

AGNIESZKA BIAŁOŻYŃSKA

ANIMACJA CZASU WOLNEGO W NADMORSKICH HOTELACH W POLSCE JAKO SPOSÓB PODNOSZENIA KONKURENCYJNOŚCI OFERTY WYPOCZYNKOWEJ¹

Abstrakt: Wielu współczesnych turystów, wybierając hotel jako miejsce swojego zakwaterowania w czasie urlopowo-wakacyjnym, kieruje się zakresem oferowanych usług dodatkowych. Pragnie bowiem dobrze zagospodarować czas wolny swój i swoich najbliższych. Wybierając odpowiedni obiekt klient ma świadomość, że ten zakres usług będzie optymalnie dostosowany do jego potrzeb. Taką właśnie funkcję mają spełniać programy animacyjne proponowane także w polskich nadmorskich hotelach. W przypadku rodzimych warunków klimatycznych, kreując taki program, należy zawsze uwzględnić nagle załamanie pogody i potrzebę przygotowania zajęcia pod dachem. Autorka artykułu, zainteresowana tematyką hotelarstwa, podjęła próbę sprawdzenia czy, w jakim zakresie i dla kogo tworzone są programy animacyjne w wybranych nadmorskich hotelach województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego. Interesująca była również kwestia tego, czy dobór zajęć jest determinowany kategorią i wielkością hotelu.

Słowa kluczowe: rekreacja, czas wolny, animacja czasu wolnego, hotel.

LEISURE TIME ANIMATION IN SEASIDE HOTELS AS A WAY TO ENHANCE COMPETITIVENESS

Abstract: Many modern travelers, choosing the hotel as their holiday home, are guided by the range of services they offer. They wish to spend their leisure time in the best way. By choosing the right object, the client is aware that this range of services will be optimally tailored to his needs. This is also the function of animation programs created in Polish seaside hotels. In case of indigenous climatic conditions, when creating such a program, they always take into account the sudden downpour of the weather and prepare the activities under the roof. The author of the study, interested in the subject of the hotel industry, has attempted to see to what extent and for whom are created animation programs in seaside hotels. It was also interesting to see whether the choice of classes was determined by the category and size of the hotel.

Keywords: recreation, leisure, animation, hotel.

1. WPROWADZENIE

Na terenie województwa zachodniopomorskiego w 2016 r. funkcjonowało ogółem 119 hoteli (9,1% bazy noclegowej wojewódzkiej), na które przypadало 13,7% wszystkich miejsc noclegowych. Warto dodać, że 40,3% turystów nocowało właśnie w hotelach (*Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2016 r.* 2017). W województwie pomorskim w 2016 r. funkcjonowało 188 hoteli (12% bazy noclegowej województwa), które oferowały 18% miejsc noclegowych województwa. Aż 53% turystów wybierało hotel jako miejsce swojego zakwaterowania (*Turystyka w województwie pomorskim w 2016 r.* 2017). Współczesny turysta wybierając miejsce zakwaterowania kieruje się już nie tylko ceną czy dostępem do określonych atrakcji, ale również ofertą programu animacyjnego na terenie obiektu.

Animacja czasu wolnego jest efektem przemian zachodzących w strefie potrzeb rekreacyjnych współczesnego człowieka. Rekreacja wywodzi się od łacińskiego słowa *recreo*, co oznacza „ożywienie”, „wzmoc-

nienie”, „przywrócenie do życia” w dosłownym tego słowa znaczeniu (KUMANIECKI 1974). Pojęcie rekreacji długo było używane zamiennie z terminem czas wolny. Jednak nie należy traktować tych określeń zamiennie.

Współczesny termin „rekreacja” umożliwia wyodrębnienie trzech znaczeń. Pierwsze odnosi się do podejmowanych przez jednostkę osobową w czasie wolnym wszelkich działań. Przy czym należy podkreślić, że podejmowane działania mają służyć przyjemności i zaspokajać własne potrzeby. Drugie znaczenie odwołuje się *stricte* do relaksu, odpoczynku po pracy. Głównie służy on regeneracji sił po obowiązkach zawodowych. Trzecie znaczenie ukazuje rekreację jako zjawisko społeczno-kulturowe na płaszczyźnie międzynarodowej.

Zmiany cywilizacyjne wpływają na stopień zwiększenia się czasu wolnego różnych grup społecznych. Młodzież szkolna, studenci, emeryci, renciści, bezro-

botni na zasiłkach to potencjalni odbiory idei wolno-czasowych. Wzrost uprzemysłowienia świata zmienia sposoby i style życia ludzi, a co za tym idzie ma to wpływ na ilość wolnego czasu i sposób jego wykorzystania (KIEŁBASIEWICZ-DROZDOWSKA, SIWIŃSKI 2001).

Według B. KUNICKIEGO (1997, s. 83) rekreacja oznacza „przerwę w wykonywaniu jakichś obowiązków, bądź też służące odpoczynkowi zajęcia, którymi te pauzy wypełniano. [...] od początku zatem wiązano rekreację z czasem wolnym i wytchnieniem od obowiązków, przy czym nie oznaczała ona bynajmniej bezczynności, a właśnie specyficzną formę aktywności.”

Sama definicja, ale i zjawisko społeczne rekreacji uchodzą za powszechnie znane i rozumiane. Warto dodać, że w minionych wiekach pod pojęciem rekreacji rozumiano głównie popołudniowy odpoczynek uczniów, szczególnie chłopców uczęszczających do szkół z internatem. Na dalszych etapach rozwoju człowieka, pojęcie rekreacji traktowano jako zamienną nazwę wczasów czy też wakacji. Z czasem zmieniono treść definicji i rozszerzono ją o pasmo dodatkowych zajęć na pozór niemających nic wspólnego z rekreacją (KIEŁBASIEWICZ-DROZDOWSKA, SIWIŃSKI 2001).

Jeżeli chodzi o dzisiejszą koncepcję rekreacji, to znaczenie jej odnosi się do podejmowania przez jednostkę jakichkolwiek zajęć w wolnym czasie poza codziennymi obowiązkami. Dodatkowym elementem identyfikującym dzisiejszą definicję tego pojęcia jest funkcja prozdrowotna rekreacji. Celem jest zapobieganie występowaniu czy nasilaniu się metabolicznych chorób cywilizacyjnych, takich jak: cukrzyca, miażdżyca, otyłość, nerwice, depresje itp. Powiązanie rekreacji z czasem wolnym jest jednoznaczne – podjęcie rekreacji odbywa się zawsze w czasie wolnym od pracy i obowiązków (zawodowych, domowych itp.) (WINIARSKI 2011).

Należy podkreślić, iż czas wolny towarzyszył i towarzyszy człowiekowi w trakcie całego życia, zmieniała się tylko jego ilość i sposób zagospodarowania. W czasach prehistorycznych czas wolny odnosił się jedynie do przerw pomiędzy kolejnymi polowaniami w celu poszukiwania żywności. Z upływem lat znaczenie czasu wolnego wyewoluowało do tego stopnia, że w XX w. można było jednoznacznie wyróżnić czas wolny jako ważny fragment życia pozwalający na zaspokajanie swoich potrzeb służący przyjemności.

P. RÓŻYCKI (2009) mówi o tym, że czas wolny na przełomie XIX i XX w. nie miał znaczącej roli w odniesieniu do aktywności turystycznej. Podkreśla on fakt, że dopiero rozwinięta technologia przyczyniła się do skrócenia czasu pracy ludzi i w związku z tym mieli oni więcej czasu wolnego, aby spędzić go np. turystycznie. Podkreśla on również, że czas wolny w życiu dzieci, młodzieży i studentów jest okazją do poznawania okolicy i świata (RÓŻYCKI 2009, s. 61). Nieco

szerzej pojęcie czasu wolnego i jego wykorzystanie rozpatruje J. PIĘTA (2008), wskazując na fakt, że może być on spożytkowany na wszelkie czynności (w tym także „wczasowanie”), które przynoszą jednostce dobrane korzyści. R. WINIARSKI (2011) zaznacza, że czas wolny ma być zużytkowany na podejmowanie działań służących przyjemności. Na uwagę zasługuje też fakt, że ten właśnie czas związany jest najczęściej z relacjami społecznymi, działaniami i doznaniem estetycznymi, sportem, a także szeroko rozumianą turystyką (KOLNY 2014).

W ciągu ostatnich lat coraz wyraźniej dostrzega się potrzebę „zorganizowanego” zagospodarowania czasu wolnego, czyli jego animacji, w odniesieniu do różnych grup odbiorców (animacja czasu wolnego dzieciom podczas przyjęć urodzinowych, animacja czasu wolnego młodzieży podczas wycieczek szkolnych etc.). Słowo „animacja” pochodzi od łacińskiego słowa *anima* oznaczającego dosłownie „dusza”, a wyraz *anime* „ożywiać”. W tym znaczeniu animacja ma ożywiać, poprawiać atmosferę. Dodając do słowa „animacja” określenie „czas wolny” uzyskujemy swoiste „ożywianie” ludzi, zachęcanie ich do podejmowania aktywności (BĄCZEK 2011). Inaczej mówiąc, animacja to celowe kierowanie zasobem ludzi w czasie wolnym od pracy przy jednoczesnym włączaniu ich do konkretnej aktywności ruchowej lub umysłowej. Celem tak pojmowanej animacji jest urozmaicenie czasu wolnego ważnymi w życiu człowieka wartościami, by zaspokoić określone potrzeby (LITWICKA 2011).

Zdaniem P. LITWICKIEJ (2011), termin „animacja” pojawił się w branży turystycznej u schyłku lat 60. ubiegłego wieku i był odzwierciedleniem zmiany, jakie zaszły w społeczeństwie w Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych. Dynamiczny rozwój życia społecznego spowodował bunt młodzieży krajów zachodnich. Sprzeciwiono się formalizacji, biurokracji, hierarchizacji w stosunkach międzyludzkich, co skłoniło do rozmyślań nad podstawowymi wartościami, takimi jak miłość czy wolność. Początkowo mówiono, że życie społeczne nie ma racji bytu bez kontaktu człowieka z grupą. Dlatego animacja miała na nowo odrodzić naturalną komunikację społeczną między ludźmi i umożliwić kontakty między grupami ludzi w odniesieniu do ich twórczej aktywności. Dość szybko animacja stała się także techniką pracy. Animacja miała za zadanie pobudzać ludzi do działania na rzecz społeczeństwa lokalnego, aby zrodziły się między jego członkami więzi i bliższe relacje (LITWICKA 2011). W praktyce animacja zawęża się do sfery artystycznej, przygotowywania różnego rodzaju imprez, zabaw. Obecnie głównie opiera się na problematyce związanej z czasem wolnym.

Animacja czasu wolnego może przybierać wiele form, zaspokajając wiele potrzeb. Można wyróżnić animację rekreacyjną, kulturalną, rozrywkową. Niektórzy

badacze tematu mówią wręcz o rosnącej przedsiębiorczości w zakresie animacji w turystyce. Za sprawą programów animacyjnych nadaje się nowy kształt ofercie turystycznej. W tym kontekście istotne jest tworzenie nowych, oryginalnych programów animacji turystycznej bądź nieustanne dążenie do ulepszania już istniejących. Oferta animacyjna nie powinna być stała i jednolita, ponieważ nie będzie konkurencyjna, a w świetle zmieniających się potrzeb – nie stawiałaby na rozwój aktywności człowieka, nie wносиłaby niczego nowego do jego życia (JAKOVLEV i in. 2015).

Pionierem jeśli chodzi o rozwój animacji czasu wolnego w Polsce w odniesieniu do oferty turystycznej, była firma Scan Holiday Destination. Zapoczątkowała w ten sposób nowy trend rozwoju produktu turystycznego, wprowadzając pierwszych animatorów w zagranicznych kierunkach. Już w pierwszym sezonie odnotowano, że ośrodki i hotele zyskały status najbardziej popularnych obiektów wśród polskich turystów (LITWICKA 2011).

W następnych latach to właśnie dostępność programów animacyjnych decydowała głównie o wyborze hoteli przez klientów. W efekcie takiego zainteresowania firma Scan Holiday Destination rozpoczęła szkolenia z zakresu animacji czasu wolnego w turystyce. Z czasem pojawiło się więcej firm (najczęściej organizatorów turystycznych) prowadzących analogiczne szkolenia. I tak, np. od 2004 r. kursy z zakresu animacji w turystyce prowadzili już znani touroperatorzy (przedsiębiorstwa turystyczne), tacy jak Scan Holiday, Big Blue, Ecco Holiday czy Triada (LITWICKA 2011). Szkolenia te przyczyniły się do rozszerzenia kwalifikacji personelu turystycznego.

Obecnie programy animacji czasu wolnego są coraz częściej spotykane w procesie przygotowywania oferty turystycznej nie tylko przez touroperatorów, ale również przez gestorów bazy noclegowej. Trend ten dostrzegany jest w odniesieniu do różnych rodzajów obiektów zakwaterowania – począwszy od ośrodków wczasowych, przez pensjonaty, a skończywszy na hotelach. Należy podkreślić, że animacja czasu wolnego w bazie noclegowej dotyczy przede wszystkim obiektów nastawionych na dłuższe pobyty o charakterze typowo wypoczynkowym. Potrzebę zagospodarowania czasu wolnego dostrzega się szczególnie w ośrodkach położonych w atrakcyjnych turystycznie miejscach, głównie w pobliżu wód. Ma to również uzasadnienie klimatyczne – polskie lato cechuje zmienność aury, a to z kolei ogranicza korzystanie z niektórych atrakcji związanych np. z plażowaniem.

Animację czasu wolnego organizowaną w bazie noclegowej określa się także animacją hotelową. Została ona wprowadzona do turystyki, by podwyższyć jakość usług hotelarskich. Animacja zaliczana jest do usług hotelowych o charakterze rozrywkowym (PODWOŚCICKA 2012). Najczęściej przybiera postać zorgani-

zowanego programu animacyjnego, w którym można znaleźć zajęcia sportowe, plastyczne, teatralne, muzyczne i specjalne animacje dla dzieci.

Programy te mają spełniać różne funkcje – począwszy od typowo rozrywkowych, przez kulturalne, podnoszące sprawność fizyczną, a skończywszy na funkcjach poznawczych. Animacje mają również zachęcać do większej aktywności samych turystów (MEYER 2015).

Należy podkreślić, iż wprowadzanie programów animacyjnych przynosi wiele korzyści dla samego obiektu noclegowego, takich jak:

- 1) poprawa konkurencyjności obiektu na tle innych ośrodków;
- 2) budowanie grona lojalnych klientów, którzy z chęcią wracają do danego obiektu, dzięki bardzo dobrze zorganizowanej ofercie animacyjnej;
- 3) generowanie dodatkowych przychodów obiektu ze sprzedaży różnego rodzaju pamiątek czy usług gastronomicznych (BĄCZEK 2011, s. 4–5).

Współcześnie animacja hotelowa staje się coraz bardziej pożądanym elementem oferty, głównie przez rodziny z dziećmi, ale również grupy seniorów. Animacje w hotelu mogą być organizowane przez sam hotel, jak również przez zewnętrzne firmy (na zasadzie „outsourcingu”).

W niniejszym artykule autorka skupiła się na analizie oferty animacyjnej nadmorskich hoteli: Royal Park Hotel & Spa, Vestina Wodnik, Jantar, Neptun, Aparthotel Neptun, Łęba Hotel, Astor, Messa, Bryza, Skipper, Bayjonn, Galion, Lambert, Villa Del Mar, Senator, Ikar Plaza, Skal, Wieniawa, Soleil, Lubicz, Tristan, Diune, Aquarius, Havet, Marine, Hilton Gdańsk, Sheraton Sopot, Sofitel Grand Sopot, Rezydent Sopot².

2. METODYKA BADAŃ

Autorka przeprowadziła badania na temat dostępności animacji w nadmorskich hotelach trzy-, cztero- i pięciogwiazdkowych wykorzystując metodę „tajemniczego klienta”, wysyłając zapytanie ofertowe z uwzględnieniem pytania, jakie propozycje zagospodarowania czasu wolnego oferują. Wykorzystano także obserwacje własne zarejestrowane podczas pobytów autorki w różnych obiektach noclegowych na terenie województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego.

Proces badawczy składał się z następujących etapów:

1. Opracowanie listy hoteli od kategorii trzech gwiazdek wzwyż w województwie zachodniopomorskim i pomorskim.

Założono, że zgodnie z wymaganiami kategoryzacyjnymi program usług dodatkowych będzie najbardziej w tej grupie hoteli.

2. Kwalifikacja obiektów do dalszych badań.

Na tym etapie brano pod uwagę kryterium odległości hotelu względem Morza Bałtyckiego (zazwyczaj mieściła się w przedziale od 300 do 650 m i miała duże znaczenie dla prowadzenia animacji, gdyż większość z nich odbywała się właśnie na plaży) oraz opinie gości. W tym celu weryfikowano oceny/opinie zamieszczane przez turystów na stronach internetowych, takich jak: pl.tripadvisor.com, www.booking.com, www.holidaycheck.pl czy www.hotelenadmorskie.pl. Średnia ocena badanych hoteli wynosiła 4,4 gwiazdki na 5 możliwych.

3. Wysłanie zapytania ofertowego do wybranych hoteli.

Zapytanie dotyczyło organizacji pobytu w okresie wakacyjnym dla określonych grup klientów (rodzin z dziećmi, dorosłych, seniorów).

Badania były prowadzone w lutym 2017 r. Do dalszej analizy zakwalifikowano 30 hoteli (które w określonym przez autorkę czasie odpowiedziały na zapytanie ofertowe), w tym 13 hoteli z województwa zachodniopomorskiego i 17 hoteli z województwa pomorskiego.

3. OCENA PROGRAMU ANIMACYJNEGO NA PRZYKŁADZIE NADMORSKICH HOTELI Z WOJEWÓDZTW ZACHODNIOPOMORSKIEGO I POMORSKIEGO

Jak wspomniano we wprowadzeniu, wybór hotelu przez turystę nie jest determinowany wyłącznie ceną. Często wpływ na wybór ma kilka czynników, m.in.: położenie, dostęp do atrakcji turystycznych, czy wreszcie zakres animacji, które są w obiekcie prowadzone. Program ten często stanowi element konkurencji obiektów (co warto podkreślić, obecnie już nie tylko hoteli), szczególnie w województwach, gdzie baza noclegowa jest szczególnie bogata, a do takich z pewnością zaliczają się pomorskie i zachodniopomorskie.

Z przedstawionej tab. 1 wynika, że animacje w badanych hotelach organizowane są głównie dla dzieci. Osoby dorosłe, w tym coraz bardziej aktywni turystycznie seniorzy, mogą znaleźć dla siebie animacje tylko w niektórych hotelach.

W hotelach trzygwiazdkowych przeważają oferty animacyjne dla dzieci. Najbardziej interesującą ofertę animacyjną posiadał hotel Skipper (województwo pomorskie, powiat pucki). Proponował on w swojej ofercie takie zajęcia dla dzieci, jak: seanse filmowe wraz z dyskusją, możliwość skorzystania z wewnętrznego placu zabaw, ping-pong, siatkówka plażowa z opieku-

nem i instruktorem, przejażdżki rowerami po okolicy z przewodnikiem, zajęcia z animatorką pt. „Wróżka na plaży”, konkurs na najładniejszy zamek z fortem z piasku, możliwość zagrania w piłkę nożną na piasku. Jeśli chodzi o osoby dorosłe, mogły one skorzystać z następujących animacji: jazdy konne z instruktorem, zajęcia na basenie z instruktorem, nauka żeglarstwa, badminton na plaży, spacer po plaży z przewodnikiem, a także nauka prawdziwego morskiego wędkowania. Seniorzy natomiast mogli skorzystać z zajęć *nordic walking* z przewodnikiem, czy zajęć z terapii wodą morską przy jednoczesnym wdychaniu jodu. Wszystkie wymienione animacje zostały wliczone w cenę pobytu gościa. Hotel oferował również animacje dla całej rodziny, które były realizowane na terenie całego miasta i w jego najbliższej okolicy. Oferowany program był bogaty, ale także zróżnicowany cenowo.

Tab. 1. Animacje w badanych hotelach według kategorii w 2017 r.

Kategoria hotelu	Liczba badanych hoteli	Liczba hoteli, w których były animacje dla		
		dzieci	dorosłych	seniorów
Hotel 3*	12	9	4	3
Hotel 4*	10	8	7	3
Hotel 5*	8	7	4	2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

Jeśli chodzi o animację w hotelach czterogwiazdkowych, uwagę zwraca program animacji w hotelu Lambert (województwo zachodniopomorskie, powiat kołobrzeski) wyróżniający się stałą obecnością pewnych elementów (takich jak: codzienne warsztaty kulinarne z innym bohaterem w roli głównej, np. pizza, soki samodzielnie wyciskane etc.). Ponadto program animacji w tym hotelu dostępny jest przez cały rok i koncentruje się na terenie obiektu. Wyjątkowo bogatą ofertę posiadał obiekt Dolina Charlotty Resort & Spa (województwo pomorskie, powiat słupski). Warto podkreślić, iż ośrodek ten nie jest położony w bliskiej odległości od morza, ale posiada własny dostęp do plaży i zbiornika wodnego. Poza tym organizuje wycieczki nad morze. Oferta zawierała propozycje dla dzieci, takie jak: możliwość nauki pływania z instruktorem najpierw na basenie, a później na otwartym morzu, plac zabaw „małpi gaj” na plaży, kino na plaży, *aqua zumba* dla dzieci na brzegu morza, możliwość gry w piłkę siatkową na plaży, minidyskoteka na plaży w czwartkowe wieczory, gra w kręgle, zajęcia z animatorką pt. „Dlaczego woda w morzu jest słona?”. Dorośli mogli skorzystać z nauki żeglarstwa pod czujnym okiem instruktora, jazdy na rowerze, wieczornej dyskoteki z alkoholem na plaży (tylko w piątki i soboty). Seniorom natomiast zaproponowano skorzystanie z takich animacji, jak: *nordic walking*

wzdłuż brzegu morza, nauka robienia profesjonalnych zdjęć zachodu słońca, a także wieczorki dancingowe (w poniedziałki i środy). Oferta zawierała również animacje dla całej rodziny: darmowe bilety do zoo i Krainy Bajek, rejs statkiem po morzu, jedna godzina pływania rowerem wodnym. Dodatkowo płatne było wejście do fokarium czy nauka jazdy konnej.

W hotelach pięciogwiazdkowych dominowały animacje czasu wolnego dla dzieci. Z ośmiu badanych hoteli pięciogwiazdkowych aż siedem przedstawiło ofertę animacyjną dla dzieci. Większość hoteli z tej kategorii (w przesyłanych odpowiedziach) wyraźnie zaznaczała, że nie oferują animacji dla dorosłych i seniorów, ale zachęcają do skorzystania z innych atrakcji i animacji, które odbywają się na terenie odwiedzanego miasta.

W świetle wymagań kategoryzacyjnych mogłoby się wydawać, że obiekt pięciogwiazdkowy powinien w swojej ofercie zawierać najbardziej rozbudowany pakiet usług dodatkowych (w tym także fakultatywnych), a tym samym i bogaty program animacji dla każdej grupy wiekowej. W rzeczywistości tak nie jest. Jednak oceniając tę grupę hoteli trzeba mieć na uwadze przede wszystkim profil klienta takiej bazy noclegowej, który z racji większych możliwości finansowych samodzielnie wybiera usługi dodatkowe, a fakt odpłatności nie jest tu kluczowym kryterium wyboru.

Jednym z ciekawszych programów animacyjnych dla dzieci dysponował hotel pięciogwiazdkowy Diune (zachodniopomorskie, powiat kołobrzeski). Przewidziano w nim m.in. możliwość skorzystania z hotelowego placu zabaw pod profesjonalną opieką, wycieczki rowerowe na lotnisko w Bagiczu – jedną z najbardziej malowniczych tras rowerowych prowadzącą wzdłuż wybrzeża Bałtyku, warsztaty wspólnego gotowania z szefem hotelowej kuchni na plaży, zajęcia z Dorotą Zawadzką, szukanie na czas muszelek na plaży, rysowanie patykami na piasku brzegu plaży, kalambury na plaży, strefa *wellness* dla dzieci w wieku 10–15 lat, przejażdżki „bananem” z instruktorem, pieczenie specjalnych ciasteczek z animatorem, minidyskoteka na plaży (tylko w piątki), zajęcia z nauką wykonywania muszelnikowej biżuterii, pokaz i nauka *kitesurfingu*. Program animacyjny dla dorosłych obejmował możliwość skorzystania z jacuzzi, sauny i wyposażonej sali fitness oraz naukę żeglarstwa i nurkowania z instruktorem, możliwość opalania się na leżakach w specjalnej strefie na plaży czy też dyskotekę na plaży w soboty i niedziele. Seniorzy mogli skorzystać z zajęć *nordic walking*, ze spacerów wzdłuż plaży z przewodnikiem, a także z wykładu o tematyce zdrowotnej. Dla seniorów przewidziano również wieczorki taneczne odbywające się w czwartki. Przedstawione animacje były bezpłatne. Dodatkowo hotel zachęcał do skorzystania z animacji

organizowanych w całym mieście i jego okolicy. Proponował skorzystanie z atrakcji parku Pomerania, m.in. z wioski wikingów, czy nowo otwartego wodnego świata, przy czym te atrakcje były już dodatkowo płatne.

4. PODSUMOWANIE

Analiza ofert poszczególnych nadmorskich hoteli, jak i obserwacje własne (rejestrowane w czasie pobytów autorki w różnych nadmorskich obiektach noclegowych) pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków:

- nie dostrzega się silnego związku między kategorią obiektu a programem animacyjnym (kategoria nie rzutuje na liczbę ani na charakter określonych zajęć);
- hotele większe, liczące powyżej 100 miejsc noclegowych (np. hotel Diune, oferują bogatszy zakres zajęć niż obiekty mniejsze (w opinii autorki wynika to przede wszystkim z opłacalności tego rodzaju usług oraz bogatszego zaplecza rekreacyjnego, np. dostęp do różnych pomieszczeń w czasie niepogody);
- zakres zajęć animacyjnych determinowany jest położeniem hotelu w strefie nadmorskiej – nawet te położone niebezpośrednio nad morzem oferują liczne propozycje zagospodarowania czasu wolnego wykorzystując obecność plaży i morza Bałtyckiego;
- programy animacyjne badanych hoteli skierowane są przede wszystkim do dzieci, w fazie rozwoju znajduje się natomiast oferta dla seniorów.

Jak wynika z obserwacji autorki (w czasie własnych wyjazdów oraz w trakcie badań) obecnie rozbudowane programy animacyjne dominują w dużych obiektach zakwaterowania (hotele, ośrodki wczasowe) i charakteryzują się wyraźną sezonowością (głównie w okresie letnim). Niemniej jednak na uwagę zasługuje fakt, że coraz częściej programy animacyjne oferują gospodarstwa agroturystyczne. Wyróżniają się one zarówno oryginalnością pomysłu, jak również często silnym związkiem z dziedzictwem kulturowym regionu. Warto też nadmienić, że te obiekty oferują programy animacyjne swoim gościom praktycznie przez cały rok.

Powyższe spostrzeżenia, wymagające oczywiście potwierdzenia za sprawą reprezentatywnych badań, pozwalają wnioskować, że animacja czasu wolnego w hotelach będzie w najbliższych latach wykazywała tendencję rozwojową. Wynika to z jednej strony z faktu większego wykorzystania bazy hotelowej przez polskich gości (w tym także rodzin z dziećmi), ros-

ącego zapotrzebowania na kompleksowy produkt hotelowy oraz z drugiej z powodu coraz silniejszej konkurencji.

PRZYPISY

¹ Badania podjęto w ramach pracy licencjackiej pt.: *Animacja czasu wolnego w nadmorskich hotelach*, realizowanej w 2017 r. na Uniwersytecie Przyrodniczym w Poznaniu pod kierunkiem dr inż. Sylwii Graja-Zwolińskiej.

² www.royalpark.pl/, www.hotelvestina.pl/, www.wodnik.pl/, www.jantarspa.pl/, www.neptunhotel.pl/, www.apartneptun.com/, www.tristan.com.pl/hotel/, www.hotelleba.com.pl/, www.astorhotel.pl/index.html, www.messawladyslawowo.pl/, www.bryza.pl/, www.hotelskipper.pl/, www.bayjonnhotel.pl/, www.hotelgalion.pl/, www.lambert-hotel.pl/pl/, villadelmar.nadmorze.pl/, www.hotelsenator.pl/, www.ikar-plaza.pl/, www.skal-hotel.pl/, www.hotelwieniawa.com/, www.blog.soleil-sopot.pl/, www.hotel-lubicz.pl/, www.diunehotel.pl/, www.aquariusspa.pl/pl/, www.havethotel.pl/, www.marinehotel.pl/, www.hiltonhotels.com/pl_PL/polska/hilton-gdansk/, www.sheraton.pl/sopot/, www.sofitel.com/gb/hotel-3419-sofitel-grand-sopot/index.shtml, www.hotelrezydent.pl/, www.dolinacharlotty.pl/; luty 2017 r.

BIBLIOGRAFIA

- BĄCZEK J.B., 2011, *Animacja w pigułce*, Stageman, Warszawa.
- JAKOVLEV Z., KOTESKI C., SERAFIMOVA M., ZEZOVA A., 2015, *Entrepreneurship and management of animation in tourism*, „Economic Development Journal of the Institute of Economics”, 1-2, s. 307-320.
- KIEŁBASIEWICZ-DROZDOWSKA I., 2001, *Osobowościowe i społeczne uwarunkowania rekreacji*, [w:] I. Kielbasiewicz-Drozdowska, W. Siwiński (red.), *Teoria i metodyka rekreacji (zagadnienia podstawowe)*, Akademia Wychowania Fizycznego, Poznań, s. 41-55.
- KOLNY B., 2014, *Czas wolny w świetle zrównoważonego rozwoju*, „Konsumpcja i Rozwój”, 2(7), s. 28-38.
- KUMANIECKI K., 1974, *Słownik łacińsko-polski*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
- KUNICKI B.J., 1997, *Rekreacja fizyczna*, [w:] Z. Krawczyk (red.), *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Kultura fizyczna, sport*, Instytut Kultury, Warszawa, s. 83-95.

LITWICKA P., 2011, *Metodyka i technika pracy animatora czasu wolnego*, Proksenia, Kraków.

MEYER B. (red.), 2015, *Obsługa uczestników turystyki i rekreacji. Wybrane aspekty*, Difin, Warszawa.

PIĘTA J., 2008, *Pedagogika czasu wolnego*, Frel, Warszawa.

PODWYSOCKA J., 2012, *Animator czasu wolnego*, Dobry eBook, Kraków.

RÓŻYCKI P., 2009, *Zarys wiedzy o turystyce*, Proksenia, Kraków.

Turystyka w województwie pomorskim w 2016 r., 2017, Urząd Statystyczny w Gdańsku, Gdańsk.

Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2016 r., 2017, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin.

WINIARSKI R., 2011, *Rekreacja i czas wolny. Studia humanistyczne*, Łośgraf, Warszawa.

<http://apartneptun.com/>.

<http://blog.soleil-sopot.pl/>; luty 2017.

<http://havethotel.pl/>; luty 2017.

<http://tristan.com.pl/hotel/>.

<http://villadelmar.nadmorze.pl/>; luty 2017.

<http://wodnik.pl/>; luty 2017.

<http://www.aquariusspa.pl/>; luty 2017.

<http://www.astorhotel.pl/index.html>.

<http://www.bayjonnhotel.pl/>; luty 2017.

<http://www.bryza.pl/>; luty 2017.

<http://www.dolinacharlotty.pl/>; luty 2017.

http://www.hiltonhotels.com/pl_PL/polska/hilton-gdansk/; luty 2017.

<http://www.hotelgalion.pl/>; luty 2017.

<http://www.hotelleba.com.pl/>; luty 2017.

<http://www.hotel-lubicz.pl/>; luty 2017.

<http://www.hotelrezydent.pl/>; luty 2017.

<http://www.hotelsenator.pl/>; luty 2017.

<http://www.hotelvestina.pl/>; luty 2017.

<http://www.ikar-plaza.pl/>; luty 2017.

<http://www.lambert-hotel.pl/pl/>; luty 2017.

<http://www.messawladyslawowo.pl/>; luty 2017.

<http://www.neptunhotel.pl/>; luty 2017.

<http://www.royalpark.pl/>; luty 2017.

<http://www.sheraton.pl/sopot/>; luty 2017.

<http://www.skal-hotel.pl/>; luty 2017.

<http://www.sofitel.com/gb/hotel-3419-sofitel-grand-sopot/index.shtml>; luty 2017.

<https://diunehotel.pl/>; luty 2017.

<https://hotelwieniawa.com/>.

<https://jantarspa.pl/>; luty 2017.

<https://marinehotel.pl/>; luty 2017.

<https://www.hotelskipper.pl/>; luty 2017.

Artykuł wpłynął:

29 sierpnia 2017

Zaakceptowano do druku:

8 listopada 2017