

THE APPEARANCE OF HOTELS AS A FACTOR FOR ATTRACTING TOURISTS IN THE MUNICIPALITY OF BEROVO

Vladimir Kitanov

Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia,
vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Abstract: In the eastern part of North Macedonia, in the Maleshev valley, with an area of 595 km, the small town of Berovo stands proudly. Apparently, it is no different from other small places in the country, but with the first meeting with the hosts, the impression of Berovo and Maleševija is already formed, and by getting to know the natural factors, the rich cultural and historical heritage, the secret that attracts thousands of visitors a year right here in this little town in the East. Berovo is a real potential for the development of rural tourism with an authentic style. Today we live in a new and modern society where every person from the huge urban areas dreams of spending a certain short period of time in a rural and not sufficiently developed territorial space. The accumulated stress and the overloaded city environment give people the opportunity to make a comparison between gray everyday life and staying in an authentic rural environment, the need for fresh and ecologically clean food, pleasant contacts with the local population, getting closer to natural beauties, the village garden, yard, and with desire and to rural labor.

Keywords: mountain hotel, economic development, rural tourism, foreign tourists

ИЗГЛЕДОТ НА ХОТЕЛИТЕ КАКО ФАКТОР ЗА ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА ТУРИСТИ ВО ОПШТИНА БЕРОВО

Владимир Китанов

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, Северна Македонија,
vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Апстракт: Во источниот дел на Северна Македонија, во Малешевската котлина, со површина од 595 км гордо се издига малото градче Берово. Навидум, тоа со ништо не се разликува од другите мали места во земјава, но со првата средба со домаќините, веќе се гради впечатокот за Берово и за Малешевијата, а со запознавање на природните фактори, богатото културно и историско наследство, се открива тајната која привлекува илјадници посетители годишно токму овде во ова мало граче на Истокот. Берово е вистински потенцијал за развој на еден рурален туризам со автентичен стил.

Денес живееме во едно ново и современо општество каде секој човек од огромните урбани средини мечтае одреден краток временски период да помине во рурален и не доволно развиен територијален простор. Натрупаниот стрес и пренатоварената градска средина им даваат можност на луѓето да направат споредба помеѓу сивото секојдневие и престојот во автентична рурална средина, потребата за свежа и еколошки чиста храна, пријатни контакти со локалното население, доближување до природни убавини, селската градина, двор, а со желба и до селскиот труд.

Клучни зборови: планински хотел, економски развој, рурален туризам, странски туристи

1. ВОВЕД

Берово претставува град кој има висок потенцијал и ги задоволува и највисоките критериуми за развој на еден таков вид на туризам односно развој на рурален туризам. Општина Берово, која е дел од Малешевската котлина има умерено - континентална клима со модификација на климата во високите планински и рамничарски делови. Климата е од особена важност за овој рурален град бидејќи во секој временски период од годината Берово нуди и раскажува своја посебна приказна. Туризмот како феномен на денешнината зазема сè позначајно место во економијата на секоја земја. Амбиција на секоја земја е преку туризмот да привлече што повеќе странски туристи кои ќе ги посетуваат и разгледуваат нејзините убавини.

Зголемениот развој на туризмот во светски рамки е поврзано со потенцијалниот развој на руралниот туризам. Тој е една од неколкуте активности кои можат да понудат решение за социјалните проблеми во руралните средини, посебно проблемот со високата стапка на невработеност.

Низ светот, трендовите на индустријализација и развој имаат централно урбанистички приод. Паралелно, стресот на урбаниот начин на живот придонесува за синдром на контраурбанизација. Ова води до зголемен интерес за руралните средини.

Туризмот во Берово претставува еден од секторите кој заслужува посебно внимание.

Поради тоа треба да се преземат мерки и активности на планот на унапредување на оваа дејност. Имено, во соработка со Источниот плански регион, туризмот е определен како приоритетна дејност. Ваквиот третман се должи на богата, атрактивно-ресурсна основа со изразити потенцијали, солиден кадровски потенцијал, угостителска традиција и организациска посветеност и свест за значење-то што го има туризмот како дел од општествено-економскиот развој и како фактор кој може да поттикне вакви процеси во други дејности и гранки.

Берово е вистински дар даден од природата кој има што да понуди и да раскаже на туристите од огромните метрополи.

Берово има богата предиспозиција за развој на рурален туризам, но она што му недостасува е изградба на планински хотел со планински ентериер. Развојот на руралниот туризам во Берово може да се унапреди со изградба на планински хотел. Поради огромната распространетост на различни ентериери и различни декорации се создаваат и огромните барања и желби и на посетителите односно гостите во хотелите. Една нивна ваква желба и барање е заминувањето и сместувањето во планински хотел. Тоа е потреба која стана феномен во ова наше денешно и современо живеење. Во денешно време менаџерите на сите хотели посветуваат огромно внимание на ентериерот во своите хотели бидејќи е од особена важност на целата функционалност. Изградбата на хотелите може да се забележи буквално на целата територија ширум светот. Но изградбата на еден планински хотел бара посебни работи за разлика од другите типови на хотели.

Секој менаџер пред да се одлучи за изградба на еден планински хотел треба да избере погодна локација за таа намена. Локацијата треба да биде во склад со потребите на туристичкиот пазар.

За одбирање на погодна локација неопходно е да се анализираат следниве критериуми:

Погодноста односно непогодноста за вклопување на објектот во средината – тоа значи дали избраната планинска локација навистина одговара да се изгради еден хотел.

Дали хотелот ќе е пристапен, односно какви ќе бидат можностите за доаѓање на потрошувачите до него – тоа значи како гостите ќе можат да ја поминат целата планина за да можат да стигнат во хотелот. За ваквите видови на хотели неопходно е да има максимална патна поврзаност од главниот пат па се до пред хотелот.

Забележливоста на хотелот – како потрошувачите ќе знаат дека на тоа место се наоѓа хотел. Поради таа причина постојано треба да има рекламни табли кои стојат покрај патот и има насоки за движење. Пожелно е и сите планински хотели да имаат поставено рекламни табли и низ центарот на градот за сите да бидат информирани за неговото постоење.

Дали тоа планинско место влијае атрактивно на потрошувачите – тоа значи дали тоа место има и други природни и привлечни вредности (можност за пешачење по посебни патеки, можност за скијање во зимниот период, постоење на атракции со води, можност за јавање на коњи, почитување и негување на долга традиција, одржување на презентации и запознавање на гостите со историјата на таа планина, која година е граден хотелот и уште многу други услуги кои ќе ги привлечат и задржат посетителите.

Дали на тоа планинско место има обезбедено паркинг простор за возилата на потрошувачите.

Сето тоа се основните критериуми кои треба да се согледаат пред да се започне со изградба на еден планински хотел.

2. ЕНТЕРИЕР НА ПЛАНИНСКИ ХОТЕЛ

Изградбата на планински хотел претставува сеопфатна и комплексна структура. Целата сложеност при изградбата на еден планински хотел доаѓа од моментот дека треба да се посвети огромно внимание при неговата изградба почнувајќи од материјалите за работа целата опрема и уреденост. При изградбата на хотелот треба да бидат застапени материјали од дрво и целиот хотел на крајот да испадне една убава природна приказна со убава содржина. Со убавиот ентериер човекот во определената просторија се чувствува многу поубаво и посполнето. Поради различните ентериери разликуваме и повеќе типови на хотели. Еден од многуте видови на вакви хотели е и планинскиот хотел.

Секој нов планински хотел уште од почетокот на самата неговата изградба си има посебен амбиент, атмосфера и ентериер кој е различен од сите останати хотели на туристичкиот пазар. Амбиентот и атмосферата на еден планински хотел се клучните чинители на неговата концепција. Амбиентот се гради врз сите декорации кои се создаваат и градат во тој хотел, исправноста на техничките уреди, квалитетот на услугите и слично. Во планинските хотели гостите можат да ја забележат огромната застапеност и употребеност на материјалите од дрво. Хотелот треба архитектонски да се вклопува во планинската средина и заедно со неа да прави една целина.

Во планинските хотели за разлика од сите други типови на хотели гостите се задржуваат подолг временски период. Тоа се хотели во кои гостите можат да се чувствуваат буквално како дома бидејќи ја имаат целата

слобода на располагање. За временскиот период додека престоуваат таму тие за определен момент се одделуваат од секојдневието, од работата, од истите патишта, од истите луѓе, и бучавата која ја имаат дома. Во тие хотели во многу случаи може и самиот сопственик односно менаџерот да ја врши и должноста домаќин и да придонесува и учествува во давањето на услугите на гостите. Планинските хотели за разлика од другите се многу полами и тоа е исто така уште една причина која придонесува за максимална опуштеност на луѓето. Сите сопственици на вакви хотели се обидуваат на направат спој од традиционалното и модерното и на чуден начин успеваат да го привлечат вниманието најчесто на странските туристи па и на домашните.

Гостите никогаш не треба да бидат изненадени од прекумерната употреба на дрво и во нивните соби во ваквите видови на хотели. Тие го знаат претходно начинот како работат, функционираат и се уредени ваквите типови на хотели. Една хотелска соба во планински хотел има дрвена врата, огромни дрвени прозорци преку кои можат да уживаат во прекрасниот поглед што го нуди тој хотел, кревет во зависност од тоа за каков вид на соба станува збор и дрвени плакари и шкафови за чување на облеката на гостите. Нема некоја посебна опрема и современи уреди во ваквите видови на хотели. Луѓето не се сместуваат во вакви хотели поради потребата да имаат комуникации со многу луѓе, вршење на бизнис цели и планови нивната причина поради која се таму е љубовта кон природата, тишината и да се одморат. Често пати тие хотели не располагаат во собите ниту со најсовремената технологија која постои денес. Целиот хотел мора сам по себе да биде доживување и искуство кое гостинот ќе го памети. Хотелските соби мора да бидат база за одмор, мир и удобност.

Исто така треба да се внимава и при уредување на бањите во планинските хотели на квалитетот на материјалите, бојата и декорацијата што влијае врз удобноста и чувството на топлина.

Амбиентот, атмосферата и ентериерот создаваат непосредни свесни и потсвесни влијанија врз гостите. Непосредните свесни влијанија се манифестираат преку реакцијата на гостите, на пример: Дали хотелот располага со рамни планински површини? Дали хотелот се наоѓа на место каде има чист воздух? Дали гостите кои доаѓаат од огромните метрополи и од центрите на градот можат максимално да се одморат? Дали хотелот е бучен? Дали хотелот е доволно обезбеден и гостите се на сигурно? Дали масите во ресторанот се многу близу? Сите тие прашања создаваат крајна слика за тој хотел од кои зависи и нивното задоволство и расположение. Ентериерот во голема мера е и креатор на расположението на гостите. Најчесто во сите планински хотели начинот на работа е базиран на некоја култура и традиција. Тоа се објекти кои најчесто се посетувани од лица кои имаат многу брз и динамичен живот па имаат потреба извесен период да поминат на некое вакво место во кое преовладува тотална тишина. Планинските хотели во голема мера го употребуваат дрвото како декоративен елемент и сите декорации и креации ги изведуваат од дрво кое исто така остава огромни впечатоци кај посетителите и притоа изгледаат привлечно и интересно. Поради големата желба да бидат успешни сите менаџери на туристичкиот пазар своите планински хотели ги градат на еден типичен и конкретен начин и максимална употреба на дрвото. Современите бои на сидовите ги заменуваат со правење на различни форми од дрва и ковање на даски по сидовите. Подготвени се на направат буквално една цела фантазија од сидовите со дрва и начинот на кој ги уредуваат. Сето тоа бара многу повеќе работа и умешност бидејќи за да имаат подготвени вакви сидови во хотелите е потребно повеќе време и обработка на самото дрво. Исто така современата столарија на врати и прозорци ја заменуваат со дрвото. Вратите ги изработуваат како да изгледаат буквално од пред илјада години, но сепак тие се реконструирани и обновени. Сега вратите ги прават убави и впечатливи преку резбањето на самото дрво од кое е изработена вратата. Исто така тие менаџери не ги користат современите материјали и на прозорци кои се нудат на пазарот. Целиот хотел го опремуваат само со прозорци изработени од дрво. На прозорците не купуваат и не монтираат ролетни кои се направени од пластика, метал или друг материјал бидејќи нема да одговара и да биде во склад со другиот мебел во тој планински хотел па затоа најчесто ги изработуваат од дрво и нив. Подот најчесто го изработуваат од различни ламинати, иверица или некој друг материјал кој е направен од дрво. Ваквите хотели заедно со себе носат една поинаква слика и приказна која е карактеристична за нив. Во денешно време има буквално секаков вид на машина па затоа ништо не е невозможно да се направи. Луѓето кои работат и умеат да го обработуваат дрвото можат биквално секој мебел или алат да го изработат и од дрво. Тоа се посебни лица кои имаат посебно знаење и пракса во својата работа. Удобност и топлина со која зрачи просторот уреден со дрво, плетива, меки ткаенини и традиционални детали потсетуваат на некои минати времиња кои нема да ги остават гостите рамнодушни. Обложување на големи површини на сидови со дрвени даски е доста интересно и привлечно за сите. Дрвото е моментално најбараниот декоративен детал во ентериерот.

Композиција во уредувањето на планинскиот хотел и планирањето на дизајнот на ентериерот, потребно е да се размили за хотелот како на серија поврзани простори. Затоа е потребно еден заеднички стил и тема да

провејува низ него. Ова не значи дека сите елементи на ентериерот треба да бидат исти, но, треба да изгледа кохезивно, надополнувајќи се меѓусебно. Во планинските хотели најчесто употребувани бои се кафеава, црна, сива и зелена. Од особена важност за ваквите хотели е и осветлувањето околу хотелот и во хотелот. Треба да има обезбедено доволно и дневна светлина иако тој хотел се наоѓа во планина. Во никој случај не смее да се дозволи просториите во хотелот да бидат затемнети и мрачни.

Во денешно време современите туристи не се вклучуваат во туризмот само поради сместување во обична хотелска соба со бели сидови и конзумирање на обично подготвена храна. Современите туристи сето тоа си го имаат и дома тие се вклучуваат во патувањата да видат и да доживеат нешто ново, интересно и не предвидливо, а сето тоа можат да го почувствуваат во еден тематски уреден планински хотел.

На оние кои никогаш не биле во Берово нема да им биде лесно со помош на фотографии да ја доловат убавината на ова место, особено богатството на природата во неговата околина. Столетни борови, ливади и пасишта, богатството од лековити билки и шумски плодови, изворишта и реки, планинското сонце, чистиот воздух, одличниот шумски мед, многу традиционални лекови од природни состојки, со коишто успешно се лечат болести на дишните органи, анемија, авитаминози. Самото гратче се наоѓа на скоро 1000 m надморска височина. Сместено како во гнездо, меѓу иглолисна шума, заедно со своите жители со векови тврдоглаво одолева на налетите на „прогресот“ и цивилизациските „придобивки“. Многумина од надвор тоа го гледаат како недостаток, но незаменливиот мир и спокојството на животот тука, поврзаноста на човекот со природата, е вистинска реткост во денешниот свет на загаденост и кризи.

Целта на промовирањето на Република Северна Македонија како извонредна бизнис и туристичка атракција е привлекување на поголем број туристи од целиот свет, во нашата земја и обезбедување на интернационализација на македонскиот бренд. За да се постигне тоа, неопходно е континуирано промовирање на Република Северна Македонија, како бренд на регионален и глобален план. Тоа е предуслов со цел активностите на промовирање на нашата земја на инвестиционен и туристички план, да ги дадат саканите резултати. Република Северна Македонија располага со богат фонд на автентични, културни, природни и традиционални ресурси и производи кои, согласно глобалниот тренд во последните децении во руралниот туризам, нудат сериозни можности за развој на оваа гранка.

И покрај фактот што Северна Македонија располага со неопходните вредности, руралниот туризам во нашата земја не е способен да привлече многу странски туристи.

Една од основните слабости во постојната етапа на развој на туризмот во руралните средини кај нас е недостигот на истражувања во оваа област. Недостасуваат официјални статистички податоци за општата состојба на овој пазар како: број на туристи, приходи од руралниот туризам, број на места за престој и објекти за сместување, сезонска искористеност на објектите за сместување и исхрана итн.

Недостатокот од такви статистички податоци во голема мерка ја отежнува анализата и можностите да се прават објективни анализи и прогнози за развојот на руралниот туризам и неговите форми кај нас.

Во нашата земја не постои точна статистика колку објекти нудат услуги поврзани со руралниот туризам. Според некои автори, околу 250-300 објекти во руралните средини нудат рурален туризам. Поголемиот дел од овие објекти се сконцентрирани главно во три региони: Југозападниот, Пелагонискиот и Источниот.

Посетувајќи го Берово и околината може да се открие еден нов свет, свет кој од една страна знаете дека е креиран од човекот, но од друга страна, го носи дивото кое е нечепнато со столетија. Околината на Берово е богата и со *флора и фауна*, што значи дека постои можност за лов на дивеч, како и на рекреативен риболов по реките и езерото.

Туристичката понуда се однесува на повеќе целни групи, како според возраста (млади, возрасни, семејства) така и според потеклото на гостите, односно како кон домашни туристи така и кон странски туристи од регионот, Европа и пошироко. Тие можат да ги користат погодностите за туристички престој и одмор низ повеќе активности како што се планинарење, кампување, посета на еко-села, манастири, археолошки локалитети, културни манифестации, пробање на локални гастрономски специјалитети и др.

Покрај ова, беровската општина е позната како крај со поволни климатски услови за одгледување и конзумирање здрава храна. Надалеку се познати беровското сирење, беровскиот компир, планинскиот мед и сл. Граничната положба на општината Берово со своите индустриски капацитети, барем засега, не претставуваат закана за животната средина.

3. ЗАКЛУЧОК

Руралниот туризам, токму преку традицијата нуди посебни и невообичаени туристички доживувања и искуства, иако интересот за село и слободните природни простори се вродени во човекот, тој интерес за село кај модерниот урбан човек е дополнително зајакнат во текот на неговото детство, по пат на сликовници, литература и филмови.

Развојот на македонскиот туризам зазема клучно место во годинашните проекти на Министерството за економија. Централно место зазема проектот "Македонско село" кој е директно насочен не само кон развојот на туризмот во Северна Македонија, туку и кон развој на руралните средини.

Генерално постои ограничена маркетинг експертиза не само во регионот, туку и национално и истата се менува полека, со размена на искуство, обуки, нови знаења и вештини и нов кадар.

Во областа на градот Берово потребно е повеќе време да се систематизираат знаењата, информациите и вештините за да се креира експертиза која ќе се користи, развива и употребува во понатамошните маркетинг кампањи. Соодветно на плановите за развој на туризмот, потребно е да се развие и маркетинг стратегија за поддршка на развојот на туризмот на регионално ниво, која би била во согласност со претходно донесена и усвоена маркетинг стратегија на национално ниво. Само организиран, планиран и таргетиран маркетинг на национално ниво, кој подоцна ќе биде преточен на регионално ниво, согласно туристичките производи и услуги, може да обезбеди резултати во подобрување на туристичкиот промет и зголемување на бројот на туристите во регионот.

Туризмот во регионот Малеш – Пијанец досега не беше многу застапен, но во наредниот период на истиот ќе му се посвети големо внимание, со цел да стане профитабилна и атрактивна стопанска дејност за инвестирање. Развојот на туризмот воопшто, а со самото тоа ина руралниот туризам, ќе се темели на збогатување на содржините и инфраструктурно уредување на руралните простори, со цел овие локалитети да прераснат во туристички комплекси во регионот.

ЛИТЕРАТУРА

Димитров, Н. (2012). Просторно планирање (авторизирани предавања за интерна употреба на додипломски студии), Штип.

Douglas, N., & Derrett, R. (2019). *Special Interest Tourism*. Brisbane: John Wiley & Sons.

Encyclopedia of Tourism (2019). Editor: Jafar Jafari, Routledge, London – New York. George W.

Grupa autora (2000): *Ekoturizam i održivi razvoj u ekološko osjetljivim prostorima*, Turizam, Zagreb.

Horner, S., & Swarbrook, J. (2020). *International cases in tourism management*, Elsevier, London.

Јаковлев, З. (2009). Алтернативен туризам (авторизирани предавања за интерна употреба на додипломски студии), Гевгелија-Штип.

Јаковлев, З. (2010). Анимација во туризмот, Софија- Богданци

Kala, D., & Bagri, S. (2020). *Global Opportunities and Challenges for Rural and Mountain Tourism*. IGI Global.

Китанов, В. (2010). Развој на руралниот туризам во регионот Малеш- Пијанец, Завод за заштита на спомениците на културата и Музеј - Штип

Krstić, B., & Krstić, M. (2017). *Teorijski okviri održivog razvoja, Ekonomika održivog razvoja (Economics of Sustainable Development)*, Niš.

Mair H., & Reid, D. (2019). *Rural tourism Development Localism and Cultural Change*, Channel view Publications, Toronto, Canada.

Методијески, Д., & Димитров, Н. (2013). *Рурален Туризам*, УГД, ФТБЛ-Штип

Методијески, Д. (2012) *Туризмот во руралните средини. Современост*.