

Златко Јаковлев

АНИМАЦИЈА ВО ТУРИЗМОТ



Богданци, 2010

Рецензенти:

Доц. д-р Никола В. Димитров

Доц. д-р Цане Котески

м-р Кристијан Џамбазоски

Лектор:

Снежана Размоска, дипл. фил.

Дизајн:

Весна Трајческа Попеска, дипл. инж. арх.

Компјутерска обработка:

Трајан Шеќер Петрески, маш. инж.

Печати: “ СОФИЈА “ – Богданци

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека “Св. Климент Охридски”, Скопје

338.482:005.346(075.8)

ЈАКОВЛЕВ, Златко

Анимација во туризмот / Златко Јаковлев. - Богданци : Софија,
2010. 181 стр. : илустр. ; 21см

Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 174-181

ISBN: 978-9989-736-74-2

а) Туристичка анимација - Високошколски учебници
COBISS.MK-ID 85000458

Д-р Златко ЈАКОВЛЕВ

**А Н И М А Ц И Ј А
В О
Т У Р И З М О Т**

Богданци, 2010 год.

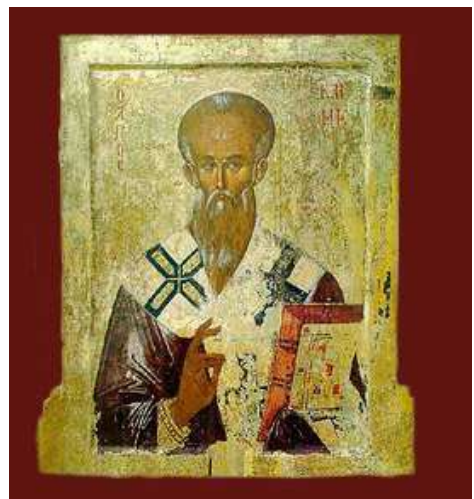
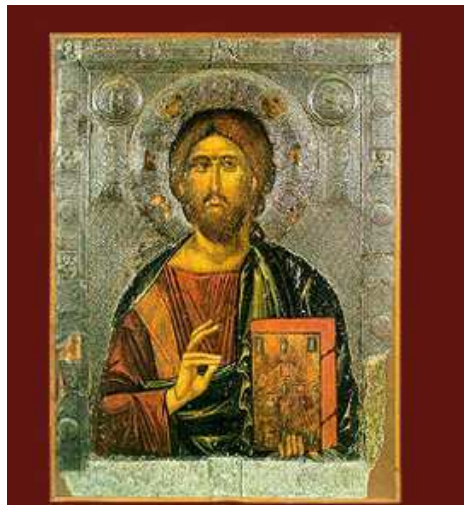
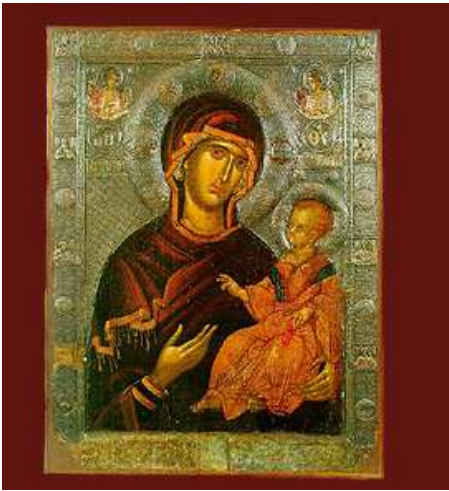
Copyright © 2010

Доц. д-р Златко Јаковлев

Сите права ги задржува авторот. Не е дозволено репродуцирање, копирање, фотокопирање, електронско копирање или било која друга форма на преземање на ниту еден дел од оваа книга, според Законот за заштита на авторските права, без писмена согласност од авторот.

**По својата природа,
туризмот само споредно има
економски аспект. Човекот е
неговиот вистински центар.**

W. Hunziker, 1961



Предговор

Анимацијата во туризмот има посебно значење и свои специфичности. Тоа произлегува од специфичностите на туризмот, што во различен обем и интензитет опфаќа различни стопански и нестопански дејности. Со оглед на комплексноста на анимацијата во туризмот, авторот на книгава не бил во можност детално да ги расветли сите нејзини аспекти и методологија за истражување. Аспектите на анимацијата во туризмот авторот настојувал да ги илустрира врз база на некои истражувања од одредени домашни и странски автори, како и одредени лични истражувања. Анимацијата во туризмот во оваа книга се разгледува како специјалност на стручно образовани и специјализирани кадри, но, истовремено треба да се апострофира дека анимацијата не може и не треба да биде професија само на аниматорот. За ефективно и ефикасно реализирање на програмите на анимацијата во туризмот, неопходна е тимска работа во која партиципираат сите членови од туристичкото претпријатие, а аниматорот е рамноправен член на деловниот тим. Во тој контекст, како “грижа за посетителот“, анимацијата е деловна задача и обврска на секој вработен во туризмот кој доаѓа во контакт со клиентот. Истовремено треба да се нагласи дека анимацијата не може и не треба да се користи за прикривање на недостатоците во поглед на квалитетот на услугите, бидејќи тогаш таа престанува да биде - анимација!

Материјалот е систематизиран според програмата по предметот “Анимации во туризмот“, што се предава во петти семестар на трета година на Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија. Исто така, оваа книга може да им биде од корист и на студентите на слични високообразовни институци, чии програми го имаат имплементирано болонскиот процес. Освен студентите, со оглед на апликативниот карактер на овој труд, книгава може корисно да им послужи и на туристичките менаџери, аниматорите, практичарите во туризмот, како и на сите вработени во туристичката индустрија кои се во непосреден контакт со посетителите.

Авторот на оваа книга ја користи оваа прилика да им се заблагодари на Доц. д-р Никола В. Димитров, Доц. д-р Цане Котески и м-р Кристијан Џамбазоски за извршената рецензија и дадените сугестии при оформувањето на овој труд. Посебна благодарност упатува до неговите студенти, кои во идниот период ќе бидат носители на туристичкиот развој на Република Македонија. Авторот ќе биде благодарен на секому кој ќе му укаже на некои недостатоци што би ги отстранил при евентуално ново издание.

З. Јаковлев



Извадоци од рецензиите

...Во ракописот, авторот, анимацијата во туризмот детално ја обработува од теоретски и практичен аспект. Имено, авторот, комплексноста на анимацијата ја разгледува врз база на теоретски и емпириски истражувања, притоа користи искуства и обемна литература од странски и домашни автори, како и искуства базирани на негови лични повеќегодишни истражувања. Авторот, дава изобилство на теоретски и практични илустративни примери за улогата, третманот и интегралната важност на анимацијата и стручниот профил на аниматорот - субјект кој непосредно влијае врз ефективноста и финансискиот бенефит на туризмот. Врз основа на целокупниот преглед на поднесениот ракопис, како рецензент, препорачувам **ракописот да биде отпечатен и користен како универзитетски учебник - задолжителна литература** за потребите на студентите по туризам и гастрономија.

Универзитет Гоце Делчев - Штип
Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија
Доц. д-р Никола В. Димитров

...Учебникот „Анимација во туризмот“ на доц. д-р Златко Јаковлев содржи голем број информации кои преку различните аспекти и методологија за истражување на анимацијата, можат да се имплементираат во туристичките планирања, со што ќе се подобри квалитетот на услугите кои се нудат. Тој има исклучителна важност за студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија, каде анимацијата се изучува како посебен наставен предмет во трета година. Исто така, може да се користи и на слични високо образовни институции чии програми го имаат имплементирано ЕКТС, да го ползуваат туристичките менаџери, како и сите вработени во туристичката индустрија кои имаат непосреден контакт со домашните и странските туристи.

Универзитет Гоце Делчев - Штип
Факултет за туризам и бизнис логистика - Гевгелија
Доц. д-р Цане Котески

Овој исклучително вреден и по многу аспекти единствен учебник „Анимација во туризмот“, пишуван е со разбирлива терминологија, текстот е пристапен за широк круг научно - истражувачки работници, стручњаци, студенти и практичари кои перманентно се занимаваат со анимацијата како интегрален сегмент на туристичката понуда. Авторот мошне успешно ја осмислил темата и структурата на учебникот и пластично ги истакнал улогите на аниматорот во збогатување на содржината на туристичкиот престој. По своите цели, обемот и презентираната материја, учебникот на авторот д-р Златко Јаковлев, претставува вреден придонес за развојот на важноста на анимацијата во туризмот како основа за зголемување на вонпансионската потрошувачка. Авторот ги дополнил до сега непознатите сваќања за значењето на анимацијата, на територијата на Р. Македонија, но и на поширокото подрачје. Учебникот се препорачува за пошироката читателска стручна и научна јавност и надвор од границите на нашата земја. Се предлага, покрај македонско издание на учебникот, да се преведе на други јазици за кои сигурно ќе има интерес и потреба...

Хотел Амбасадор - Скопје
м-р Кристијан Џамбазоски

Содржина

Вовед	12
1. Теоретски аспекти на анимацијата во туризмот	15
1.1. Поим и дефинирање на анимацијата во туризмот	17
1.2. Значење и цели на анимацијата во туризмот	21
1.3. Принципи на анимацијата во туризмот.....	27
1.4. Интерперсоналната комуникација суштина на анимацијата во туризмот.....	30
1.4.1. Жанрови на јавно комуницирање во анимацијата.....	33
1.4.2. Модели на комуникација во анимацијата.....	35
1.4.3. Фактори за успешно комуницирање во анимацијата.....	38
2. Анимацијата интегрален сегмент на туристичката понуда	41
2.1. Природните вредности и нивните анимациски карактеристики	44
2.2. Антропогените вредности и нивните анимациски карактеристики	49
2.3. Анимацијата содржина на вонпансионската понуда	51
3. Менаџмент на анимацијата во туризмот	56
3.1. Планирање на анимацијата во туризмот	61
3.1.1. Програмирање на анимацијата на посетителите за време на туристичкиот престој	63
3.1.1.1. Принципи на програмирање	63
3.1.1.2. Типови програми	64
3.1.1.3. Фактори кои делуваат врз програмирањето на анимацијата на посетителите	68
3.1.1.3.1. Просторот како фактор на програмирање на анимацијата	69

3.1.1.3.2. Кадрите како фактор на програмирање на анимацијата	71
3.1.1.3.3. Прилагодување на програмите кон потребите, карактеристиките и менталитетот на посетителите	72
3.2. Организирање на анимацијата во туризмот.....	74
3.2.1. Организирање на спортско - рекреативната анимација.	77
3.2.2. Организирање на културно - забавната анимација.....	83
3.2.3. Организирање на анимацијата за излети и посети.....	88
3.3. Управување на анимацијата во туризмот.....	90
4. Улогите на субјективниот фактор во збогатување на содржината на туристичкиот престој	92
4.1. Психофизички карактеристики на аниматорот.....	94
4.2. Улоги кои треба да ги исполнува аниматорот во односот со посетителите	99
4.3. Стручниот профил на аниматорот.....	102
5. Ефекти и финансирање на анимацијата во туризмот	105
5.1. Директни (економски) ефекти	107
5.2. Индиректни ефекти (Ефекти на очекувано задоволство).....	108
5.3. Општествени ефекти (реноме на дестинацијата).....	109
5.4. Финансирање на анимацијата во туризмот	111
6. Методи и техники за истражување на анимацијата во туризмот	114
6.1.Метод на опсервација или набљудување	116
6.2.Анкетата како методолошка техника на истражување .	118
6.3.Интервјуто како методолошка техника на истражување	120
6.4.Скали за проценување	121
7. Анимацијата во туристичката пропаганда	125
7.1. Поим и дефинирање на туристичката пропаганда	127
7.2. Цели и задачи на туристичката пропаганда	131
7.3. Видови туристичка пропаганда	132
7.4. Презентирање на анимацијата преку туристичката	

<i>пропаганда</i>	<i>133</i>
<i>8. Некои истражувања за анимацијата во туризмот</i>	<i>137</i>
<i>9. Предлог програми за анимација на посетителите во Република Македонија</i>	<i>154</i>
<i>Заклучок</i>	<i>169</i>
<i>Релевантна литература</i>	<i>173</i>

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 земја располага со природни, материјални и човечки фактори за развој на туризмот, кои се недоволно искористени, се смета 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 им се дадат соодветни услуги од 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, Зденко Церовиќ, Бранко Бунташески, Александар Цицковски, Науме Мариноски, Софронија Миладиноски, Митре Аврамоски, Лилјана Баткоска, Лидија Симонческа, Сашо Коруноски, Пере Аслимоски, Иванка Нестороска 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 едно 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 најнапред ќе се осврнеме на теоретските аспекти на анимацијата во туризмот, каде ќе се задржиме на поимот и дефинирањето на анимацијата во туризмот, нејзиното значење, целите и принципите. Во тој контекст, ќе се разработи интерперсоналната комуникација суштина на анимацијата во туризмот, каде посебно ќе се осврнеме на жанровите на јавно комуницирање, потоа моделите на комуникација во анимацијата, како и факторите за успешно комуницирање. Потоа ќе се согледа анимацијата како интегрален сегмент на туристичката понуда, каде посебно ќе се детерминираат природните вредности и нивните анимациски карактеристики, како и антропогените вредности и нивните анимациски карактеристики и согледувајќи ја анимацијата како содржина на вонпансионската понуда.

Натаму ќе се задржиме на менаџментот на анимацијата во туризмот, планирањето на анимацијата во туризмот, програмирањето на анимацијата на посетителите за време на туристичкиот престој, во чија рамка ќе се осврнеме на принципите на програмирање, типовите програми, факторите кои делуваат врз програмирањето на анимацијата на посетителите, при што посебно ќе се детерминираат просторот како фактор на програмирање на анимацијата, кадрите како фактор на програмирање на анимацијата и приспособување на анимациските програми спрема потребите, карактеристиките и менталитетот на посетителите. Организирањето на анимацијата во туризмот е следната функција на менаџментот која ќе биде елаборирана, каде поединечно ќе се согледа организирањето на спортско - рекреативната анимација за време на туристичкиот престој, потоа организирањето на културно - забавната анимација за време на туристичкиот престој и организирањето на анимацијата за излетите и посетите за време на туристичкиот престој. Управувањето на анимацијата во туризмот е следна менаџмент - функција на која ќе се осврнеме во рамките на горенаведената теза. Ќе се согледаат и улогите на субјективниот фактор во збогатување на содржината на туристичкиот престој, каде посебно ќе се согледаат психофизичките карактеристики на аниматорот, улоги кои треба да ги исполнува аниматорот во односот со посетителите и стручниот профил на аниматорот. Потоа ќе се согледаат ефектите и финансирањето на анимацијата во туризмот, ќе се осврнаеме и на методите и техниките за истражување на анимацијата во туризмот. Ќе се задржиме и на некои истражувања за анимацијата во туризмот. И на крај ќе се осврнеме на предлог програми за анимација на посетителите во Република Македонија.

На крај од воведниот дел, треба да се истакне фактот дека 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 надеваме дека овој труд ќе претставува и одреден мотив за натамошно проучување на анимацијата на посетителите и нејзино успешно интегрирање во туристичката понуда.

Заклучни согледувања

Темата која е обработена во оваа книга е „Анимацијата во туризмот“. Како мотивација за обработка на оваа тема претставуваше фактот за големото значење на анимацијата врз развојот на туризмот, како и тоа 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. Туристичката понуда треба да се базира на проучување на туристичките потреби, т.е. врз проучување на нивната мотивација, а исто така и факторите кои влијаат на изборот на туристичките дестинации и видот на туристичкиот престој. Ваквиот приод на туристичката понуда е предуслов за задоволување на желбите и склоностите на посетителите, а исто така и предуслов за конкурентноста, квалитетот и финансиските ефекти (профитот). Самото прилагодување на понудата кон туристичката побарувачка подразбира истражување на тековите, правците во современиот меѓународен туризам и истражување на карактеристиките на туристичката клиентела т.е. нивните потреби и интереси. Поконкретно, помина времето на романтизам, кога основните мотиви на туристичкото патување беа само разгледување на природните атрактивности. Современите посетители повеќе не се пасивни посматрачи на природата. Туризмот не е повеќе содржина за разгледување, природата престанала да биде чисто визуелен феномен. Посетителот сака во неа да се бори и да ја проба својата сила. Езерата, планините и долините не се создадени за сонувачите, туку за реалистите кои ги сакаат, истражуваат и менуваат. Улогата на посетителот повеќе не се компарира со оние кои фигурираат зад кулисите создадени од бога, туку од партиципиентите кои земаат активно учество во големиот спектакал на природата. Според тоа, туристичката понуда треба да е збогатена со разновидни содржини од доменот на спортот и рекреацијата, културно - забавниот живот и излетите и посетите. Сето тоа го овозможуваат програмите на анимацијата во туризмот.

Доколку анимацијата се третира од аспектот на туристичката понуда, истата треба да се третира како составен дел на понудата. Таа треба да се третира рамноправно со другите услуги, како што се сместувањето и исхраната. Со организирањето разновидни програми, анимацијата ја прави туристичката понуда покомплексна, побогата и поконкурентна. Мотивирањето на посетителите за нивно активно партиципирање подразбира комуницирање и личен контакт со нив, настојување што подобро да се запознаат нивните желби и потреби како и пратење на нивното задоволство од понудените програми. На релацијата туристичка понуда и побарувачка, анимацијата е посредник кој се согледува во унапредување и подобрување на туристичката понуда во корелација со барањата на побарувачката, во информирање на посетителите за содржините на понудата како и во мотивирање на нивните интереси за тие содржини. Основна цел на туристичката понуда е остварување профит, но никако не смее да се занемари остварувањето на нејзините хуманистички функции. Преку остварување на хуманистичките функции се придонесува за постигнување позитивни економски резултати, т.е. се зголемува вкупната туристичка потрошувачка. Сето тоа го овозможува анимацијата, која ги задоволува потребите на посетителите, пред сè потребите за промена, дружење, афирмација и слично. Исто така преку нејзините програми се стекнуваат нови знаења и вештини, се зголемува степенот на туристичка култура, како и се стекнуваат навика за активен туристички престој.

Современиот човек живеејќи во урбанизирани средини и динамичен живот, сака за време на својот туристички престој да се одмори и да се рекреира. Минати се оние времиња кога сместувањето и исхраната беа доминантни сегменти на туристичката понуда. Со својата богата и разновидна содржина, понудата презентира широка лепеза туристички услуги кои им се нудат на потрошувачите. Всушност, слободното време на посетителите во туристичкото место треба да им се исполни со најразновидни содржини. Тие треба да бидат поврзани со спортот и рекреацијата, со културно - забавниот живот, со излетите и посетите и друго. Во тој контекст станува збор за анимацијата во туризмот, која претставува еден од најзначајните сегменти на

туристичката понуда и е еден од најважните фактори за развој на туризмот. Таа треба равноправно да се третира со исхраната и сместувањето. Постојат поголем број автори кои ја проучуваат анимацијата во туризмот и даваат свои дефиниции. Од аспект на авторот на оваа книга **анимацијата е сплет на спортско - рекреативни, културно - забавни и излетнички содржини и активности, кои посетителите ги мотивираат активно и динамично да партиципираат во нив за време на туристичкиот престој.** Со цел да се задоволат интересите на посетителите, најнапред треба да се мотивираат да посетат одредена земја, место, објект или да користат одредена услуга. Во тој контекст, самиот процес на анимација опфаќа три фази. Првата фаза е подготовка. Таа го опфаќа сето она што и претходи на одредена активност преку информации, туристичка пропаганда, иницијатива, демонстрација и така натаму. Оваа фаза има свое влијание пред настапот на туристичкото патување. Влијае и врз одлуката за местото на туристичкиот престој. Содржината е втората фаза и треба да одговара на желбите, потребите и склоностите на посетителите. Самата програма на анимацијата треба да има спортско - рекреативна, културно - забавна и излетничка содржина. Третата фаза ги опфаќа ефектите. Ефектите од анимацијата на страната на побарувачката се огледуваат во зголемувањето на контактите, интензивирање на комуникативноста, интензивирање на туристичките движења, зголемување на расположението и друго. Ефектите на анимацијата на страна на понуда се повеќестрани. Индиректните ефекти се очитуваат во зголемување на посетата, стекнување на реноме и така натаму. Директните економски ефекти се огледуваат во зголемувањето на вонпансионската потрошувачка. Но, успешноста на анимацијата, нејзиното менаџирање, пред сè зависи од работата на стручните лица - аниматори. Анимацијата мора да ја водат специјализирани аниматори со посебни карактерни особини и со солидно педагошко образование.

После сето тоа повторно се потврдува големото значење на анимацијата за развој на туризмот. За жал се доаѓа до заклучок дека не се посветува доволно внимание на оваа проблематика во хотелиерството во Република Македонија и

крајно време е да се извршат фундаментални промени во ставовите на менаџерите кои се инволвирани во туризмот кон анимацијата како најзначаен сегмент на туристичката понуда и како важен фактор за квалитетни услуги. Но, се добива силен впечаток дека не постои соодветна спремност од топ менаџерите во Република Македонија, со одредени исклучоци, за реализирање на таа иницијатива. Би требало да се промовираат нови стручни кадри кои би ја надминале индиферентноста на досегашните менаџери во туризмот. Тие во целост би го забрзале развојот на туризмот. Неопходно е максимално да се искористат и валоризираат туристичките вредности со кои располага нашата земја преку програмите на анимацијата, бидејќи таа е најзначаен начин на користење на слободното време во туризмот. Во тој контекст, никако не смее да се заборави фактот дека еден од објективните фактори за брз туристички развој и за поголема конкурентност на домашниот и меѓународниот туристички пазар е и анимацијата.

Релевантна Литература

1. Аврамоски д-р Митре: „Економика на туризам и угостителство“ - скрипта, Универзитет „Св. Климент Охридски“- Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1997 год.
2. Argajl, citat prema Rot d-r Nikola: "Socijalna interakcija", DPS - Beograd, Beograd, 1978 god.
3. Ацковски д-р Никола: „Политика за развој на туризмот“ , авторизирани предавања, Универзитет „Св. Климент Охридски “- Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид.
4. Bartoluči d-r Mato i Andrijašević d-r M.: "Sportska rekreacija u turizmu", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 god.
5. Bartoluči d-r Mato: "Valorizacija medicinskih programiranih aktivnih odmora u funkciji unapređenja zdravlja i humaniziranja života i rada", Fakultet za fizičku kulturu - Zagreb, Zagreb, 1984 god.
6. Borman Arthur: "Öfentliche und private Fremdenverkehrswerbung", Archiv für den Fremdenverkehr, Jahrgang 3, No. 1, 1930 / 31.
7. Bugarski R.: "Lingvistika o čoveku", Beogradski izdavačko - grafički zavod -Beograd, Beograd, 1975 god.
8. Бунташески д-р Бранко: „Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место“,

- Просветно дело - Скопје, Скопје, 1994 год.
9. Бунташески д-р Бранко: „Психологија на туризмот и угостителството“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1995 год.
 10. Бунташески д-р Бранко: „Културно - забавната анимација во туристичката понуда“, Културата и туристичката понуда - научен симпозиум, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1996 год.
 11. Бунташески д-р Бранко: „Програмирање на анимацијата на посетителите за време на туристичкиот престој“, Зборник на трудови, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1996 год.
 12. Бунташески д-р Бранко: „Анимацијата во туристичката понуда“, Институт за истражување на туризмот - Охрид, Охрид, 2001 год.
 13. Бунташески д-р Бранко: "Задоволствата и незадоволствата на туристите", Институт за истражување на туризмот, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 2004 год.
 14. Butler G.D.: "Introduction to community recreation", Mc. Craw Co., New York, 1968.
 15. Buchly Hans: "Begriff und Wessen der Fremdenverkehrswerbung", Revue de tourisme, No. 2, Bern, 1962 год.
 16. Veldal K.: "Društveno ponašanje", Nolit - Beograd, Beograd, 1979 год.
 17. Вељковиќ д-р Душан и Будиноски д-р Михајло: „Просторно планирање“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Струга, 1998 год.
 18. Vukonić m-r Boris: "Turistička propaganda", Školska knjiga, Zagreb, 1973 год.
 19. Vukonić d-r Boris: "Marketing u turizmu", Zagreb, 1980 год.
 20. Gorman M.: "Some Methods to Evaluating Tourist Advertising", Dublin, 1964 год.
 21. Grupa avtor: "Animation im Urlaub", Starnberg, 1975 год.
 22. Gud V. i Het P.: "Metodi socijalnog istraživanja", Beograd, 1966 год.
 23. Deželjin J. i Vujić V.: "Vlasništvo, poduzetništvo, menađment",

- Alinea, Zagreb, 1995 god.
24. Жакоби Д.: „Културни туризам у селима одмора“, Култура, Завод за проучавање културног развитака, Београд, 1983 год.
 25. Zvonarević d-r Mladen: "Socijalna psihologija" , Školska knjiga - Zagreb, Zagreb, 1978 god.
 26. Zvonarević Mladen: "Socijalna psihologija", Školska knjiga - Zagreb, Zagreb, 1981 god.
 27. Извадок од "Bild Der Wissenschaft", br. 8, Stuttgart, 1976 god.
 28. ITB Komplet, br. 7/88., Berlin, 1988 god.
 29. Jadrešić Vlatko: "Sportovi na vodi i turizam", Zbornik radova Pedagoška akademija u Zadru, 1978 god.
 30. Jadrešić d-r Vlatko: "Antropološki, sociokulturološki i komunikološki okviri i aspekti animacije", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 god.
 31. Јаковлев Златко: "Анимацијски карактеристики на туристичките вредности во Охридско - преспанскиот регион", Универзитет "Св. Климент Охридски" - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, магистерски труд, необјавен, одбранет на Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2000 год.
 32. Јаковлев м-р Златко: „Анимацијата во туризмот - најзначаен сегмент на туристичката понуда“, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак – Компани, Мај, 2000 год.
 33. Јаковлев м-р Златко: „Теоретски аспекти на туристичката анимација“, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак - Компани, Скопје, Октомври, 2000 год.
 34. Јаковлев м-р Златко: „Интерперсоналната комуникација - суштина на туристичката анимација“, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак - Компани, Скопје, Мај, 2001 год.
 35. Јаковлев м-р Златко: „Туристичката анимација и туристичката понуда“, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак - Компани, Скопје, Ноември, 2001 год.
 36. Јаковлев м-р Златко: „Анимацијата на туристите за време на туристичкиот престој“, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак - Компани, Скопје, Година V, бр. 54, Јуни 2002 год.
 37. Јаковлев м-р Златко: "Анимацијата во средствата на

- туристичката пропаганда", Универзитет "Св. Климент Охридски" - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, докторска дисертација, необјавена, одбранета на Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2006 год.
38. Јаќоски д-р Бошко и Миладиноски д-р Софронија: „Маркетинг во туризмот“, Универзитет во Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Битола, 1989 год.
39. Janković V.: "Slobodno vrijeme u suvremenoj pedagoškoj teoriji i praksi", Pedagoško književni zbor - Zagreb, Zagreb, 1973 god.
40. Jović B.: "Kulturne i umetničke delatnosti u turističkoj privredi", u "Liburnijske teme", Katedra Čakavskog sabora, Opatija, 1977god.
41. Jovičić d-r Zivadin: "Turistička propaganda", Kultura - Beograd, Beograd, 1982 god.
42. Jović B.: "Organizacija kulturnih delatnosti u turizmu", Kultura, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, br. 60 - 61, 1983 god.
43. Kontz i Weinrcht: " Menađment", Mate d.o.o. Zagreb, Zagreb, 1994 god.
44. Косаркоска д-р Деса: „Некои аспекти на проблемот на финансирање на туристичката пропаганда“, Туристичката пропаганда услов за развој на туризмот - научен симпозиум, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1997 год.
45. Krapf Arthur: "Organisation und Stand der Fremdenverkehrsforschung", Bern, 1944 god.
46. Kripendorf Josst: "Putujuće čovječanstvo", SNL i Zavod za istraživanje turizma - Zagreb, Zagreb, 1986 god.
47. Крковиќ Анџелко: “Мерење у психологији и педагогији“, Београд, 1964 год.
48. Ludvig Zankl d-r Hans: "Ausbildung in der Fremdenverkehrswerbung", Revue de tourisme, No. 3, Bern, 1964 god.
49. Lüdtkе H.: "Freizeit in der Industriegesellschaft" , Opladen, 1972 god.
50. Лашкоска д-р Виолета: „Трошоци и цени - теорија и анализа“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет - Прилеп, Прилеп, 1998 год.
51. Marinovski d-r Naume: "Uloga turističkih organizacija i

- recipijentnog stanovništva u razvoju Ohridske turističke regije, doktorska disertacija vo rakopis, 1985 god.
52. Мариноски д-р Науме: „Туристичка географија“, Просветно дело - Скопје, Скопје, 1992 год.
 53. Мариноски д-р Науме: „Организациона поставеност на туристичката пропаганда во Македонија“, Туристичката пропаганда услов за развој на туризмот - научен симпозиум, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1997 год.
 54. Marković S. i Z.: "Osnove turizma", Školska knjiga, Zagreb, 1970 god.
 55. Marković Zora: "Osnove turizma", Školska knjiga, Zagreb, 1987 god.
 56. Мартиноска Бојациева м-р Симона: „Ефективно комуницирање - основа за успешно пропагирање во хотелиерството“, Туристичката пропаганда - услов за развој на туризмот, научен симпозиум, Охрид, 1997 год.
 57. Микуновиќ Љубо: „Современ Лексикон на странски зборови и изрази“, Наша книга, Скопје, 1990 год.
 58. Министерство за економија при владата на Република Македонија: „Студии за мастер план за развој на туризмот“, октомври 2002 - февруари 2003 год.
 59. Mihovilović M.: "Slobodno vrijeme gradana Jugoslavije, Institut za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1972 god., Изнесено според д-р Никола Бошале: „Социолошки аспекти на туризмот, Наша книга - Скопје, Скопје, 1982 год.
 60. Миховиловиќ д-р М.: „Туризам и околина тунок“, Проект студија и извештаји, Загреб, 1982 год.
 61. Mihovilović Miro: " Slobodno vrijeme, rekreacija i turizam", materijali seminara "Organizacija animacija", Poreč, 1984 god.
 62. Mihovilović d-r M.: "24 sata života turistia u hoteslkim kučama", referat na Simpoziju "Hotelska kuča 86", Opatija, 1986 god.
 63. Мојсоски м-р Васил и Шуклев д-р Бобек: „Планирањето и деловната политика во претпријатието“, Институт за истражување на туризмот - Охрид, Охрид, 1995 год.
 64. Нејков д-р Душан: „Политика на развој на туризмот во Југославија“, Универзитет во Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Битола, 1983 год.
 65. Нестороска д-р Иванка: „Анимации во туризмот“, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 2007 год.

66. Nikolić m-r. S., Sekulić J. i Petrović M.: "Rekreativna i kulturna turistika", Beograd, 1974 god.
67. Novak M. i P. Sikavica: "Poslovna organizacija", Informator Zagreb, Zagreb, 1994 god.
68. Ogilvy David: "Confessions on Advertising Man" - Fifth Printing - Atheneum, New York, 1964 god.
69. Pavić I.: "Statistička teorija i primjena", Tehnička knjiga Zagreb, Zagreb, 1970 god.
70. Pavlovsky B. Gotthardy: "Predajna narodna kultura i turizam", u "Liburnijske teme", Ktedra Čakavskog sabora, Opatija, 1977 god.
71. Peršić M.: "Elementi za ekonomsku valorizaciju ostvarenih rezultata animacije u turizmu", Animator, Bilten UAT br. 1, Opatija, 1990 god.
72. Petković S. i I. Magdalenić I.: "Elementi socijalne psihologije", Pravni fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Zagreb, 1977god..
73. Ph. Moisset: "Accueil et animation", AFIT Agence Francaise de l'ingenierie touristique, Oktobar, 1996, Tournai, Belgique.
74. Plenković M.: "Komunikacijske karakteristike radijskih i televizijskih žanrova", Dometa, Izdavacki centar - Rijeka, Rijeka, br. 9 / 1978 god.
75. Plenković M.: "Demokratizacija masmedija", Centar za informacije i publicitet - Zagreb, Zagreb, 1980 god.
76. Plenković M.: "Teorija i praksa javnog komuniciranja", Izdavačko instruktivni biro - Zagreb, Zagreb, 1983 god.
77. Прангоска д-р Лилјана: „Деловно однесување - култура, комуникации, управување“, Институт за истражување на туризмот - Охрид, Охрид, 1998 год.
78. Прангоска д-р Лилјана: „Мотивацијата во туристичката пропаганда“, Институт за истражување на туризмот, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1998 год.
79. Равкин д-р Радослава: „Културно - забавните и рекреативните содржини во туристичката понуда на туристите“, Вонпансионската потрошувачка во хотелиерство - научен собир, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1984 год.
80. Ravkin d-r Radoslava i Dodig m-r M.: "Analiza potreba, stavova i interesa turista za sadržajima kulture, zabave i sportske

- rekreacije u turističkom središtu Poreč", Poreč, VII - VIII / 1986 god., (umnoženo)
81. Ravkin d-r Radoslava: "Animacija u turizmu", Založba, mladinska knjiga, Ljubljana - Zagreb, 1989 god.
 82. Ravkin d-r Radoslava: "Modeli i načini komunikacije u animaciji", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999god.
 83. Ravkin d-r Radoslava: "Pojam, cilj i načela animacije", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi", Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 god.
 84. Relac d-r Mirko: "Sportska rekreacija u turizmu", Sportska tribina - Zagreb, Zagreb, 1979 god.

 85. Relac d-r Mirko i Bartoluči d-r Mato: "Turizam i sportska rekreacija", Informator - Zagreb, Zagreb, 1987 god.
 86. Rot d-r Nikola: "Znakovi i značenja", Nolit - Beograd, Beograd, 1982 god.
 87. Симонческа м-р Лидија: „Деловното планирање во туристичкото стопанство - теоретски основи и можна примена во Република Македонија“, докторска дисертација, Охрид, 1998 год.
 88. Симонческа д-р Лидија: „Промотивни активности во туризмот“, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Институт за истражување на туризмот - Охрид, Охрид, 2000 год.
 89. Sorić Ante: "Razvijanjem rekreativno - zabavnih sadržaja povećati dobit", ASMA - Kongres.
 90. Стојановиќ проф. Тодор: „Анализа на работењето на претпријатијата“, Сојуз на сметководствените и финансиските работници на Македонија - Скопје, Скопје, 1990 год.
 91. Стојмилов д-р Александар: „Основи на туризмот“, Просветно дело - Скопје, Скопје, 1992 год.
 92. Studienkreis fur Tourismus - Reiseanalyse, Starnberg, 1971 god.
 93. Танески Радослав: „Можности за зголемување на вонпансионската потрошувачка во УТРО - Охрид од Охрид“ - Вонпансионската потрошувачка во хотелиерството - научен собир, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1984 год.

 94. Todorović d-r Aleksandar: "Metodologija istraživanja slobodnog vremena", Savremena administracija - Beograd, Beograd, 1978

god.

95. Тоноски д-р Горѓи: „Социологија на туризмот“, Универзитет во Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Битола, 1993 год.
96. Thiessing R.: "Schweizerische Verkehrswerbung im Auslande", Der Fremdenverkehr in der Schweiz, Schweizerische Fremdenverkehrsverband, Zürich, 1934 год.
97. Thomas John A.: "Strategy in The Field of Tourist Publicity", Tourist Publicity, IUOTO Simposium, Dublin, 1964 год.
98. Turistički savez Jugoslavije: Konjunktурне информации, број 240, 1979 год.
99. Unković d-r Slobodan: "Економика турима", Savremena administracija d.d. izdavačko - štamparsko poduzeće, Beograd, 1995 год.
100. Fox d-r John: "Komunikacija i kultura, temelj animacije", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 год.
101. From Erih: "Zdravo društvo", Rad - Beograd, Beograd, 1980 год.
102. Hunziker i Krapf, цитат според Ацковски д-р Никола: „Политика за развој на туризмот“, авторизирани предавања, Универзитет „Св Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид 1996 год.
103. Cerović m-r Zdenko: "Poduzetništvo i menađment čimbenik uspesnosti poslovanja u hotelijerstvo", doktorska disertacija, Hotelijerski fakultet - Opatija, Opatija, 1994 год.
104. Cerović d-r Zdenko: "Animacija i turizam", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 год.
105. Cerović d-r Zdenko: "Oblici valorizacije učinka animacije u turizmu", Animacija u hotelijersko - turistickoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, Opatija, 1999 год.
106. Cerović d-r Zdenko: "Organizacija i menađment turističke animacije", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 год.
107. Cerović d-r Zdenko: "Osobine animatora u turizmu", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi", Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 год.
108. Cerović d-r Zdenko: "Animacija u turizmu", Sveučilište u Rijeci, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, 2008 год.

109. Cetinski m-r V. i M.: "Zabavni centri i mjesta koncentrirane zabave", referat na Simpoziju "Hotelska kuća 86", Opatija, 1986 god.
110. Cetinski d-r Vinka: "Animacija - kvaliteta koja se isplati", Privredni vjesnik Zagreb, br. 6/88, Zagreb, 1988 god.
111. Cetinski d-r Vinka: "Animacija kao segment suvremene turističke ponude", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999god.
112. Cetinski d-r Vinka: "Oblici animacije u hotelijersko - turističkoj ponudi", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi", Hrvatska udruga hotelijera i restoratera, Opatija, 1999 god.
113. Cetinski d-r Vinka: "Predstavljanje animacije na turističkom tržištu", Animacija u hotelijersko - turističkoj ponudi, Hrvatska udruga hotelijera i restoratera - Opatija, Opatija, 1999 god.
114. Cicvarić d-r Ante: "Ekonomika turizma", Izdavačko poduzeće "Zagreb", Zagreb, 1990 god.
115. Цицковски м-р Александар: „Значењето на вонпансионската потрошувачка во структурата на вкупната потрошувачка“, Вонпансионската потрошувачка во хотелиерство - научен собир, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 1984 год.
116. Сиковски м-р Александар: "Hotelijerstvo kao nosilac turističke ponude SR Makedonije", doktorska disertacija, Sveučilišni centar za Ekonomske i Organizacijske znanosti u Rijeci, Rijeka, 1985 god.
117. Цицковски д-р Александар: „Привидни ситници во хотелското работење“, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Зборник на трудови, 1985 год.
118. Цицковски д-р Александар: „Промотивни активности во хотелиерството, угостителството и туризмот“, Универзитет во Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Битола, 1987 год.
119. Čavlek N.: "Njemci suzdržaniji u putovanjima", Hrvatski turistički magazin br. 4/97, Zagreb, 1997 god.
120. Čulić d-r Dmitar: "Turistička propaganda", Zagreb, 1965 god.
121. Škarić I.: "U potrazi za izgubljenim govorom", Školska knjiga - SN Liber - Zagreb, Zagreb, 1982 god.
122. Štimac Kuzman: "Uticaj recepcije na uspešan boravak gosta u hotelu", Bilten 3, Zagreb, 1975 god.

Б И О Г Р А Ф И Ј А на д-р Златко Јаковлев

Роден е 02.01.1971 година во Охрид, каде што завршил основно и средно образование. Учебната 1989/90 година се запишал на Факултетот за туризам и угостителство -Охрид. Студиите по туризам и угостителство ги завршил 1995 година, при што се здобил со звање дипломиран организатор по туризам и угостителство. Во учебната 1995/96 година се запишал на постдипломски студии при Факултетот за туризам и угостителство во Охрид, насока туристички менаџмент. Предвидените испити ги положил во определениот рок со просечна оценка 9,44 и на 13.01.2000 година на јавно закажана одбрана на магистерскиот труд со наслов „Анимациски карактеристики на туристичките вредности во Охридско - преспанскиот регион“, кој со успех го одбрал се стекнал со академска титула Магистер на науки од областа на туризмот и угостителството. Со оглед на тоа што туризмот и натаму е негова научна преокупација на 19. 12. 2002 година пријавил докторска дисертација со наслов: „Анимацијата во средствата на туристичката пропаганда“, која ја изработил со успех. На јавно закажаната одбрана на 11. 01. 2006 година истата успешно ја одбрал и се стекнал со академски назив Доктор на науки од областа на туризмот и угостителството.



Во 1996 година краток временски период работи во туристичкото стопанство и со успех ја совладува техниката на рецепциското работење. Во 1998 година релативно краток временски интервал бил репрезент на туристичкото стопанство преку агенцијата - ТАО, за развој на туризмот, а во рамките на општина Охрид, преку која е пратен на стручно усовршување во Велика Британија на програмата за Менаџмент во туризмот. Веќе истата година активно бил вклучен во економските текови т.е. вработен бил во ЕМО Охрид АД на место референт за увоз, потоа координатор во централна набава, а од август 2004 година до јануари 2007 година бил директор на маркетинг во ЕМО Охрид АД.

Од ноември 2008 вработен е како доцент во рамки на Универзитетот Гоце Делчев - Штип на Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија по предметот Менаџмент во туризмот на редовните студии. Исто така, на истиот факултет, на редовните студии ги предава предметите: Основи на туризмот, Слободно време и алтернативен туризам, Маркетинг во туризмот и Анимации во туризмот. На последипломски студии на Факултетот за туризам и бизнис логистика на насоката меѓнароден туризам ги предава предметите Современи тенденции во туризмот и Стратегиски менаџмент во туризмот.

Негова преокупација е стручно и научно надградување на неговата личност преку перманентното образование. За таа цел има активно учествувано во повеќе програми и курсеви и со успех ги има завршено истите. Во тој контекст би ги споменале следниве: менаџмент тренинг програма на Универзитетот во централен Ленкашир – Велика Британија, менаџмент тренинг програма во британската индустрија, курс по деловно планирање, курс по менаџмент за време, курс по согледување на трошоците на производите и услугите, курс по финансиска контрола и курс по практичен маркетинг. Има напишано поголем број стручни трудови од доменот на анимацијата во туризмот и менаџментот. Исто така, има учествувано и во одредени проекти за локален туристички и економски развој на општина Охрид.

Од светските јазици го владее англискиот, а има познавања и од германскиот јазик и компјутерското работење.