

Originalni naučni rad

KVANTITATIVNA ANALIZA REKREATIVNIH PROGRAMA ANIMACIJE U TURIZMU

UDK 338.482:316.648 ; 613.74-057.68

Aleksandar Ivanovski¹

Bojan Ugrinić

Katarina Ćirić Duvnjak

Visoka sportska i zdravstvena škola, Beograd, Srbija

Saša Pantelić

Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Univerzitet u Nišu, Srbija

Dušan Mitić

Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Univerzitet u Beogradu, Srbija

Apstrakt: Cilj rada bio je da se analizira učestvovanje turista u programima animacije rekreativnih aktivnosti u toku dana u paketu turističkih usluga apartmanskog tipa za turiste koji letuju u Grčkoj, odnosno da li postoje razlike u učestvovanju u pojedinim aktivnostima između muškaraca i žena. Indirektno, na osnovu dobijenih rezultata potrebno je utvrditi da li programi animacije treba da budu kao celina i/ili treba da se planiraju i provode posebno za muškarce, a posebno za žene. Takođe, jedan od ciljeva je i da se utvrdi postojanje razlike u programima animacije tokom višegodišnjeg praćenja.

Gljučne reči: *rekreacija, animacija, turizam, programi*

UVOD

Glavni zadatak rekreativnih programa je ostvarivanje pozitivnog uticaja na zdravlje i na pojedine sisteme čoveka (Astrand, 1999). Međutim, pojedini programi imaju sasvim drugačije zadatke. To su programi sportsko-rekreativnih aktivnosti koji se realizuju u turističkoj ponudi, programi animacije. Animacija predstavlja sastavni deo turističke ponude koja doprinosi obogaćenju te ponude. Animacija kao delatnost ima cilj da oživi turističku ponudu novim sadržajima i da podstakne goste da učestvuju u tim sadržajima (Mitić, 2001). Aktivan odmor kao potreba savremenog čoveka, kojem nedostaje fizička aktivnost i kontakt sa

¹ ivanovski@vss.edu.rs

prirodom, postaje sinonim turističkog odmora (Bogosavac, Jovanović i Dragosavljević, 2012).

Pojam animacije dolazi od latinske reči anima - soul, duša, i animare - oživljavanje nečega, uzdizanje, motivisanje. Kao rezultat mnogi autori uzimaju sledeće aspekte: zabava, razonoda, opuštanje, relaksacija, uživanje, aktivan odmor, aktivno vežbanje, otvorena komunikacija itd.

Finger & Gayler (2003) navode da je animacija u turizmu, od strane jedne osobe (animatora), izgovorena prijateljska, vesela, ljubazna, srdačna, atraktivna molba, poziv, ohrabrenje za zajedničko druženje kroz bilo koju aktivnost turista u njegovom slobodnom vremenu na godišnjem odmoru, koja ga privlači do trenutka dok se odvija kroz zajedničko delovanje sa ostalim ljudima i sa željom za upoznavanjem novih doživljaja. Po Mitiću (2000) animacija jeste podsticanje ljudi da aktivno provedu vreme na odmoru. To je takođe i zabava u toku slobodnog vremena.

Glagol animirati može značiti podstaći, raspoložiti, podsticati volju za nečim. Animacija je, dakle, nadahnuće, oživljavanje (Cerović, 2008). Ovaj autor predstavlja animaciju kao motivisanje gostiju da što potpunije koriste ponuđene programske sadržaje s ciljem da se postignu ekonomski i drugi efekti.

Uloga animatora u ovom procesu je vrlo bitna. Cerović (2008) navodi da jedna od uloga animatora u turizmu mora biti i uloga motivatora. Autorka Nestorovska (2005), navodi Krippendorfa i ukazuje na značajnost animacije. Značajnost animacije je velika u svakoj ponudi naročito kada se turisti sreću sa novim mestom i u uspostavljanju komunikacije sa drugim turistima. U ovoj novoj sredini potreban je neko ko će da ih animira da se oslobode i da uspostave međusobne odnose. Takođe, Nestorovska (2005), navodi i povezanost termina *guest relation* (odnosi sa gostima) i *leisure organization* (organizacija slobodnog vremena) sa animacijom. Oba ova termina su povezana sa sadržajem o organizaciji slobodnog vremena kao značajnog faktora u turističkim ponudama.

Promene u turističkoj ponudi javile su se osamdesetih godina 20. veka, kada je porastao interes potrošača za turističkim proizvodima i porastao broj turista. Takođe, paralelno sa ovim promenama došlo je i do promena potreba turista. Potrebe i interesi turista su postali sve raznovrsniji (Vukonić, 1998), a kao novi oblik turističke ponude javili su se programi animacije.

Programi animacije u turističkoj ponudi predstavljaju objektivnu potrebu na turističkom tržištu (Bartoluci, 2003). Vrlo često su i motiv za putovanje na određenu turističku destinaciju. Slične tvrdnje dobili su i Kurtzman i Zauhar (1997). Oni ukazuju da sportsko-rekreativne aktivnosti mogu biti značajan motiv turističkih kretanja. Karakteristika ovih sportsko-rekreativnih programa je da se mogu oblikovati prema zainteresovanosti turista, pa se sadržaji mogu birati prema slobodnom izboru ili mogu biti organizovani oblici. Bartoluci i Andrijašević (2006) navode da različite društveno zabavne igre i aktivnosti

upotpunjuju sportsko-rekreativne programe zblizavajući ljude kroz prizmu zabave.

Istraživanjima se došlo do saznanja da su potrebe turista sve više vezane za aktivno učestvovanje turista u različitim sportsko-rekreativnim programima koji im se pružaju kao deo turističke ponude. Potrebno je napomenuti da prosečni turista ima veoma malo interesovanja za takmičenje i da se naglasak mora staviti na igre i na sportske aktivnosti, a ne na postignute rezultate (De Knop, 1990). Cilj je zadovoljiti potrebe turista tokom boravka u turističkoj destinaciji (Bartoluci, 2003). Istraživanjem odnosa prema sportsko-rekreativnim sadržajima kao delu turističke ponude, kao i na potrebu poboljšanja istih bavili su se Bogosavac, Jovanović i Dragosavljević (2012). Autori su zaključili da dobijeni rezultati ukazuju na pozitivan odnos, a da se statistički značajno razlikuje odnos ispitanika različite stručne spreme. Utvrđeno je da pozitivan odnos iskazuju ispitanici sa višom stručnom spremom u odnosu na one sa nižom. Uočeno je da postoji potreba za povećanim učešćem kvalitetnih sportsko-rekreativnih programa koji će naći svoje mesto u turističkoj ponudi. Plavša (2007) u svojoj studiji navodi da u Velikoj Britaniji čak 26% ispitanika navodi sportsko-rekreativne aktivnosti kao glavnu svrhu svog putovanja, od čega je 12% domaćih turista, koji su uključeni u odmore sa sportskom aktivnošću. U Švedskoj se 8,4% domaćih turista opredeljuje za aktivne odmore i još 7% njih koji su se slučajno uključili u tzv. "aktivne opcije" prilikom odmora. Slični podaci dobijeni su i za Nemačku (18% populacije razmatra sportske mogućnosti kada se opredeljuje za odmor ili određenu destinaciju). Nemački turisti koji se odluče za turistička putovanja žele da im se omogući plivanje (68%), dobro markirana mreža staza pogodna za šetnju (56%), dok 26% preferira igre sa loptom i druge sportove vezane za kretanje (De Knop, 1990). Isti autor navodi da su u Flandriji najzastupljenije aktivnosti hodanje (59,6%) i plivanje (42,2%). Slične rezultate dobili su i Bogosavac i Dragosavljević (2013). Ovi autori navode da najveći broj posetilaca u turističkoj ponudi preferira plivanje. Isti autori navode da su osim plivanja, veoma atraktivne aktivnosti u toku odmora pešačenje u prirodi i vožnja bicikla. Autori zaključuju da je plivanje jedno od osnovnih sportsko-rekreativnih aktivnosti koje treba da bude sastavni deo turističke ponude određene destinacije. Slične rezultate dobila je i Škorić (2006), koja navodi da ispitanici tokom svog boravka u Istri najčešće plivaju (68,3%), bave se aktivnostima u prirodi (43%), tenisom (26,8%), ostalim aktivnostima u/na moru (26%), biciklizmom (22%), sportskim igrama (20%) itd.

Cilj rada bio je da se analizira učestvovanje turista u programima animacije rekreativnih aktivnosti u toku dana u paketu turističkih usluga apartmanskog tipa za turiste koji letuju u Grčkoj, odnosno da li postoje razlike u učestvovanju u pojedinim aktivnostima između muškaraca i žena. Indirektno, na osnovu dobijenih rezultata potrebno je utvrditi da li programi animacije treba da budu kao celina i/ili treba da se planiraju i provode posebno za muškarce, a posebno za žene. Takođe, jedan od ciljeva je i da se utvrdi postoje li razlike u programima animacije tokom višegodišnjeg praćenja.

METOD

Tokom šest godina prikupljanja podataka kao osnovna metoda istraživanja koristila se longitudinalno empirijsko-neeksperimentalna metoda ili tzv. survey metod. Korišćenjem survey metode u naučnom istraživanju zahteva se odabiranje reprezentativnog uzorka, a time se ostvaruje mogućnost generalizacije dobijenih rezultata, tj. mogućnost zaključivanja s uzorka na populaciju. Ispitivanje je izvršeno transverzalno, odnosno ispitivana je populacija turista u turističkoj sezoni u toku šest godina.

Uzorak ispitanika

Uzorak ispitanika činilo je 713 osoba od kojih je 419 bilo ženskog i 294 muškog pola. Ispitanici su boravili u Kasiopiju na Krfu u okviru aranžmana dve turističke agencije iz Srbije u periodu od maja do oktobra. Ispitanici su gosti tj. turisti koji dolaze iz različitih socijalnih okruženja i posećuju Kasiopi, kao mesto za odmor.

Svim aktivnostima koordinisali su dugogodišnji stručnjaci iz oblasti animacije rekreativnih programa. Realizatori su prošli obuku Beogradske škole za animaciju u okviru Kadrovskog centra Fakulteta za sport i fizičko vaspitanje u Beogradu i Udruženja stručnjaka za rekreaciju i usmerenje rekreacije Visoke sportske i zdravstve škole iz Beograd.

U Tabeli 1 prikazane su osnovne karakteristike uzorka uključenog u istraživanje.

Tabela 1. Karakteristike uzorka

| | Male | Female | Total |
|-------|------------|------------|-------|
| | Frq (%) | Frq (%) | Frq |
| 2007 | 7 (18.4) | 31 (81.4) | 38 |
| 2008 | 48 (37.8) | 79 (62.2) | 127 |
| 2009 | 41 (41.4) | 58 (58.6) | 99 |
| 2010 | 36 (45.0) | 44 (55.0) | 80 |
| 2011 | 102 (52.8) | 91 (47.2) | 193 |
| 2012 | 60 (34.1) | 116 (65.9) | 176 |
| Total | 294 | 419 | 713 |

Uzorak mernih instrumenata

Za potrebe istraživanja korišćena je tehnika anketiranja i skaliranja. Korišćen je upitnik koji je koristio Ivanovski (2005) u svom istraživanju. Samo istraživanje je bilo u toku letnjih sezona. Ankete su podeljene gostima koji dolaze iz Srbije. Uz svako od pitanja nalaze se i ponuđeni odgovori. Korišćen je sistem trostepene Likertove skale. S obzirom na to da se radi o skali u kojoj se opisuju aktivnosti kod kuće i na odmoru, uzeta je subjektivna procena o navedenim aktivnostima. Obrađena su pitanja koja su direktno u vezi sa našim istraživanjem.

Programi animacije

Programi animacije bili su sastavni deo aranžmana. Realizovana je soft animacija (Ivanovski, 2015). U prepodnevim časovima sprovodilo se: jutarnje vežbanje, pilates, škola plivanja, joga, dok su u popodnevnim časovima bile ponuđene sledeće aktivnosti: akvabik, odbojka, frizbi na plaži, škola plesa, fudbala, košarke. U večernjim terminima bili su ponuđeni kontakt večernji programi poput: karaoke, rat polova, večer plesa, kladim se i dr.

Statistička obrada podataka

Za svaki ajtem izračunati su osnovni parametri deskriptivne statistike izračunavanjem frekvencija i procenata. Za utvrđivanje značajnosti razlika između grupa muškaraca i žena, kao i razlika po godinama sprovođenja primenjen je Hi-kvadrat test (χ^2). Kao značajan uzet je nivo 0,05. Podaci su obrađeni statističkim programom SPSS, verzija 18.

REZULTATI

U Tabeli 2 prikazani su osnovni parametri deskriptivne statistike, učestalost i frekvencije odgovora za svaku aktivnost po godinama.

Tabela 2. Deskriptivna statistika

| | | Slobodno plivanje | Škola plivanja | Aquabic | Igre na plaži | Pilates | Škola plesa | Fudbal | Turnir u foot tenisu | Turnir u odbojki | Pikado | Slobodna šetnja | Animacija na izletu |
|------|---------|-------------------|----------------|-----------|---------------|------------|-------------|-----------|----------------------|------------------|-----------|-----------------|---------------------|
| | | Frq (%) | | | | | | | | | | | |
| 2007 | Nikad | 10 (26,3) | 29 (76,3) | 16 (42,1) | 18 (47,4) | 30 (78,9) | 13 (34,2) | 30 (78,9) | 36 (94,7) | 29 (76,3) | 18 (47,4) | 6 (15,8) | 7 (18,4) |
| | ponekad | 6 (15,8) | 5 (13,2) | 15 (39,5) | 10 (26,3) | 7 (18,4) | 13 (34,2) | 5 (13,2) | 1 (2,6) | 6 (15,8) | 8 (21,1) | 2 (5,3) | 15 (39,5) |
| | redovno | 22 (57,9) | 4 (10,5) | 7 (18,4) | 10 (26,3) | 1 (2,6) | 12 (31,6) | 3 (7,9) | 1 (2,6) | 3 (7,9) | 12 (31,6) | 30 (78,9) | 16 (42,1) |
| 2008 | Nikad | 51 (39,8) | 110 (85,9) | 97 (75,8) | 53 (41,4) | 104 (81,2) | 70 (54,7) | 96 (75,0) | 118 (92,2) | 98 (76,6) | 83 (64,8) | 30 (23,4) | 40 (31,2) |
| | ponekad | 14 (10,9) | 14 (10,19) | 22 (17,2) | 52 (40,6) | 18 (14,1) | 40 (31,2) | 21 (16,4) | 6 (4,7) | 22 (17,2) | 32 (25,0) | 28 (21,9) | 47 (36,7) |
| | redovno | 63 (49,2) | 4 (3,1) | 9 (7,0) | 23 (18,0) | 6 (4,7) | 18 (14,1) | 11 (8,6) | 4 (3,1) | 8 (6,2) | 13 (10,2) | 70 (54,7) | 41 (32,0) |
| 2009 | Nikad | 43 (43,4) | 87 (87,9) | 86 (86,9) | 36 (36,4) | 74 (74,7) | 76 (76,8) | 83 (83,8) | 95 (96,0) | 78 (78,8) | 86 (86,9) | 36 (36,4) | 35 (35,4) |
| | ponekad | 15 (15,2) | 12 (12,1) | 11 (11,1) | 38 (38,4) | 15 (15,2) | 18 (18,2) | 13 (13,2) | 4 (4,0) | 16 (16,2) | 13 (13,1) | 22 (22,0) | 34 (34,3) |
| | redovno | 41 (41,4) | 0 (0,0) | 2 (2,0) | 25 (25,3) | 10 (10,1) | 5 (5,1) | 3 (3,0) | 0 (0,0) | 5 (5,1) | 0 (0,0) | 41 (41,4) | 30 (30,3) |
| 2010 | Nikad | 39 (48,8) | 69 (86,2) | 71 (88,8) | 39 (48,8) | 70 (87,5) | 62 (77,5) | 58 (75,2) | 77 (96,2) | 61 (76,2) | 65 (81,2) | 31 (38,8) | 36 (45,0) |
| | ponekad | 14 (17,5) | 11 (13,8) | 8 (10,0) | 29 (36,2) | 6 (7,5) | 17 (21,2) | 17 (21,2) | 2 (2,5) | 13 (16,2) | 11 (13,8) | 18 (22,5) | 20 (25,0) |
| | redovno | 27 (33,8) | 0 (0,0) | 1 (1,2) | 12 (15,0) | 4 (5,0) | 1 (1,2) | 5 (6,2) | 1 (1,2) | 6 (7,5) | 4 (5,0) | 31 (38,8) | 24 (30,0) |

| | | | | | | | | | | | | | |
|------|---------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|
| | nikad | 129 (65,2) | 179 (90,4) | 182 (91,9) | 133 (67,2) | 166 (83,8) | 172 (86,9) | 170 (85,9) | 181 (91,4) | 176 (88,9) | 174 (87,9) | 105 (53,0) | 76 (38,4) |
| 2011 | ponekad | 26 (13,1) | 14 (7,1) | 10 (5,1) | 41 (20,7) | 26 (13,1) | 20 (10,1) | 17 (8,6) | 14 (7,1) | 19 (9,6) | 20 (10,1) | 36 (18,2) | 39 (19,7) |
| | redovno | 43 (21,7) | 5 (2,5) | 6 (3,0) | 24 (12,1) | 6 (3,0) | 6 (3,0) | 11 (5,6) | 3 (1,5) | 3 (1,5) | 4 (2,0) | 57 (28,8) | 83 (41,9) |
| | nikad | 84 (43,5) | 168 (87,0) | 170 (88,1) | 115 (59,6) | 173 (89,6) | 146 (75,6) | 162 (83,9) | 184 (95,3) | 164 (85,0) | 150 (77,7) | 66 (34,2) | 93 (48,2) |
| 2012 | ponekad | 28 (14,5) | 22 (11,4) | 18 (9,3) | 66 (34,2) | 16 (8,3) | 34 (17,6) | 21 (10,9) | 8 (4,1) | 22 (11,4) | 34 (17,6) | 30 (15,5) | 72 (37,3) |
| | redovno | 81 (42,0) | 3 (1,6) | 5 (2,6) | 12 (6,2) | 4 (2,1) | 13 (6,7) | 10 (5,2) | 1 (0,5) | 7 (3,6) | 9 (4,7) | 97 (50,3) | 28 (14,5) |

Na osnovu rezultata dekriptivne statistike (Tabela 2) može se konstatovati da se za slobodno plivanje čak 37,6% ili 227 ispitanika izjasnilo kako redovno plivaju, njih 103 ili 14% je reklo da ponekad upražnjavaju slobodno plivanje. Dakle, preko 50% ispitanika plivanje navode kao dobar razlog posete turističkoj destinaciji. Kod varijable škole plivanja 10,6% ispitanika ponekad se uključilo u rad škole plivanja, a samo 2,2% ponekad. Na osnovu navedenog može se konstatovati da je veliki broj onih koji umeju da plivaju i shodno tome nije potrebna škola plivanja.

Akvabik je aktivnost postavljena na različitim bazenima u mestu Kasiopi, što može biti jedan od uzoraka male posećenosti. Samo 11,4% ispitanika ponekad upražnjava akvabik, a redovno 4,1%. Igre na plaži su aktivnost koje je čak 32,1% ispitanika upražnjavalo ponekad, dok je njih 106 ili 14,4% to činilo redovno. Iz rezultata se konstatuje da je broj aktivnih učesnika do 2011. bio preko 50% i da su to činili ponekad ili redovno. Njih 88 ili 12% je učestvovalo ponekad u pilatesu, a 31 ili 4,2% redovno. Najveći procenat učešća bio je 2009. godine (redovno je učestvovalo 10,1%, a ponekad 15,2%). Za školu plesa je zainteresovanost preko 25% (19,3% ponekad i 7,5% redovno). Za fudbal, kao aktivnost postoji umerena zainteresovanost, kao i za turnir u odbojci. Turnir u foot tenisu zauzima malu ulogu kada su u pitanju rekreativne aktivnosti. Pikado je aktivnost u kojoj se preko 20% ispitanika izjasnilo da to čine ponekad i redovno. U toku 2007. i 2008. godine u ovu aktivnost bilo je uključeno 50%, odnosno preko 30% ispitanika. Slobodno plivanje i slobodne šetnje su neki od glavnih razloga posete turističkoj destinaciji. Čak 44,3% ispitanika je reklo da upražnjava ovaj vid aktivnosti redovno, a njih 18,5% se ponekad uključuje. Animacija na izletu je aktivnost u koju su se ispitanici rado uključivali. Preko 60% ispitanika se rado uključuje u ovu aktivnost, a njih 30,8% to čini ponekad.

Razlike između muškaraca i žena u rekreativnim programima animacije u turizmu utvrđivane su pomoću Hi-kvadrat testa (χ^2) (Tabela 3).

Tabela 3. *Hi – kvadrat (χ^2) test između muškaraca i žena*

| | | muškarci | žene | χ^2 | Cramer's V | Sig. |
|----------------------------|---------|-----------|-----------|----------|------------|--------|
| | | Frq (%) | Frq (%) | | | |
| Slobodno plivanje | nikad | 138(46,9) | 203(48,4) | 12,31 | 0,13 | .000** |
| | ponekad | 58 (19,7) | 45(10,7) | | | |
| | redovno | 98 (33,3) | 171(40,8) | | | |
| Škola plivanja | nikad | 256(87,1) | 366(87,4) | 0,56 | 0,03 | .757 |
| | ponekad | 30 (10,2) | 45 (10,7) | | | |
| | redovno | 8 (2,7) | 8 (1,9) | | | |
| Akvabik | nikad | 280(95,2) | 321(76,6) | 45,29 | 0,25 | .000** |
| | ponekad | 10 (3,4) | 72 (17,2) | | | |
| | redovno | 4 (1,4) | 26 (6,2) | | | |
| Igre na plaži | nikad | 149(50,7) | 230(54,9) | 2,30 | 0,06 | .317 |
| | ponekad | 105(35,7) | 127(30,3) | | | |
| | redovno | 40 (13,6) | 62 (14,8) | | | |
| Pilates | nikad | 276(93,6) | 320(76,4) | 38,67 | 0,23 | .000** |
| | ponekad | 14 (4,8) | 73 (17,4) | | | |
| | redovno | 4 (1,4) | 26 (6,2) | | | |
| Škola plesa | nikad | 248(84,4) | 271(64,7) | 37,34 | 0,23 | .000** |
| | ponekad | 39 (13,3) | 101(24,1) | | | |
| | redovno | 7 (2,4) | 47 (11,2) | | | |
| Fudbal | nikad | 184(62,6) | 394(94,0) | 111,91 | 0,40 | .000** |
| | ponekad | 77 (26,2) | 15 (3,6) | | | |
| | redovno | 33 (11,2) | 10 (2,4) | | | |
| Foot tenis | nikad | 260(88,4) | 410(97,9) | 31,58 | 0,21 | .000** |
| | ponekad | 29 (9,9) | 4 (1,0) | | | |
| | redovno | 5 (1,7) | 5 (1,2) | | | |
| Odbojka | nikad | 222(75,5) | 362(86,4) | 13,85 | 0,14 | .000** |
| | ponekad | 54 (18,4) | 42 (10,0) | | | |
| | redovno | 18 (6,1) | 15 (3,6) | | | |
| Pikado | nikad | 224(76,2) | 333(79,5) | 5,07 | 0,08 | .079 |
| | ponekad | 57 (19,4) | 58 (13,8) | | | |
| | redovno | 13 (4,4) | 28 (6,7) | | | |
| Slobodna šetnja | nikad | 122(41,5) | 137(32,7) | 26,56 | 0,19 | .000** |
| | ponekad | 73 (24,8) | 62 (14,8) | | | |
| | redovno | 99 (33,7) | 220(52,5) | | | |
| Animacija na izletu | nikad | 117(39,8) | 156(37,2) | 0,50 | 0,03 | .778 |
| | ponekad | 89 (30,3) | 134 (32) | | | |
| | redovno | 88 (29,9) | 129(30,8) | | | |

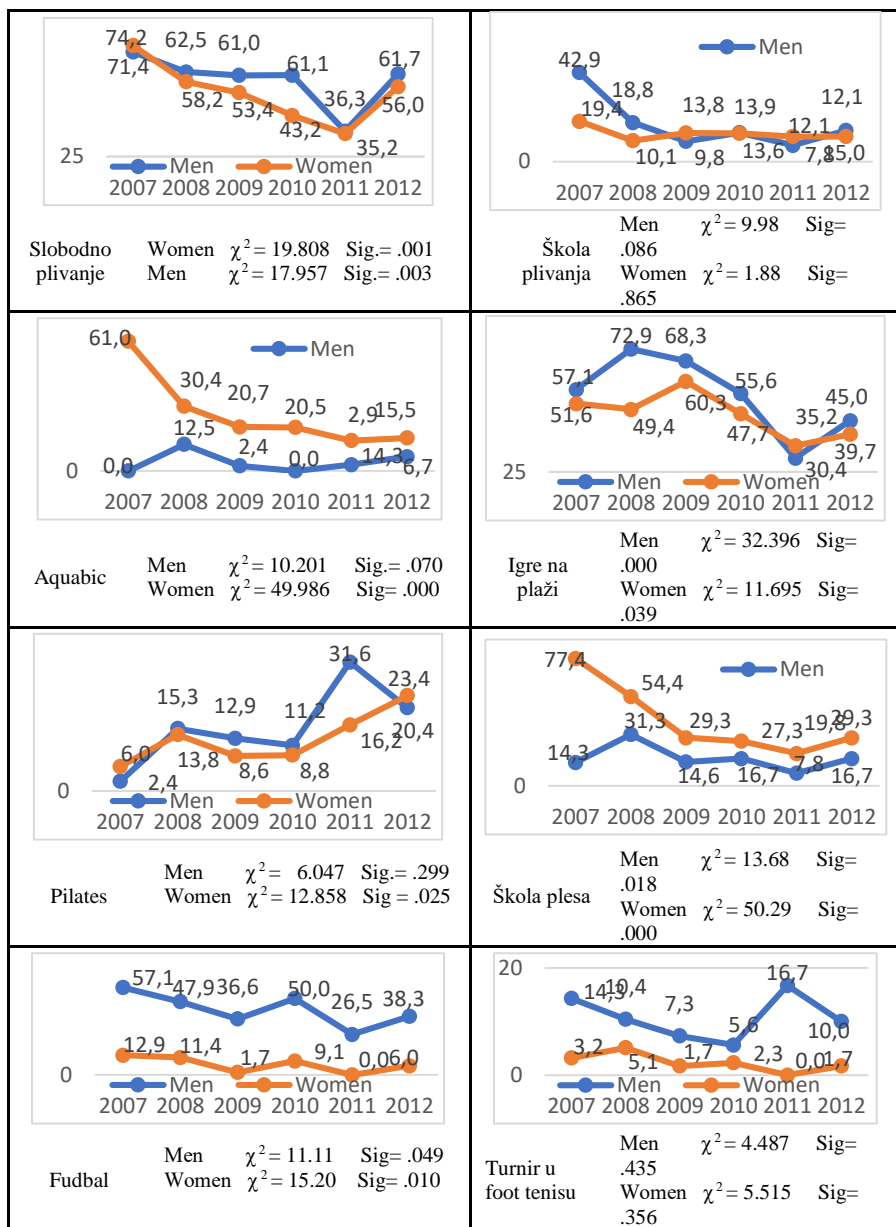
Legenda: Frq. - frekvencije – broj učesnika; (%) – procentualne vrednosti; χ^2 - Hi-kvadrat test; Sig – nivo značajnosti; ** - level of signification $p < .01$

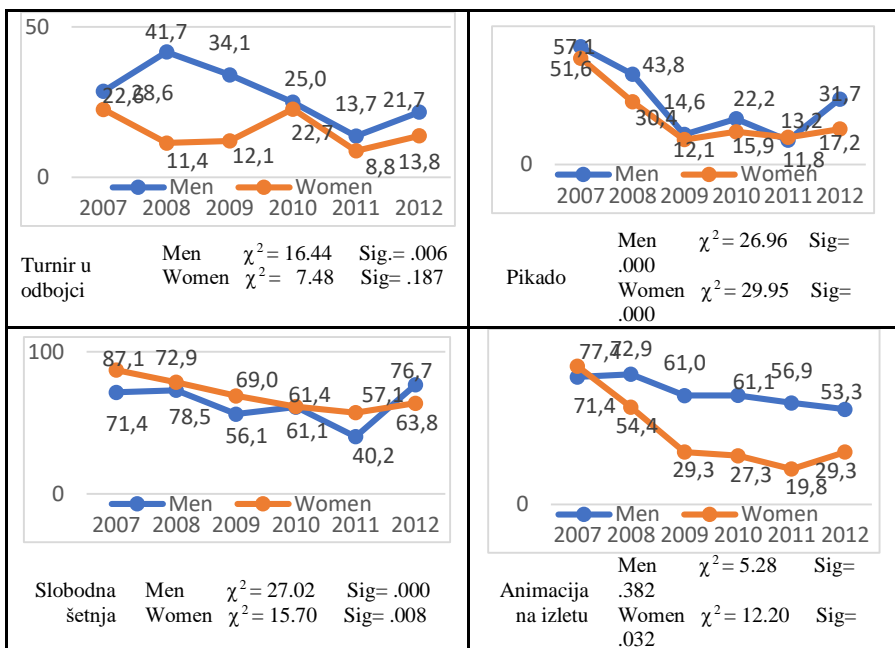
Na osnovu rezultata Hi-kvadrat testa (χ^2) (Tabela 3) može se konstatovati da postoje statistički značajne razlike između muškaraca i žena kad je reč o učešću u slobodnom plivanju tokom odmora ($\chi^2 = 12.31$, Sig.= .000), akvabiku ($\chi^2 = 45.29$, Sig.= .000), pilatesu ($\chi^2 = 38.67$, Sig.= .000), školi plesa ($\chi^2 = 37.34$, Sig.= .000) i slobodnoj šetnji ($\chi^2 = 26.56$, Sig.= .000). U navedenim aktivnostima žene češće učestvuju. Takođe, utvrđene su značajne razlike između muškaraca i žena u fudbalu ($\chi^2 = 111.91$, Sig.= .000), foot tenisu ($\chi^2 = 31.58$, Sig.= .000) i odbojci ($\chi^2 = 13.85$, Sig.= .000), sa napomenom da ove aktivnosti više upražnjavaju muškarci. Kod ostalih aktivnosti koje je bilo moguće upražnjavati tokom odmora nisu utvrđene statistički značajne razlike između muškaraca i žena: u školi plivanja ($\chi^2 = 0.56$, Sig.= .757), igrama na plaži ($\chi^2 = 2.30$, Sig.= .317), u pikadu ($\chi^2 = 5.07$, Sig.= .079) i kod animacije na izletu ($\chi^2 = 0.50$, Sig.= .778).

Na Grafiku 1 prikazani su rezultati χ^2 testa u odnosu na godinu realizacija kod muškaraca i žena za svaku pojedinačnu aktivnost. Na osnovu dobijenih rezultata može se konstatovati da kod muškaraca postoji statistički značajna razlika u odnosu na godinu sprovođenja u sledećim aktivnostima: slobodno plivanje (Sig.= .003), igre na plaži (Sig.= .000), škola plesa (Sig.= .018), fudbal (Sig.= .049), turnir u odbojci (Sig.= .006), pikado (Sig.= .000) i slobodna šetnja (Sig.= .000). Kod žena razlike u upražnjavanju pojedinih aktivnosti u odnosu na godinu upražnjavanja (Tabela 4) pokazuju da između godina postoji statistički značajna razlika u slobodnom plivanju (Sig.= .001), akvabiku (Sig.= .000), igrama na plaži (Sig.= .039), pilatesu (Sig.= .025), školi plesa (Sig.= .000), fudbalu (Sig.= .010), pikadu (Sig.= .000), slobodnim šetnjama (Sig.= .008) i animacijama na izletu (Sig.= .032).

Kod većine upražnjavanih aktivnosti kod muškaraca, može se zapaziti blagi trend opadanja tokom godina. Jedino se kod pilatesa može konstatovati povećanje broja ispitanika koji se uključuju u ovu aktivnost u odnosu na godinu upražnjavanja. Slobodna šetnja kod muškaraca ima relativno stabilne vrednosti tokom godina u kojima se provodi, odnosno, približno isti broj ispitanika upražnjava ovu aktivnost, pa se može konstatovati da je ovo jedan od omiljenih rekreativnih programa animacije u turizmu kod muškaraca.

Kod žena su rezultati slični kao i kod muškaraca, sa napomenom da je kod pojedinih aktivnosti procenat žena koji se uključuju u iste viši u odnosu na muškarace. I kod žena se zapaža trend opadanja pojedinih aktivnosti u zavisnosti od godine u kojoj se provode. Pilates je jedina aktivnost kod koje se zapaža povećanje u odnosu na godinu u kojoj se provodi.

Grafik 1. Razlike u aktivnostima po godinama za muškarce i žene



DISKUSIJA

Receptivna uloga Grčke, kao jedne od poznatih turističkih zemalja Mediterana, (Unković, 2007, str. 317) u međunarodnom turizmu sa ostvarenim deviznim prihodom od turizma u iznosu od 10 milijardi evra je učestvovala sa 1,95% u raspodeli svetskih prihoda od turizma u 2000. godini. Među inostranom populacijom su svakako i turisti iz Srbije kojima smo se bavili u ovom radu. Istražujući problem nepostojeće i slabe ponude programa animacije rekreativnih aktivnosti za turiste iz Srbije koji odlaze na letovanje u Grčku, uočili smo mali broj agencija iz Srbije koje u svojoj ponudi imaju besplatnu školu plivanja za naše turiste, organizovano pešačenje, aerobik, pilates i druge aktivnosti, dok su iskustva stranih agencija sasvim suprotna. Ovaj rad imao je za cilj da unapredi i afirmiše razvoj sportsko-rekreativnih programa animacije.

Rad govori koliko se naši turisti bave rekreativnim aktivnostima dok su na odmoru. U okviru turističkih aranžmana u ponudu su bili uključeni programi animacije rekreativnih aktivnosti za sve turiste koji odlaze na desetodnevni boravak u Kasiopi na Krfu.

Postoje statistički značajne razlike između muškaraca i žena kad je reč o učešću: u školi plesa tokom odmora (žene to čine znatno češće), u fudbalu tokom odmora (muškarci to, prema očekivanju, čine znatno češće), u slobodnoj šetnji tokom odmora (žene to čine češće), u turnirima u odbojci tokom odmora (muškarci to čine češće), u slobodnom plivanju tokom odmora (žene to čine

redovni je), u učešću u akvabiku tokom odmora (žene to čine znatno češće), u učešću u pilatesu tokom odmora (žene to čine znatno češće).

Istraživanjima turističkih potreba, motiva, ciljeva putovanja, očekivanja, zadovoljstva i sličnih socio-psiholoških aspekata turizma su se bavili i bave se brojni naučnici u svetu (od Goffmana iz 1959, preko Maslova, Mayo, Cohena, Smitha devedesetih, do predstavnika savremene „skandinavske škole“ psiholoških istraživanja turizma (Larsen et al., 2009). Prema njihovim istraživanjima turistička potreba se sve više približava granici primarnih potreba, ona je specifična i sve jasnije izražena.

Podaci našeg istraživanja govore da je ovo početna faza razvoja programa rekreativnih aktivnosti. Programi su naročito prihvaćeni na izletima gde preko 60% gostiju ponekad i redovno prate programe rekreativnih aktivnosti i igre na plaži preko 45%. Sportske igre (odbojka, fudbal, košarka) su sa 20% na nižem nivou zastupljenosti, ali dobrom analizom i bogatijom ponudom imaju perspektivu u budućnosti. Rezultatima bavljenja rekreativnim aktivnostima u okviru programa animacije za apartmanski smeštaj moramo da se zadovoljimo samo parcijalno i da nas to motiviše da unapredimo programe, ali i način propagiranja tih programa kao zdravog načina života.

ZAKLJUČAK

Trend razvoja turističke ponude koja obuhvata sve širi dijapazon rekreativne aktivnosti raste iz godine u godinu. Sve veći broj turista iz Srbije koji gostuju širom Mediterana prihvataju norme savremenog turizma među kojima je i animacija sa svojim dnevnim aktivnostima. Istraživanje pokazuje da naši turisti uživaju na odmoru aktivno se baveći rekreativnim aktivnostima. Taj trend je potrebno unapređivati. Za sada je početna faza razvoja programa rekreativnih aktivnosti. Kako nam rezultati govore programi koji su naročito prihvaćeni su na izletima i igre na plaži. Pojedine aktivnosti su u opadanju, ali pojedine imaju svoj blagi rast. To nam govori da treba neprekidno nuditi programe rekreativnih aktivnosti i pratiti savremene trendove istih.

Treba imati u vidu da je u pitanju apartmanski smeštaj i svi programi koji se izvode u tim uslovima su značajno otežavajući. Nemamo koncentraciju gostiju na jednom mestu, kao u hotelu, već razbacane po celom gradiću tj. mestu. Svakako da animacija koja je predstavljena u hotelskim klubovima ima mnogo bolje rezultate posećenosti. Hotelska industrija značajno investira u infrastrukturu, a istovremeno ulaže u razvoj profesionalizacije usluga animacije programima sportskih i rekreativnih aktivnosti koje preferira sve veći broj gostiju. Definisane uticaja animacije programima rekreativnih aktivnosti na stepen razvoja ukupne turističke ponude predstavlja praktični naučni doprinos ovog i svakog sličnog istraživanja, koje može da posluži i usmeravanju edukacije budućih animatora sa jedne strane i dalje investiranje turističke industrije u rekreativne sadržaje, logistiku i programe.

LITERATURA

1. Astrand, P. O. (1999). Why exercise? *Kineziologija*, 31 (2), 17-22.
2. Bartoluci, M. (2004). Menadžment u sportu i turizmu. Zagreb
3. Bogosavac, M., Jovanović, S., i Dragosavljević, P. (2012). Odnos turista prema sportsko-rekreativnim sadržajima kao dijelu turističke ponude. *Sportske nauke i zdravlje*, 2(1), 5-10.
4. Bogosavac, M. i Dragosavljević, P. (2013). Sportsko-rekreativne aktivnosti u funkciji razvoja turizma. U MILADIN Jovanović M. i Nićin Đ. (Ur.) *Treća međunarodna konferencija "Sportske nauke i zdravlje"* (pp. 223-228). Banja Luka: Panevropski univerzitet "Apeiron".
5. Cerović, Z. (2008). Animacija u turizmu. Opatija: Fakultet za turistički i hotelski menadžment
6. Bartoluci, M. (2003). *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Informator.
7. Bartoluci, M. i Andrijašević, M. (2006.). Aktivni odmor u unapređenju kvalitete turističke ponude. Hotelska kuća, Opatija. Opatija: Hrvatska udruga hotelijera i restoratera.
8. De Knop, P. (1990). Recipročan razvoj sporta i turizma, III Međunarodna naučna konferencija Komiteta za sport i slobodno vreme ICSSPE – UNESCO, Rovinj: Partizan
9. De Knop, P. (1990). Recipročan razvoj sporta i turizma. U zborniku radova: Programi sportske rekreacije u procesu rada i turizmu (pp. 186-205). Zagreb: FFK.
10. Finger, C., & Gayler, B.(1993). Animation im Urlaub: Studie für Planner und Praktiker. Starnberg In Greek, Athens: GNTO.
11. Ivanovski, A., Ilić, V., Saiti, B. (2010). Elementi kvalitativne i kvantitativne analize znanja i umeća vođenja programa animacije rekreativnih aktivnosti u turizmu, Međunarodna naučna konferencija „Fizička aktivnost za svakoga“ Beograd: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja.
12. Ivanovski, A. (2010). Profil animatora rekreacije u turizmu, (Izvod is magistarskog rada), „Godišnjak 16“ (105-118). Beograd: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja.
13. Ivanovski, A. (2010) Profil animatora u turizmu: magistarski rad. Beograd: Fakultet za sport i fizičko vaspitanje .
14. Ivanovski, A., Mitić, D. (2012) Animator in tourism. Brasov: Editura Universitatii Transilvania Din Brasov
15. Ivanovski, A. (2015). Animacija programima rekreativnih aktivnosti u turizmu. Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja.
16. Kurtzman, J. & Zauhar, J. (1997). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism* 4 (3), 17-30

17. Finger, K.B i Gayler, B. (2003). Animation im Urlaub 3. Minhen: R. Oldenbourg Verlag.
18. Larsen, S. et al (2009). What tourists worry about – Construction of a scale measuring tourist worries, *Tourism Management*, 30, 260–265
19. Mitić, D. (2001). *Rekreacija*. Beograd: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja
20. Nestoroska, I. (2005). *Animacii vo turizmot*. Ohrid: Fakultet za turizam i ugostitelstvo
21. Plavša, J. (2007). *Sportsko-rekreativni turizam*. Novi Sad: Prirodno-matematički fakultet.
22. Škorić, S. (2006). *Razvoj sportsko-rekreacijskog turizma na području Istre*. (neobjavljen magistarski rad). Zagreb: Ekonomski fakultet.
23. Vukonić, B. (1998). „Teorija i praksa turističke destinacije“. U: Zbornik radova sa znanstvenog skupa „Hotelska kuća ‘98“, Hotelijerski fakultet, Opatija, pp 365-371.