, Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagrebački Velesajam, Zagreb, 1998., op.cit., str.62.

Tablica 1.:Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Hotelu za sezonu 2014.:

<b>Valamar Sanfior Hotel</b>	20.9.-9.11.	10.5.-5.6. 13.9.-19.9.	6.6.-27.6.	28.6.-25.7. 23.8.-12.9.	26.7.-22.8.
1/2 STANDARD, PS	360	488	578	698	773
1/2 SUPERIOR, B, MS	390	548	698	833	931
1/2+1 SUPERIOR, B, MS	405	563	721	856	961
1/1 STANDARD, PS	473	661	841	998	1.119
1/1 SUPERIOR, B, MS	511	713	908	1.081	1.216
minimalni boravak (noćenja)	3	3	5	5	5
boravak kraći od minimalnog	+20%				

Izvor: Putnička agencija Mondo Travel, [www.mondotravel.hr](http://www.mondotravel.hr) (05.03.2015.)

Tablica 2.: Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Casi za sezonu 2014.:

<b>Valamar Sanfior Casa</b>	20.9.-9.11.	10.5.-5.6. 13.9.-19.9.	6.6.-27.6.	28.6.-25.7. 23.8.-12.9.	26.7.-22.8.
1/2+1 SUPERIOR, MS	465	661	818	968	1.081
1/2+2 SUPERIOR FAMILY, MS	796	1.126	1.366	1.637	1.824
1/2 SUPERIOR, MS	398	563	713	841	938
minimalni boravak (noćenja)	3	3	5	5	5
boravak kraći od minimalnog	+20%				

Izvor: Putnička agencija Mondo Travel, [www.mondotravel.hr](http://www.mondotravel.hr) (05.03.2015.)

Tablica 2.: Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Hotelu za sezonu 2015.:

	21.3.-2.4., 6.-29.4., 3.-12.5., 19.9.-8.11.	3.-5.4., 30.4.- 2.5.	13.-21.5., 25.5.-2.6., 7.-12.6., 12.-18.9.	22.-24.5., 3.-6.6., 13.-19.6.	20.6.- 3.7., 5.-11.9.	4.- 29.7., 22.8.- 4.9.	30.7.- 21.8.
<b>Valamar Sanfior Hotel</b>							
1/2 STANDARD, PS	355	405	440	475	585	700	770
1/2 SUPERIOR, B, MS	380	430	490	550	705	830	930
1/2+1 SUPERIOR, B, MS	395	445	505	560	720	850	960
1/1 STANDARD, PS	460	520	590	655	850	995	1.120
minimalni boravak	2	3	3	3	4	4	4
boravak kraći od minimalnog	+20%						

Izvor: Putnička agencija Mondo Travel, [www.mondotravel.hr](http://www.mondotravel.hr) (06.06.2015.)

Tablica 2.: Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Casi za sezonu 2015.:

	21.3.-2.4., 6.-29.4., 3.-12.5., 19.9.-8.11.	3.-5.4., 30.4.- 2.5.	13.-21.5., 25.5.-2.6., 7.-12.6., 12.-18.9.	22.-24.5., 3.-6.6., 13.-19.6.	20.6.- 3.7., 5.-11.9.	4.- 29.7., 22.8.- 4.9.	30.7.- 21.8.
<b>Valamar Sanfior Casa</b>							
1/2+1 SUPERIOR, MS	455	505	585	655	825	965	1.080
1/2+2 SUPERIOR FAMILY, MS	780	880	995	1.110	1.390	1.630	1.820
1/2 SUPERIOR, MS	390	440	505	560	715	860	955
minimalni boravak	2	3 3		3	4	4	4
boravak kraći od minimalnog	+20%						

Izvor: Putnička agencija Mondo Travel, [www.mondotravel.hr](http://www.mondotravel.hr) (06.06.2015.)

### **3.2. Odjel aktivnosti u Valamar Animation Team-u (VAT)**

Odjel aktivnosti VAT – Valamar Animation Team je tim od ljudi koji su osposobljeni za rad u turizmu i animaciji, koji se zapošljavaju nakon audicije i završnog eliminacijskog tečaja prije samog početka sezone. Ulaz u Valamar Animation Team zahtjeva sposobnost komuniciranja, znanja barem 3 strana jezika, timski rad, predanost poslu i timu i pridonosenje boljitku turističke sezone, predanost svakom gostu i sposobnost vođenja jutarnjih, dnevnih i večernjih programa. Svaki Valamarov animacijski tim u Hrvatskoj, tako i u Rapcu ima tri vrste animatora: dječji animator, sportski animator te all around animator.

Dječji animator je zaposlenik u Maro clubu – mini clubu poznatom po maskoti Mara zbog kojeg je Maro Club poznat u cijelom svijetu. U Valamar Casi su Maro clubu zaposlena tri dječja animatora koji su školovani odgojitelji, osposobljeni za rad s djecom te prethodnim iskustvom u radu. Maro Club je igraonica i mala škola za djecu koju roditelji - gosti ostavljaju na cijeli dan s animatorom, osim za vrijeme animatorove pauze. Maro Club se sastoji od brojnih aktivnosti i nudi razne pogodnosti za djecu i roditelje koji su nabrojani u daljnjem radu.

Sportski animator je animator s dugogodišnjim aktivnim sudjelovanjem u sportu i znanjem o aktivnostima koje su predviđene za turističku sezonu i osoba koja u vrijeme između svojih aktivnosti sudjeluje u dječjim aktivnostima te sportskim turnirima. Aktivnosti sportskog animatora su: morning stretching, yoga i active wake up, aqua aerobic, aerobic, pilates, tae bo, dance workout, nordic walking i jogging, po potrebi i one sportske aktivnosti koje predloži gost i grupa gostiju ako im je potrebno dodatno za održavanje kondicije. Također je sportski animator zadužen za školu plivanja, učenju osnova plivanja u okviru boravka turista na tjedan dana i školu plesa.

All around animator je animator sposoban za vođenje turnira i ostalih aktivnosti koje nisu vezane za aktivnosti sportskih animatora. All around animatori su oni koji vode turnire, pomažu dječjim animatorima i sportskim animatorima a njih je u Hotelu i Casi troje.

Aktivnosti all around animatora su Teen club za djecu od 13- 18 godina koji se nalazi na turističkom naselju Girandella, nedaleko od Hotela Valamar Sanfior, mini golf, stolni tenis, pikado, odbojka na pijesku, nogomet na pijesku, igre na bazenu, bike

tours, pripremanje terena i pomaganje u pripremanju aktivnosti sportskih animatora, pripremanje za aktivnosti dječjim animatorima te slaganje i pripremanje za večernje programe, oglašavanje i mijenjanje plakata.

Zajedničko svim animatorima u objektu su svakodnevni sastanci za vrijeme pauze i učenje o ciljevima i misijama objekta i tvrtke, održivom razvoju te ostalim informacijama koje šalje Uprava, planiranje aktivnosti i izlaganje komentara i dojmova gostiju te raspravljanje o anketama gostiju, plesne probe za večernje programe.

### **3.3. Animacijski programi u Valamaru**

Animacijski programi su ponuđeni i prilagođeni svim uzrastima.

Kroz tablicu animacijskog programa se mogu vidjeti modeli animacijskih programa a programi su svrstani u tri grupe: dnevni animacijski program, večernji animacijski program i dječji animacijski program.

Također postoje standardni uobičajeni program i „Rain program“ za kišno vrijeme, kada se animacijske aktivnosti odrađuju unutar hotela, a aqua aerobic i aktivnosti na bazenu u unutarnjem bazenu hotela Sanfior.

Valamar Sanfior je promicatelj filozofije božice Sentone, zaštitnice putnika i nastoji programima očuvati tradicionalne vrijednosti. Nude se jela iz davnina, prepoznatljivi tretmani, razna događanja i pješački obilasci.

Postoji razlika održavanja animacijskih programa u Hotelu i Casi, pa tako, za vrijeme kišnih programa, u predvorju hotela se održavaju tečajevi hrvatskog jezika, igranje šaha ili druge društvene igre koje ne zahtijevaju buku i galamu a aqua aerobic se u unutarnjem bazenu mora odrađivati na poseban način, uz tihu glazbu i s oprezom kako se ostale goste koji ne sudjeluju ne bi uznemirilo ili polijevalo vodom. Večernji se programi najčešće održavaju u atriju hotela Sanfior.

Dok ostali programi za vrijeme lijepog vremena i večernji programi koji zahtijevaju veću buku ili gužvu, odrađuju se u Casi Sanfior, zbog različite strukture gostiju i različitog načina života i odmora.

Prilog 1. Tablica tjednog dnevnog animacijskog programa

	NEDJELJA SUNDAY	PONEDJELJAK MONDAY	UTORAK TUESDAY	SRIJEDA WEDNESDAY	ČETVRTAK THURSDAY	PETAK FRIDAY	SUBOTA SATURDAY
9:00	MORNING GYM	STRETCHING	ACTIVE WAKE UP	MORNING GYM	STRETCHING	ACTIVE WAKE UP	
9:00 - 12:00	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB
10:00	MINI GOLF	TABLE TENNIS	DARTS	MINI GOLF	TABLE TENNIS	DARTS	
11:30	AQUA AEROBICS	AQUA AEROBICS	AQUA AEROBICS	AQUA AEROBICS	AQUA AEROBICS	AQUA AEROBICS	
14:45	SAND SOCCER	BEACH VOLLEY	SAND SOCCER	BEACH VOLLEY	SAND SOCCER	BEACH VOLLEY	
5:00 - 8:00	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB	MARO CLUB
5:30		AQUA FUN		AQUA FUN		AQUA FUN	
7:00	NORDIC WALKING	MINI GOLF	NORDIC WALKING	TABLE TENNIS	NORDIC WALKING	MINI GOLF	

**MEETING POINTS**

- HOTEL VALAMAR SANFIOR RECEPTION
- MARO CLUB VALAMAR SANFIOR CASA
- VALAMAR SANFIOR CASA ACTIVITY POOL

Izvor: Autorova izrada

Aktivnosti u prvom dijelu dana traju od 09:00 – 18:00, u početku sezone a u „špic“ sezone aktivnosti traju do 19:00, nakon čega od 20:30 do ponoći slijede večernji programi. Program na slici je bio predviđen za aktivnosti prije početka „špice“ sezone u objektu, otprilike za razdoblje od 01.-15.srpnja.

Od 09:00 – 10:00 započinju aktivnosti sportskog animatora: jutarnja gimnastika, razgibavanje i razbuđivanje, koje se rade na prikladnim i tihim mjestima gdje nema puno buke, najčešće na plaži ili kraj bazena uz šum vode. Od 10:00 – 11:00 je aktivnost škole plivanja kroz 5 dana. Do 2014.godine aktivnost je bila besplatna za sve goste hotela, no, od 2014.aktivnost se dodatno naplaćivala, stoga, škola plivanja više nije u sklopu besplatnog animacijskog programa kao i ostali ponuđeni programi. Za all around animatore, u 10:00 započinju sportski turniri u mini golfu, pikadu i stolnom tenisu, a 15 minuta prije svake aktivnosti, jedan animator priprema teren a drugi čeka na recepciji ostale goste koji žele sudjelovati i potom odlazi s njima na terene.

Vrijeme za najposjećeniju i najtraženiju aktivnost u sezoni je 11:30, Aqua aerobic, koji traje 30 – 45 min, nakon čega slijedi pauza za ručak i sastanak s cijelim timom.

U 14:45 slijede turniri u nogometu na pijesku i odbojci na pijesku, čije je glavno mjesto sastanka na recepciji matičnog hotela i na glavnom turniru u turističkom naselju Girandella se sastaju svi all around animatori sa svojim gostima i te su aktivnosti glavne za druženje i sklapanje prijateljstava. Za Maro Club, aktivnosti započinju od 15:00 – 18:00 i tada se odvija šetnja Rapcem ili vožnja u lokalnom vlakiću za svu djecu, odlazak u backoffice tour - animatori upoznaju djecu sa svim zaposlenicima hotela, obilazak recepcije, kuhinje, wellness centra i ostalih odjela, odvijaju se igre na malom bazenu za djecu ili Maro disco, plešu se plesovi i izvode igrice, pripremaju se kostimi i vježbaju koreografije za plesnu predstavu „All around the world“, igranje na igralištu, učenje osnovama hrvatskog jezika za djecu koja su sposobna učiti, a za stariju djecu se otvara Teens club na Girandelli, turističkom naselju nedaleko od hotela Sanfior i svaki drugi dan, od 17:00-18:00 djeca igraju Nintendo Wii.

Za sportske animatore aktivnost počinje u 15:30 u početku sezone sa zabavom u bazenu gdje se događaju natjecanja u plivanju, izranjanju stvari iz bazena, igranju vaterpola, odbojke na bazenu ili košarke na bazenu, a u „špici“ sezone se uvodi u 16:00 drugi aqua aerobic zbog velikog odaziva i posjećenosti na toj aktivnosti. U 17:00 se u početku sezone održava nordijsko hodanje i mini golf a u „špici sezone“ se od 17:00-18:00 odvija i jogging. Za sportskog animatora dnevne aktivnosti završavaju u 19:00 jer od 18:00 počinje za goste koji žele intenzivan trening aerobic,

pilates ili insaniti dance workout a za to vrijeme, za one koji vole malo laganije, odvija se škola plesa.

Od 19:30 – 20:30, dječji animator sjedi u restoranu s djecom, u Maro kutku, gdje se nudi Maro večera i gdje djeca provode aktivnosti i druže se s maskotom Marom, u 20:30 započinje Maro disco za djecu a nakon Maro disca večernji program za djecu koji se sastoji od showa za djecu All around the world gdje djeca nastupaju pred svojim roditeljima, predstava Štrumpfovi za djecu, Magic show Stefano za djecu i večernje kino u Casa Valamar Sanfior gdje na terasi Case djeca na velikoj projekciji gledaju crtiće i druže se. Također se održava dječji party sa raznim plesovima i igricama za djecu dok roditelji sudjeluju na večernjim aktivnostima za odrasle, a djeca cijele večeri imaju priliku družiti se s Marom, maskotom Valamara.

Za odrasle su ponuđeni programi Welcome night gdje se predstavlja osoblje hotela uz piće dobrodošlice i animacijske igre i plesove, Abba tribute band, živa glazba i animacijske natjecateljske igre te najpoznatija Gala večer na kojoj se svečano predstavljaju zaposlenici hotela i gdje izvršni direktori predstavljaju hotel i tvrtku, dijeli se torta i sve je uređeno u svečanom tonu i svečanoj atmosferi. Animacija za vrijeme te večeri prikuplja račune s podacima gostiju i vode tombolu gdje se dijele putovanja na Cres, Fish picnic, masaže u wellness centrima i slično i ta večer postaje simbolom Hotela & Casa Valamar Sanfior svake godine.

U ostale programe se ubrajaju dječji rođendani, najčešće privatni, za djecu koja nisu gosti hotela, nudi se čuvanje djece i sportski treninzi za sportaše koji dodatno žele pojačano trenirati, biciklističke rute i organiziranje izleta za Cres i informiranje gostiju o ponudama koje ih možda zanimaju, pr. Posjet jami u Postojni, putovanje i posjet istarskim gradovima, razni festivali i koncerti a najvažnija manifestacija sezone je 15.08. Ferragosto<sup>36</sup>, gdje se gosti svih hotela i iz cijelog Rapca upućuju na turističko naselje Girandella, svih 20 animatora iz svih Valamarovih hotela u Rapcu vode cjelodnevni i cijelo noćni program za goste svih nacija a navečer se na glavnoj rivi u Rapcu održava koncert poznatih hrvatskih klapa i s obzirom da je Rabac uglavnom selo za obiteljski turizam bez mjesta za izlaske, taj dan i te večeri je u Rapcu Ferragosto najveća manifestacija.

---

<sup>36</sup> Ferragosto je najveći talijanski blagdan, kod nas, blagdan Velike Gospe, 15.08., kada svi Talijani odlaze na godišnje odmore. Ferragostom se čak smatra „prekretnica ljeta“ i vrhunac je turističke sezone.



### 3.3.1. Dječji programi

U Valamarovim objektima, Maro Clubovima, maskota Maro ostaje djeci i gostima dugogodišnja uspomena. Maro je učinkovita i ostvariva ideja privlačenja i vraćanja gostiju u objekte iz razloga što djeca maskotu obožavaju a animatori i zaposlenici se trude ostaviti najljepši dojam i nezaboravne uspomene.

Slika 1. Animatorica Maro Cluba s Maro maskotom



Izvor: Valamar, [www.valamar.com](http://www.valamar.com), (10.05.2015.)

U 09:00 se također otvara i Maro club<sup>37</sup> gdje aktivnosti započinju Check-in-om u Maro club, crtanjem, bojanjem, pripremanjem za nadolazeće aktivnosti, ovisno o glavnoj aktivnosti kroz dan. Aktivnosti koje se odvijaju od 10:00-12:00 se sastoje od: Dana pirata gdje se djeca iz svih Maro clubova u Rapcu (5)<sup>38</sup>, obučena i prerusena u pirate sastaju u Maro klubu Casa Valamar Sanfior i kreću u potragu do glavnog odredišta i napad, na glavnom odredištu ih čeka glavni pirat, koji spava na plaži pod svjetionikom i tamo čuva kutiju s blagom, nakon toga djeca dobivaju svoje poklone i

<sup>37</sup> Maro club – Maro je maskota Valamarovog mini cluba po čemu su nazvani svi Valamarovi mini clubovi u Hrvatskoj. Maro ima svoju web stranicu na kojoj se mogu saznati sve informacije vezane o njemu, Clubu i svim ponudama koje pruža. Maro ima svoju knjižicu, svoj kviz, svoje igrice i svoju hranu. ([www.maro-valamar.com](http://www.maro-valamar.com))

<sup>38</sup> Maro Clubovi u Rapcu su: Maro Club Hotel Miramar, Maro Club Casa & Hotel Sanfior, Maro Club Hotel Albona, Maro Club Hotel Bellevue, Maro Club Girandella.

vraćaju se u Maro club nakon duge šetnje plažom. Dan Indijanaca je također tematski dan, sličan danu pirata, gdje se djeca pripremaju i maskiraju u navedene likove, idu u potragu obalom za nestalim perima glavnog poglavice, kada dođu do umornog poglavice, obave ritualan pozdrav suncu i plešu dozivajući kišu i nakon toga se vraćaju zajedno u glavni Maro club gdje svako dijete od poglavice dobije kuglicu sladoleda. Obiteljski dan je turnir za djecu s roditeljima gdje se svaka obitelj zajedno natječe u određenim sportovima, najčešće je to mini golf i na taj način se zbližavaju obitelji međusobno i upoznaju gosti koji se tokom svog boravka nastavljaju družiti u objektu. Sentona dan je glavni dan kada djeca pripremaju crteže i skupljaju kamenčiće, pronalaze češere i ostale specifične morske predmete koje ukrašavaju bojama, ocrtavaju na velikoj plahti prirodu i ostavljaju svoje šarene dlanove, a animator prikuplja slike prostora i mjesta fotografiranih u prirodi i kreće u potragu s djecom, sve dok ne dođu do velikog bunara u Gornjem Rapcu i mjesta gdje je Sentona nekada živjela.

Slika 2. Dnevni program za odrasle, turnir u odbojki na pijesku u turističkom naselju Girandella, Rabac



Izvor: autorova izrada

### 3.3.2. Večernji programi za djecu i odrasle

Prilog 3. Mjesečni raspored večernjih animacijskih programa u Valamar objektima (Hotel Allegro, Hotel Miramar, Hotel Marina, Hotel & Casa Sanfior), Rabac, za kolovoz 2013.

VIII.	DAN	ALLEGRO	MIRAMAR	MARINA	SANFIOR	CASA
1.	ČET	MAGIC STEFANO 21:15		MEMENTO	KLEVA & MORIN	
2.	PET	TRIO PEŠEKIANI / Cocktail 21:00	PEPE	Crazy night 21:30	ISTRIA / Vino 21:00	Zumba 21:00
3.	SUB	DIEGO			PEPE	
4.	NED	DUO SPEKTAR / Welcome 21:30		K.K. CABARE 21:30	DUO BOLERO	
5.	PON			ABBA / Wel. 21:15	STAND BY	Zumba 21:00 / Cocktail party
6.	UTO	DIEGO	Welcome 21:15	DUO BOLERO		Around the world 20:30
7.	SRI	SEJO / Wine night 21:00	STAND BY	Olimpic games 21:15		ABBA / GALA 21:15
8.	ČET	DUO TIMELESS		FORTUNAL		MAGIC STEFANO 21:15
9.	PET	ISTRIA / Cocktail 21:00	SEJO & JELENA		Vino 21:00	Zumba 21:00
10.	SUB	SEJO			DUO ACOUSTICO	
11.	NED	DUO SPEKTAR / Welcome 21:30		ŠTRUMFOVI	DUO BOLERO	
12.	PON	PEPE		LATINO / Welcome 21:15	THE MYSTIC ROSE	Zumba 21:00 / Cocktail party
13.	UTO	MAGIC STEFANO 21:15	Welcome 21:15	STAND BY		LATINO/ GALA 21:15
14.	SRI		STAND BY			Around the world 20:30
15.	ČET	TRIO SPEKTAR		MEMENTO		MAGIC STEFANO 21:15
16.	PET	TRIO PEŠEKIANI / Cocktail 21:00	SEJO & JELENA		ISTRIA / Vino 21:00	
17.	SUB				MEMENTO	
18.	NED	DUO SPEKTAR / Welcome 21:30		LADY LUNA	DUO BOPLERO	
19.	PON	TRIO SPEKTAR		Welcome 21:15	PEPE	Zumba 21:00 / Cocktail party
20.	UTO	MAGIC STEFANO 21:15	Welcome 21:15	DUO BOLERO		Around the world 20:30
21.	SRI	SEJO / Wine night 21:00	STAND BY			KLEVA-MORIN / Welcome 21:15
22.	ČET	DIEGO		FORTUNAL		MAGIC STEFANO 21:15
23.	PET	ISTRIA / Cocktail 21:00	PEPE		Vino 21:00	Zumba 21:00
24.	SUB				STAND BY	
25.	NED	DUO SPEKTAR / Welcome 21:30		MAGIC STEFANO	DUO BOLERO	
26.	PON			LATINO / Welcome 21:15	DUO ACOUSTICO	Zumba 21:00 / Cocktail party
27.	UTO	BOJANA	Welcome 21:15	DUO BOLERO		Around the world 20:30
28.	SRI	PEPE	STAND BY			DUO BOLERO / Welcome 21:15
29.	ČET	DUO TIMELESS		MEMENTO		MAGIC STEFANO 21:15
30.	PET	TRIO PEŠEKIANI / Cocktail 21:00	SEJO & JELENA		ISTRIA / Vino 21:00	Zumba 21:00
31.	SUB				FLESH FLASH	

Izvor: autorova izrada

Tijekom standardnih večernjih programa koje izvodi animacija, (Mini disco, kontakti s gostima, izražavanje dobrodošlice i dr.), mjesečnim rasporedom večernjih animacijskih programa se uočavaju crnom bojom razni izvođači koji nisu u sklopu animacije, već su to kupljeni animacijski programi, dok su crvenom bojom označeni vlastiti animacijski programi koje paralelno izvode animatori matičnog objekta u kojem se nalaze.

Iz slike se uočava različitost animacijskog programa u Hotelu Sanfior i u Casi, gdje je u hotelu program raspoređen na mirne glazbene večeri i uz program i ponudu vina, a taj program paralelno uz glazbenu grupu izvodi animator, dok su u Casi raspoređeni zabavni animacijski programi poput dječjih programa, Zumbe, Welcome večeri i spektakularne Gale.

Prilog 4. Mjesečni raspored večernjih animacijskih programa u Valamar objektima (Hotel Allegro, Hotel Miramar, Hotel Marina, Hotel & Casa Sanfior), Rabac, za srpanj 2014.

.VII	DAN	ALLEGRO	MIRAMAR	MARINA	SANFIOR	CASA
11.	PET	KVARTET ISTRIA 21:00		DUO SPECTAR / BARBEQUE	THE MYSTIC ROSE	OPEN AIR CINEMA 21:00
12.	SUB		LEMON 3		3rd placed game 21:00	MAGIC STEFANO 21:00
13.	NED	DIEGO			Finale svj.prvenstva 21:00	
14.	PON	PEPE	MAGIC STEFANO 21:15	LATINO – ELIO 21:30	CANDY BAND 20:00	
15.	UTO	WELCOME NIGHT 21:15	STAND BY		KLEVA – EMANUELA	AROUND THE WORLD 21:00
16.	SRI	BOJANA	STRUMPFIVI 21:15	SEJO	DUO ACOUSTICO	KIDS PARTY 20:30
17.	CET	MAGIC STEFANO 21:15	TRIO FRESH FLASH		GALA – LATINO 21:00	
18.	PET	DUO SPECTAR	OAC/ KIDS PARTY 20:30	KLEVA-EMA / BARBEQUE	KVARTET ISTRIA 21:00	OPEN AIR CINEMA 21:00
19.	SUB		PEPE			MAGIC STEFANO 21:00
20.	NED				DUO TIMELESS	
21.	PON	DIEGO	MAGIC STEFANO 21:15	DUO BOLERO		
22.	UTO	WELCOME NIGHT 21:15	DUO ACOUSTICO		DUO BOLERO	AROUND THE WORLD 21:00
23.	SRI	DUO SPECTAR		SEJO	DUO ACOUSTICO	KIDS PARTY 20:30
24.	CET	KIDS PARTY 20:30	HELENA & IVO		GALA – ABBA 21:00	
25.	PET	KVARTET ISTRIA 21:00	OPEN AIR CINEMA 21:00	DUO SPECTAR/ BARBEQUE	THE MYSTIC ROSE	OPEN AIR CINEMA 21:00
26.	SUB		LEMON 3			MAGIC STEFANO 21:00
27.	NED				DUO TIMELESS	
28.	PON	PEPE	MAGIC STEFANO 21:15	LATINO - ELIO 21:30		KIDS PARTY 20:30
29.	UTO	WELCOME NIGHT 21:15	STAND BY		TRIO FRESH FLASH	AROUND THE WORLD 21:00
30.	SRI	BOJANA		SEJO	DUO ACOUSTICO	KIDS PARTY 20:30
31.	CET	MAGIC STEFANO 21:15	TRIO FRESH FLASH		GALA – LATINO 21:00	

Izvor: autorova izrada

### 3.4. Odgovornosti voditelja animacije i animatora

Odgovornosti voditelja animacije i animatora su održati turističku sezonu živom i zabavnom, priuštiti svakom gostu zabavu i doživljaj i da se osjećaju ugodno.

Voditelj animacije sastavlja plan i program, održava timske sastanke i izlaže rezultate anketa i zadovoljstva gostiju a animator provodi sve planove i programe i poboljšava i popravljiva programe ako su gosti izrazili nezadovoljstvo. Animator i cijeli animacijski tim moraju konstantno biti u neposrednom kontaktu sa ostalim hotelskim osobljem i surađivati tokom cijelog dana i cijele sezone.

Prilog 4. Evidencija posjećenosti sportskih aktivnosti u Valamar Sanfior & Casa, srpanj 2013.

07. 2013. Petra - Sanfior

Aktivnosti/dat.	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Morning gym							3			3			4			3															
Stretching								2		1		1			3													2			
Active wake up									1			1			4														3		
Mini golf							6			16			6			7	4			8		10					6			7	
Table tennis								8			7			6			7			7		7		6				5		5	
Darts								4			10			5			2					4		5						5	
Beach volleyball							8		6		5			5		6	7			9		10		10			10		6		
Beach soccer								4		3		2			3		4		5			6		3		5		3		5	
Aqua morning							33	25	29	33	42	47		15	12	14	19	21	27		36	30	39	43	44	41		45	48	51	50
Aqua afternoon							15	23	24	28	9	20		4	7	6	13	10	7		27	35	29	32	28	30		13	32	43	7
Nordic Walking							1				2			1					1		1							1		1	
OKOLA PLIVANJA							5	6	8	7	4	3		2	4	4	3	4	2		7	6	6	4	6	4		4	6	6	4
POOL GAMES							3	4	6	8	6	3																			
AEROBIC							2				5																				
PIRATES								3			1				8			2													
INSANITY HDW										20		1			4																
Eco day																															
Family day																															
Pirate day																															
Sentona day																															

Izvor: autorova izrada

Evidencijom posjećenosti aktivnosti u objektima, voditelj animacije izračunava postotke uključenosti i posjećenosti aktivnosti, a animator mora evidencije uvijek imati uz sebe zbog kontrole i glavnih voditelja u trenutku provjere i obilazaka objekata.

Prilog 5. Evidencija posjećenosti sportskih aktivnosti u Valamar Sanfior & Casa, srpanj 2014.

Aktivnosti/dat.	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U	S	Č	P	S	N	P	U
Morning gym				0			0				10		3				2			1			4				16					15
Stretching					0			3			11		5				8			6			5			3					9	
Active wake up								4			7				13			11			10			8					20			
Mini golf		2			2					3		4				3		2			2			2						1		
Table tennis			1			0					6		11			1			4			5			7					1		4
Darts				2			2				2			10			8			7			7			7					4	
Beach volleyball		1		0		3				5		8		2		7		11		3		4			9		11			13	4	
Beach soccer			0		0			1																								
Aqua aerobic	23	25	18	21	24	20			14	11	15	30	21	10	17	51	62	71	14	21	46	52	22	20	14	18			28	13	15	
Jogging									3		8		5		4		8		1		6		8			1					4	
Nordic Walking	0	0	0	0	0	0				5		6		11		5		6		7		7			2		4				2	
Pool games			0		0		0																									
Maro club/Am																																
Maro club/Pm																																
Maro disco																																
Pool Maro disco																																
Eco day																																
Family day																																
Pirate day																																
Sentona day																																

2014. Petra Sanfior

Izvor: autorova izrada

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

Slika 3. Uniforme Valamar animatora



Izvor: autorova izrada

Odgovornost animatora je pobliže upoznati destinaciju kako bi mogao dati detaljne informacije gostima, saznati sva važna događanja, na vrijeme dolaziti na svaku aktivnost i 15 minuta prije početka aktivnosti pripremiti mjesto na kojem se aktivnost odvija i razumno, odgovorno i savjesno obavljati zadatke, biti 100% prisutan u poslu i ne konzumirati alkoholna pića i cigarete u uniformi

### **3.5. Oglašavanje programa i aktivnosti**

Korisniku animacijskih programa se mora jasno dati na znanje svaki detalj o animacijskim aktivnostima, koji moraju biti izraženi na poseban način i takve poruke moraju sadržavati veliki broj konkretnih podataka kako bi se stekla predodžba o događanjima i kako bi se mogla potpuno ispuniti očekivanja.

Animacijski programi se oglašavaju na „info“ mjestima u blizini recepcije i na ulazu u objekte. Također se tiskaju i umanjeni dnevni programi i posebne ponude sa večernjim programima i ostavljaju se u restoranu hotelskog objekta svakog dana nakon završetka večere, kako bi program dočekaio goste ujutro na doručku na početku dana i kako bi gosti što više gostiju sudjelovalo u večernjim programima.

Također se uz plakate i letke, programi oglašavaju pri završetku svake dnevne aktivnosti i posebno se goste podsjeća svakim kontaktom s njima.

Slika 4. Logo animacijskog tima u Valamaru



Izvor: autorova izrada

## Prilog 6. Najava sportskih programa na 5 jezika

---

### SPORTSKE AKTIVNOSTI

Dobro jutro dragi gosti! Željeli bismo Vas podsjetiti da započinjemo sa našim sportskim aktivnostima.

Good morning dear guests. We would like to remind you that we are starting with our sport activities.

Guten Morgen, liebe Guesste. Wir mochten sie gerne erinnern dass wir fangen mit unsere Sportaktivitaten an.

Buon giorno carissimi ospiti. Vogliamo ricordarvi che cominciamo con le nostre attivita sportive.

Dobraje utra dame i gaspada. Sjećas u nas načinajut spartivnaje aktivnosti.

U 11:00 imamo...

At 11 o'clock we have...

Um 11 Uhr haben wir...

Alle 11 abbiamo...

V 11 u nas budjet...

U 12 sati za sve vas imamo...

At 12 o'clock for all of you we have...

Um 12 Uhr fur sie alle haben wir...

Alle 12 per tutti voi abbiamo...

V 12 dlja vsjo budjet...

Pridružite nam se jer za pobjednike svaki dan imamo lijepe nagrade!

Join us because every day for all the winners we have nice prizes!

Machen Sie mitt weil fur alle gewinern Jeden Tag haben wir schone preisen!

Acompagnate perche ogni giorno per tutti gli vincitori abbiamo belli premi!

Paigrajte s nami patamu što u nas každi djenj dlja pabjediteljem budut krasivaji prizi!

Hvala, thank you, danke, grazie, spasiba!

Izvor: autorova izrada



## 4. ZAKLJUČAK

Različite osobe imaju različite zahtjeve za uslugama (zaposlenici prema osobinama animatora prepoznati grupacije gostiju prije dolaska gosta). Poznavanje gostiju je preduvjet za uspješno poslovanje. Uz uspješno poslovanje se ubraja i mogućnosti pretvaranja potencijalnog gosta u stalnog.

Cilj kvalitete radne atmosfere i važnost stvaranja zadovoljavajuće radne klime je razlikovanje sposobnosti, navika, vještina, interesa, sklonosti, stavova i motivacija pojedinca.

Osmijeh – poticaj u stvaranju ugodne atmosfere po kojim se podrazumijeva kvaliteta odnosa između gostiju, uslužnog osoblja i gostiju.

Animacija prodaje doživljaje i stvara uspomene a to je dio uspjeha Valamara i njihove vizije i misije jer Hotel & Casa Valamar Sanfior godinama ima iste goste koji se zadovoljno i sigurno vraćaju u isti objekt, čak u iste sobe i svake godine su sve zadovoljniji i potpuniji, a djeca se svake godine uz Mara, u Maro klubu sa svojim animatorima osjećaju sve više kao kod kuće. Animacija u turizmu čini sastavni dio turističke sezone, gdje je naglašena uloga sportskih animatora općenito i dječjih animatora u Valamaru, koji od svih zaposlenika imaju najveću mogućnost ostvarivanja kontakta s gostima i pružanja pomoći i usluga koje su im potrebne.

Stručni tim u organizaciji i stvaranju rasporeda i aktivnosti animacije ulaže u infrastrukturu, a vodstvo hotela prilagođava okolinu pogodnu za obavljanje aktivnosti jer animacija postaje glavna i najposjećenija aktivnost u svakodnevnicu svakog gosta, stoga za bolje rezultate i za uspješniju i aktivniju sezonu u malom mjestu poput Rapca, animacija je spas i bijeg iz hotelske sobe, a animator, odričući se svoj slobodnog vremena i svoje privatnosti, stoji na raspolaganju gostu svaki dan i svaki trenutak tokom boravka i trajanja sezone općenito.

Animator nudi svoju osobnost, brigu, osmijeh, lijepu riječ na što gosti reaguju pozitivno, zbog čega hotelu donosi profit i zbog čega je potražnja za destinacijom veća a u konačnici se odražava na uspjeh u pozitivnim komentarima u anketama i sigurnosti u povratku sljedeće godine. Zlatno pravilo kojeg se svaki zaposlenik u ugostiteljsko – turističkim objektima mora držati, bez obzira na situaciju glasi: GOST JE UVIJEK U PRAVU.

## POPIS LITERATURE

Cerović, Z.: Animacija u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2008.

Galičić, V., Ivanović, S.: „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2008.

Janković, V.: „Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi“, Pedagoško-književni zbor, Zagreb, 1973.

Pirjevec, B.: Turizam – jučer, danas, ..., Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.

Ravkin, R.: „Animacija u turizmu“, Založba mladinska knjiga, Ljubljana, 1989.

Relac M., Bartolucci M.: „Turizam i sportska rekreacija“, Informator, Zagreb, 1982.

### INTERNET IZVORI

Putnička agencija Mondo Travel, [www.mondotravel.hr/hrvatska/hotel-a-casa-valamar-sanfior-rabac.html](http://www.mondotravel.hr/hrvatska/hotel-a-casa-valamar-sanfior-rabac.html), (06.06.2015.)

Trip Advisor, [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), (10.05.2015.)

Valamar - [www.valamar.com](http://www.valamar.com), (02.05.2015.)

World Tavel Awards, [www.worldtravelawards.com/award-croatias-leading-hotel-2014](http://www.worldtravelawards.com/award-croatias-leading-hotel-2014), (02.05.2015.)

## POPIS TABLICA

Tablica 1. Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Hotelu za sezonu 2014.....	26
Tablica 2. Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Casi za sezonu 2014.....	26
Tablica 3. Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Hotelu za sezonu 2015.....	27
Tablica 4. Cijene u kunama po osobi / 1 polupansion u Valamar Sanfior Casi za sezonu 2015.....	27

## POPIS ILUSTRACIJA

### Slika

Slika 1. Animatorica Maro Cluba s Maro maskotom.....	33
Slika 2. Mjesečni raspored večernjih animacijskih programa u Valamar objektima (Hotel Allegro, Hotel Miramar, Hotel Marina, Hotel & Casa Sanfior), Rabac, za srpanj 2014. ....	36
Slika 3. Uniforme Valamar animatora.....	38
Slika 4. Logo animacijskog tima u Valamaru.....	39

### Shema

Shema 1. Zlatni krug kontinuiranog zadovoljstva gostiju.....	22
--	----

## POPIS PRILOGA

Prilog 1. Tablica tjednog dnevnog animacijskog programa.....	30
Prilog 2. Dnevni program za odrasle, turnir u odbojci na pijesku u turističkom naselju Girandella, Rabac.....	34
Prilog 3. Mjesečni raspored večernjih animacijskih programa u Valamar objektima (Hotel Allegro, Hotel Miramar, Hotel Marina, Hotel & Casa Sanfior), Rabac, za 2013.godinu.....	35
Prilog 4. Evidencija posjećenosti sportskih aktivnosti u Valamar Sanfior & Casa, srpanj 2013.....	37
Prilog 5. Evidencija posjećenosti sportskih aktivnosti u Valamar Sanfior & Casa, srpanj 2013.....	38
Prilog 6. Najava sportskih programa na 5 jezika.....	40