

Вовед

Денешниве услови во кои се наоѓа Република Македонија можат да се окарактеризираат како неповолни, во поглед на нејзината економска развиеност. Секоја земја, па така и нашава треба да ги искористи своите компаративни предности, своите потенцијали за да доживее економска експанзија. Нашава држава како недоволно економски развиена земја треба да го интензивира развојот на туризмот. На тој начин таа може порамноправно да се вклучи во меѓународните економски односи. Дали ќе успее Република Македонија или не ќе зависи од тоа дали сите ние ќе знаеме да ги искористиме сопствените компаративни предности. Неоспорен факт е дека туризмот има поливалентно значење и е мултипликатор на економскиот развој. Со оглед на тоа дека нашава држава располага со природни, материјални и човечки фактори за развој на туризмот, кои се недоволно искористени, сметам дека на ова прашање треба да му се посвети посебно внимание. Туризмот како феномен на 20 и 21 век има општествено и економско значење. Се разбира дека секоја земја е заинтересирана за економското влијание на туризмот врз нејзиниот развој. Затоа треба на посетителите да му се дадат соодветни услуги со кои што ќе бидат задоволни.

Современите трендови во туризмот, ја наметнуваат потребата од организирање на содржината на туристичкиот престој. Минати се оние времиња кога основните туристички услуги сместувањето и исхраната, беа основни мотиви на туристичките движења. Денес овие услуги се јавуваат како изведена потреба при остварување на целта, а тоа е задоволување на потребите на посетителите. Ова е причина повеќе туристичката понуда, да вклучи содржини кои ќе бидат во функција на посетителите. Понудата има две основни цели: остварување профит и задоволување на потребите на посетителите. Меѓу овие две цели постои комплементарност. Тоа значи дека степенот на остварување на првата цел е во зависност од остварување на втората. Колку е поголем степенот на респектирање на втората, толку ќе биде поголем степенот на реализирање на првата цел. Во тој контекст станува збор за анимацијата која всушност е составен дел на туристичката понуда. Таа ја збогатува туристичката понуда со најразновидни содржини и ги мотивира посетителите на активен и посодржински престој. Сите напори за зголемување на туристичкиот промет и проширување на економската корист од туризмот, ќе бидат само толку делотворни колку што ќе бидат базирани врз потребите, желбите, склоностите и навиките на посетителите. Според тоа може да се истакне дека е големо значењето на анимацијата за развој на туризмот. Иако, често не се среќава како тема на научни дела во светот, сепак постојат одреден број автори кои се занимавале со проучување на овој феномен од теоретски и практичен аспект. Овде пред сè би ги споменале: Јост Крипендорф, Радослава Равкин, Миро Миховиловиќ, Бранко Бунташески, Александар Цицковски, Науме Мариноски, Софронија Миладиноски и други. Познато е дека туристичката понуда преку туристичката пропаганда треба да ја зголеми економската ефикасност во нејзиното

работење, но никако не смеат да се занемарат хуманистичките димензии на туризмот. Всушност, анимацијата зазема една од најважните хуманистички места во туризмот. Со оглед на тоа што анимацијата е еден од најважните сегменти на туристичката понуда, истата се наметнува како императив.

Во овој труд извршена е дескриптивна и емпириска елаборација на значењето на анимацијата како фактор за успешно спроведување на туристичката пропаганда. Поаѓајќи од досегашните скромни научни сознанија и сваќања за анимацијата во туризмот, спроведов истражување со кое се обидов да докажам дека доколку во пишуваните средства на туристичката пропаганда се содржани анимациските активности, таа ќе биде поуспешна. Предметот на истражувањето, теоретски и емпириски, го опфаќа токму овој сегмент на туристичката пропаганда, анимацијата на посетителите, кој што сегмент претставува значаен фактор за успешно спроведување на туристичката пропаганда. Сознанијата до кои што дојдов и предлозите кои од нив произлегоа, се надевам дека ќе најдат практична апликација во македонското туристичко стопанство, т.е. ќе ги ублажат тешките состојби во него. Туристичката пропаганда се наоѓа пред фундаментални промени, во насока на нејзино осовременување и приближување кон пропагандата на развиените туристички земји. На крај од воведниот дел, треба да се истакне фактот што постојат мал број истражувања од оваа област, во рамките на нашите простори, така што истата би требало и понатаму да се проучува од научен и стручен аспект со оглед на актуелноста на оваа проблематика. Се надевам дека овој труд ќе претставува и одреден мотив за натамошно проучување на анимацијата на посетителите и нејзино успешно интегрирање во туристичката понуда и туристичката пропаганда.