

Анимацијата во туризмот – најзначаен сегмент на туристичката понуда

Денешниве услови во кои се наоѓа Република Македонија можат да се окарактеризираат како неповолни, во поглед на нејзината стопанска развиеност. Секоја земја, па така и нашата треба да ги искористи своите компаративни предности, своите потенцијали за да доживее економска експанзија. Република Македонија 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 Р. Македонија или не, ќе зависи од тоа дали ќе знаеме сите ние да ги искористиме сопствените компаративни предности. Неоспорен факт е дека туризмот има поливалентно значење и е мултипликатор на стопанскиот развој. Со оглед на тоа дека Р. Македонија располага со природни, материјални и човечки фактори за развој на туризмот, кои се недоволно искористени, сметаме 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 туристот да му се понудат соодветни услуги со што ќе биде задоволен.

Во тој контекст станува збор за туристичка анимација која всушност е составен дел на туристичката понуда. Ја збогатува со најразновидни содржини и ги поттикнува туристите на активен посодржаен 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, склоностите и желбите на туристот. Не може, а да не се истакне искажувањето на еден од најголемите туризмолози во светот Валтер Хунцикер: „По својата права природа, туризмот претставува само спореден економски аспект. Човекот е неговиот прав центар“. Туристичката анимација и туризмот воопшто, не се среќаваат често како тема на научни дела во светот. Р. Македонија не е исклучок. Тоа значи дека во нашава земја се чувствува дефицит

од научни трудови, од оваа област. Затоа туристичката анимација, која е еден од најважните сегменти за развој на туризмот, се наметнува како императив.

1. Поимот туристичка анимација

Туризмот е релативно нова општествено – економска појава. Тој се јавува на одреден степен од развиеноста на основните фактори кои го условуваат и се резултат на општествено – економскиот развој. Туризмот особено доаѓа до израз кога бројот на луѓето кои се вклучиле во туристичките патувања добил такви димензии што почнал да влијае и врз формирањето на одредени други појави и односи, кои пак придонесле туризмот да стане посебно важен фактор и во општествена и во стопанска смисла. Тој е комплексна и мултидимензионална општествена појава која во себе носи белези и детерминанти на целокупна општествена структура.

Со други зборови тој не е стопанска гранка, а вклучува повеќе стопански дејности (угостителство, сообраќај, трговија, занаетчиство и друго). Не е медицинска гранка, но вклучува доста активности од медицината (здравствен туризам). Иако не е гранка од доменот на културата, опфаќа многу полиња на културна дејност (културно – историско наследство, културни манифестации, музика, фолклор и друго). Опфаќа многу спортски активности, иако не е гранка од спортот (спортска рекреација, спортски манифестации и слично). Не е политички феномен, но е во повеќекратна меѓузависност со политичката клима во земјата. Не се смета за природна појава, но е во повеќекратна меѓузависност со природните појави (клима, хидрографија, фауна, флора и друго).

Постојат многубројни дефиниции за туризмот, но за најприфатлива се смета дефиницијата што ја дале швајцарците Хунцикер и Крапф во 1942 год, која гласи: „Туризмот е збир на односи и појави настанати при патувањето и престојот на посетителите во некој крај доколку тој престој не значи постојано населување и не е врзан за стекнување за заработка“.

Потребата на луѓето да патуваат привремено надвор од своето место на живеење произлегува од тоа што тие живеат во урбанизирана и за здравјето неповолна средина и под услови кои се штетни за нивното душевно и физичко здравје. Токму овој факт стана основен двигател на објективниот причинител на масовните туристички движења кои добиваат пошироки размери.

Во забрзувањето на урбанизацијата, а оттука и на омасовувањето на туризмот посебно влијаат следниве фактори:

1. Економски фактори (подигање на животен стандард);
2. Технички фактори (усовршување на сообраќај);
3. Социјални фактори (зголемување на населението);
4. Фактори од институционален карактер (слободно време, социјална политика и друго.) и
5. Останати фактори од психолошка и ирационална природа (мода, снобизам и друго).

Работниот човек за време на работата во поголема мера го заменуваат машините и другите современи технички средства. Во слободното време исто така малку се движи и активира, бидејќи користи автомобили и други превозни средства. Одморите му се мошне пасивни и статични. Поголемиот дел од слободното време го користи во гледање телевизија, слушање радио, читање дневен печат и друго. Поаѓајќи од ваквиот современ начин на живот и работа во денешнава индустријализирана и урбанизирана цивилизација, кај работниот човек денес се повеќе е присутна потребата за промена на местото на живеење и престој во простори кои се сеуште чисти и незагадени, со цел да се обнови физичката и психичката кондиција на човекот. Современиот човек живеејќи 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. Всушност, слободното време на туристите во туристичкото место треба да им се исполни со најразновидни

активности. Секој еден учесник во туристичките движења, покрај тоа што сака да ги задоволи основните потреби: сместување и исхрана, покажува интерес и кон други околности, како што се: запознавање на крајот, објектот, луѓето, обичаите, навиките и друго. Оттаму, потребно е туристичко – угостителските работници да посветат посебно внимание на слободното време на посетителите односно на времето кое треба да им се исполни со разновидни активности. Тие активности треба да бидат поврзани со спортот и рекреацијата, со културно – забавните активности, излети и прошетки, и низа други активности кои би довеле до збогатување на содржината на туристички престој.

Според досега кажаното станува збор за туристичка анимација која претставува еден од најзначајните сегменти на туристичката понуда и е еден од најважните фактори за развој на туризмот. Таа треба рамноправно да се третира со исхраната и сместувањето. Самиот поим анимација потекнува од латинскиот збор „анимаре“ што значи да се оживи, да се вдахне со живот.

Постои одреден број автори во светот кои се занимаваат со проучување на туристичката анимација и даваат различни дефиниции.

Туристичката анимација спрема д-р Радослава Равкин се дефинира како: „Составен дел на туристичката понуда, која значи збогатување на таа понуда со разни содржини како поттикнувачи на туристите на што посодржаен престој“.¹

Оваа дефиниција според нас е недоволна поради тоа што ја опфаќа само содржината на анимацијата. Па, во таа конотација, се смета како најприфатлива дефиницијата на група германски автори: „Туристичката анимација е сплет на поттикнувачки активности за време на туристичкиот престој. Овој сплет опфаќа подготовка, содржина и ефекти од активноста“.²

Врз основа на оваа дефиниција може да се забележи дека таа опфаќа три фази.

¹ D-r RadoslavaRavkin: “Animacija u turizmu”, Založba, mladinskaknjiga, Zagreb, 1989 god. Str. 15.

²Grupaavtori: “Animation in Urlaub”, Starnberg, 1975, str. 16.

Првата фаза (подготовка) го опфаќа сето она што му претходи на одредена активност преку информации, иницијатива, демонстрација итн. Оваа фаза има свое влијание и пред настапот на туристичкото патување. Влијае и врз одлуката за местото на туристичкиот престој.

Втората фаза (содржината) треба да одговара на желбите, потребите и склоностите на туристите. Самата програма на туристичката анимација треба да има културна, спортско – рекреативна и забавна содржина.

Третата фаза ги опфаќа ефектите. Ефектите од туристичката анимација на страната на побарувачката се огледуваат во зголемувањето на контактите, интензивирањето на комуникативноста, интензивирањето на туристичките движења, зголемувањето на расположението и друго. Ефектите од туристичката анимација на страната на понудата се повеќестрани. Индиректните ефекти се огледуваат во зголемување на посетата, стекнување на реномето и така натаму. А директните економски ефекти се огледуваат во зголемувањето на вонпансионската потрошувачка.

Туристичката анимација треба да биде ефикасно организирана и реализирана, а истата опфаќа повеќе подрачја од кои ние се одлучуваме за следниве:

- спортско – рекреативни активности на вода и копно
- културно – забавни активности и
- излети и прошетки.

Но, успешноста, нејзиното организирање и реализирање, пред се зависи од работата на стручните лица – аниматори. Туристичката анимација мора да ја водат образовани аниматори со посебни карактерни особини и со солидно педагошко образование.

D-r RadoslavaRavkin: “Animacija u turizmu”, Zalozbamladinskaknjiga, Zagreb, 1989 god. str. 15.

Grupaavtori: “Animation in Urlaub”, Starnberg, 1975, str. 16.