

АРСЕНИЈЕ ЈАНЕВСКИ

"Ние треба да ги промениме чиповите зошто хардверот ни е в ред, но софтверот ни е инфизиран со вируси, треба да го смениме менталниот склоп и да размислуваме поинаку кога е во прашање туризмот во државата", вели Арсеније Јаневски, директор на ТА Компас Скопје, член на Кластерот за туризам на Проектот на УСАИД за конкурентност на Македонија (МЦА), поранешен претседател на АТАМ.

Туризмот во државата воопшто не е сфатен сериозно, туку е препуштен на луѓе кои го работат како хоби!

Среќна околност е што Македонците сè уште не го комерцијализирале духот на гостопримство!

# МОРАМЕ ДА НАДМИНУВАЈЌИ

■ Пишува: Рената МАТЕСКА

По долги години пауза, Холанѓаните повторно се вратија во Охрид, а Македонија лека полека станува дестинација и на Американците, Англичаните, Германците. Потребно е да вложиме повеќе труд за да се споредуваме со другите држави во нашето соседство. Всушност, реалните состојби ни воочуваат многу слабости, кои мора да се надминат доколку сакаме да бидеме посакувана туристичка дестинација!

"Ние, за жал, сè уште чекаме некој да дојде и да не научи да пливаме во туристичките води, додека останатите во регионот веќе не претркаа. Чекаме некој да дојде со кајче да не земе и да не пренесе до брегот. Би ја спомнал и мојата теза која денес е мошне актуелна, околу јајцето и кокошката. Ние чекаме да дојдат туристи и дури тогаш да ја пуштиме, на пример, жичарницата, да промениме мени, да обезбедиме автобуси со клима, да отпечатиме разгледници, да из-

работиме сувенири и слично. Јас имав една група од педесеттина туристи од САД, на кои немав што многу да им понудам за да си купат за спомен од Македонија. Американците со парите си се вратија дома, а токму тие пари можеше некој кај нас да ги заработи. Ми беше непријатно кога на едно место најдовме на интересен каталог за Македонија, но имаше само еден примерок, а десет туристи посакаа да го купат. Кога го прашав продавачот зошто е така, тој едноставно немаше одговор на тоа. Но, не е само тоа, ние од Маврово до Охрид немаме ниту едно пристojно место за одење во тоалет. Освен тоа, нехиџиената и отпадоците ги имаме насекаде низ државата. Ќе ви кажам еден пример кога туристите ги однесовме на Водоча, но приказната за големата Македонија ја кажувавме со срам, бидејќи секаде околу нас бевме опкружени со ѓубре. Се прашувам всушност кој требаше тоа да го исчисти, дали локалната



"Кога говориме за нашите aspirации кон Европската унија, покрај сите други поврзувања регионално, неизбежно е и да помислиме на поврзувањето во сферата на туризмот. Како мала земја и нашето сè поголемо отворање кон Унијата ќе има многу такви туристи кои ќе сакаат да го видат Балканот, а ние имаме што да понудиме, а на нив е да изберат. Потребен е строго дефиниран Акционен план и луѓе кои ќе го исполнуваат. Ние во Кластерот работиме на строго утврдени цели и постигнуваме резултати", истакнуваат членови на Кластерот за туризам.

Tour Operator	Interest in returning to Macedonia
Explore Worldwide (UK)	4 catalogue tours – 2005 already underway – 2006 in prep (double the number of tours offered)
Urlaub und Natur (Germany)	Mk only and regional culture and adventure tour offered in 2005
Journeys International (USA)	Nature Trip in 2005
Old Country Tours (UK)	Historic battle tour in 2006
Hike 'n Sail (Turkey)	Hiking and culture
Regent Holidays (UK)	Extension of the current program for 2005

СПИСОК НА СТРАНКИТЕ ТУР ОПЕРАТОРИ ВО МАКЕДОНИЈА

прави сметка, на пример, што на државава ќе ѝ донесат 50.000 туристи, од аспект на зеленчук, тоалет хартија, сапуни, детергенти, храна, вино, сè што реално се троши. Ние едноставно не сфаќаме - вели Јаневски - дека тоа, на пример, би значело приход од 20 милиони американски долари, за кои треба да вложиме околу два милиона американски долари за пропаганда. Тука ние паѓаме на испит. За да добиеме вистински поттик, државата треба да земе сериозен пристап кон туризмот, односно каков вид туризам сака?! Ќе го спомнам примерот со Хрватска каде

беше спроведена акцијата 'повеќе цвеќе, помалку смет', која беше толку успешно изведена. Тие едноставно станаа петти во светот по еколошки чиста држава и меѓу најпривлечните светски туристички локации. Но, сè тоа беше резултат и на јасно зацртаната стратегија на хрватската Влада, која знаеше многу да вложи во туризмот. Кај нас не се размислува така!"

Но, сепак, туристичките работници велат дека ги имаме сите предуслови за да станеме привлечна туристичка дестинација, имаме прекрасно културно и природно наследство и имаме можности

# НАУЧИМЕ ДА "ПЛИВАМЕ", ЈА МЕНТАЛНАТА СВЕСТИ

самоуправа, дали црквата, дали државата? За жал, во делот на туризмот ни се исфилтрирани луѓе кои немаат никаква врска со она што реално значи професионализам. Имаме безброј такви примери каде некои луѓе влегуваат во овој бизнис со интерес и без познавање на работите", со доза на разочараност коментираше Арсеније Јаневски, кој во оваа индустрија опстојува веќе 40 години.

## ИСКУСТВО И ПРЕДИЗВИЦИ

Луѓето од оваа бранша го потенцираат фактот дека туризмот од државата не е сфатен како мошне доходна гранка, која може да донесе многу капитал, инвестиции, нови вработувања. Нашите соседи и пошироко, државите во регионот, многу сериозно го имаат сфатено туризмот, вложуваат во него, а резултатите се повеќе од очигледни.

"Потребно е некој да на-

И покрај надлежностите на Секторот за туризам и угостителство во рамките на Министерството за економија, туристичките работници имаат забелешки дека тој не располага ниту со основниот пропаганден туристички материјал.

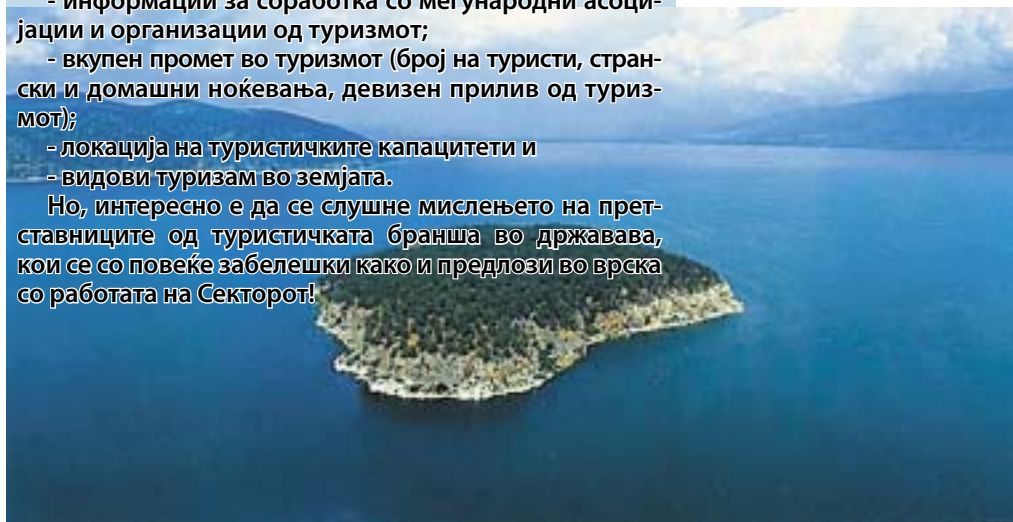
Меѓу другото е прецизирано дека Секторот ги дава следните информации и услуги од неговиот делокруг на дејност:

- туристички развојни проекти;
- информации за законската регулатива во туризмот (услови за вршење на дејност од областа на угостителството и туризмот, процес на категоризација на објектите);
- информации за соработка со меѓународни асоцијации и организации од туризмот;
- вкупен промет во туризмот (број на туристи, странски и домашни ноќевања, девизен прилив од туризмот);
- локација на туристичките капацитети и
- видови туризам во земјата.

Но, интересно е да се слушне мислењето на претставниците од туристичката бранша во државава, кои се со повеќе забелешки како и предлози во врска со работата на Секторот!

за различни видови туризам како што е стационарниот (кога туристите се лоцирани само на едно место, на пример, во Охрид), транзитниот (кој подразбира транзит балкански тури), алтернативниот (кој е поспецифичен и претставува тренд каде е вклучено планинарењето) и слично.

"Ние имаме прекрасна позиција за транзит балканските тури. Македонија е мала



држава за која се потребни околу 4-5 часа за да се помине од еден на друг крај, што е поевтино за туристот отколку турата низ некоја друга држава. Пребогати сме со природни богатства, со вода, со езера, со флора и со фауна. Источна Македонија буквално е неоткриена, за разлика од другата страна, од конкуренцијата, конкретно Банско, Пирин, Рила и слично каде се инвестираат големи средства. Но, секоја една работа има свои предности и слабости. Конкретно голем вакуум претставуваше тоа што тука долг период имавме војни кои делуваа погубно на туризмот. Но, сега веќе ги надминавме таквите состојби, иако не можеме да се ослободиме од фактот дека на Балканот сме оптоварени сами со себе. Ние живееме со товарот на минатото и нè оптоварува тоа кога ќе погледнеме во иднината. Јас сум за тоа дека ние на светот треба да му покажеме една византиска цивилизација. Правејќи ваков вид позитивни промени, Македонија ќе почне да си ја пишува својата историја. Денес војните се водат на сите полиња, а туризмот е едно од најчувствителните, кој не е отпорен на политички, економски, здравствени влијанија. Така, ние сме сè уште млада туристичка дестинација во глобални рамки и најпрво треба да ги елиминираме недостатоците, а паралелно да се зафатиме со покрупни работи како, на пример, инвестирање во капитални и во стратешки оправдани туристички комплекси", дециден е поранешниот претседател на АТАМ.

### НЕДОСТАТОЦИ И АЛТЕРНАТИВИ

Често, се подзаборават дека туризмот е гранка која по број на вработени, вработува лица од разни комплементарни индустриски гранки. Меѓу честите забелешки на луѓето кои се занимаваат со туризам е и тоа дека ние немаме образовани тур лиде-



"ДОБРОДУШНОСТА И ГОСТОПРИМСТВОТО СЕ НАШИТЕ АДУТИ",  
ВЕЛИ ЈАНЕВСКИ

ри. Сериозно не е сфатена професијата - туристички водич. Тоа треба да бидат стручно оспособени лица, кои од почеток до крај ќе бидат одговорни за туристите. Во првата фаза од формирањето на Кластерот за туризам во рамките на МЦА, размислувале за развој на масовен туризам во државата, но се концентrirале на моментните предизвици на алтернативниот.

"Имаме сериозни можности за алтернативен туризам. Но, за тоа е потребна логистика. Не е можно тоа доколку планината е без одредени

патеки, без мапи и посебни обележувања. Правилата велат - потенцира Јаневски - дека за ваквите тури за шест туристи е потребен еден водич, кој зборува англиски, германски и холандски јазик. Исто така, потребна е и специјална спасувачка екипа за да биде загарантирана безбедноста на туристите. Ние треба да ја обезбедуваме целата инфраструктура за туризам во планина. Но, во основа е важно Македонија да се изјасни декларативно дали сака туризам. Во нашето Министерство за економија, никогаш немало чувство за

туризам. Министерството ни е пренатрупано со други проблеми, кои се од битно значење за државата и едноставно нема време да развива стратегија за туризам. Се прават напори од страна на Кластерот за туризам, преку Националниот совет за претприемништво и конкурентност во кој има претставници на кластерите, министри, стопанственици, банкари. Промената на неколку гарнитуре министри за економија, влијаеше на наоѓањето сенс за почнување и реализација на конкретна стратегија за туризам".

Сепак, во потрага по позитивна енергија за развој на туристичка клима во државата, според Јаневски, такво нешто не е можно доколку не го промениме менталниот склоп и начинот на однесување кон туризмот. Исто така, како пример треба да ни биде искуството на другите за постигнување позитивни резултати. Иронично е и тоа што кај нас никој не се сетил да побара странски донации конкретно за промотивен материјал, за подобро презентирање на Република Македонија надвор, по примерот на нашите соседи. Власта во државата треба да се потруди за да се создаде конкурентен туристички производ, на пример, олеснувања за увоз на автобуси стари до две години кои многу би значеле за создавање солидни бизнис - туристички услови, а не би ја загадувале животната средина. Не треба да живееме во илузија и во виртуелна држава, туку треба да бидеме покритични кон себе и да сме свесни дека мораме да ги смениме "размислувањата" доколку сакаме да прераснеме во привлечна туристичка дестинација.

За почеток можеме да го користиме она што е расположливо и не чини ниту денар, а тоа се големите адути на Македонија како гостопримливоста и широкото срце на Македонците. Овие се приоритети кои странскиот турист не може да ги сретне на друго место.

**И покрај недостатоците кога е во прашање туризмот во државата последните податоци од Државниот завод за статистика бележат нагорна линија!**

Бројот на туристите во април 2005 година во однос на април 2004 година, е зголемен за 21.6 отсто, а бројот на ноќевањата е зголемен за 9.4 отсто. Во периодот јануари-април 2005 година, во однос на истиот период од претходната година, бројот на туристите е зголемен за 11.8 отсто, а бројот на ноќевањата за 3.3 отсто. Бројот на туристите во април 2005 година, во однос на претходниот месец, е зголемен за 4.2 отсто и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 18.4 отсто, а кај странските има намалување за 5.0 отсто. Бројот на ноќевањата во април 2005 година, во однос на претходниот месец, е зголемен за 1.2 отсто и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 16.7 отсто, а кај странските има намалување за 8.7 отсто.

