

ЦИЉЕВИ И ПРИНЦИПИ АНИМАЦИЈЕ

Циљ се може дефинисати као заједничка активност која ће бити довољно атрактивна да привуче туристе и подстакне их да се укључе у групу. Програми анимације стварају утисак комплетнијег туристичког боравка и туристичку групу чине компактном целином. Овај вид дружења у учесницима изазива позитивне емоције и оставља позитиван утисак о комплетном боравку на туристичкој локацији.

Туристи се укључују у анимационе програме из различитих разлога, па и циљ укључивања може бити различит. Може бити такмичарског карактера, између група и да победничка група добија одређене награде. Затим, може бити такмичарског карактера између групамкоје су пореклом из различитих земаља, може бити и да је та активност организована из хуманитарних разлога итд. Анимација заправо има изузетно битну улогу у креирању туристичког производа, јер на директан начин буди емоције, које су пожељне код гостију. Активност могу бити различите, па самим тим и привлачне различитим групама, као што су учешће у плесним кореографијама, учешће у музичким програмима, учешће у такмичењима, учешће у спортским активностима, учешће у авантуристичким програмима, и учешће у програмима са децом... Анимација може подстаћи више чланова групе истовремено, међутим учествовање у различитим активностима, односно учесници могу бити том приликом вођени различитим мотивима. Мотивација осталих чланова групе такође може бити различита, да учествује партнер због кога се неко одлучује, да учествују најбољи пријатељи, да се пружа подршка у учешћу свом партнеру или детету, да учествује неко према коме појединац осећа одређено поштовање, да учествује неко према коме појединац осећа одређену привлачност.

Организатор (власник туристичког објекта) не нуди програме и садржаје анимације само зато што то туристи воле, већ зато што то подстиче повећање туристичке потрошње. На основу напред наведеног, проситичу да су основни циљеви анимације:

1. Постизање економских резултата
2. Хумана страна.

Примарни мотив, како је наведено јесте повећање потрошње, али комплетирање туристичког производа кроз овакву интеракцију, подиже рејтинг дестинацији или туристичком смештају и може утицати на даљу препоруку или лојалност гостију.

Ту је важно имати у виду хуману страну анимације, где се госту придаје нарочити значај кроз директну комуникацију и ствара се утисак да је његово слободно време и квалитет проведеног времена, продавцу услуге изузетно битан.

Суштина анимације у туризму је следећа:

- ослобађање могућности сваког човека у циљу слободног и стваралачког израживања сопствене личности путем разних игара и представа;
- подстицање и омогућавање посетиоцима да учествују у активностима анимације;
- подстицање активног и креативног духа (стваралачког) у друштвеном и културном делу током боравка потенцијалних туриста.

Анимацијом се задовољава потреба за променом, потреба за дружењем, развија се култура одмарања туриста, стичу се нова знања и вештине и навике активног провођења одмора. Са друге стране, анимацијом се утиче и на свест туристичког радника чији су главни циљеви како побољшати контакте међу људим, уклонити страх пред непознатим, анимирати на конзумацију понуде, пустити људе да делују самостално, омогућити потпуни доживљај, услишити потребе гостију, повећати вредност понуде и рекламирати се.

Уважавајући вишеструке користи анимације, потребно је посветити јој значајну пажњу, у циљу побољшања нивоа и квалитета понуде.

Циљеви анимације:

- а) Задовољење потреба гостију за забавом и рекреацијом. Потребе туриста најчешће су потребе за променом свакодневнице, дружење, култура одмарања, стицање нових знања или вештина и навике активног провођења одмора;
- б) Повећање изван пансионске потрошње и самим тиме повећање прихода хотела. Док су гости унутар хотела или у његовом ближем окружењу на активностима у анимацији, они могу трошити новац на храну, пиће, сувенире и сличне потрошштине и тиме повећати додатне приходе;
- ц) Утицати на свест туристичких радника. Циљ тога је побољшати контакте међу људима, уклонити страх пред непознатим, анимирати на конзумацију понуде, појачати самосталност индивидуалног деловања повећати и промовисати вредност понуде.

ПРИНЦИПИ АНИМАЦИЈЕ

Пре планирања и извођења анимацијских активности у обзир се морају узети основна начела по којима се анимација планира и спроводи, а то су:

- а) принцип слободе /избора/;
- б) принцип активности;
- в) принцип примерености туристима;
- г) принцип једнакости;

Принцип слободе /избора /

Принцип слободе је једно од основних принципа које се код извођења анимације МОРА поштовати. Организација слободног времена госта никада се не сме прописивати. Гост се не тера да присуствује, да се укључује у програм анимације, већ се наводи да кроз разговор, информисање (огласне табле, плакати, летци итд.), показивање примера из мноштва разноврсне понуде одабере оно што њему највише одговара. Једнако тако му се оставља могућност властите одлуке да ли хоће или не да се укључи у програм анимације као активни учесник или пасивни посматрач. Програми анимације мора бити ненаметљиви, али стално присутни и да свакодневно информишу госте о њима, као и да делују као "подстицај за слободни избор." У противном, ствара се контраефекат, односно фрустрирани гост који се на одмору не одмара, већ брани од насртљивости аниматора.

Принцип слободе никако се не сме се ни по коју цену да занемарити и/или игнорисати,

јер без поштовања овог принципа анимација постаје "присилни рад" на годишњем одмору, а крајњи резултат је изгубљени гост. Принцип слободе значи потпуна слобода одабира понуђеног, где туриста користи сваки понуђени програм по својој вољи, потребама и мотивима, да доживи онај доживљај због којег је и допутовао. Он подразумева пружање могућности посетиоцима да имају избор између више различитих програма као што су, забавни, спортски, едукативни, више и мање активни, и програми који се реализују у различитим терминим итд.

Принцип активности

Принцип активности говори да анимација мора да тежити извођењу оних програмских садржаја у којима је омогућено активно учествовање гостију, по могућству свих. Два су основна вида анимације која су базирана на овом принципу, а често се чак и преплићу:

- а) програми и садржаји у којима је учествовање туриста активно: туриста је непосредно укључен као учесник и као гледалац, што значи да у таквим садржајима може доћи до изражаја креативност туриста (спортска такмичења, забавне игре),
- б) програми у којима су туристи релативно пасивни гледаоци, односно публика. Већина програма може бити организована тако да се тражи активно или пасивно учествовање, а степен активности зависи од организацији (нпр. излети, вечерњи програми везани уз пасивно просматрање - фолклорне вечери, наступи разних плесних група итд.).

Принцип активности госта без обзира био он пасиван или активан, мора инсистира на томе да туриста учествује у програму, односно да мора да буде присутан. Без учествовања у понуђеном програму нема остварења програма анимације нити циља анимације.

Принцип примерености туристима

Принцип примерености туристима претпоставља формирање понуде анимације која ће према интензитету и примерености одговарати могућностима, способностима, животном добу, полу, интересима гостију који се налазе у туристичком објекту са жељом укључивања у групу. Недостатак или немогућност константног придржавања овог принципа нарочито је присутно у главној сезони када у објектима борави широк спектар добних група гостију (деца, одрасли, стари). Врло често се догађа да поједине групе остану ускраћене за програме који су адекватни том типу гостију, њиховом добном узрасту због недостатак радне снаге, временске несинхронизованости са осталим активностима, премалог број интересената и др. У пракси, догађа се да се изводи оно за чим постоји највећи интерес у туристичком објекту. Могуће решење овог проблема је наћи и формирати групе гостију из више хотела тако да се повећа број учесника, а тиме омогући извођење посебних активности. У суштини, принцип примерености одговара на питање какав мора бити програм анимације? Мора бити примерен сваком сегменту туристичке потражње, посебно узрастима и животним добима туриста, захтевима морала и етике и др., као и примерен цени по којој је продан. Принцип примерености подразумева коришћење слободног времена према личним могућностима туриста.

Принцип једнакости

Принцип једнакости значи да сваки туриста који учествује у програму анимације има иста права, односно да су сви туристи једнаки. Њихов је избор колико ће бити ангажовани (активни или пасивни) али сви морају да буду прихваћени и једнаки у програму.

