



СО ЦАР САМУИЛ И Г СВАДБА ДА ЈА НАМ МАКЕДОНИЈА КА ТУРИСТИЧКА ДЕСТ



Господине Китановски, Вашата идеја за промоција на македонскиот туризам е за поздравување. Македонија е прекрасна земја и има што да им понуди на туристите, но имајќи ги предвид настаните од регионот, сметате ли дека постои заинтересираност на странците за посета на нашиот крај?

КИТАНОВСКИ: Политичката ситуација на Балканот е таква каква што е. На настаните и на промените ќе мораме да се навикнеме и со нив да живееме, иако сè ова звучи жалосно. Знам, курсот е ризичен и некој можеби ќе помисли дека "Китанче е за Свети Наум!" Сепак, оваа година сериозно планирам да почнам со тури низ Македонија; да ја сондирам положбата и да го тестирам интересот кај странските туристи, повторно да ги изградам поранешните деловни врски а, пред сè, да отворам нов извор на заработувачка и девизи. Македонија е мини дестинација, со добар потенцијал за деликатен, културен и немасовен туризам, за кој од секогаш постоел и ќе постои интерес. Светот се интересира за Македонија, ја посетува и ѝ помага. Македонија е "ин", земја која доаѓа! Мала земја со голема култура. Странците ни завидуваат на неверојатните природни убавини, здравата храна и виното, љубезноста и гостопримството на луѓето, особено на возбудливата народна музика, која сè уште не знаеме да ја користиме како што треба за туристичка промоција на нашата земја!



КИТАНОВСКИ: Во мојот досегашен и скроман прилог за Македонија презентирани се најубавите туристички места на Охридско Езеро, плажите, езерските тури и излети, културните манифестации и фестивалите. Каталогот досега е најубавата реклама за Охридската ривиера: привлечните фотографии "провоцираат" апетит за Македонија и будат желба и копнеж, да се дојде во Охрид и да се доживее новооткриената дестинација. Многу потенцијални гости се воодушевени од туристичкиот wdr-филм "Erlebnisreise Ohridsee und Prespasee" од серијата "Schätze der Welt-Erbe der Menschheit" на Monika Kovacsics и усната пропаганда на нејзините пријатели и блиски луѓе, кои веќе биле на Охридската ривиера и нетрпеливо го очекуваат објавувањето на севкупната туристичка програма за Македонија од "Macedonian Sun".



Воодушевени ли се странците од тоа што сте им го презентирале за Македонија?



Разговорот го водеше:
Жаклина МИТЕВСКА

АЛИЧКАТА ЕТНЕМЕ КО "ИН" ИНАЦИЈА



Климент Китановски-Китанче потекнува од Корабница, Охридско. По завршувањето на охридската гимназија образованието го продолжува во Дубровник, во рамките на Загребскиот универзитет, за да го проучува туризмот. На 25 години заминува во Франкфурт и се вработува кај "Дертоур", еден од најголемите туроператори во Германија. По 35 години успешна работа во "Дертоур", тој се реориентира кон Македонија, со цел да ја почне својата мисија за развој на македонскиот туризам. Неговата идеја е основање туроператор (организатор за патувања) во Македонија, кој ќе создаде и ќе лансира наш македонски автохтон туристички производ со сопствено име и марка. Новиот туроператор "Macedonian sun" со седиште во Франкфурт ќе биде презентер на нашите природни убавини и знаменитости, култура, кулинарство, музика, фоклор... во Германија и пошироко. "Macedonian sun" отвора и своја сопствена агенција во Охрид "Ohridsee Touristik- Service Center", каде гостите ќе бидат пречекувани, советувани и информирани.

Еве една изјава на музичарот Холгер С., кој минатата година дојде на одмор во Охрид преку нашата агенција: "Сум слушнал многу убави кажувања за Охрид и со години имав желба да го посетам тој крај. Лани таа желба ми се исполни. Заедно со мојата пријателка Инес го посетивме Охрид, го видовме синото лице на езерото и вкусивме свежи пастрмки во Трпејца. Бев воодушевен од "Охридско лето", од групата "Синтезис", од балетот "Билјана платно белеше", од "Македонско девојче-ти тетовско јаболче", а особено од изведбата на "Тешкото", каде е вткаена тешката историја на македонскиот народ! Сега сум љубопитен што ќе подготват организаторите на фестивалот за идното лето!"



Каква улога игра културата за македонскиот туризам?

КИТАНОВСКИ: Културата игра решавачка улога во туризмот. Речиси секој турист, од ученик до пензионер, има желба

еднаш во животот, историските места, знаменитостите, фреските, за кои во предавањата слушнал, лично да ги посети и да ги види. Културата не се ограничува само на ископините на Плаошник и на античките градови Хераклеја и Стоби... Многуге фестивали, изложби, манифестации со задоволство се посетени од гостите. Културата и историјата се многу важни за туризмот, заедно со чистите плажи, сончевото и топло време, регионалната кујна, се главните мотиви за одмор во една земја како што е Македонија.



Што поконкретно содржи каталогот на "Macedonian Sun" и дали освен Охрид, кој Ви е роден крај, ќе ги презентирате и другите краеве во Македонија?

КИТАНОВСКИ: Каталогот содржи микс на понуди за главниот град, за Западна, Централна и Античка Македонија, хотелски понуди во Маврово, Крушево, Битола, Гевгелија и во други туристички места. Во него се пропагира нашата гастрономија, виното низ Тиквешката, македонското "жолто злато" во Прилеп, дивата убавина на Преспанското Езеро... Акцентот, се разбира, лежи во плажите, сонцето... во Охридската ривиера, во природата и културното наследство. Постои потенцијал за проширување на програмата со аранжмани за здравствен, спортски, планинарски, манастирски и гурмански туризам. Јас имам јасни претстави што може да се направи, на пример, од "Галичка свадба", од "Илинден" во Крушево, од "Гроздобер" во Кавадарци, од фестивалите во Охрид и во Струга, од пивопразникот во Прилеп, од селскиот туризам во Вевчани, од церемонијата на Св. Богородица во Скребатно и Калишта. Се надеваме дека со една ваква разновидна понуда ќе достигнеме неколку целни групи гости: индивидуални туристи, бизнисмени, ученици и студенти (идни гости!) и дека ќе постигнеме и добри финансиски резултати. Во Германија има неколку туроператори, кои би интегрирале наши понуди во своите каталози. Два-три сопственици на автобуси пројавија интерес за соработка. Сега треба само интензивно да се комуницира.



Каква е комуникацијата со надлежните за туризам, одредено Министерство, асоцијации, хотелиери...?



КИТАНОВСКИ: Комуникацијата во РМ е казниво запоставена. Најсвеж пример: Во врска со бизнис форумот со иселениците се осмелив да контактирам со тимот од Министерството за економија и наидов на "глуви усти". Од РМ на писма со важна содржина и термини не се враќа никаков одговор. Тоа е лоша т.н. "руска" тактика, која поништува секоја позитивна мотивација и разочарува. Имам чувство дека некој таму горе како да ги блокира обидите на иселениците за воспоставување деловни контакти за инвестирање и соработка со надлежните министерства. До кога Македонија ќе биде вака, како изолиран остров, затворена земја, не знам. Знаам само дека оваа мини државичка треба да се отвори, да се вклучи и да ги следи тековите и на туристичкиот пазар, чии закони поинаку функционираат од македонските. Без комуникација нема туризам!



Кога би можеле, што Вие би направиле за туристичката бранша во Македонија?

КИТАНОВСКИ: Прво би почнал да отстранувам сè што ја загрозува сериозноста и што го грдее името на целата туристичка бранша во Македонија, која досега воопшто не е негувана. Со хотелски имиња "Бетон", "Гранит", "Петрол", "Дон Вито" или "Месе-Сотрапу" не се прави туристичка пропаганда и реклама за одмор на Охридско Езеро. Зарем во Македонија немаме подобри привлечни наши македонски имиња за хотели и за другите туристички објекти, како што се, на пример, Цар Самуил Палас, Билјана, Деспина, Крали Марко, Калеш Ангa...?



Може ли Македонија да живее од туризам?

КИТАНОВСКИ: На почетокот не. Македонија е мала земја, без излез на море и не може во првиот петтогодишен план, од 2008 до 2012 г., да стане "врвна туристичка дестинација во Европа", како што е наведено во стратегијата за туризам. Нашата земја не лежи во подрачјата на големи туристички сензации и светски чуда. Добро, имаме неколку езера, но "и други мајки имаат убави керки". Ние не можеме да конкурираме со Хрватска или со нашиот јужен сосед и да очекуваме милијарди добивка од туризам, без инвестиции и без работа на тоа поле. Се забележува огромен дефицит речиси во сите работи за успешно функционирање на туристичката бранша. Во Македонија сè уште не е дефинирано каков туризам сакаме да форсираме: класа или маса?

Мораме да се одлучиме и да се концентрираме на специфичен туризам за индивидуални гости и да го стимулираме интересот кај публиката, кој засега не е голем. Бројот на гостите

од странство во Македонија се движи на сосема скромно ниво иако од година во година прометот полека се зголемува. На македонскиот туризам потребни му се неа, квалитет и реклама. Неколку туристички агенции во РМ ќе можат добро да заработуваат во туризмот. Корист ќе имаат сите хотели и другите партнери кои се вклучени во програмата, а најмногу државата! Но, ако се намножат стотици туристички агенции, како што чекаат 300 таксисти на аеродром во Скопје - нема ништо да биде! Сè тоа треба да се анализира и да се регулира од посебна служба, како што се прави во Германија. Пред десеттина години и Ирска, Португалија и Шпанија беа сиромашни земји и не можеа да живеат од туризам. Полека се збогатија. Вработените во туризмот сега имаат повисок стандард и живеат многу подобро.

Охридско езерската туристичка регија е авиодестинација со ниска фреквенција, за charter-летови и сè уште неатрактивна и неекономска. Летови нема постојано. Туристите за Охрид се принудени со "AA" да летаат преку Љубљана, со "AUA" преку Виена, со "Croatia" преку Загреб, со "CSA" преку Прага, со "Малев" преку Будимпешта... За еден лет од 100 минути губат цел ден, треба да платат повеќе од 400 евра за билет и повторно од целта - Охридското Езеро се оддалечени 200 км. Тоа гостите не можат и не сакаат да си го дозволат. Тука е најголемиот проблем. За да може македонскиот туризам да се развива потребна е сериозна поддршка од националниот авиопревозник, а "MAT" како национална македонска авиокомпанија туристички е силно воздржана. Оваа задача не е наша туку на "MAT" и на министерствата за економија и за транспорт и врски. Се зборува дека ќе биде воведена директна линија Дизелдорф-Охрид-Дизелдорф за 99 евра. Убеден сум дека на оваа тема интензивно се работи за идното лето.



Досега Македонија немаше стратегија за развој на туризмот. Се работеше за недоволна стручност, за немање соодветни кадри во таа област или едноставно за незаинтересираност? Колку Вашето познавање на тоа како функционира туризмот во другите земји ќе Ви помогне за правилно развивање на македонскиот туризам. Велите дека Вашата агенција ќе функционира по германски стандарди?

КИТАНОВСКИ: Од сè по малку! Се среќава и непрофесионалност, има слаби и немотивирани кадри, незнаење и незаинтересираност од дното до врвот! Кај "Macedonian Sun" целта е дефинирана, патот до неа е трасиран, предусловите се создадени и ќе му бидат предадени на избран тим, кој ќе биде добро воден, трениран, мотивиран и наградуван, како што јас бев стимулиран во "Дертоур" и како што гледав како се работи во Германија. Моето искуство и практика ѝ се потребни на нашата земја и многу би придонеле штом правилно се стават во функција за развој на македонскиот туризам. За поцелосен одговор на Вашите прашања ќе цитирам мал извадок од мојот извештај до "Дертоур" за Бизнис форумот и првата туристичка берза во Охрид, каде забележав зголемено интересирање на актуелната Влада за туристичката бранша во РМ: "Малата балкан-земја Македонија како кандидат за влез во ЕУ интензивно се труди и спроведува разни реформи за да го поттикне економскиот развој, особено туризмот во земјата. Во соработка и со надзор на експерти од Европската унија, Светската туристичка организација WTO и од USAID во последно време направено е многу за сестран развој на Македонија. И во туризмот се забележува голема пресвртница. Донесена е Стратегија за туризам, за која на 10.12.2007 г. се дискутираше од страна на целата туристичка бранша. Основана е Национална туристичка организација "Macedonia Tourismus", избран е и владин советник за туризам. На Бизнис форумот со иселениците, кој

Има еден друг помал и решлив проблем за авиогостите, ме чуди зошто досега никој не сака да го реши. Имено, да се организира, прилагоди на доаѓањата на авионите и да воведат ексклузивен автобуски трансфер 1-2 пати седмично, кој ќе ги поврзува хотелите на Охридското Езеро со аеродромот во Скопје и обратно; за да можат гостите од Скопје со туристички автобус, да го наречеме "Ohridsee-Ferien-Express" или "Shongololo" поудобно и поевтино да се превезуваат до Охрид. Трансферот ќе трае 2-3 часа и ќе чини помалку од такси превоз од аеродромот "Александар Велики" до центарот на Скопје. Други туристички земји би понудиле бесплатен превоз до Охрид илиgratis ноќевање во Скопје, со посета на градот, а ние Македонците "за влез во рајот", како што пишува еден наш rent-a-car-гостин, по неколку метри од скопскиот аеродром наплатуваме патарина.

се одржа на 16.1.2008 г. во Скопје, се зборуваше за инвестирање во РМ, меѓу другото, беа претставени и 5 нови хотелски објекти во изградба: ски-населбата "Кожув", "Four-Saisons-Holiday-Center" во Крушево, хотелресорт "Преспа" на Преспанското Езеро, "Macedonian Villages" кај Скопје и "Куратица" близу Охрид. Од 17 до 20 јануари се славеше отворањето на првиот Саем за туризам во Охрид, кој ги надмина сите очекувања. Најважно: Буџетот за промоција на македонскиот туризам е зголемен од 120.000 на 850.000 евра. Според изјавата на државниот секретар за туризам, голем дел од овој буџет ќе биде наменет за Македонија за маркетинг, промоција и пропаганда во странство, со цел да се мотивираат и да се регрутираат што повеќе туристи кон Македонија.



Како македонската Влада гледа на оваа Ваша идеја, имате ли поддршка од македонските власти, или поконкретно имате ли доволно финансии за нејзина реализација?

КИТАНОВСКИ: Исклучително важно прашање! За страниците во каталогот на "Дертоур" со туристички понуди од Македонија првата година добив симболична поддршка од страна на ХОТАМ, втората година од ГТЗ и од неколку хотелиери, а оваа сезона за каталогот со сопствена и со севкупна туристичка програма за нашава земја очекувам пари од касата на Министерството за економија. Се надевам дека новиот министер и владиниот советник за "белата бранша" ќе имаат подобар

Еден хотелиер не може сам да се пробие и да се пропагира на туристичкиот пазар. Тој мора да се придружи и да се вклопи во заедничкиот концепт на една дестинација, која пропагира во име на сите членови. Хотелите партнери треба да достават свои понуди, цени, промотивен материјал за каталогско претставување на објектите во една национална туристичка марка, за што поуспешен настап на пазарот. "Macedonian sun" нуди одлична можност, сега сите да се поврземе и со конструктивна соработка да создадеме нешто, што во другите земји веќе функционира со години. Китанче апелира да преминеме од зборови на дела и да направиме нешто ново, заедничко и национално, карактеристично македонско! Доколку ние Македонците не "врбуваме" гости сами и организирано, никој друг нема за нас да прави туристичка промоција. "Gemeinsam sind wir stark" е мојот јавен повик до сите кои сакаат да бидат дел од програмата на "Macedonian sun".

"слух за туризмот". Хотелиерите годишно плаќаат стотици илјади еври за туристичка такса од ноќевањата на нивните гости; па оправдано очекуваат надлежните за туризам да прават и да шират туристичка пропаганда и реклама за нивните објекти! Како иницијатор на оваа акција "Macedonian sun" е подготвен да преземе една третина од севкупниот трошок за каталогот, за повеќе нема смисла. Немам намера ниту толкава моќ да преземам стопроцентно финансирање на програмата. Во Скопје, на Преспанско, Мавровско и на Охридско Езеро, во Битола, Прилеп, Крушево и на други туристички места во Македонија

има интерес за соработка и постојат добри шанси другата третина од потребните пари да се собере од туристичкиот сектор на хотелиерите и другите носители на услуги, чии објекти ќе бидат вклучени во програмата и претставувани во каталогот. Триесет и три отсто од потребната инвестиција за општа пропаганда и старт на проектот треба да дојде од буџетот на Секторот за туризам т.е. Министерството за економија, а тоа не е ништо за една држава, колку и да е сиромашна! Без никаква поддршка од ниедна државна институција или асоцијација која работи на оваа дејност и без сестрана поддршка од хотелите нема ниту туроператор-специјалист, ниту каталог, ниту претставништво за туризам на Република Македонија. Од мојата идеја и ангажираност очигледна е намерата да му се даде импулс на развојот на македонскиот туризам. На каталогот не треба да се гледа само како на фактор на трошоци, туку како важна инвестиција во иднината на туризмот. Убеден сум дека со една мала поддршка од македонска страна ќе направиме вистински чекор напред. Нашите цели и визији, барања и очекувања во меѓувреме се јасно формулирани и предадени кај најнадлежните за развој на македонскиот туризам во надлеж-



ното Министерство и кај ХОТАМ. Секој ден очекувам писмо, во кое ќе пишува: потребните средства се обезбедени и веднаш да почнам со продукција и дисперзија на туристичката програма!



Дали засекогаш останувате во Германија или се враќате во Македонија, односно дали ќе функционираат на релација Франкфурт-Охрид?

КИТАНОВСКИ: На 25 години дојдов во Франкфурт; бев добро примен на работа, имав успех и доживеав реализација на моите животни очекувања и желби. Основав семејство. Татко сум на две ќерки и еден син, кои секоја година доаѓаат на одмор во Охрид. Иако нашиот дом е во Франкфурт, јас секогаш со мислите сум во Охрид. Со овој град ме поврзуваат многу нешта. Во Охрид учев, одев во кино, кај Чинарот закажував средби, зачудено го гледав божествениот поглед на Св. Богородица во "Св. Климент"... Родниот град со неговите улици, куќи, манастири и цркви, историја и луѓе со здрав дух, за мене е идеална татковина. Ние имаме езеро, планини, чист воздух, песни... Во Корабица близу Охрид изградив куќа и таму сакам да ја минам староста. А релацијата Охрид-Дубровник-Франкфурт-Охрид ќе функционира и понатаму како и досега! Од оваа релација сум фасциниран, таа збогатува. Од моите патувања чувам вреќа впечатоци, доживувања и спомени. За мене нема поубаво место на светот отколку кога седам на карпите од терасата на Канео и гледам во чистите води на езерото, таму каде што "охридските галеби" во летните денови скокаат од високата карпа 30-40 метри во вода надолу, "докажувајќи ја својата храброст и зрелост за женее!"