



УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
БИТОЛА

ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО
ОХРИД



ДОКТОРСКИ ТРУД

ГАСТРОНОМСКА АНИМАЦИЈА ВО
МАКЕДОНСКИОТ ТУРИЗАМ

Кандидат:

М-р Гошо Чочороски
Туризам / Досие бр. 31

Ментор:

Проф. Д-р Иванка Нестороска

Охрид, 2021

Комисија:

1. Проф. Д-р Иванка Нестороска
2. Проф. Д-р Катерина Ангелевска - Најдеска
3. Проф. Д-р Дејан Методијевски
4. Проф. Д-р Васо Цуцулески
5. Проф. Д-р Симона Мартиноска

*Посветено на моето семејство, за нивната голема љубов и
поддршка...*

СОДРЖИНА		страница
АПСТРАКТ		9
ВОВЕД		11
<i>I ДЕЛ. ОБРАЗЛОЖЕНИЕ ЗА НАУЧНА И СТРУЧНА ОПРАВДАНОСТ НА ТЕМАТА</i>		13
1.	Теоретска содржина	14
2.	Дефинирање на поимите	15
3.	Дефинирање на проблемот на истражување	16
4.	Формулирање на предметот и цели на истражување	17
5.	Научна хипотеза	18
6.	Истражувачки методи и техники	19
7.	Очекувани резултати	20
<i>II ДЕЛ. ВЛИЈАНИЕ НА ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА ВРЗ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ</i>		21
	„ ПРИОД ВО ПРОУЧУВАЊЕ НА УГОСТИТЕЛСТВОТО И ТУРИЗМОТ КАКО СТОПАНСКИ ДЕЈНОСТИ ВО КОЈ ПРИПАГА ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА ”	22
1.	Поим, предмет и цел на работење на угостителството	22
1.1	Карактеристики (специфичности) на угостителството	23
1.2	Поделба на угостителството	24
1.2.1	Хотелиерство	24
1.2.2	Ресторанство	26
2.	Дефинирање на туризмот како стопанска дејност	28
2.1	Карактеристики на туризмот	29
2.2	Видови на туризам	32
3.	Меѓусебна врска и зависност помеѓу угостителството и туризмот	34

	„ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ“	36
1.	Вовед во гастрономски туризам	36
1.1	Историски развој на гастрономскиот туризам	40
1.2	Поим и дефинирање на гастрономскиот туризам	45
1.3	Гастрономскиот туризам како алтернативна форма на туризам	47
	„ПОЛМОВНО - СОДРЖИНСКИ ОСНОВИ НА АНИМАЦИЈАТА“	49
1.	Поим, дефинирање и цели на анимацијата	49
2.	Потреба за анимација	51
3.	Анимацијата како дел од современата туристичка понуда	52
4.	Видови и поделба на анимацијата	57
	„ГАСТРОНОМСКА АНИМАЦИЈА“	59
1.	Поим и дефинирање на гастрономската анимација	59
2.	Значењето на гастрономската анимација за развој на туризмот	60
3.	Видови на гастрономска анимација	62
III ДЕЛ. ПРАКТИЧНИ ИСКУСТВА ОД ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА		64
	„ДОМАШНИ ПРАКТИКИ ПОВРЗАНИ СО ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА - ОПИС, ДЕФИНИРАЊЕ И ПРИМЕРИ“	65
1.	Гастрономска анимација во организација на туристички агенции	65
1.1	Гастрономска тура	65
1.2	Винска тура	66
1.3	Македонска национална вечер	66
1.4	Посета на селски домаќинства	71
1.5	Ручек и излет во природа	72

1.6	Гастрономска анимација на брод	73
2.	Гастрономска анимација во организација на угостителски објекти	74
2.1	Гастрономска анимација во хотели	74
2.1.1.	Гастрономска анимација внатре во хотелите	75
2.1.1.1.	Гастрономска анимација во ресторанот	75
2.1.1.1.1.	Гастрономска анимација во тек на подготовка	75
2.1.1.1.2.	Гастрономска анимација во тек на послужување	76
2.1.1.2.	Гастрономска анимација на бар	80
2.1.2.	Гастрономска анимација на отворено	81
2.1.2.1.	Гастрономска анимација на летна тераса	81
2.1.2.2.	Гастрономска анимација на базен	81
2.1.2.3.	Гастрономска анимација на плажа	82
2.1.3.	Други гастрономски анимации во хотел	82
2.2.	Гастрономска анимација во други угостителски објекти	84
2.2.1	Гастрономска анимација во ресторани	84
2.2.2	Гастрономска анимација во барови	85
3.	Гастрономска анимација во организација на институции, организации и здруженија	85
3.1	Гастрономски настани	85
3.2	Гастрономски натпревари	86
3.3	Музеи за храна и пијалоци	87
	„ИСТРАЖУВАЊЕ НА СВЕТСКИ ПРИМЕРИ И ПРАКТИКИ ПОВРЗАНИ СО ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА“	89
1.	Гастрономскиот туризам - нов тренд во светот	89

2.	Гастрономска анимација во светот	90
2.1.	Развој на гастрономската анимација во Европа	91
2.1.1.	Франција	91
2.1.2.	Италија	92
2.1.3.	Шпанија	93
2.1.4.	Германија	94
2.2.	Развој на гастрономската анимација во други држави	95
2.2.1.	Америка	95
2.2.2.	Индија	95
2.2.3.	Тајланд	96
2.2.4.	Турција	97
<i>IV ДЕЛ. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ, АНАЛИЗА И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ</i>		98
	„ГАСТРОНОМСКА АНИМАЦИЈА ВО МАКЕДОНСКИОТ ТУРИЗАМ“	99
1.	Почетоци и развојот на македонската гастрономија	99
1.1.	Појава и развој на гастрономскиот туризам и гастрономската анимација во РСМ	101
2.	Анализите и истражувања за гастрономска анимација во македонскиот туризам	105
2.1	Анкета	106
2.1.1.	Анкета во хотели - интерпретација на резултати	107
2.1.2.	Анкета во туристички агенции - интерпретација на резултати	117
2.1.3.	Анкета во кујни - интерпретација на резултати	123

2.2.	Истражување на гастрономската анимација во македонскиот туризам по региони	130
2.2.1.	Гастрономска анимација во Југозападен регион	132
2.2.1.1.	Краток опис на регионот	132
2.2.1.2.	Туристичка понуда на регионот	132
2.2.1.3.	Гастрономска анимација во регионот	137
2.2.1.3.1.	Гастрономска анимација во хотели и ресторани	138
2.2.1.3.2.	Гастрономска анимација во рурални места	145
2.2.1.3.3.	Гастрономски манифестации	155
2.2.2.	Гастрономска анимација во Пелагониски регион	158
2.2.2.1	Краток опис на регионот	158
2.2.2.2	Туристичка понуда на регионот	158
2.2.2.3	Гастрономска анимација во главните регионални туристички дестинации	161
2.2.2.4	Гастрономска анимација во рурални места	170
2.2.3.	Гастрономска анимација во Вардарски регион	177
2.2.3.1.	Краток опис на регионот	177
2.2.3.2.	Туристичка понуда на регионот	177
2.2.3.3.	Гастрономска анимација во регионот	181
2.2.3.3.1.	Гастрономска анимација „По патот на виното”	181
2.2.3.3.2.	Гастрономска анимација во хотелите	190
2.2.3.3.3.	Гастрономски манифестации	191
2.2.3.3.4.	Гастрономска анимација во рурални места	194
2.2.4.	Гастрономска анимација во Југоисточен регион	199
2.2.4.1.	Краток опис на регионот	199

2.2.4.2.	Туристичка понуда на регионот	199
2.2.4.3.	Гастрономска анимација во регионот	203
2.2.4.3.1.	Гастрономска анимација во рурални места	203
2.2.4.3.2.	Гастрономски манифестации	207
2.2.4.3.3.	Гастрономска анимација во угостителските објекти	210
2.2.5.	Гастрономска анимација во Источен регион	212
2.2.5.1.	Краток опис на регионот	212
2.2.5.2.	Туристичка понуда на регионот	212
2.2.5.3.	Гастрономска анимација во регионот	216
2.2.6.	Гастрономска анимација во Североисточен регион	233
2.2.6.1.	Краток опис на регионот	233
2.2.6.2	Туристичка понуда на регионот	233
2.2.6.3.	Гастрономска анимација во регионот	237
2.2.6.3.1.	Гастрономска анимација во Кратово	237
2.2.6.3.2.	Друга гастрономска анимација во регионот	242
2.2.7.	Гастрономска анимација во Скопски регион	245
2.2.7.1.	Краток опис на регионот	245
2.2.7.2.	Туристичка понуда на регионот	245
2.2.7.3.	Угостителско - туристички капацитети и гастрономски специјалитети	248
2.2.7.4.	Гастрономска анимација во регионот	251
2.2.7.4.1.	Гастрономска анимација во угостителски објекти	251
2.2.7.4.2.	Гастрономска анимација во рурални места	256

2.2.7.4.3.	Гастрономски манифестации	257
2.2.7.4.4.	Други гастрономски анимации во Скопје	259
2.2.8	Гастрономска анимација во Полошки регион	261
2.2.8.1.	Карактеристики на регионот	261
2.2.8.2.	Туристичка понуда на регионот	261
2.2.8.3.	Гастрономска анимација во регионот	266
2.2.8.3.1.	Гастрономска анимација во Полог	266
2.2.8.3.2.	Гастрономска анимација во Реканскиот крај	270
2.2.8.3.3.	Гастрономска анимација во Маврово	274
3.	Перспективи за развој на гастрономската анимација во македонскиот туризам	276
	<i>ЗАВРШНИ СОГЛЕДУВАЊА</i>	285
	<i>КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА</i>	288

ABSTRACT

Gastronomic animation in the Macedonian tourism deserves special attention in creating the content of the tourist stay, because gastronomy is one of the most important links that form the touristic offer of a destination. Gastronomic animation can contribute to the enrichment of the offer in hotels and other types of catering facilities, supports and helps the development of gastronomic tourism in rural areas, has a strong impact on the discovery and promotion of new destinations, helps the development of small businesses, attracts large number of foreign tourists, acts on the image of the country as a tourist destination, promotes the cultural heritage of the country, enriches the social life through gastronomic events and festivals.

Nowadays, the number of tourists for whom gastronomy is motive to travel is permanently increasing and through their involvement in gastronomic tours they influence the development of tourism. These tours are extremely thematic and include visits to: traditional restaurants, ethno -villages, vineyards and wineries, farmers and food markets, local shops where tourists have the opportunity to get acquainted with the local gastronomy and taste authentic local food and drink, visit at gastronomic events and food and drink festivals.

Considering the importance of gastronomic animation for tourism development, a question arises: Are we familiar with the term gastronomic animation, how much is it represented in the touristic offer, what activities does gastronomic animation contain, what is its impact on the development of macedonian tourism?

The question posed in this way is a theme of research in this doctoral dissertation through which answers will be obtained which will confirm the main and auxiliary hypotheses, which are that: Gastronomic animation is not sufficiently scientifically treated and there is not enough knowledge about it; Gastronomic animation is very little represented in the tourist offer, be it from the aspect of a hotel or other catering facility, and beyond from the aspect of a tourist destination; Gastronomic animation is an attractive animation content that can contribute to attracting more tourists and give a great contribution to the development of macedonian tourism.

Gastronomic animation not only affects the quality of the integrated tourist product of the destination, but also the products and services of catering facilities, tour operators or travel

agencies. The gastronomic animation largely depends on how the tourists will experience the place, to what extent they will understand the local culture, what activities they will undertake and how they will behave during their stay.

Gastronomic animation is undoubtedly an important factor in increasing the tourist offer, a key factor for branding the tourist destination with a decisive impact on the quality of tourist visits and the length of tourist stay and of course with significant economic and social benefits for Macedonian tourism.

This doctoral dissertation is a modest contribution to the development of scientific thought with new truths and knowledge that have practical applicability in the interest of enriching the tourist offer and development of new tourist destinations in our country.

Keywords: tourism, catering, gastronomy, gastronomic animation.

ВОВЕД

Определбата да се изработи оваа докторска дисертација под наслов: Гастрономската анимација во македонскиот туризам, произлезе од комплексот на повеќе меѓусебно поврзани причини. Во прв ред се наметнува професионална обврска на авторот кон практичната работа и личното професионално искуство во угостителството и туризмот од каде произлегува и главната причина за обработка на научен проблем кој се темели на праксата, а уште позначајно што оваа тема не е воопшто до сега научно обработувана во нашата држава. Со оваа докторска дисертација, авторот смета дека ќе даде скроман допринос кон научната мисла со нови вистини и сознанија кои имаат практична применливост во интерес на збогатување на туристичката понуда и развој на нови туристички дестинации во нашата земја.

Македонската гастрономија е ризница на ароми и вкусови за гурманите и вљубениците на домашната добра храна. Нејзиното учење денес треба да се заснова на интегрирано проучување на односот меѓу културата и храната, уметноста и вештините во готвењето и сите *gourment* (гурмански) - принципи и активности кои вклучуваат: презентација, проба, креирање впечаток, истражување на вкусови, познавање и пишување за храната.

Со промена на навиките на луѓето и зголемувањето на нивната слобода на движење и избор, рестораните и другите угостителски објекти претставуваат места за нивна забава, дружење, размена на искуства, склучување бизнис зделки и други важни активности. Многу луѓе тврдат дека посетата на ресторани претставува и единствена можност за семејно дружење на современиот човек во секојдневието.

Токму затоа денес гастрономијата треба да се развива, презентира и нуди на туристите како една интердисциплинарна активност во која храната се приготвува и послужува заедно со други активности како што се: танцот, драматизирањето, вајарството, читањето поезија, архитектонско осмислување на ентериерот на рестораните, музика, односно, кажано со други зборови - на ниво на уметност која ќе ги анимира и восхитува конзументите, а воедно во одредени моменти ќе ги привлече и на активност. Ваквиот пристап кон храната претставува еден нов правец во гастрономијата кој го открива овој докторски труд, а тоа е гастрономската анимација.

Светските трендови императивно се стремат кон синергија на туризмот и храната. Храната има сè поголема тежина во задоволувањето на потребите на денешниот современ турист со што се зголемува и значењето на храната за развојот на туризмот во Македонија. Денешните туристи бараат сè посегментиран и уникатен туристички производ карактеристичен за туристичката дестинација. Храната како многу важен елемент на туристичкиот производ во целина, не претставува повеќе секојдневен, обичен чин само за задоволување на физиолошката потреба за исхрана, туку сè повеќе претставува гастрономско доживување. Поради тоа треба да се превземаат чекори за следење на овој тренд, посебно во создавање на нов македонски туристички производ кој ќе претставува препознатлив бренд за нашата земја.

Клучен елемент за креирање на ваков уникатен производ е традиционалната, здрава и домашна храна која треба да биде дел од стратешките цели и политики кон кои ќе се стреми туристичката понуда во сите региони на нашата држава од кои ќе развиваат туристички дестинации. РС Македонија има осум региони и сите располагаат со автентични природни и културни убавини како и различна гастрономска понуда. На пример, во вардарскиот регион, Велес е познат по своите скарадиски специјалитети, а Тиквешката е позната по најдобрите вина и виновата лоза. На истокот, Штип е надалеку познат по штипската пастрмајлија, Кочани по оризот, а Радовишани по нивниот самун, леб и баклави испечени на фурна на жар. На запад, Тетово е мултикултурен град, препознатлив по тавче - гравчето, додека Гостивар е град на гостопримството, прочуен по баклавата и специјалитетите кои се под влијание на ориенталната кујна. Во Дојран, подготовката

на риба преминала во уметност и ја има во секакви варијанти, а во Охрид кој привлекува со прекрасното езеро, културно - историските знаменитости, охридската пастрмка и ѓомлезето се само дел од врвните специјалитети на неговата гастрономска понуда. Уникатното Крушево кое е највисоко сместениот град на Балканот е познато по својата традиционална архитектура, крушевскиот локум и колбасот, а селото Галичник каде атракција е Галичката свадба е познато по галичкиот кашкавал кој се смета за единствен по неговиот квалитет и мирис. Берово за кое е специфична планинската клима препознатлив е по преубавите млечни производи и домашниот мед, а скопскиот регион кој изобилува со природни и културно - историски убавини, препознатлив е по скопските ќebaпи и бозата.

На ваквата разнолика гастрономска понуда која е силна страна на нашата земја, авторот во овој докторски труд гледа низ призма на радост, задоволство и восхит од страна на гостите, нивно вклучување во готвење, специфичен начин на послужување при што дава една друга, нова димензија и основа за креирање на автентичен македонски туристички производ каде гастрономската анимација ќе биде главниот елемент кој во комбинација со другите туристички потенцијали ќе допринесе за развој на македонскиот туризам.

Гастрономската анимација ја збогатува туристичката понуда во хотелите и во други видови на угостителски објекти, го поддржува и помага развојот на гастрономскиот туризам во руралните места, има силно влијание врз откривањето и промоцијата на нови дестинации, го помага развојот на малите бизниси, привлекува голем број на странски туристи, делува на имиџот на државата како туристичка дестинација, го промовира културното наследство на земјата, го збогатува општественото живеење преку гастрономски настани и фестивали.

Сите предходно изнесени аргументи беа причина, мотив и силен предизвик за авторот да ја изработи оваа докторска дисертација со која се збогатува сиромашниот фонд на литература од областа на гастрономијата и анимациите, на кои за жал не им се посветува соодветно внимание во нашата земја, иако знаејќи ја нивната важност и клучна улога за развој на македонскиот туризам.

I ДЕЛ

ОБРАЗЛОЖЕНИЕ ЗА НАУЧНА И СТРУЧНА ОПРАВДАНОСТ НА ТЕМАТА

1. Теоретска содржина

Поаѓајќи од современиот начин на живот и работа во денешната индустријализирана и урбанизирана цивилизација, кај работниот човек денес сè повеќе е присутна потребата за промена на местото на живеење и престој во простори кои сè уште се чисти и незагадени со цел да се обнови неговата физичка и психичката кондиција. Секој учесник во туристичките движења, покрај тоа што сака да ги задоволи основните потреби: сместување, храна и пијалок, покажува интерес и за други потреби поврзани со забава, разонода, релаксација како и со запознавање на околината, културата, традицијата во местото каде престојува.

Оттаму, потребно е носителите на туристичката понуда да посветат посебно внимание на слободното време на посетителите кое треба да им се исполни со разновидни активности. Тие активности треба да бидат поврзани со спорт и рекреација, со културно - забавни програми, излети и прошетки, како и со низа други активности кои би довеле до збогатување на содржината на туристичкиот престој. Сите овие активности се дел од туристичката анимација која претставува составен дел на туристичката понуда и придонесува во нејзино збогатување со различни содржини и ги поттикнува туристите кон содржаен туристички престој.

Анимацијата не е пасивна и не е само забава со краткорочен ефект, туку напротив, нејзините ефекти имаат долготрајно влијание кое се одразува на гостите, но истовремено и на стопанските субјекти како и на туристичката дестинација. Една од видовите на анимацијата која може да има влијание врз расположението на гостите преку гледање, а уште повеќе и преку нивно вклучување во понудената анимациска активност е гастрономската анимација. Токму овој вид на анимација, покрај влијанието врз гостите може да има и позитивни ефекти врз стопанските субјекти кои ја организираат како и врз развојот на туристичката дестинација. Потврдување или негирање на ваквите констатации како и утврдување на потенцијалите и нивното значење за развој на македонскиот туризам произлегува од резултатот на истражувањето спроведено во овој докторски труд кој има за цел да открие нова научна вистина за гастрономската анимација. Содржината на овој труд е составена од четири дела.

Првиот дел дава образложение за научната и стручна оправданост на темата преку следните единици: теоретска содржина, дефинирање на поимите, дефинирање на проблемот на истражување, формулирање на предметот и цели на истражување, научна хипотеза, истражувачки методи и техники и очекувани резултати.

Вториот дел со наслов: „Влијанието на гастрономската анимација врз развојот на туризмот“ е поделен во четири поглавја кои имаат за цел теоретско образложение на главните поими. **Првото поглавје** од овој дел се однесува на проучување на угостителството и туризмот како стопански дејности во кој припаѓа гастрономската анимација. Ваквиот приод започнува преку дефинирање на поим, предмет и цел на работење на угостителството, утврдување на неговите карактеристики, негова поделба како и дефинирање на видовите на угостителство: хотелиерство и ресторанство. Исто така во ова прво поглавје се дефинира и туризмот како стопанска дејност, се образложуваат неговите карактеристики и се врши негова поделба. Ова прво поглавје завршува со утврдување на меѓусебната врска и зависност помеѓу угостителството и туризмот како взаемно поврзани и комплементарни дејности. **Второто поглавје** во овој дел се однесува на гастрономскиот туризам. Најпрво се дава осврт на историскиот развој на гастрономскиот туризам, потоа се дефинира поимот гастрономски туризам за да на крај се согледа овој вид како алтернативна форма на туризам. Во **третото поглавје** се обработени појмовно - содржинските основи на анимацијата преку: поим, дефинирање и цели на анимацијата, преку утврдување на потребата за анимација, преку согледување на анимацијата како дел од современата туристичка понуда и се врши поделба на анимацијата. Во **четвртото поглавје** од овој дел теоретски се елаборира главниот поим во овој

докторски труд, а тоа е гастрономската анимација. Покрај дефинирањето на овој поим се утврдува значењето на гастрономската анимација врз туризмот и се врши нејзина поделба.

Третиот дел се однесува на практични искуства од гастрономската анимација. Во овој дел низ две поглавја се презентирани домашни практични искуства на авторот стекнати во текот на досегашното практично работење, како и меѓународни примери и практики произлезени како резултат на кабинетско истражување спроведено за потребите на овој труд. Во **првото поглавје**, според личното практичното искуство, авторот врши поделба на гастрономската анимација и тоа: гастрономска анимација во организација на туристички агенции, гастрономска анимација во организација на угостителски објекти, гастрономска анимација во организација на институции (општина и нејзини единици, владини и невладини организации и здруженија). Според оваа поделба, авторот во секоја група дефинира видови на гастрономска анимација, врши опис на истите и презентира нивни практични примери. Во **второто поглавје** преку истражување на светски примери и практики поврзани со гастрономската анимација се презентираат практични примери за овој вид на анимација во неколку европски држави (Франција, Италија, Шпанија и Германија) како и во светски рамки преку примерот на САД, Индија, Тајланд и Турција.

Четвртиот дел е последниот дел во овој докторски труд во кој се презентира емпириското истражување, анализа и интерпретација на резултатите добиени од истражувањето, а се даваат и перспективи за развој на гастрономската анимација. Пред анализата и интерпретацијата на добиените податоци и резултати, во **првото поглавје** се посветува внимание на гастрономската анимација во македонскиот туризам преку наставните единици: почетоци и развојот на македонската гастрономија и појава и развој на гастрономскиот туризам и гастрономската анимација во македонскиот туризам.

Анализата и истражувањето за гастрономската анимација во македонскиот туризам се врши преку анкетирање кое е спроведено во хотели на кои одговараа хотелски менаџери и шефови на кујна како и во туристички агенции. Во овој дел се интерпретирани нивните резултати теоретски, графички и статистички. Покрај истражувањето спроведено во хотелите и туристичките агенции како организатори на гастрономската анимација, во четвртиот дел се врши интерпретација на резултати од истражувањата спроведени по општини во планските региони во нашата земја.

Опфатени се сите осум региони: Скопски регион, Источен регион, Југоисточен регион, Североисточен регион, Пелагониски регион, Вардарски регион, Југозападен регион и Полошки регион. Во интерпретацијата на резултатите од анкетата спроведена по општини кои спаѓаат во рамки на регионот, во овој дел се врши краток и општ опис на регионот, се презентира целокупната туристичка понуда на регионот, а потоа се презентира гастрономската анимација која е дел од туристичката понуда на регионот.

Второто поглавје во овој дел се однесува на перспективи и препораки на авторот за развој на гастрономската анимација во македонскиот туризам, како и презентирање на заклучни согледувања.

2. Дефинирање на поимите

Пред да се започне со процес на истражување многу е важно јасно да се дефинираат поимите. Без дефинирање на поимите не може да истражуваме, односно да обработуваме одреден научен проблем. Ако нашиот научен проблем во овој докторски труд е: Дали сме запознаени со терминот гастрономска анимација, колку истата е застапена во туристичката понуда, какво е нејзиното влијание за развој на македонскиот туризам, тогаш од оваа прашална реченица произлегуваат искажани појави и процеси и нивни односи. Токму тие појави и процеси заслужуваат да бидат јасно дефинирани. Анализирајќи ја оваа прашална реченица, односно овој поставен проблем, произлегуваат следните клучни основни поими:

- *гастрономски туризам*
- *анимација*
- *гастрономска анимација*

Исто така, произлегува и потребата да се даде осврт на појмовно - содржинските основи за угостителство во кое припаѓаат хотелиерството и ресторанството како организатори на гастрономската анимација или поим за туризам каде припаѓаат туристичките агенции кои исто така се организатори на гастрономската анимација. Затоа многу е важно поимите да бидат подредени на едно ниво кое што ќе овозможи навлегување во проблемот, а тоа може да се постигне само доколку од самиот почеток се направи класификација на поимите според важноста, односно да се обезбеди еден континуитет во материјата која што се истражува, а таквиот континуитет нормално дека си има одреден редослед. Во овој докторски труд поимите се содржани во вториот дел на трудот со наслов: *„Влијанието на гастрономската анимација врз развој на туризмот“* кој е поделен во четири поглавја кои имаат за цел теоретско образложение на главните поими, односно, читателот да има можност постепено да навлегува кон главната проблематика која се проучува во овој труд.

3. Дефинирање на проблемот на истражување

Истражувањето започнува со дефинирање на проблемот на истражување. Ние луѓето се сретнуваме и решаваме многу проблеми, но не секои проблеми заслужуваат да бидат предмет на истражување. Предмет на истражување може да биде проблем за кој што немаме доволно сознанија, а имаме потреба од истите. Одредени проблеми не можат да се решат или да се дојде до сознанија преку процесот на учење и студирање. Тогаш на тој начин решението или одговорот го бараме во истражувањето за кое токму во конкретниов случај станува збор.

Светската организација за туризам (UNWTO), според нејзините истражувања укажува на фактот дека повеќе од една третина од трошењето на туристите е посветено на храната. Гастрономијата стана една од главните причини за патување. Храната до неодамна беше само составен дел од туристичката понуда во делот на исхраната на туристите за време на нивното патување, но денеска, со брзиот раст и развој на туризмот, секој ден се појавуваат нови модели на искуства и активности поврзани со храна. Тоа значи да се понудат искуства што ќе ја користат храна како средство за забава, разонода, релаксација, едукација и поврзување со локалната култура и биолошката разновидност на дестинацијата. Ваквите активности поврзани со храната кои придонесуваат за анимирање на туристите и за нивно задоволство се дел од гастрономската анимација.

При патување во странство, на телевизија, на интернет, а мал дел и во научната литература, ние слушаме и се сретнуваме со гастрономската анимација, но, при тоа се јауваат одредени проблеми, нејасноти, недоволни сознанија кои доведуваат до ваква ситуација, односно потреба за нивно дефинирање како предмет на истражување. Во овој докторски труд насловот: *„Гастрономската анимација во македонскиот туризам“*, не е проблемот на истражување. Проблемот на истражување мора да биде прашање, поставен во прашална форма се со цел да се добијат одговори за истиот тој предмет на истражување.

Во овој докторски труд научниот проблем ќе гласи: *Колку сме запознаени со гастрономска анимација, кои активности ги содржи и како влијае врз развојот на македонскиот туризам?* Навидум се поставува едно прашање, но истото ќе даде одговор и на други дополнителни прашања кои произлегуваат што е сосема нормално и потребно за да биде научниот проблем целосен. Значи, отука ќе произлезат прашањата:

- *Што е гастрономска анимација?*
- *Дали за овој вид на анимација има научни сознанија и колку е научно третиран?*
- *Кој видови на гастрономска анимација можат да се понудат на туристите?*
- *Колку е застапена гастрономската анимација во понуда на туристичките агенции?*
- *Кој може да ја организира гастрономската анимација?*
- *Какви ставови мислења имаат хотелските менаџери за овој вид на анимација?*
- *Колку се задоволни готвачите од понудата на гастрономската анимација во угостителските објекти?*
- *Каква е состојбата и понудата на гастрономска анимација по региони во нашата земја?*

Редица на прашања ќе доведат до одговори и конкретни сознанија за нешто што навидум го знаеме, но недоволно го познаваме. Од тука, од таквото непознавање произлегува и овој научен проблем за истражување за кој решение може да се обезбеди само со одговор на предходно наведените прашања. Гастрономската анимација во македонскиот туризам заслужува посебно внимание во креирањето на содржината на туристичкиот престој, бидејќи токму гастрономијата е една од можеби најважните ставки што ја детерминираат туристичката понуда на една дестинација. Нашата држава како туристичка дестинација и не е толку позната на светскиот туристички пазар. Тоа колку што е негативно има и свои позитивни страни, бидејќи туристите денес сакаат да откриваат нови дестинации. Токму гастрономијата која се темели на здрави, органски незагадени продукти, подготвени и послужени на еден автентичен начин може да помогне во позиционирањето на нашата држава како гастрономска дестинација на светската туристичка мапа.

Тоа не чини многу, може да се направи со организирање фестивал на храната каде ќе се поканат светски готвачи со локални продукти да подготвуваат јадења кој ќе се базираат на традиционалното, а ќе се сервираат и послужуваат на современ начин. Па, нели тоа е гастрономска анимација? Ова е само еден пример преку кој се објаснува проблемот на истражување, но тој секако дека опфаќа широко поле на научен интерес од областа на гастрономската анимација.

4. Формулирање на предметот и цели на истражување

При разработката на темата и поставувањето на тезите за истражување на овој труд се наметна проблем за определување на предметот на ова истражување. Постапката и дефинирањето на предметот на истражување е начин од кој што зависи како понатака ќе се работи и што ќе се добие како резултат. Во овој докторски труд предметот на истражување е: **„Гастрономската анимација во македонскиот туризам“**.

Како предмет на научно истражување преставува проучувањето и улогата на гастрономската анимација како составен дел на анимационите содржини во туристичката понуда. Посебно ќе се истражува поврзаноста на гастрономската анимација со туристичката понуда во Македонија. Во процесот на изработка на овој труд, авторот ќе го користи и сопственото искуство од досегашното практично работење во областа на угостителството и туризмот со цел да се пристапи кон попрецизно објаснување на видовите гастрономски содржини и да се опишат гастрономските анимационски активности. Со изучувањето на овој предмет на истражување треба да го добиеме одговорот на прашањето: **Што после?** Со јасното дефинирање на предметот ние ќе имаме јасни сознанија за гастрономската анимација која треба да си го заземе заслуженото место во науката и во праксата со цел да се дефинира нејзино позитивно влијание врз збогатување на понудата на туристичката дестинација.

Од дефинирањето на предметот на истражување произлегуваат и целите. Целите со предметот на проучување го определуваат полето на научен интерес и затоа е многу важно да се утврдат целите на проучување, бидејќи овој елемент ја определува смислата на научното осветлување на проблемите кои се јавуваат како предмет на истражување. Целта на истражување во овој докторски труд е да се изврши целосна анализа на проблемот преку набљудување од теоретска и практична гледна точка. Од теоретска гледна точка целта е преку дефинирање на: угостителството, туризмот, анимација, гастрономска анимација да се открие нивната меѓусебна поврзаност во процесот на идентификување фактори кои придонесуваат кон збогатување на гастрономската анимација која е во функција на збогатена содржина на туристичката понуда на туризмот во Македонија. Од практична гледна точка целта е да се разгледа гастрономската анимација како можност и понуда на хотели, туристички агенции и регионите во нашата земја и нивно мотивирање за креирање нов туристички производ врз база на гастрономската анимација како главен елемент.

5. Научна хипотеза

Анимацијата има важна и комплексна улога во современиот туризам, најпрво за забава, рекреацијата и уживање за време на туристичкиот престој, а потоа и за развојот и брендирање на туристичката дестинација и нејзините атрактивности пред туристите. Квалитетно доживување на анимација за време на туристичкиот престој зависи од амбиентот во кој се остварува истата како објективен надворешен фактор кој произлегува од туристичкото место, понатаму од туристот како субјективен фактор од кој произлегува самата перцепција и секако од аниматорот кој претставува субјективно - објективен фактор и изведувач на процесите на одредено место пред туристичката публика. Согледувајќи ја важноста на анимацијата за развој на туризмот, оттука го извлекуваме и главното хипотетичко прашање: ***Дали сме запознаени со терминот гастрономска анимација, колку истата е застапена во туристичката понуда, какво е нејзиното влијание за развој на македонскиот туризам?*** При вака дефинираното прашање, од него можеме да извлечеме неколку одговори, односно неколку хипотези:

X1 - Гастрономската анимација не е доволно научно третирана и за нејзе нема доволни познавања

X2 - Гастрономската анимација е многу малку застапена во туристичката понуда било да е од аспект на хотел или друг угостителски објект, а и пошироко од аспект на туристичка дестинација

X3 - Гастрономската анимација е атрактивна анимациска содржина која може да придонесе за привлекување на поголем број туристи и да даде голем допринос за развој на македонскиот туризам.

Гастрономската анимација не само што има влијание врз квалитетот на интегрираниот туристички производ на дестинацијата, туку и на производите и услугите на угостителските објекти, тур - операторите или туристичките агенции. Од гастрономската анимација во голема мера зависи како туристите ќе го доживеат местото, во која мера ќе ја разберат локалната култура, кои активности ќе ги превземат и како ќе се однесуваат во текот на нивниот престој. Гастрономската анимација е без сомнение важен фактор во зголемување на туристичката понуда, клучен фактор за брендирање на туристичката дестинација со пресудно влијание врз квалитетот на туристичките посети и должината на туристичкиот престој и секако со значајни економски и општествени придобивки за македонскиот туризам. Спроведеното истражување и добиените резултати ќе придонесат во потврдување или негирање на овие хипотези.

6. Истражувачки методи и техники

Во научните истражувања потребни се адекватни постапки и средства со кои се доаѓа до одредени резултати и се овозможува и олеснува процесот на проучување и донесување на заклучоци. Овие постапки и средства се методите кои се користат за да се дојде или стекне некое научно сознание. Мултидимензионалниот карактер на туризмот наметнува потреба за примена на разновидни методи во неговото проучување како и во проучувањето на поедини сегменти на овој феномен. Основните методи на истражувањето произлегуваат од потребата предметот на истражување да се проучи низ процесот на теренско и кабинетско истражување. Пожелно е да се комбинираат повеќе различни методи.

При изработката на овој труд како најсоодветен пристап е избрана комбинацијата на **квалитативно и квантитативно прибирање на податоците**. Самата обработка е со користење на теоретска и емпириска методологија. Разгледувајќи ја теоретската методологија на темата, неопходна е употреба на **дедуктивна метода**, поаѓајќи од општото кон посебното, односно конкретното. Целта е читателот постепено да се воведо во главната проблематика на трудот. Имено, најпрво читателот се запознава со основните поими на кои се однесува проблемот на истражувањето: угостителство, туризам, угостителски објекти, анимација, гастрономски туризам, потоа се запознава со основните поими на кои директно се однесува проблемот на истражување, а тоа е гастрономската анимација. За постигнување на оваа цел се користи **аналитички метод**, односно се врши анализа на достапна содржина.

Со оглед на тоа дека при истражувањето се земаат во предвид и коментарите на менаџерите во угостителско - туристичките објекти како и на готвачите и шефови на кујна кои се задолжени за организација и реализација на гастрономската анимација, нормално е користење на **дескриптивна метода**. Оваа метода ќе биде применета при анализа на анкетните прашалници. Во овој труд разбирливо е и користење на **компаративна метода** при истражувањето со цел споредба на гастрономската анимација во нашата земја во однос на гастрономската анимација во европски и други светски туристички дестинации. Бидејќи спроведеното истражување се врши и во сите региони на нашата земја користен е и **просторен метод**. Со примена на просторниот метод можно е да се издвои некој како специфичен туристички простор во самиот регион, а со примена на овој метод можно е да се издвојат посебни туристички целини.

Паралелно со просторниот метод користен е и **картографскиот метод** со цел поедноставување на прегледот на територијалниот опфат на планските региони во нашата држава. При проучувањето на предметот на истражување во овој труд користен е и **метод на моделирање**. Примената на овој метод во туризмот има големо значење со оглед на тоа дека овозможува јасно претставување на појавите и односите во оваа област. Во ова истражување примената на методот на моделирање подразбира, пред се, користење на графикони, цртежи, фотографии и слично, како јасно би се протолкувале одредени појави и односи во туризмот и на најдобар начин би ги претставиле резултатите на истражувањата. Од аспект пак на емпириска природа на научниов проблем, за прибирањето на податоците ќе се употреби **анкетата како постапка**, а како инструмент при анкетата ќе се користи електронски анкетен прашалник. Во процесот на истражување ќе се спроведе анкетаирање на менаџери во хотелите од кои зависи организацијата на гастрономската анимација; анкетаирање на готвачи и шефови на кујна од кои зависи реализацијата на гастрономската анимација; анкетаирање на менаџери во туристичките агенции и вработени во општините кои можат да бидат организатори на гастрономска анимација. Покрај ставовите на менаџерите во угостителско - туристичките објекти, од клучно значење за овој проблем на истражување се мислењата и ставовите на сопствениците на селски домаќинства и други приватни семејни угостителски бизниси. За собирање на тие податоци ќе се користи **интервјото** како техника. Добиените резултати од сопствените истражувачки зафати ќе бидат претставени со статистички пресметки со користење на **статистички метод**.

7. Очекувани резултати

Имајќи ги во предвид предметот, целите и задачите на ова истражување, методите кои во него ќе бидат користени, принципите кои ќе бидат почитувани, како и поставените хипотези од оваа докторска дисертација се очекуваат следните резултати:

- Приод во проучување на угостителството и туризмот како стопански дејности во кој припаѓа гастрономската анимација преку дефинирање на поимите: угостителство, туризам, согледување на нивните специфичности и карактеристики како и согледување на нивната взаемна поврзаност.
- Дефинирање на гастрономскиот туризам како алтернативна форма на туризам каде гастрономската анимација е најповеќе застапена во неговата туристичка понуда.
- Дефинирање на поимот и целите на анимацијата и утврдување на потребата од анимацијата како дел од современата туристичка понуда.
- Дефинирање на гастрономската анимација и утврдување на нејзиното значење за развој на туризмот.
- Дефинирање на критериуми врз кои е извршена поделба на гастрономската анимација.
- Опис на сите видови на гастрономски анимациски активности.
- Практични искуства за гастрономската анимација преку домашни и странски примери.
- Утврдување на видовите на гастрономска анимација во организација на угостителски објекти.
- Утврдување на видовите на гастрономски анимациски активности во организација на туристички агенции.
- Утврдување на видовите на гастрономски анимациски активности во организација на општински владини и невладини организации и здруженија.
- Анализа на гастрономската анимација во македонскиот туризам преку согледување на историскиот развој на гастрономскиот туризам во нашата земја.
- Анализа на гастрономската анимација во туристичката понуда на македонските хотели.
- Согледување на мислења и ставови на готвачите како главни реализатори на гастрономската анимација.
- Согледување на мислења и ставови на вработените во туристичките агенции за застапеноста и потребата од гастрономската анимација во нивната туристичка понуда.
- Дефинирање на општи карактеристики на регионите во нашата земја и анализа на застапената гастрономска понуда од регионален аспект.
- Донесување соодветни заклучоци на основа добиените резултати од истражувањето кои можат да послужат како пример за развој на гастрономската анимација во македонскиот туризам.

Резултатите од ова истражување се очекува да влијаат врз свесноста на угостителско - туристичките работници за значењето на гастрономската анимација за развој на македонскиот туризам преку вклучување и примена на гастрономските анимациски содржини во туристичката понуда. Покрај тоа, се очекува дисертацијата и резултатите од истражувањето во одредена мера да ја дополнат постоечката литература во областа на гастрономската анимација која секако е многу оскудна во нашата земја и пошироко.

II ДЕЛ

ВЛИЈАНИЕ НА ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА ВРЗ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

ПОГЛАВЈЕ 1.

„ПРИОД ВО ПРОУЧУВАЊЕ НА УГОСТИТЕЛСТВОТО И ТУРИЗМОТ КАКО СТОПАНСКИ ДЕЈНОСТИ ВО КОЈ ПРИПАЃА ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА”

1. Поим, предмет и цел на работење на угостителството

Дефинирањето на поимот угостителство е релативна категорија ако се земе во предвид дека станува збор за комплексна дејност. Сепак, може да се извлече основна дефиниција според која под угостителство се подразбира стопанска дејност која се занимава со производство, припрема и продажба на храна и пијалаци, како и давање услуги за сместување („*Ekonomika i organizacija ugostiteljstva*”, D. Nejkov, 1973). Оваа дефиниција е основата врз која различни домашни автори од таа година до денес го дефинираат поимот угостителство. Според М. Аврамоски, угостителството е терцијална стопанска дејност која се занимава со припремање и продажба на јадења и пијалаци на специфичен начин и изнајмување на наместени соби за ноќевање (*Аврамоски, М. 2002*). Според С. Мартиноска, угостителството претставува стопанска дејност чија основна активност се состои во приготвување и послужување храна, алкохолни и безалкохолни пијалаци, топли и ладни напивки и вршење услуги за сместување (*Мартиноска, С. 2003*).

Од истражувањата во странска литература (балкански држави) за поимот угостителство се издвојуваат следните дефиниции: Угостителството е мешовита производно - услужна дејност која се занимава со производство и продажба на храна и пијалаци по нарачка и давање услуги за сместување (*Kobasic, A. 1977*); Угостителството е стопанска дејност која се занимава со давање на услуги за сместување, производство и послужување на храна, пијалаци и напитки како и вршење други работни задачи поврзани со давање на угостителски услуги (*Gagic, S. 2013*); Угостителството е стопанска дејност која се занимава со производство и продажба на храна и пијалаци, давање на услуги за сместување како и услуги за забава и разонода во специјализирани објекти (*Hrvatska enciklopedija, <https://enciklopedija.hr>*).

Во странската литература која се темели на англиско говорно подрачје превод на поимот угостителство е поимот Hospitality што во превод значи гостољубивост или угостителство, поим што е поврзан со односот помеѓу гостинот и домаќинот во контекст на желбата домаќинот да излезе во пресрет на сите барања и потреби на гостинот (*Тунтев, З. 2007*). Во современи услови овој термин се проширува со зборот индустрија - Hospitality industry кој се однесува на следнава дефиниција: угостителската индустрија е дел од услужната индустрија и се занимава со обезбедување производи и услуги кои вклучуваат сместување, храна и пијалаци, настани, туризам и транспорт со цел да им обезбедат на луѓето задоволство, рекреација и поддршка на нивната благосостојба (*Landman, P. 2015*). Од погоре наведените домашни и странски дефиниции произлегува и предметот на работење на угостителството кое опфаќа специфичното производство на храна, служење на пијалаци и напитки, давањето услуги за сместување: ноќевање, одмор и рекреација како и други услуги во рамки на угостителството со цел поголемо задоволство на луѓето.

Угостителството е комплексна стопанска гранка и има за цел остварување основни, споредни и помошни дејности, а тоа се: **основни угостителски дејности** (производство на храна и точење пијалаци, давање услуги за сместување); **споредни угостителски дејности** (вршење разни лични услуги на гостите: фризерски услуги, козметички услуги, перење, пеглање; продажба на сувенири, весници, цигари, разгледници и сл.; давање информации; организирање на спортско - рекреативни и забавни активности на гостите); **помошни угостителски дејности** (производство на леб и бели печива; производство на мраз; производство на органска храна; производство на сувомеснати производи; конзервирање на зеленчук и овошје; одгледување на цвеќиња и сл.). По однос на

прашањето за основниот мотив и крајната цел на работењето на угостителството е остварување колку е можно поголема добивка. Така, кога понудата на угостителски производи и услуги е помала од побарувачката за нив, тогаш лесно се постигнува целта, со други зборови, лесно се постигнува целта во услови кога пазарниот субјект има монополска положба.

Меѓутоа, во услови кога постои голема конкуренција, односно кога понудата е поголема од побарувачката на угостителски производи и услуги, тогаш многу потешко се остваруваат предвидените резултати. Согледувајќи го поимот, предметот и целта на угостителството преку домашна и странска литература, заклучокот на авторот е дека угостителството претставува стопанска дејност за производство и продажба на услуги за храна и пијалоци во специјализирани угостителски објекти и надвор до нив, давање на услуги за сместување како и други видови услуги со цел одмор, рекреација и поголемо задоволство на луѓето во текот на нивното слободно време со цел остварување на позитивна финансиска добивка од работењето.

1.1. Карактеристики (специфичности) на угостителството

Најчесто истакнувани карактеристики на угостителството како стопанска дејност се издвојуваат следните (*Аџковски, Н., Аџковска, М. 2003*): угостителството претставува комбинација на производна дејност и услужна дејност каде што производниот карактер произлегува од подготвувањето на храна, пијалаци и напие, додека услужниот карактер се гледа во давањето услуги на сместувањето; постоење на просторно и временско совпаѓање на купопродажбата со потрошувачката; угостителството е изразито трудоинтензивна стопанска дејност; угостителството вклучува поголема застапеност на женската работна сила во работењето; постоење на помала развиеност на техничката (поединечна) поделба на трудот, а од тука постои и помала можност за нормирање на трудот и мерење на резултатите од работењето; постоење на изразита промена во ритмот на работењето (викенди, летна сезона, зимска сезона, ударни термини за оброци и сл.); постоење на поголем степен на колективност во работењето (еден вработен може да покрива повеќе работни обврски во име и за сметка на друг вработен); разлики помеѓу работењето во хотелиерството во однос на работењето во ресторатерството (во хотелиерството се обавува услужен процес - издавање соби за сместување, додека во ресторанството се обавува производствен процес - подготовка на храна и пијалаци); разлики според резултатите од работењето (кај хотелиерството резултатите се со нематријален облик - ноќевање, додека кај ресторанството резултатите имаат матријален облик - мусака, полнети пиеперки, коктел и сл.). Ваквите специфични карактеристики го оформуваат угостителството како засебна оригинална стопанска дејност.

С.Мартиноска ги наведува следните специфични карактеристики на угостителството (*Мартиноска, С. 2006*): угостителскиот прехранбен производ било да се работи за храна или пијалок е произведен на посебен начин, карактеристичен само за оваа дејност; за разлика од останатите производители на храна кои своите производи ги пласираат преку трговска мрежа, угостителството тоа го прави во своите објекти директно пред конзументот; за разлика од производство со машини како во други стопански дејности и мал број на луѓе во работењето, во угостителското работење се вклучени голем број на луѓе, односно главната машина за работа се токму луѓето; потрошувачите во угостителството сами одат на местото на потрошувачка, наместо производите да се транспортираат од производство кон потрошувачите; угостителството има специфична задача во туризмот при што мора да му обезбеди на туристот „дом“ надвор од неговиот домицил со сите услуги за негово задоволство и комплетно уживање.

Други специфични карактеристики на угостителството, покрај предходно наведените се и следниве (*Димитров, Н., Методијевски, Н. 2012*): своевидна специфика во угостителското работење е посредничкото работење, односно контактот помеѓу понудувачот и потрошувачите. Ваквата

индиректна врска може да ја обавува лице од патничка агенција, малопродавач, организатор на патување, угостителски работник и сл. Потребите од индиректниот контакт се нагласени и од комплексноста на туристичкиот производ, кој во себе треба да го содржи целиот композитум на пропратни и дополнителни услуги во чии рамки угостителската понуда станува многу попривлечна за потрошувачите; специфичностите на угостителството го диференцираат како посебна самостојна дејност, која обавува одредени функции, како што се: економско - комерцијалната функција, функција на релаксација и рекреација, функција на „невидлив извоз“ и функција на „стопански покренувач“; оригинална карактеристика во угостителската пракса претставува многу посебниот, своевиден специфичен однос и комуникација со купувачот, кој единствено овде се нарекува гостин. Оваа специфика на нагласен човечки аспект на понудата го определува угостителството и го прави посебно од сите други видови на услужни дејности.

1.2. Поделба на угостителството

Според различни критериуми, угостителството може да се подели на повеќе групи. Во нашата земја главно се разликуваат следните поделби на угостителството (*Мартиноска, С. 2006*):

- според начинот на организација и процесот (технологијата) на работење, односно според видот и намената на објектите, угостителството се дели на хотелиерство и ресторанство;
- според временскиот период на работење во текот на годината се разликуваат угостителство со постојано и со сезонско работење;
- според економските функции разликуваме угостителство кое работи за задоволување на јавни потреби и угостителство за задоволување на сопствени потреби на основачите.

Истиот автор дава и друга поделба на угостителството според странска литература и практика (*Мартиноска, С. 2003*):

- поделба на угостителството во Велика Британија (комерцијално угостителство и споредно, дополнително или т.н.социјално угостителство; угостителство за јавни потреби и угостителство од затворен тип: организации на кои производството на храна им е основна дејност и објекти на кои ваквата дејност им е секундарна; објекти во јавна сопственост и објекти во приватна сопственост. Во рамки на комерцијалното угостителство во Велика Британија постои поделба на комерцијален сектор за отворен пазар и комерцијален сектор за ограничен пазар);
- поделба на угостителството во САД (комерцијално угостителство и некомерцијално угостителство). Во фокусот на интерес во овој труд е првата поделба на угостителството според начинот на организација и процесот (технологијата) на работење, односно според видот и намената на објектите која важи за македонското угостителство. Според оваа поделба, угостителството се дели на: хотелиерство и ресторанство.

1.2.1. Хотелиерство

Хотелиерството може да се посматра во потесна и поширока смисла на зборот. Во потесна смисла на зборот, хотелиерството е дејност која своите услуги им ги пружа само на туристите, а во поширока смисла на зборот, хотелиерството своите услуги им ги пружа и на домицилното население (*Аврамоски, М. 2002*). Л.Косар, хотелиерството го дефинира како стопанска дејност која просторно и функционално ги обединува услугите за сместување со услугите за храна и пијалок вклучувајќи ги тука и дополнителните услуги во рамки на угостителството (*Kosar, L. 2002*).

Анализирајќи ги предходните две дефиниции, авторот дава и своевидување дефинирајќи го хотелиерството како составен дел на угостителството со примарна задача да ги задоволува потребите на потрошувачите за сместување, секундарна задача да подготвува и послужува храна и

пијалок за гостите на посебен угостителски начин како и да врши други дополнителни вонпансионски услуги во рамки на свите капацитетите во согласност со барањата на туристите со цел излегувајќи во пресрет на нивните барања и очекувања. Хотелиерството како сложена економска активност е насочена кон задоволување на потребите на туристите за сместување, храна и пијалаци на угостителски начин, потребите на деловните луѓе како и специфичните потреби на жителите се во интерес на остварување што поголем профит на хотелот.

Поблиско објаснување за горенаведените дефиниции на хотелската индустрија укажуваат следниве заклучоци (*Бакић, О. 2002*): хотелиерството ги задоволува социјалните потреби на туристите од аспект на угостителските услуги (сместување, храна и пијалок) како и од аспект на вонпансионски и анимационски услуги (употреба на спортски терени, спортски сали, базени и сл.); хотелската индустрија ги задоволува специфичните потреби на деловните луѓе (одржување на семинари, конференции и сл.); хотелската индустрија ги задоволува специфичните потреби на жителите т.е. месното население за организирање на свадби, разни годишнини, коктейли и сл.; хотелиерството е услужна активност затоа што припаѓа на терцијалниот сектор на економијата; хотелскиот бизнис е комплексна активност, бидејќи во исто време се даваат различни услуги на различни типови на гости; задоволувањето на потребите за сместување, храна и пијалаци на угостителски начин подразбира дека при нивното извршување се користи посебна техника според дефинирани стандарди.

Хотелиерството стана главен економски фактор во туристичката понуда. Со изградба на сместувачки и услужни капацитети, хотелиерството има ефект врз зголемување на вработеноста на месното население, а со конзумирање на добра од други активности во областа создава дополнителен пазар и со тоа го поттикнува нивниот раст и развој. Во последниве децении, хотелиерството е еден од главните фактори што придонесува за развој на туризмот. Хотелскиот производ се прави со миксирање на три основни групи на елементи (*Димитров, Н., Методијевски, Д. 2012*):

- **P (product)**, материјалниот производ или производ во потесна смисла: легло за уморниот гостин, оброк за гладниот и пијалок за жедниот;
- **B (behavior)**, однесување и однос на хотелскиот персонал: рецепционери, келнери, собарици...;
- **E (environment)**, опкружување како што се зградите, распоредот на просториите, намештај, осветление итн.

Комбинацијата на овие елементи (P, B, E) ја формира содржината на хотелскиот производ. Ваквиот хотелски производ е производ на угостителските објекти за сместување. Во РСМ, според законот за угостителска дејност, угостителските објекти за сместување се делат во две групи:

- **основни објекти за сместување:** (хотели, мотели, пансиони, туристички апартаменти, резиденции).
- **комплементарни објекти за сместување:** (кампови, одморалишта - детски, младински и сл, куќи, станови и соби за издавање, планинарски домови и куќи, куќи и станови за одмор, бањски и климатски лекувалишта, останати комплементарни објекти).

Како главни носители на хотелиерството каде најуспешно се креира хотелскиот производ се хотелите. Зборот хотел потекнува од францускиот збор *hôtel* кој значи свратилиште, преноќиште т.е место каде гостите се сместуваат и каде им се укажува гостопримство (*Аврамоски, М. 2005*). Според З. Тунтев, хотелот претставува одделна функционална градежна целина, комплетен и репрезентативен објект со рецепциска служба во која се даваат услуги за сместување, исхрана и пијалаци како и други вообичаени угостителски услуги (*Тунтев, З. 2007*). Според Оксфорд англискиот речник, хотелот е дефиниран како установа што обезбедува сместување, оброци и други услуги за патници и туристи (<https://www.lexico.com/definition/hotel>). Согледувајќи ги

домашните и странските дефиниции за хотел, можеме да заклучиме дека основна дејност на хотелот е давање услуги за сместување т.е издавање наместени соби за ноќевање и одмор како и повеќе помошни и споредни дејности. Според различни поделби имаме неколку типови на хотели:

- Според тоа дали хотелот дава комплетни услуги или не, постојат: (*потполн хотел* е хотел кој дава услуги за сместување, исхрана и други услуги; *гарни хотел* е хотел кој дава услуги за сместување и само појадок).
- Според времето на задржување на гостите во хотелот може да бидат: (*транзитен* хотел - во кој гостите кратко се задржуваат и се на поминување; *пансионски хотел* - во кој гостите се задржуваат подолго време, најмалку 3 дена).
- Според времето на работа може да бидат: (*постојан хотел* - работи и дава услуги во текот на целата година; *сезонски хотел* - работи и дава услуги повремено сезонски (лето или зима) и тоа најмногу 9 месеци).
- Според местото каде е изграден хотелот може да биде: (хотел во град - *градски хотел*; *хотел покрај вода* (море, езеро или река) и *планински хотел*).
- Според намената, хотелите може да бидат: (*хотел - лекувалиште*; *туристички хотел*; *репрезентативен*; *спортски хотел*).

Според најновите законски прописи, хотелите се категоризираат во 5 (пет) категории означени со ѕвездички, од највисоката со 5 ѕвездички кон пониските категории 4, 3, 2 и 1. Припадноста на хотелот во одредена категорија е гаранција за квалитетот на уредувањето, опременоста на просториите, квалитетот на услугите, според припадноста на одредена категорија, гостинот точно знае што да очекува. Удобноста, комфорот, стандардот и луксузот, ја одредуваат категоријата на хотелските објекти која се определува со бројот на ѕвездички.

1.2.2. Ресторанство

Основната дејност на ресторанството се содржи во угостителското производство и продажба на храна и пијалоци (*Мартиноска, С. 2006*). Л.Косар, ресторанството го дефинира како функционално - просторно, техничко - технолошки самостален угостителски сектор за подготовка, производство и послужување на храна, пијалаци и напивоци (*Kosar, L. 2002*). Етимологијата на поимот ресторанство доаѓа од латинскиот збор „restauras“ и францускиот поим „restaurant“, т.е. објект во кој се служат храна и пијалаци со плаќање (*Димитров, Н., Методијевски, Д. 2012*). Угостителските објекти за исхрана и пијалаци претставуваат самостојни објекти кои на еден организиран начин вршат: подготовка, производство и послужување на храна, пијалаци и напивоци. Според законот за угостителска дејност во РСМ (<https://economy.gov.mk/zakon> за *ugostitelska dejnost*) угостителските објекти за исхрана и пијалаци се делат на:

- **Ресторани и други објекти за послужување** - се оние објекти во кои услужниот персонал ги послужува гостите.
- **Други угостителски објекти** - се оние објекти во кои гостите сами се послужуваат.

Ресторан е угостителски објект во кој на еден организиран и професионален начин се приготвува и послужува храна, пијалаци и напивоци, според стручно утврдени нормативи. Понудата на ресторанот која вклучува ладни и топли јадења, слатки, алкохолни и безалкохолни пијалаци и напивоци им се презентира на корисниците преку информативни средства: листата на јадења, мени, карта на пијалаци, винска карта, барски листи на пијалаци и друго. Рестораните може да бидат :

- **Класични ресторани** - се приготвуваат ладни и топли јадења, а се послужуваат и алкохолни и безалкохолни пијалаци, топли и ладни напивоци, разни коктели. Овој тип на ресторани може да работат самостојно или да работат во состав на друг објект.

- **Специјализирани ресторани** - се специјализирани за приготвување и послужување храна која е специфична по одредени елементи и според тоа тие може да бидат:

* **Национални ресторани** - приготвуваат и послужуваат национални јадења карактеристични за кујната на државата која преку храната ја претставуваат и истите се уредени во автентично, архитектонски и ентериерски амбиент според спецификите на државата од каде потекнува кујната. Пример за вакви ресторани се: кинески, мексикански, италијански ресторани, а во последно време и во нашата држава се отвараат многу македонски национални ресторани како резултат на се поголемиот број на гости од странство во нашата држава.

* **Рибни ресторани** - приготвуваат и послужуваат разни видови на специјалитети од риба и нивни преработки.

* **Млечни ресторани** - приготвуваат и послужуваат топли и ладни јадења од млеко и млечни производи, тестенини, јајца, овошје и зеленчук, а се послужуваат безалкохолни пијалаци.

* **Ловечки ресторани** - во нивната листа на јадења се нудат разни специјалитети од месо од дивеч и нивни преработки.

* **Вегетаријални ресторани** - приготвуваат и послужуваат храна која се базира пред сè на растително потекло.

* **Диетални ресторани** - приготвуваат и послужуваат храна со помала калорична вредност.

Други угостителски објекти. Во други угостителски објекти за храна и пијалаци спаѓаат:

- **Кафеана** - е објект во кој се послужуваат пијалаци, напивки и се подготвуваат претежно едноставни јадења и слатки.
- **Бифе** - е објект каде се послужуваат пијалаци и напивки и се нудат ладни јадења, а ваквите објекти најчесто се лоцирани покрај прометни места: автобуски и железнички станици, бензински пумпи и други слични вакви локации.
- **Пивница** - е објект каде се послужуваат претежно разни видови на пиво, а се приготвуваат топли и ладни јадења, претежно во вид на мезе.
- **Експрес ресторан и ресторан за самопослужување** - претставуваат објекти во кои се послужуваат топли јадења и пијалаци кој предходно се послужуваат, се чуваат и послужуваат на еден поинаков начин.
- **Пицери** - се објекти во кои се подготвуваат и послужуваат голем избор на пици, јадења од тесто и тестенини, пијалаци и напивки.
- **Ќебапчилица** - е објект за брзо приготвување на храна во која се послужуваат јадења приготвени на скара кој се базираат претежно на мелено месо, а се подготвуваат и јадења од друг тип на месо, но кој дозволуваат поголема брзина во подготовката, а се служат и одредени пијалаци и напивки.
- **Слаткарница** - е објект во кој се послужуваат разни видови слатки и сладоледи како и безалкохолни пијалаци и напивки.

Покрај предходно наведените угостителски објекти имаме и посебен вид на објекти, а тоа се баровите. Тие се ориентирани за послужување на пијалаци и напивки. Опремени се со бар - пулт и точилница. Одреден асортиман на понудата е карактеристика за одреден вид на барови и нивните имиња се следни:

- **Аперитив бар** - може да биде во состав на хотелот или самостоен објект во кој се послужуваат алкохолни и безалкохолни пијалаци, како и топли и ладни напивки и разни коктейли.

- **Кафе барови** - вообичаено се самостојни објекти, но можат да работат и во состав на објекти од различна намена, уредени се со атрактивен бар пулт, со изложени разни видови пијалаци и збогатен амбиент со музика. Забавната содржина т.е музичката и сценската програма во многу случаи го одредуваат и типот на барот и така добиваме: ноќен бар, диско бар, кабаре бар и слични барови. Развиениот ресторански сектор во светот, брзиот развој на туризмот како и промените на навиките и потребите кај денешните туристи, наметнува потреба од угостителски објекти за брза исхрана и пијалаци, влез на ланци на **ресторани за брза исхрана** во нашата држава.

2. Дефинирање на туризмот како стопанска дејност

Туризмот претставува една од најмасовните појави во денешното современо општество. И покрај тоа што има големо општествено и политичко значење, сепак поради многубројните ефекти кои ги предизвикува за развојот на економијата се посветува посебно внимание на неговото влијание врз економијата. Во однос на значењето на поимот туризам, во науката постојат разни термини кои го определуваат, како на пример: туристичка трговија (tourist trade), туристичка индустрија (tourist industry), туризам и патување (tourism and travel), патничка индустрија (travel industry), туристички сектор, туристичко стопанство итн.

Етимолошкото потекло на поимот туризам (*Theobald, W.F. 1994*) доаѓа од зборовите: tour (латински "tornare", грчки "tornos") со нивно значење на круг, движење околу централна точка или оска. Доколку на тој збор се додаде суфиксот-ism (tourism), тогаш се означува движење, дејство, процес. Доколку пак се додаде суфиксот -ist (tourist), тогаш се означува оној кој го изведува движењето, дејството, процесот. Оттука, при комбинација на зборовите tour и суфиксите -ism и -ist, се означува акција, движење околу круг, односно кружно движење, каде кругот е почетна точка од која се поаѓа и кон која се враќа.

Кога станува збор за дефинирање на поимот туризам може да се каже дека поимното определување било предмет на интерес од многу одамна, па може да се каже дека низ годините дефинициите се менувале. Меѓу една од првите дефиниции е онаа на Hunziker & Karpf (1941 год.), според која туризам е збир на односи и појави кои произлегуваат од патувањето и престојот на посетителите на некое место ако со тој престој не се воспоставува постојано живеалиште и ако тој престој не е во врска со некоја стопанска дејност (*Петревска, Б. 2013*). Многу подоцна, Tourism Society of England (1976 год.), го дефинира туризмот како привремено, краткотрајно движење на луѓето до некоја дестинација надвор од местото каде обично живеат и работат, заедно со сите активности за време на престојот, притоа, вклучувајќи ги патувањата по сите основи. Според International Association of Scientific Experts in Tourism (1981 год.), под туризам се подразбираат соодветни активности по избор кои се спроведуваат надвор од дома (*Петревска, Б. 2013*).

Туризмот е привремено движење на луѓето надвор од своето постојано место на живеење и место на работа и ги опфаќа дејствата кои ги вршат за време на нивниот престој како и објектите кои се изградени за задоволување на нивните потреби (*Jafari, J. 1977; Wall, A. 1982*). Според Светската туристичка организација (World Tourism Organization), „Туризмот претставува збир на активности на лицата во текот на нивното патување и престој во место надвор од нивното вообичаено опкружување, но не повеќе од една календарска година, за одмор, односно деловни или други причини што не се поврзани со стекнување на плата во местата што ги посетуваат” (*WTO, "Concepts, definitions and classifications for tourism statistics – A technical Manual", Madrid, 1995*). Во насока на подобро осознавање на суштината на поимот туризам, Обединетите Нации (United Nations, 1994 год.) предлагаат три форми туризам:

- **domestic tourism** (домашен туризам) - ги вклучува само резидентите од дадена земја кои патуваат само во рамки на таа земја
- **inbound tourism** (влезен/приливен туризам) - ги вклучува нерезидентите кои патуваат во дадена земја
- **outbound tourism** (излезен/одливен туризам) - ги вклучува резидентите кои патуваат во друга земја.

2.1. Карактеристики на туризмот

И покрај спецификата на туризмот и големиот број на карактеристики кој го одликуваат, како најчести карактеристики на туризмот ги издвојуваме : **хетерогеност на структурата; карактер на трудот; сезоналност** (Петревска, Б. 2013).

А) Хетерогеност на структурата. Туризмот е реалност во денешно време, тоа е една од најсложените и најзначајните појави на современото општествено живеење на човештвото. Тој се појавува како резултат на сегашниот општествен развој во процесите на индустријализацијата, во процесите на урбанизацијата и вкупниот научно - технолошки развој, во општествените процеси и односи на демократизација и хуманизација што како последица го имаме зголемувањето на слободно време и појавата на слободни парични средства кај луѓето. Феноменот туризам како дериват на темелниот општествен однос на специфичен начин е во однос со низа битни појави, па од тука поприма многу значајни карактеристики кои произлегуваат од современото општество. Тој како масовна појава со многу динамично темпо се развива во комплексна стопанска дејност, па од тука неговото проучување бара комплетен и мултидисциплинарен приод. Неговото развивање во големи размери и обавување на многу функции му даваат белег на масовна појава и негово претворање во значајна економска појава која претставува важна улога во современото светско стопанство.

Туризмот е комплексна и мултидимензионална појава која во себе носи белези и детерминанти на целокупната општествена структура, но во исто време и како релативно автономна појава, формира специфични законитости на својот развој. Така, туризмот како стопанска дејност од останатите стопански дејности се разликува по одредени специфичности и карактеристики својствени само за него. Покрај хетерогеноста на структурата, туризмот се диференцира и по многу други особености, меѓу кои најкарактеристични се: високиот степен на еластичност на побарувачката на туристички услуги, нагласен сезонски карактер на работењето во туризмот, специфичен карактер на трудот.

Тргувајќи од фактот дека туризмот е сложена стопанска дејност, од една страна ги имаме туристите како потрошувачи, а од друга страна ги имаме сите чинители кои настојуваат да обезбедат задоволување на разновидни туристички потреби. Оттука, произлегуваат многубројните елементи кои го сочинуваат туристичкиот систем од кои издвојуваме: транспортни средства (авиони, автомобили, железница, бродови итн.); објекти за сместување и исхрана (хотели, мотели, приватно сместување, ресторани, итн.); патнички агенции; туристички водичи; производители на специфични туристички производи; разни облици и организациони форми кои обезбедуваат забава и разонода.

Во литературата постојат различни концепции кои го детерминираат хетерогениот карактер на туризмот почнувајќи од оние автори кои го третираат како индустрија, па се до оние кои се приврзаници на спротивното убедување. Поаѓајќи од определбата дека туризмот претставува збир, целокупност, конгломерат на многубројни планови и програми кои имаат за цел да ги задоволат посетителите и нивните потреби ќе ја потенцираме уште еднаш хетерогеноста на туризмот преку

кратко објаснување на трите значајни и меѓусебно поврзани сектори кои го креираат туристичкиот развој и процесот на одлучување во туризмот. Трите сектори кои се најзначајни во процесот на донесување одлуки за развој и унапредување на туризмот се: туристичкото стопанство, непрофитниот сектор и владиниот сектор. Првиот сектор е туристичкото стопанство кое претставува збир на многубројни дејности и организации кои делуваат во рамките на дејностите, а се грижат за потполно и квалитетно задоволување на потребите на туристите. Од многубројните дејности кои ја сочинуваат комплексноста на туристичкото стопанство, како најзначајни ги издвојуваме: угостителството, сообраќајот, трговијата на мало, услужното занаетчиство, комуналните дејности, дејноста на туристичките посредници и дејноста на организациите кои се грижат за културно - забавниот живот (*Влахова, К. Тодоровиќ, Е. 2013*).

Вториот сектор е непрофитниот сектор кој опфаќа многубројни: здравствени, рекреативни, историски, етнички, археолошки, младински и други непрофитни субјекти кои придонесуваат за експанзија на туризмот, особено за земјите кои се во развој. Во непрофитниот сектор сите приходи кои се стекнати по основ на услуги, мора да се трошат за оперативни трошоци, а не за инвестирање. Во рамки на нивното функционирање тие имаат реконструирано и модифицирано многубројни структури кои се прилагодени и интересни за туристите и на тој начин тие претставуваат значајни креатори на туристичкиот развој и токму затоа, секој плански развој на туризмот мора да го вклучи и непрофитниот сектор поради важноста на неговата функционална улога.

Третиот сектор е владиниот сектор кој својата улога во развојот на туризмот првенствено ја манифестира преку примарната улога на владата во сферата на управување, донесување и имплементација на закони и регулативи кој можат да донесат развој на туризмот или пак истите можат значајно да го забават развој на туризмот. Во многу земји, владите обезбедуваат услови и финансиски средства за откривање, креирање и одржување на голем број атракции за посетителите, како на пример: преку заштита и одржување на национални паркови и културно наследство, одржување активности на државно земјиште, поседување и грижа за инфраструктура од која зависи туризмот, спроведување туристичка промоција како и издвојување големи средства за туристичка пропаганда и слично.

Сите три сектори кои го детерминираат туристичкиот развој (туристичко стопанство со многубројните комерцијални претпријатија, непрофитниот сектор владата) се категории кои укажуваат на голем број индивидуалци, претпријатија, организации и агенции кој се активно вклучени во развојот на туризмот (*Петревска, Б. 2013*). Секој од нив донесува одлуки за развој при тоа остварувајќи сопствената специфична улога во туризмот. Секоја поединечна одлука за развој, задоволува само една единствена потреба на туристот во одредено време при неговото патување и престој во одредена дестинација, додека пак, колективно, сите независни субјекти го прават она што се нарекува туристички развој на страната на понудата.

Од претходно наведеното се заклучува дека туристичкото стопанство има примат меѓу трите сектори кои ги издвоивме како најважни и кои го условуваат развојот на туризмот. Според некои автори, туристичкото стопанство е посебна стопанска дејност која комплетно ги задоволува сите потреби на туристите. Но, постои и друго гледиште според кое, туристичкото стопанство го сочинуваат збир на многубројни дејности и организации кои припаѓаат на разни стопански дејности или гранки, кои се грижат за задоволување на многубројните потреби на туристите. Во задоволувањето на туристите истовремено, заеднички учествуваат повеќе стопански дејности, односно правни и физички лица кои имаат за цел да ги задоволат многубројните потреби и желби на туристите врз основа на почитување на основните економски принципи.

Оттука произлегува големиот бројот на дејности кои го сочинуваат комплексното туристичко стопанство од кои како најзначајни се издвојуваат: угостителство, сообраќај, трговија на мало, услужно занаетчиство, комунални дејности, дејноста на туристичките посредници и дејноста на организациите кои се грижат за културно забавниот живот. Како што влијае туризмот врз развојот на дејностите кој го сочинуваат туристичкото стопанство, така и туристичкото стопанство делува повратно врз развојот на туризмот. Со секое зголемување на туристичкиот промет и туристичката потрошувачка истовремено се доаѓа до ситуација која бара проширување и модернизација на сместувачките капацитети, нова и подобрување на постојната сообраќајна мрежа, подобрување на квалитетот и обновување на сообраќајните средства, подобрување и модернизација на трговската мрежа, изградба на нови објекти од комунална сфера и други објекти кои учествуваат во задоволување на многубројните потреби на туристите.

Од друга страна пак, постоењето на нови, модернизирани, проширени и унапредени услуги кои ги нудат дејностите од туристичкото стопанство, значи и привлекување на се поголем број туристи кои ќе престојуваат подолг временски период кој ќе трошат повеќе парични средства со што ќе го унапредат туристичкиот развој. Со цел подобро да се осознае комплексната суштина како дел од основните карактеристики на туристичкото стопанство ги издвојуваме: голема територијална распространетост и локализација како последица на голем број разновидности и дисперзирано разместување на туристичките активности од една страна и се поголема просторна децентрализација и експанзија на туристичкиот промет од друга страна; врзаност за одреден простор кој поседува природни, културни и други белези кои претставуваат цел и мотив на посетителите; голема вредност на инвестициите на основните и придружни објекти и дејности во туристичкото стопанство; вработување на голем број луѓе како резултат на тесната поврзаност и комплементарност на трудот и многуте дејности кои учествуваат во формирањето туристичка понуда; сезонски карактер на работењето и неможност за константно и целосно користење на капацитетите во текот на целата година.

Кога се зборува за поимот туристичко стопанство секогаш треба да се биде претпазлив во однос на определбата дека тоа е исклучиво туристичко стопанство и да се употребува само условно, бидејќи дејностите и организациите кои го сочинуваат подеднакво и истовремено учествуваат покрај во задоволувањето на потребите на туристите и во задоволувањето на потребите на локалното население. Повторно се потврдува тезата дека туризмот претставува дејност со исклучително хетерогени карактеристики и дека неговиот развој е детерминиран истовремено од делување на сите негови компоненти.

Б) Карактер на трудот во туризмот. Поаѓајќи од потребата да се детерминира карактерот на трудот кој се вложува во туризмот се поаѓа од добиеното како краен резултат. Доколку добиениот резултат е материјален производ станува збор за постоење производствен труд, а во случај кога добиениот резултат е услуга, тогаш се работи за непроизводствен труд. Кога станува збор за детерминација на трудот во туризмот повеќе од очигледно е дека постои дилема. Оттука, во обид да се анализира карактерот на трудот во туризмот се поаѓа од хетерогеноста на структурата како предходна негова карактеристика.

Со оглед на фактот дека постојат многу дејности кои учествуваат во задоволувањето на потребите на туристите преку согледувањето на карактерот на трудот со таквите стопански дејности кои го сочинуваат туристичкото стопанство прикажани во Табела.1. ќе се даде одговор на прашањето: дали производот во туризмот има материјален карактер или услужен облик.

Табела.1. Карактер на трудот кај поважни дејности од туристичкото стопанство

Стопанска дејност	Карактеристика на трудот
Угостителство	Подготвување храна (производен) Послужување (непроизводен)
Сообраќај	Услуги за превоз (непроизводен)
Трговија	Задоволување туристички потреби (непроизводен)
Туристички агенции	Услуги (непроизводен)
Комунално стопанство	Услуги (непроизводен)
Услужно занаетчиство	Услуги (непроизводен)

Извор: „Економика на угостителство и туризам”, Б.Петревска, 2013

Од табелата може да се извлече заклучок кој укажува дека со исклучок на дел од угостителството, за туризмот во целина може да се каже дека има нематеријален карактер и претставува непроизводна стопанска дејност и во тој случај треба да се извлече заклучок дека туризмот не може да учествува во бруто домашен производ (БДП). Но, доколку се земе во предвид фактот дека и ако туризмот е непроизводна стопанска дејност, сепак преку „невидливиот извоз“ и „невидливиот увоз“ има директно влијание врз БДП при што може слободно да заклучиме дека туризмот има големо влијание во БДП и во економијата воопшто. Оттука, како генерален заклучок може да се извлече дека трудот во туризмот има стопански, но непроизводен карактер.

В) Сезоналноста на туризмот. Меѓу најчестите карактеристики на туризмот секогаш се издвојува неговата сезоналност. Таа се гледа во зголемената и изразита туристичката побарувачка во пократок временски период. Најчесто тој временски период се летните или зимските месеци. Сезоналноста како појава во туризмот не е закономерност туку постојат и исклучоци. Сезоналноста не се јавува кај туристички текови во големи градови, таму туристичката побарувачка е релативно умерена и константна во текот на целата календарска година. Постоенето на сезоналност како карактеристика на туризмот доведува до одредени негативни последици врз неговиот развој. Високата концентрација само во одредени временски периоди резултира со низок степен на искористеност на сместувачките капацитети на годишно ниво. Тоа пак се рефлектира врз должина на престој на туристите што од своја страна, повторно негативно се одразува врз развој на туризмот, бидејќи дожината на престој се скратува. Оттука, произлегува потреба за преземање мерки и активности за продолжување на кратката туристичка сезона како на пример: подобрување на вон - пансионската понуда, воведување нови форми туризам, правилна ценовна политика и сл.

2.2. Видови на туризам

Со зголемениот број на туристички движења низ светот поттикнати од многубројни и различни потреби на луѓето за патување, денес туризмот се класифицира во разни видови според неколку критериуми. Патувањето е една од најпознатите наградувачки активности за човекот, поврзана со задоволството и квалитетот на животот. Тоа е точка за состаноци помеѓу различни култури што овозможува развој на морални, интелектуални и емоционални вредности.

Според Н. Мариноски (*Мариноски, Н. 2006*), во македонскиот туризам поделбата на туризмот е на следните видови: современ туризам (масовен туризам, алтернативен туризам); според туристичките потреби (рекреативен туризам, културен туризам, верски туризам, гастрономски туризам); според должината на престојот на туристите (стационарен туризам, екскурзивен туризам, излетнички туризам, транзитен туризам); според видот на сообраќајни средства (авто - туризам, наутички туризам); според географската припадност на туристите (домашен туризам, меѓународен - странски туризам); според видот на туристички ресурси (крајбрежен туризам, планински туризам, бањски туризам, градски туризам, селски - рурален туризам); според возраста на туристите (детски туризам - до 15 години, младински туризам, туризам на зрело доба, туризам на трето доба); според начинот на кој се организираат туристичките патувања (индивидуален туризам, семеен туризам, колективен туризам).

Според UNWTO (светската туристичка организација) направена е поделба на туризмот на следните видови (<https://medium.com/@mariateresa9399/types-of-tourism-according-to-unwto-601c1fb76695>):

1. Рурален туризам: е вид на туристичка активност во која искуството на посетителот е поврзано со широк спектар на производи, генерално поврзани со активности засновани на природата, земјоделството, руралниот живот на село и ниивната култура на живеење, традиции и обичаи. Овие активности се одвиваат во не - градски области со следните карактеристики: ниска густина на населението, пејзаж и употреба на земјиште во кои доминираат земјоделството и шумарството и трговската социјална структура и начин на живот.

2. Екотуризам: е вид на туристичка активност базирана на природа во која основната мотивација на посетителот е да го набљудува, научи, открива, доживува и да ја цени биолошката и културната разновидност со одговорен став за заштита на интегритетот на еко - системот и зајакнување на благосостојбата на локалната заедница.

3. Авантуристички туризам: е вид на туризам кој обично се одвива на дестинации со специфични географски карактеристични предели и има тенденција да биде поврзан со физичка активност, културна размена, интеракција и дружба со природата. Ова искуство може да вклучува некаков реален или перцепиран ризик и може да бара значителен физички и ментален напор.

4. Културен туризам: е вид на туристичка активност во која основната мотивација на посетителот е да научи, открие, доживее и консумира материјални и нематеријални културни атракции и производи во туристичка дестинација.

5. Здравствен туризам: ги опфаќа оние видови на туризам на кои како примарна мотивација им е придонесот кон физичкото, менталното и духовното здравје преку медицински и веродостојни активности кои го зголемуваат капацитетот на поединците да ги задоволат своите потреби и да функционираат подобро како поединци во нивната околина и општеството.

6. Велнес туризам: е еден вид туристичка активност што има за цел да ги подобри и балансира сите главни области на човечкиот живот, вклучувајќи физички, ментален, емоционален, професионален, интелектуален и духовен. Примарна мотивација за велнес туристите е да се вклучат во превентивни, проактивни, активности за подобрување на начинот на живот, како што се фитнес, здрава исхрана, релаксација, разочарување и лекување.

7. Медицински туризам: е еден вид туристичка активност што вклучува употреба на ресурси и услуги за лекување врз основа на докази (инвазивни и неинвазивни). Ова може да вклучува дијагноза, третман, лекување, превенција и рехабилитација.

8. Деловен туризам: е вид на туристичка активност во која посетителите патуваат за одредена професионална или деловна намена во место надвор од работното место и престој со цел да

присуствуваат на состанок, активност или настан. Клучните компоненти на деловниот туризам се состаноци, конференции, семинари и изложби.

9. Гастрономски туризам: е вид на туристичка активност која се карактеризира со искуство на посетителот поврзано со храна и сродни производи и активности при патувањето. Заедно со автентични, традиционални и иновативни кулинарски искуства, гастрономскиот туризам може да вклучи и други поврзани активности, како што е посета на локалните производители, учество на фестивали на храна и присуство на часови за готвење.

10. Ено-туризам: како под-вид на гастрономски туризам се однесува на туризмот чија цел е посета на лозови насади, винарии, дегустација, консумирање и набавка на вино во или близу до изворот.

11. Крајбрежен туризам: се однесува на туристички активности на копно, како што се: сончање и други крајбрежни рекреации, рекреација и спортски активности што се одвиваат на брегот на море, езеро или река. Близината на брегот е исто така услов за услуги и објекти кои го поддржуваат крајбрежниот туризам.

12. Поморски туризам: се однесува на активности на база на море, како крстарење, јахти, пловење и наутички спортови и ги вклучува нивните соодветни копнени услуги и инфраструктура.

13. Воден туризам: се однесува на туристички активности (крстарење, јахтинг, едрење, пловење, наутички и други водни спортови) кои се одвиваат во водена површина лоцирана во копнените граници и вклучуваат езера, реки, езерца, потоци, подземни води, извори, пештерски води и други.

14. Урбан туризам: е еден вид туристичка активност што се одвива во градски простор. Урбаните, градските дестинации нудат широк и хетероген спектар на културни, архитектонски, технолошки, социјални и природни искуства и производи за слободно време и деловно работење.

15. Планински туризам: е вид на туристичка активност што се одвива во дефиниран и ограничен географски простор како што се: ридови или планини со карактеристични карактеристики и атрибути, својствени на специфичен пејзаж, топографија, клима, биолошка разновидност (флора и фауна) и локална заедница. Опфаќа широк спектар на активности за слободно време и спорт.

16. Образовен туризам: ги опфаќа оние видови на туризам кои имаат примарна мотивација ангажирање на туристите за искуство во учење, само - подобрување, интелектуален раст и развој на вештини. Образовниот туризам претставува широк спектар на производи и услуги поврзани со академски студии, учење за унапредување вештини, училишни патувања, спортски тренинг, курсеви за развој на кариера и курсеви за јазици.

17. Спортски туризам: е еден вид туристичка активност што се однесува на патничкото искуство на туристот кој или е во улога на гледач или активно учествува во спортски настан. Генерално, вклучува комерцијални и некомерцијални активности од спортска природа.

3. Меѓусебна врска и зависност помеѓу угостителството и туризмот

Туризмот и угостителството одат рака под рака. Угостителската индустрија нуди услуги како сместување, транспорт, храна и пијалаци, рекреација во слободното време. Туризмот е активност на туристите кои се впуштаат во патувања до дестинации каде што сакаат да искушат активности за одмор и рекреација и во најголем дел од времето имаат потреба од сместување, храна и пијалаци. Угостителството е снабдувач на услугите за туризмот. Угостителството и туризмот се меѓусебно поврзани и условени стопански дејности, а додека пак нивниот развој зависи и е поврзан со развојот на другите стопански дејности како што се: комуналните дејности, трговијата, занаетчиството, индустријата и други. (Аврамоски, М. 1997).

Целта на туристичката дејност е да овозможи патување и престој на туристите надвор од нивното постојано место на живеење каде туристите ќе имаат неопходна потреба од сместување, исхрана и разонода. Таквите услуги нема да бидат можни без развиено угостителство, односно постоење на најразлични рецептивни услови за прифаќање на туристите како што се: угостителски објекти за сместување и угостителски објекти за исхрана, пијалаци и забава. Угостителството како дејност ги обезбедува основните материјални и физички потреби на луѓето за време на нивното патување и ја претставува „материјалната основа“ за развој на туризмот. Само со развиено угостителство, потребите на туристите ќе можат на најдобар начин да бидат задоволени како и да се постигне развој на туризмот.

Од друга страна, туризмот игра важна улога за развојот и унапредувањето на угостителството. Со зголемувањето на бројот на туристичките патувања кој денеска расте со многу забрзано темпо се зголемува потребата од изградба на дополнителни современи туристички и угостителски објекти каде можат да се задоволат најразличните потреби на луѓето почнувајќи од основната потреба: сместување, храна и пијалок, па се до најразлични потреби за одмор, рекреација, анимација, а исто така се развива и сообраќајната индустрија. На слика.1. се прикажани туристички и угостителски елементи каде се гледа и нивната взаемна поврзаност.

Слика.1. Туристичка понуда на Италија



Извор: <https://www.dreamstime.com>

Ваквата потреба за изградба на нови дополнителни објекти или пак инвестирање во постојните, допринесува за уште позабрзан развој на угостителството. Од тука може да заклучиме дека угостителството и туризмот се тесно поврзани дејности со меѓусебно испреплетени односи на влијание и меѓусебно развивање. Од тие причини многу често и со право, угостителството и туризмот се претставени како една сложена стопанска дејност која е многу значајна за животот на луѓето, за целокупното општество и за стопанскиот развој на економиите.

ПОГЛАВЈЕ 2.

„ГАСТРОНОМСКИ ТУРИЗАМ“

1. Вовед во гастрономски туризам

За да навлеземе детално во гастрономскиот туризам многу е важно тоа да биде постапно, односно да се согледаат елементите кои се негова основа. Бидејќи во првото поглавје во овој дел целосно се разработени поимите угостителство и туризам во кои области припаѓа гастрономскиот туризам, во овој дел ќе се согледа поврзаноста на храната и туризмот, потоа гастрономијата како наука, сè со цел да дојдеме до поимот и дефиницијата за гастрономски туризам.

Храната до неодамна беше само составен дел од туристичката понуда иако претставува многу важен елемент во целокупното туристичко доживување. Последните години со менувањето на туристичките трендови на храната ѝ се посветува се поголемо внимание и таа полка станува статусен симбол, стил и култура на живеење или со други зборови кажано, храната од „епизодна“ презема „водечка“ улога во туристичките доживувања. Постојат различни пристапи во истражувањата на улогата на храната во туризмот. Така според Тиканен (*Tikkanen, I. 2007*) поврзаноста на храната и туризмот може да се разгледа од следниве аспекти:

- Храна како туристичка атракција - пристап кој се фокусира на туристички развиените дестинации, но и на проблемите со кои туристите се соочуваат во однос на локалните гастрономски сфери во непознати дестинации;
- Намирници како компоненти на туристичкиот производ - пристап кој објаснува дека постојат повеќе фактори кои влијаат на обемот и потрошувачката на храна како компонента на туристичкиот производ;
- Искуство на храната во туризмот - без оглед на тоа дали храната е мотив за патување или физиолошка потреба;
- Врската на туризмот и производството на храна - пристап кој ја истражува меѓусебната зависност на туризмот и храната;
- Улогата на храната во културата - пристап според кој потрошувачката на храна се смета за еден од најважните фактори во развојот на маркетингот на дестинацијата.

Храната може да биде главен поттикнувач и примарен мотив за задоволување на различните потреби и желби на туристите, а на туристичкиот пазар станува призната како: дел на локалната култура; дел од туристичката промоција; потенцијален елемент во развој на локалното стопанство и економија; регионален фактор на кого влијаат обрасците на потрошувачка и желбите на туристите. McIntosh ја развил мотивационата типологија во која се истакнуваат четири главни категории на мотиви (*McIntosh, E.N. 1995*): физички мотиви, културолошки мотиви, интерперсонални мотиви и мотиви на статус и престиж.

Физичките мотиви се однесуваат на вистинското (реално) искуство на туристите во текот на патувањето. На пример, туристите ја доживуваат кујната преку примероци на храна, набљудување на атрактивните презентации на храна и сл. Тоа создава ново искуство за туристите кое не би го доживеале во обичниот живот, што е еден од основните мотиви на патувањата.

Во однос на културолошките мотиви може да се констатира дека туристите многу можат да научат за културата на друга земја токму преку храната, а голем број туристи посетуваат одредени земји само поради можноста за уживање во традиционалната храна и автентичната кујна. Храната и туризмот исто така може да бидат и меѓучовечки (интерперсонални) мотиви. Атмосферата на окружувањето и дружењето за време на оброкот е важен дел во севкупното доживување.

Статусот и престижот отсекогаш биле главен поттикнувач на луѓето да посетат некоја дестинација. Вечера во престижен ресторан или пак, дегустација на автентични и географски заштитени прехранбени производи може да бидат важен фактор кој се поврзува со животниот стил на поединецот. Некои автори односот на храната и туризмот го поврзуваат со имиџот на дестинацијата (*Corigliano, M.A. 2000*):

- Вклучување на храната во туристичкиот маркетинг и управување со дестинацијата, притоа храната претставува „мамка“ за туристите во брошурите и визуелните промотивни пораки.
- Храната може да биде клучна точка на фестивалите и настаните кои ги привлекуваат туристите, а поради тоа во голем број дестинации се отвораат погони на производство на храна која е дел од нивното културно наследство.
- Во текот на патувањата туристите трошат локални производи кои претставуваат дел од културата на местото. Освен како синоним за забава и разонода, туризмот има и културни сегменти кои настануваат при интеракција со локалното население.
- Консумирањето разновидни локални производи и специјалитет и тоа како резултат на поврзаноста со културата на живеење на локалното население.

Во секој случај, може да се заклучи дека преку афирмација на храната, туристичката дестинација ја зголемува својата атрактивност, создава можности за организација на различни настани и манифестации кои ќе бидат привлечни за туристите, креира позитивен имиџ и гради основа за јакнење на сопствениот идентитет. Згора на тоа, креирањето автентични туристички производи во чиј епицентар се наоѓа храната сами по себе се магнет за туристите што секако дека влијае врз развојот на дестинацијата и подобрување на нејзиниот имиџ. Дobar пример за ова е истражувањето кое го спровел *Henderson*, за поврзаноста на храната на отворено и туризмот во Сингапур (*Henderson, J.C. 2000*). Имено, храната која ја подготвуваат уличните продавачи е многу популарна во земјите од југоисточна Азија и Средниот исток, а во Сингапур е избран најпопуларен вид кујна покрај големиот број ексклузивни ресторани и претставува вистинско доживување за туристите. Според неговите истражувања храната станала еден од синонимите за Сингапур, а поголемиот број луѓе веруваат дека токму храната е таа која е мотив за туристите да го посетат местото. Поради тоа сингапурската храна станала главна во промотивните стратегии на туристичките организации, а Сингапур е домаќин на голем број настани поврзани со храната кои привлекуваат туристи од целиот свет. Меѓу нив најпопуларни се: Сингапурскиот саем на храна и Светскиот самит на гурмани.

Откако ја согледаваме поврзаноста на храната со туризмот во интерес на овој труд и поради систематско доближување до поимот гастрономски туризам важно е да се разгледа и гастрономијата како наука. Енциклопедијата за туризам (*Jafari, J. 2000*) ја дефинира гастрономијата како уметност и наука за добрата исхрана. Покрај готвењето, гастрономијата опфаќа и ритуали поврзани со хранењето, а рестораните кои служат локална храна во дестинациите претставуваат своевидна атракција за посета од страна на туристите. Дигиталниот речник на македонскиот јазик ја дефинира гастрономијата како вештина за подготвување на разни видови јадења. Речниците од областа на туризмот и угостителството под гастрономија препознаваат уметност и науката за добра исхрана. Оттука, според *Д. Методијески*, гастроном значи експерт за храна и пијалаци (*Методијески, Д., Голаков, К. 2013*). Гастрономот треба да ги познава и знае не само обичаите, културата и религијата на својот народ, туку да ги запознава и проучува гастрономиите на другите народи, нивната култура на хранење, нивните обичаи и начини на исхрана. Гастрономијата како научна дисциплина е поврзана со географијата, антропологијата, туризмот, историјата, хемијата, медицината и др. Гастрономијата е директно поврзана и со нутриционизмот и диететиката. Нутриционизмот во основа претставува мултидисциплинарна наука која ја проучува исхраната и начинот на кој храната влијае врз здравјето на човекот (*Петровска-Речкоска, Г., Василевска, А. 2009*).

Диететиката е наука која се занимава со конзумирањето на соодветна храна од страна човекот како би останал здрав, односно да го спречи појавувањето на некоја болест, или доколку се појави болеста да се примени соодветна исхрана со цел да ја спречи болеста или да се ублажи нејзиното манифестирање (*Василевска, А. 2009*).

Кога станува збор за дефинирање на гастрономијата мораме да кажеме дека таа претставува и уметност и наука, а на неа влијаат низа социјални, културни, општествено - економски т.е. антрополошки фактори (*Џуџулески, В. 2009*). Гастрономијата претставува мултидисциплинарна наука и поради нејзината природа е тешко да биде дефинирана. Таа ги опфаќа истражувањата поврзани со намирниците кои се користат при готвење, техниките на подготовка и обработка на храна, послужување и конзумирање на храната. Во релевантната научна и стручна литература во светот, поврзана со гастрономијата дефинирани се повеќе видови на гастрономија: политичка гастрономија, молекуларна гастрономија, практична гастрономија, теоретска гастрономија, техничка гастрономија и гастрономија на храна.

Политичката гастрономија (*LaCombe, М. 2012*) е термин кој го изучува политичкото значење на храната и улогата на храната во меѓународните односи како и креирањето на различни политики поврзани со храната.

Молекуларната гастрономија се стреми да ги истражува, објаснува и да ги применува физичките и хемиските трансформации на состојките кои се случуваат за време на готвењето како и социјалните, уметничките и техничките делови на кулинарските и гастрономските појави во целина (*This, Н. 2006*). Молекуларната гастрономија е современ стил на готвење кој што се користи и од страна на научници и од стручњаци за храна во многу професионални кујни и лаборатории. Молекуларната гастрономија има корист од многуте технички иновации во научните дисциплини.

Практичната гастрономија се занимава со изучување на практичните аспекти како подготовка, производство и послужување на различна храна и пијалаци од различни земји - кујни во светот. Практичната гастрономија опфаќа техники стандарди и комуникација меѓу персоналот и гостите, кулинарските, регионалните и културни специфики на храната. Изработката на менијата, вештините на готвење и системите на послужување на јадењата спаѓаат во практичната гастрономија. Практичната гастрономија ја сочинуваат вработените, готвачите, услужниот персонал, сомелиерите и др.

Теоретската гастрономија ја поддржува практичната гастрономија. Се заснова на процесите и системите, рецептите, готварските книги и останатата литература поврзана со гастрономијата. Опишува различни процедури кои треба да се следат за да се постигне одреден успех. Планирањето на мени за настани, соодветна храна и пијалак, се дел од работењето во теоретската гастрономија. Теоретската гастрономија е изворот на креативност кој ги инспирирал националните јадења низ светот со векови наназад. Таа е поле на персоналот каде вработените ја комбинираат практичната и теоретската гастрономија за да постигнат ефективност во работењето.

Техничката гастрономија се темели на технологијата и опремата за производство и послужување на храна и пијалаци како и на нејзиниот придонес за развој на гастрономијата. Мени инженерингот, анализата и предвидувањето на работењето и новите технологии на готвење и производство на храна се дел од техничката гастрономија. За да можеме да ја објасниме суштината на гастрономскиот туризам, најпрво треба да го објасниме етимолошкото значење на овој термин. Терминот гастрономски туризам е составен од зборовите „гастрономски“ и „туризам“. Терминот „гастрономија“ има грчко потекло и означува готварски вештини, гурманлак, а гастроном - човек што добро готви, гурман, одбирач на јадења (*Микуновиќ, Љ. 1990*).

Буквалното значење на терминот гастрономија од грчки јазик е „гастро“ - стомак и „номос“ - знаење, закон. Покрај терминот гастрономија, за потребите на овој труд ќе бидат користени и термини како гурман и кулинарство. Зборот „гурман“ има француско потекло и означува љубител на добри јадења. Зборот „кулинар“, потекнува од латинскиот јазик и во превод означува кујна, готвење. Гастрономијата во основа, најголемиот дел од луѓето ја поврзуваат со подготвувањето на храна, но, сепак треба да истакнеме, дека гастрономијата како наука опфаќа многу аспекти поврзани со храната како општествени, економски, културни, историски, природни и др., а не само подготовката на храна - готварство и кулинарски вештини.

Покрај гастрономијата од една страна во поимот гастрономски туризам како составен дел спаѓа и туризмот. Од друга страна, туризмот претставува патување поради рекреација, одмор, религиозни или бизнис цели. Туристите се луѓе кои патуваат и престојуваат во места надвор од нивното постојано место на живеење повеќе од дваесет и четири часа и не повеќе од една последователна година поради одмор, бизнис и други цели кои не се поврзани со извршување активност кои се платени во местото кое се посетува. Туризмот исто како и гастрономијата претставува мултидисциплинарна област, а токму поради таквата негова природа во комбинација со гастрономијата произлегува терминот гастрономски туризам.

Гастрономијата и туризмот се во директна и нераскинлива врска. Конзумирањето на храна и пијалаци е составен дел од престојот на туристите и посетителите, а кога го среќаваме како основен мотив за патување, тогаш станува збор за гастрономски туризам. Гастрономската култура е област што се игнорирале до неодамна. Сепак, гастрономската култура е секогаш најдолгиот преживеан дел од културата и традицијата. Кујните каде многу различни идентитети на едно општество се спојуваат заедно и се чувствуваат национални чувства, се огледало на секојдневните животни стилови, верски убедувања, навики, традиции и обичаи. Промените во стилот на јадење во општествата и зголемувањето на вредноста на социјално јадење се една од причините за движење во туристичките активности.

Гастрономскиот туризам стана голема и брзорастечка компонента на атрактивноста на туристичката дестинација во последните години. За многу дестинации производството на храна, како и производството на вино, претставуваат составен дел од нивната историја и идентитет и станаа клучен елемент во имиџот на земјата на нацијата. Гастрономијата и винскиот туризам претставуваат можност да се ревитализира и диверзифицира туризмот, да се промовира локалниот економски развој, да се вклучат многу различни професионални сектори и да се донесат нови намени во примарниот сектор. Оттука, гастрономијата и винскиот туризам придонесуваат за промовирање и брендирање на дестинации, одржување и зачувување на локалните традиции и различности и искористување и надградување на автентичноста. Во развојот на гастрономскиот туризам според Hjalager, постојат четири фази (M.Hjalager, A. 2002):

- Прва фаза - домашна:
 - вклучување на гастрономијата во промотивните материјали на регионот;
 - кампањи за поедини производи поврзани со регионот;
 - создавање туристичка понуда за постоечките саеми за храна;
 - планирање на развојот на угостителската дејност во регионот.
- Втора фаза - хоризонтална:
 - имплементација и промоција на стандардите за квалитет;
 - сертифицирање и брендирање на производителите на храна и рестораните врз основа на различни критериуми;
 - повторно осмислување и прилагодување на прехранбените традиции.

- Трета фаза - вертикална:
 - реконструкција на гастрономски доживувања;
 - воспоставување и промовирање на патеки и рути;
 - организирање настани поврзани со храна и пијалак;
 - организирање школи за готвење.
- Четврта фаза - дијагонална:
 - обука во гастрономијата, науката за храна и туризмот;
 - истражување и развој;
 - медиумски центри;
 - демонстрациски проекти.

Од активностите поврзани со гастрономскиот туризам, како специфични производи на гастрономскиот туризам во дестинациите во студијата на Светската туристичка организација („*Global Report on Gastronomy Tourism*”, UNWTO, 2017), посочени се следните:

- гастрономски настани (79 %);
- гастрономски тури (62 %);
- гастрономски работилници и мастер класови (62 %);
- саеми за локална храна (59 %);
- посета на пазари и производители на храна (53 %);
- музеи за храна (12 %) и
- останато (презентации на храна 6%).

Во промоцијата на гастрономскиот туризам, за дестинациите, според националните туристички организации, најважни се следните сегменти:

- организација на настани (91 %);
- брошури за гастрономски туризам и реклама (82 %);
- веб страни посветени на гастрономски туризам (78 %);
- туристички водичи (61 %);
- блогови со гастрономска тематика (43 %);
- инфо тури за новинари и туроператори (13 %) и
- социјални мрежи за промоција на гастрономскиот туризам.

Светската туристичка организација, во 2017 година го публикува и второто издание посветено на гастрономскиот туризам („*Global Report on Gastronomy Tourism*”, UNWTO, 2017). Во изминатото десетолетие ширум светот се организирани бројни форуми, тркалезни маси, конгреси и конференции посветени на гастрономскиот туризам.

1.1. Историски развој на гастрономскиот туризам

Гастрономијата е наука која е поврзана со сè она кое човекот може да го искористи како храна (*Savarin, B. 1854*). Таа опфаќа земјоделие за одгледување на овошје, зеленчук, зачини; производство на храна и пијалаци; рибарство и лов; готварство и кулинарски вештини; маркетинг на храна; логистика и дистрибуција на храна; историја и културни навики за јадење; политичка економија и географија и др. Сето тоа значи дека гастрономијата е во нераскинлива врска со човековото постоење, односно потребата за преживување и внесување на храна во организмот, но и уживање во самата храна. Историски погледнато, првобитниот човек во праисторијата не ја познавал гастрономијата, туку се хранел со намирниците кои ги наоѓал во природата, најчесто овошје и плодови (*Илић, Н. 2017*). Со пронаоѓањето на камените орудја тој започнува да лови и да се храни со живи животни. Започнува да одгледува плодови и да припитомува животни. Основа за развој на

гастрономијата е пронаоѓањето на огнот од страна на човекот. Човекот започнал да го користи огнот за термичка обработка на намирниците и тоа можеме да го означиме како почеток на гастрономијата. Од аспект на туризмот и неговата поврзаност со гастрономијата, односно гастрономскиот туризам неговите корени ги наоѓаме во почетните фази на развојот на туризмот и угостителството, од појавата на бесплатно гостопримство, подоцна првобитното угостителство, патувањата и откривањето на нови територии (Gosch, S., Stearns, P.2008). До почетоците на современиот туризам луѓето при патување надвор од своето постојано место на живеење морале да ги задоволат основните потреби за храна и сместување. Покрај сместувањето, исхраната односно гастрономијата имала важна улога во доживувањето на туристите и патниците. Кај античките народи како Египќаните, Грците и Римјаните, можеме да ги пронајдеме почетоците на гастрономската култура, бидејќи тие имале свои обичаи, намирници и рецепти, готвачи, опремени кујни и технологии, објекти за исхрана, забава и за сместување (Alcock, J. 2000). Во земјите како Кина и Индија исто така постоела развиена гастрономска култура која се манифестирала преку обичаите за хранење и намирниците користени во готвењето.

Појавата на гастрономскиот туризам ја поврзуваме со меѓународниот туризам кој е релативно нова појава за човештвото, а се поврзува со развојот и постанокот на државите и со појавата на патувањата на луѓето надвор од териториите на својата земја на постојано живеење (Методијески, Д., Цуцулески, Н. 2015). Постојат докази дека градовите се појавиле уште пред 5.500 години од кои првите во Блискиот Исток и Азија, Северна Африка, а подоцна и во Европа (Грција и Италија) и Америка (Pacione, M. 2005). Имало повеќе фактори кои го предизвикале формирањето на првите градови, вклучувајќи комерцијални и трговски, верски и политички фактори. Релативно големи агломерации постоеле во Вавилон (250.000 жители), Патна (350.000 жители) и Рим (650.000 жители), во периодот меѓу 400 г. п.н.е. и 100 г. од новата ера. Покрај овие градови и патиштата кои воделе до нив се граделе објекти за престој, исхрана и други услуги кои им биле нудени на патниците како караван сараи, анови, меани и таверни.

Помеѓу III и IV век Рим бил град кој во летниот период бил популарна дестинација и привлекувал голем број на туристи. Посетителите доаѓале во градот за да се релаксираат во бањите, да играат игри на среќа, да го посетат Колосеумот каде ќе присуствуваат на борби со гладијатори, да посетат ресторан и да пробаат локални специјалитети, концерт или шопинг центар каде ќе можат да купат робови од Африка. Исто така, туристите го посетувале Рим за да можат да им се воодушевуваат на грандиозните и импозантни градби, споменици, палати, форуми и др. Од друга страна пак, поради истите причини римјаните ги посетувале градовите во Грција, Египет и другите развиени држави во тоа време. Од објектите за сместување кои се граделе во градовите (Ташков, Н., Вељанов, Т. 2009), а се карактеристични за средновековието можеме да ги споменеме ановите, чија цел е сместување на патници за ноќевање, хранење, послужување на вино, со можност за сместување и хранење на коњите.

Различните градови во овој период презентирале на посетителите различна гастрономска култура и разновидни јадења. За овој период биле карактеристични и религиозните патувања на верниците до градовите во кои се наоѓале религиозните објекти. Во руралните средини пак, каде се наоѓале манастирите, монасите произведувале традиционална храна и вино кои им биле нудени на посетителите при нивниот престој. Како што истакнавме претходно, меѓународниот туризам, а како негов составен дел и гастрономскиот туризам, своите почетоци ги доживува со појавата и развојот на градовите, но можеме да констатираме дека постојат три главни фази кои се поврзани со неговиот историски развој: Гранд Турот; Појавата на индустриската револуција и Периодот по втората светска војна.

Првата фаза или Гранд Турот (голема тура) се дефинира како тура низ одредени градови и места во Западна Европа која се прави поради едукација и задоволство (*Towner, J. 1985*). Овие тури биле правени од страна на богатата социјална елита и била производ на тогашното општество. Ваквото движење, кое било многу важно за аристократите (најчесто патувале млади од Англија на возраст од 20 до 40 г.) се одвивало меѓу првата половина на XIV и втората половина на XVIII век, а пополека престанало да се практикува со зголемувањето на бројот на туристи од средната класа, развојот на сообраќајот и др. Овие патувања во просек траеле по три години, период во кој туристот го обиколувал Европскиот континент. Точниот број на туристи кои учествувале во овие движења не се знае, но според изворите со кои располага *Towner*, во XVIII век, 15 -20.000 туристи биле вклучени во ваков вид на патување на годишно ниво (кога ќе се спореди со вкупното население во Англија во тој период – околу 6.5 милиони, бројот на туристите бил 0.2 - 0.3%). Во просек, благородниците кои учествувале во Гранд Турот трошеле околу 10% од своето богатство за потребите на патувањето. Главната цел на овие туристи била посета на европските центри на образование, култура, гастрономија и уметност како: Париз, Рим, Верона, Торино, Венеција, Амстердам, Келн, Брисел, Берн, Виена и др. *Thomas Nugent* во 1749 г. публикува еден од првите туристички водичи за Гранд Турот со детален опис на градовите и извонредните места за посета во Европа. Во својот туристички водич наменет за туристите тој ги одработува следните земји: Холандија, Германија, Данска, Шведска, Русија, Полска, Италија, Франција, Шпанија и Португалија. Во овој туристички водич има детална информација за оние кои патуваат, како: транспорт и патиштата по кои да се движат, објекти за сместување и исхрана, извонредни места и објекти за посета, законски регулативи, промена на пари, транспорт на багаж и други полезни информации.

Втората фаза, вистинската промена и урбаното живеење се појавиле со Индустриската револуција во XIX век, кога голем број на луѓе започнале да живеат во урбаните центри. Факторите кои често се наведуваат како основни за создавањето на поволна средина за урбан развој вклучуваат:

- Прво, механизацијата во руралните области поради зголемувањето на земјоделското производство и создавање на вишок наменет за големиот број на урбано население кое не било вклучено во земјоделското производство;
- Второ, развојот на масовното и индустриско производство кое ги надминало застарените пред - индустриски ракотворби; и
- Трето, софистицираност на транспортот и комуникациски системи, главно поради користењето на парната машина и железничкиот сообраќај, кој ја либерализирал трговијата и ги направил урбаните средини центри на меркантилизмот.

Индустриската револуција била придружувана од повеќе промени, а не само од оние во индустријата. Всушност, револуцијата се одразила и во други области како: туризам и угостителство, наука, влада, технологија, иновации, сообраќај, образование, администрација, политика, армија и др. Во овој период во Париз и низ Франција, започнува развојот на гастрономијата, готварските вештини, ресторанското работење, унифицирањето на менијата и др. *Grimod de La Reupière*, еден од првите критичари на рестораните и автор на првиот туристички водич за рестораните во Париз (*Алманах за гурмани*) го публикувал туристичкиот водич во 1804 година (*Методијески Д. и др. 2018*). *Auguste Escoffier* бил француски готвач, сопственик на ресторани и кулинар кој на почетокот од 20-тиот век ги популаризирал и надоградил француските методи за готвење. Тој бил легендарна личност помеѓу готвачите и еден од најпознатите лидери кои ја популаризирале француската кујна. Иако, француската кујна е во основата на сите модерни кујни и најголемиот дел од готварската терминологија се заснова на францускиот јазик, неспорен е фактот дека оваа кујна има големо влијание од италијанската.

Ова влијание се случило во XVI век кога младата италијанска принцеза Catherine de Medici се венчала со принцот Хенри во Франција (*Morgan, J. 2006*). Таа со себе во кралскиот двор во Франција ги понела и своите готвачи кои на дотогаш средновековната француска кујна им ги презентирале тајните на италијанската гастрономија и во готвењето започнале да се користат намирници како: дињи, брокули, тартуфи, грашок и артишок. Започнале да се подготвуваат и различни јадења како: сорбети и макарони и да се користат готварски вештини кои биле поразлични од тогашните.

Нова етапа во развојот на меѓународниот туризам настапува кон крајот на XVIII век по големите географски освојувања и техничкиот прогрес на транспортот и сообраќајот. Се поставува основата на модерниот како и на гастрономскиот туризам. Брзо се појавуваат објекти за престој и најразлични објекти за исхрана. Се зголемува и бројот на патувањата - во почетокот благородници, а подоцна трговци, банкарите, индустријалци и др. Во првата половина на XIX век во САД се отворени првите луксузни хотели - Vranums city hotel во Балтимор (1825 г.) и познатиот Tremont hotel во Бостон (1829 г.) кој се смета за првиот „модерен“ хотел. Ова е периодот кога ановите прераснуваат во хотели, а таверните во ресторани. Во овој период се појавуваат и првите морски ресорти во Велика Британија и други земји во Европа како и првите морски ресорти во САД (Atlantic city) (*Williams, S. 2009*) каде се подготвувала различна храна во објектите за исхрана.

Периодот ја бележи и појавата на првите водичи за туристите кои започнал да ги издава Карл Бедкер, познати како Бедкери. Првиот туристички водич го издава во 1827 г. за Германија, а подоцна и за другите европски и светски земји како: Англија, Франција, Италија, Холандија, Швајцарија, Египет, Шпанија и Португалија, Грција, Албанија, Југославија, Русија, Мароко, Мексико, Куба, Кина и др. Овие водичи содржеле најразлични информации кои им се потребни на патниците, како места за посета, места за престој, објекти за исхрана и традиционална храна карактеристична за овие земји како и квалитетни и точни мапи. Во контекст на развојот на гастрономскиот туризам водичите кои се публикувани во почетокот на XX век ни укажуваат од потребата на туристите за доживување на искуство при хранењето и промовирање на дестинациите преку добрите објекти за исхрана. Англискиот автор Newnham -Davis во почетокот на минатиот век публикува две изданија, првото за рестораните во Лондон, а второто за рестораните во Европа (*Методијески, Д., и др 2018*).

Од големо значење за развој на гастрономскиот туризам е водичот Мишелин. Првото издание на туристичкиот водич (наречен и црвен водич поради застапеноста на црвената боја) е публикуван во 1900 година (*Ottenbacher, M., Harrington, R, 2007*). Во 1926 година водичот започнал да доделува ѕвезди за ресторани и првично ги означувал само со една ѕвезда. Пет години подоцна била воведена хиерархија од нула, една, две и три ѕвезди, а во 1936 година биле објавени критериумите за рангирање со ѕвезда. Во текот на остатокот од XX век, благодарение на својот сериозен и единствен пристап, упатствата од водичот на Мишелин станале бестселери без сомнение. Техничкиот напредок кој го донела Индустриската револуција се одразил и на квалитетот на услужувањето - објектите за сместување и исхрана во меѓународниот туризам веќе располагаат со водоводна мрежа со топла и студена вода, тоалет во собите, електрично осветлување, централно греење и лифтови, опрема за подготвување на храна, инвентар и др.

Крајот на XIX век и почетокот на XX век се карактеризираат со интензивен и суштествен развој на туризмот - се создаваат луксузни хотели и ресторани во големите градови и покрај морињата кои нудат услуги за сместување и традиционална гастрономија. Индустриската револуција исто така, довела и до појава на првите форми на организирано туристичко посредништво. Во овој период Хенри Велс ја основал компанијата Американ Експрес, првата туристичка агенција во САД. Во Англија, Томас Кук кој во 1841 г. го направил првото организирано туристичко патување со воз. Кук ја продолжил својата дејност и во следните години бележејќи голем успех и организирајќи

патувања и посета на многу држави во Европа и светот, издавајќи туристички водичи за поголемиот дел од земјите кои ги посетувале туристите и др. Исто така организирал и посета на Светската изложба во Лондон (продал 165.000 билети), на Меѓународната изложба во Париз (продал 400.000 билети) и др. Во постоечката литература, постојат автори кои го истражувале влијанието на кулинарството и храната која се служела на саемите и како гастрономијата се користела во промоцијата на одредени земји на саемските манифестации и изложби. Со научно - техничкиот прогрес и општествено - економскиот развој на земјите од Европа и САД, растел бројот на урбаните центри, а со самото тоа започнал и развојот на меѓународниот туризам кој забележал стагнација меѓу двете светски војни. Од друга страна, во овој период во најголемиот број од земјите се појавуваат националните празници и платениот одмор, кои добиваат и законска регулатива.

Третата фаза или периодот по Втората светска војна до денес е карактеристичен со масовни урбани процеси во земјите од Западно Европските и САД како последица на после воената индустријализација. Резултатот е масовна миграција на работна сила од селата во градовите. Во овој период речиси низ целиот свет се забележува зголемување на меѓународната соработка и тенденција на светски мир што се одразило позитивно на туризмот. Можеме да одбележиме дека меѓународниот туризам во овој период го доживува почетокот на својот најголем развој кој трае до денес и започнува да се води статистика поврзана со него. Последните дваесетина години како резултат на масовниот туризам и промената на потребите на туристите, се јавуваат алтернативни форми на туризам како културолошки, едукативен, градски, рурален, гастрономски, вински и други видови на туризам.

Враќањето кон руралните средини на туристите со цел запознавање на локалната култура, традиција и гастрономија води кон појавата на движења како светски познатото „slow food“ (*Petrini, C. 2001*), односно бавна храна, бавен туризам како одговор на забрзаното темпо на живеење и современиот начин на неправилна исхрана. Како еден од факторите за постоењето на гастрономскиот туризам е и богатата готварската литература која била создавана во текот на историјата. Едно од првите дела за кое имаме податоци е книгата на Апикиј која датира помеѓу првиот и петтиот век на новата ера со наслов „De re coquinaria“. Оваа книга претставува колекција на рецепти од Римско време, напишана е на латински јазик. Книгата содржи десет глави: искусен готвач; месар; градинар; разновидни јадења; мешунки; живина; луксузни јадења; четвороножци; морски плодови и рибар. Во книгата се објаснети намирниците кои се користеле во тоа време, а дадени се и рецепти за подготовка на храна и вино.

Постои голем обем на книги за готвење кои ја презентираат историјата на светската гастрономија (*Notaker, H. 2017*). Најголемиот дел од нив имаат потекло од Европа и почетокот на XVII век на наваму, иако ги среќаваме како текстови уште од времето на античките Грци и Римјани. Старите Египќани ги поставиле основите на пекарството и слаткарството за кое ни сведочат пронајдените артефакти и слики на ѕидовите од пирамидите. Византија била чувар на римската гастрономија, а подоцна навлегуваат и тенденции во хранењето кои доаѓаат од Блискиот исток. Книги за готвење се публикувани и печатени во средниот век и за време на Ренесансата во Италија, Франција, Германија, Англија, Австрија, Скандинавските земји, Чешка и други земји од Европа. Француските кралски готвачи ги пренеле гастрономските вештини и гастрономската култура низ Европа преку готвење во царските дворови низ различни држави.

На територијата на Балканските земји кон храната, готвењето и гастрономијата било посветено сериозно внимание во литературата. Во Србија во 1896 година е публикувана една од првите книги за историјата на хранењето во Србија (*Тројановиќ, С. 1896*). Во 1870 година во Истанбул, познатиот бугарски поет Петко Славејков го публикува првиот бугарски рецептурник - готварска книга (*Славејков, П.П. 1870*). Денес, постојат повеќе готвачи во светот кои покрај својата популарност стекната од телевизиските екрани и презентирањето на кулинарските вештини и

гастрономијата публикуваат свои готварски книги. Овие книги, покрај рецептите и техниките на подготвување на разни јадења содржат и размислувања и филозофија на овие автори поврзана со гастрономијата. Како познати готвачи во денешно време ќе ги издвоиме: Gordon Ramsay – Англија кој во својата плодна кариера има напишано триесетина гастрономски книги меѓу кои и „Рецепти од ресторанот на Гордон Рамзи“ (Рамзи, Г. 2017); Jamie Oliver – Англија кој публикува 23 книги поврзани со гастрономијата меѓу кои и „Моето мени за 30 минути“ (Оливер, Д. 2012); Anthony Bourdain (1956-2018) – САД, во кариерата напишал девет книги со гастрономска тематика, меѓу кои и бестселерот „Доверливо од кујната: патување низ мрачните страни на кулинарството; René Redzepi – Данска, објавил четири книги од областа на гастрономијата, а најпозната е „René Redzepi: A Work in Progress“ (Redzepi, R. 2013). Интересен е податокот, дека таткото на Рене Реџеџи по потекло е од Тетово каде овој брилијантен готвач и носител на многу светски награди и признанија го поминувал летниот период како дете. Во Бугарија еден од најпознатите готвачи, сопственик на ресторан „Кактус“ во Софија (<http://www.cactus.bg/>), ТВ водител и автор на четири книги е шеф Иван Манчев. Неговата најпозната книга во која ги споделува своите размислувања за гастрономијата е со наслов „Мечти и кошмари“ (Манчев, И. 2017).

Гастрономијата како термин за прв пат се споменува во поема од 1801 година. Францускиот автор Jacques Berchoux ја публикува својата поема под наслов: „La Gastronomie, ou l’homme des champs à table“ (Гастрономија, фармерот на маса). Во оваа поема под гастрономија се подразбира уживањето во храна и пијалак. Зборот гастрономија станал популарен и во 1935 година бил вклучен во речникот на Француската Академија како „уметност на добро јадење“. Во научна мисла, гастрономијата е презентирана како комплексна наука за вкусот, нејзиниот состав и економски и културни карактеристики на храната за прв пат од страна на францускиот автор Jean-Anthelme Brillat-Savarin во книгата „La physiologie du goût“. Оваа книга, иако напишана пред околу 200 години (публикувана 1825 година) се уште претставува темел и водилка за голем број на автори кои подоцна се занимаваат со науката - гастрономија. Според Alain Ducasse, потребно е гастрономијата да се одржува, луѓето да се запознаваат со неа како би се зачувало она што мора да трае (Dikas, A. 2016).

1.2. Поим и дефинирање на гастрономскиот туризам

Термините како „кулинарски туризам“, „гастро - туризам“, „вински туризам“, „прехранбен туризам“ и „гурмански туризам“ се користат во литературата за да се дефинира широко користениот термин „гастрономски туризам“ кој најкратко може да се дефинира како патување заради уникатно искуство за јадење и пиење (Методијески, Д. и др. 2018). Кога се земаат предвид дефинициите за гастрономски туризам, тие имаат слично значење кое се однесува на посета на одредено место. Сепак, патување до одредена дестинација за причини поврзани со храна не е задолжително да го означува истото за сите туристи. За некои туристи, примарните интереси може да бидат поврзани со храната, а за други интересот кон храната може да биде од секундарно или останато значење.

Гастрономскиот туризам опфаќа широк спектар на активности кои се поврзани со храната и се смета за важен сегмент од целокупното туристичко искуство за време на одморот или како мотивација за патување. Гастрономскиот туризам опфаќа различни активности како: консумација на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалак, локални пазари, произведувачи на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, патеки на храна, ресторани кои се наменети за локалното население и туристите, и др. (Long 2004; Wolf 2004; Ignatov & Smith 2006; Horng & Tsai 2010). Гастрономскиот туризам има длабока поврзаност со винскиот туризам, во основа консумирањето на квалитетно вино е поврзано со соодветна храна. Винскиот туризам (како дел од гастрономскиот туризам), вклучува посета на винарии, дегустација и купување на вино, вински патишта, вински

манифестации и настани, вински музеи, комбинирање на храна и вино, и др. (Hall et al 2000; Carlsen 2004; Carlsen & Charters 2006; Ortiz et al 2016; Croce & Perri 2017).

Релевантната литература поврзана со гастрономскиот (се нарекува и кулинарски, гурмански, туризам на специјални интереси, селективна или алтернативна форма) туризам, покажува дека овој вид на туризам опфаќа значаен сегмент од понудата на дестинациите. Истражувањата на редица автори покажуваат, дека гастрономијата во голем степен учествува во градењето на позитивниот бренд на дестинациите. Организацијата за економска соработка и развој (OECD, 2012) во својата публикација поврзана со храната како дел од доживувањето и искуството на туристите, преку 12 студии на случај од различни земји во светот го прикажува големото значење кое гастрономијата го има за развојот на туризмот. Истражувањата на Светската туристичка организација при Обединетите нации, покажуваат дека (UNWTO, 2017) гастрономските мотиви за патување кај туристите во светски рамки се на трето место, веднаш зад културните и природните вредности. 87 % од членките на оваа организација (национални туристички организации) сметаат дека гастрономијата е важен стратешки елемент кој го дефинира имиџот, брендот и промоцијата на дестинацијата.

Осум од десет членки на Светската туристичка организација, сметаат дека гастрономијата е движечка сила на туризмот. Комисијата за туризам и конкурентност (СТС) на UNWTO (светската туристичка организација) го дефинира гастрономскиот туризам како вид туристичка активност која се карактеризира со искуството на посетителот поврзано со храна и сродни производи и активности при патување (Методијески, Д. и др. 2018). Заедно со автентични, традиционални и иновативни кулинарски искуства, гастрономскиот туризам може да вклучува и други сродни активности, како што е посета на локалните производители, учество на фестивали на храна и присуство на часови за готвење, додека пак ено - туризмот (вински туризам), како под - вид на гастрономски туризам, се однесува на туризмот чија цел е посета на лозови насади, винарии, дегустација, консумирање и купување вино, честопати во или близу до изворот.

Според друг автор, гастрономскиот туризам е дефиниран како „посета на производители на храна, фестивали на храна, ресторани и специфични локации каде вкусот на храната и искуството на специфичноста на типичните прехранбени производи се главните причини за патувањето“ (Hall & Mitchell, 2001). Оваа форма на туризам дополнително се збогатува со учество на курсеви за готвење и посети на компании кои произведуваат традиционални производи (ова е на пример, случајот со винскиот туризам, кој сè повеќе има тенденција да комбинира дегустации, курсеви за обука и посети на винарии и вино компании). Ова подразбира посета на дестинација чија примарна цел е да задоволи личен интерес за домородна (етничка) национална или регионална гастрономија. Ова вклучува консумирање храна и пијалоци, учење како да подготвувате оброци, да купувате производи поврзани со храна и да посетувате часови за готвење.

Гастрономскиот туризам е еден вид културен туризам, бидејќи кујната и рецептите претставуваат производи на локалната култура, а начините за подготовка на храна припаѓаат на нематеријалното културно наследство. Поимот гастрономски или кулинарски турист се однесува на сите оние кои патуваат да пробаат производи од локална кујна специфични за некоја земја или регион. Важна точка за развој на гастрономскиот туризам е заштитата на локалните производи од регионот, на локалните јадења од областа кои припаѓаат на тој регион. Преку ваквата заштита на локалната гастрономија одредени региони прераснале во туристички дестинации кои се посетувани денеска од многубројни туристи.

Согледувајќи ги предходно дадените дефиниции за гастрономски туризам, авторот извлекува своја дефиниција која гласи: гастрономскиот туризам претставува посета на одредени места во сопствената држава и надвор од неа заради искуства и активности поврзани со храна и пијалок специфични само за тоа поднебје.

1.3. Гастрономскиот туризам како алтернативна форма на туризам

Глобалните трендови на туристичкиот пазар укажуваат на промена на преференциите на туристите што отвора можност за развој на нови сегменти на туристичката понуда што не се поврзани со масовниот туризам туку повеќе кореспондираат со алтернативните форми на туризам. Иако масовниот туризам сè уште го држи приматот во дистрибуцијата на туристичкиот промет во глобални рамки, евидентни се поместувањата во правец на сè поголемата актуализација на алтернативните форми на туризам меѓу кои припаѓа и гастрономскиот туризам. Алтернативниот туризам се темели на пократки патувања и одмори на туристите во текот на целата година без изразена сезона. Гастрономскиот туризам претставува една од формите на алтернативен туризам. Според специфичноста на понудата и големината на побарувачката туризмот го делиме на масовен и алтернативен. Масовниот туризам има изразена сезоналност и се однесува на летните одмори и концептот 3 S, „sun, sand, sea” - „сонце, песок, море”. Масовниот туризам се карактеризира со зголемено ниво на учество на туристите и неодржливост на природните и културните вредности како и на голем број социјални и културни влијанија кои негативно се одразуваат на дестинациите (Wearing, S., Neil, J.2009). Алтернативниот туризам од друга страна е насочен кон помали објекти за сместување, поголемо учество на локалната заедница, одржливост, сооднос со социјалните и културните вредности и поголема интеракција меѓу домаќините и туристите. Најважните карактеристики на масовниот и алтернативниот туризам се прикажани во табелата подолу.

Табела 2. Карактеристики на масовниот и алтернативниот туризам

Карактеристики	Масовен туризам	Алтернативен туризам
Обем и вид	Голем пакет аранжмани	Мали, индивидуални аранжмани
Должина на престој	Краток престој	Подолг престој
Сезоналност	Висока и ниска сезона	Нема сезона
Потекло на туристите	Неколку доминантни пазари	Нема доминантни пазари
Атракции	Создадени со цел, комерцијализирани, наменети за туристи	Автентични, делумно комерцијализирани, за туристи и локално население
Сместување	Големи објекти, концентрација, интернационална архитектура	Мали објекти, дисперзирани, локална архитектура
Сопственост	Корпоративна	Локална
Улога на туризмот	Доминантна	Дополнителна
Мултипликативен ефект	Низок	Висок

Извор: „The encyclopedia of ecotourism” Weaver, D.2001.

Покрај поделбата на туризмот на масовен (конвенционален) туризам и алтернативен постојат и различни поделби на алтернативниот туризам. Во постоечката литература како по значајни се идентификувани следните видови алтернативен туризам: културолошки, едукативен, научен, авантуристички, рурален, градски, гастрономски, здравствен, религиозен, агро - туризам и

останати видови на туризам. Всушност алтернативниот туризам е форма на туризмот усогласена со природните, културните, социјалните и општествените вредности кој овозможува и домаќините и гостите да имаат позитивни искуства од овој вид на туризам.

Придобивките од алтернативниот туризам можат да се почувствуваат на пет начини:

1. Бенефиции за индивидуите или фамилиите - користејќи ги локалните домови како сместувачки капацитети ќе се обезбеди приход директно за семејствата, а истовремено семејствата се стекнуваат со менаџерски вештини.
2. Бенефиции за локалната заедница - алтернативниот туризам обезбедува приход за членовите на општината зголемувајќи ги стандардите на живеење притоа избегнувајќи големи трошоци за јавна инфраструктура.
3. Бенефиции за земјата домаќин - алтернативниот туризам ќе го спречи одливот на приходи од туризам надвор од земјата, а исто така и ќе спречи и социјални тензии и ќе ги зачува локалните традиции.
4. Бенефиции за оние од индустријализираните земји - алтернативниот туризам е идеален за патници кои се совесни за трошоците или за луѓе кои преферираат блиски контакти со локалното население.
5. Бенефиции за интернационалните врски - со алтернативниот туризам може да се промовираат интеррегионални и интеркултурни сфаќања.

Гастрономскиот туризам како алтернативна форма на туризмот се заснова на разноликоста на гастрономската понуда на дестинациите. Секоја дестинација без разлика дали станува збор за земја, регион или место, има свои гастрономски навики на одгледување, подготвување, послужување и консумирање на храна. Тоа е главниот мотив за посета од страна на туристите, да се проба „ново залче“ култура, односно локална гастрономија. Јадењето што во денешниот свет е всушност една од физичките потреби на луѓето е во тесна врска со развојот на туристичкиот сектор и индустријата за храна и пијалоци. Тоа доведе до зголемување на туристичките патувања каде луѓето своето слободно време сакаат да го поминуваат надвор од местото на живеење. Речиси сите туристи без оглед на објектот и местото каде се сместени и во кои престојуваат, претпочитаат да јадат надвор, да ги запознаат и вкусат локалните јадења кои припаѓаат на тој регион. Во овој контекст локалните јадења на регионите станаа важни информатори за туристите да се запознаат и да научат повеќе за различноста и култура (*Kastenholz & Davis 1999; Gyimothy et al., 2000; Joppe et al., 2001*).

Еден турист денеска сака да посети некоја област со цел стекнување на некое ново културно искуство или пак само сака да проба локални јадења и различни вкусови кои припаѓаат на тоа подрачје. Таквите причини како обид за запознавање на локалните јадења од една област и набудување на фазите на производство и дегустација на локално јадење кое е направено од суровина достапна само во тој регион, сега започна да биде една од главните причини што влијаат на одлуката туристите да посетат одредена дестинација.

Сето ова ќе придонесе за одржливост на ресурсите на регионите, за изградба на инфраструктура и објекти кои заедно со културата на храна ќе придонесат за развој на алтернативниот туризам. Гастрономијата сега се смета за одредувачки фактор за привлекување туристи додека тие избираат дестинации. Гастрономски туризмот денеска е самостојна алтернативна форма на туризам, а секогаш е и одлично дополнение и поддршка на дестинациите во кои е развиен и друг вид на туризам.

ПОГЛАВЈЕ 3

„ПОЈМОВНО – СОДРЖИНСКИ ОСНОВИ НА АНИМАЦИЈАТА“

1. Поим, дефинирање и цели на анимацијата

Поаѓајќи од современиот начин на живот и работа во денешната индустријализирана и урбанизирана цивилизација кај работниот човек денес сè повеќе е присутна потребата за промена на местото на живеење и престој во простори кои се уште чисти и незагадени со цел да се обнови физичката и психичката кондиција на човекот. 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 носителите на туристичката понуда 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 спорт и рекреација, со културно - забавни активности, излети и прошетки, и низа други активности кои би довеле до збогатување на содржината на туристичкиот престој (*Бунташески, Б. 2001*). Со организирање на активностите се овозможува исполнување и збогатување на туристичкиот престој правејќи го активен и посодржински. Сето тоа организирање се врши преку содржините на анимацијата која има значајна улога во денешниве услови под кој се развива туризмот. Анимацијата произлегува од потребите на туристите за време на туристичкиот престој. Содржината на анимацијата од една страна треба да ги мотивира туристите на активен одмор, а од друга страна преку воведување нови и разновидни содржини да ги задоволи нивните потреби.

Поимот *анимација* претставува често експлоатиран поим кој во стручната литература е тесно поврзан со следниве термини: разонода, забава, релаксација, уживање и сл. Овој поим има потекло од латинскиот јазик и тоа од зборовите *anima* - што значи душа, а *animare* - оживување на нешто, вдахнување со живот, поттикнување, придвижување, мотивирање. Оттука, бројни автори при дефинирањето на поимот анимација ги земаат во предвид следниве негови аспекти: забава, разонода, рекреација, опуштање, релаксација, уживање, активно учество во некоја активност и сл. Според етимолошкото потекло на зборот, анимацијата е активност чија цел е да се оживи туристичката понуда со нови содржини кои ќе ги мотивираат посетителите да учествуваат во нив.

Постојат одреден број автори кои што се занимавале со оваа проблематика и дале свои дефиниции. Поаѓајќи од коренот на зборот, анимацијата може да се дефинира како:

- Поттикнување на туристичката понуда преку збогатување на нејзиниот асортиман со нови и разновидни содржини да обезбеди задоволување на потребите и желбите на гостите со форма и содржина кои одредениот сегмент на потрошувачите ги бара, и
- Мотивирање на гостите што поцелосно да ги користат понудените содржини - колку е можно повеќе да се вклучат во понудените активности во туристичката дестинација со цел да се постигнат економските и други користи (*Cerovic, Z. 1999*).

Според *Ravkin*, анимацијата претставува составен дел на туристичката понуда која придонесува во збогатувањето на таа понуда со различни содржини и ги поттикнува туристите кон содржаен туристички престој (*Ravkin, R. 1989*). Анимацијата претставува програма, а не само лична услуга која не е пасивна и не е само забава со краткорочен ефект, туку напротив, нејзините ефекти имаат долготрајно влијание кое се одразува на гостите, но истовремено и на стопанските субјекти или туристичката дестинација. Таа е севкупната област на поттикнување во слободното време која во себе ги содржи процесот, содржината и резултатите (*Finger, C. 2001*). Оваа дефиниција се состои од неколку поддефиниции со чие конкретизирање се дава и одговор на прашањето што е анимација? Дефинирањето на анимацијата како процес на поттикнување во слободното време го наметнува

прашањето: од што може да биде предизвикано поттикнувањето и на кој начин? Доколку е свесно и со одредена намера, поттикнувањето го предизвикуваат аниматорите, но тоа може да биде предизвикано и од туристичките водичи, агенциски претставници, менаџерите во хотелите и сл.

Преку сетилата за вид, слух, мирис или допир често пати се предизвикува несвесно поттикнување на туристите. Така на пример: забележувањето на плакатите покрај кои се поминува или застанува, писмените информации до кои се стигнува преку плакати или ТВ, медиуми па дури и забележување на одредени лица како стојат или нешто разговараат, предизвикуваат поттикнување преку сетилото за вид т.е преку очите. Музиката што се слуша и го привлекува вниманието, било да е од некој локал, продавница, радио, ТВ или разглас, разговор во близина, ТВ или радио реклами, пораки, информации и сл. исто така имаат поттикнувачко влијание. Мирисот кој може да се почувствува кога се седи или минува покрај ресторан, кафетерија, слаткарница, мирисот на солената вода покрај морското крајбрежје, допирот на песокот, ударот на брановите или ветерот преку сетилата за мирис и допир можат исто така да предизвикаат и да ги поттикнат луѓето да обрнат посебно внимание. Содржината на анимацијата игра клучна улога во привлекувањето на вниманието на туристите. Но, освен што го привлекува вниманието, содржината има големо влијание за поттикнување и активно вклучување на туристите. Изборот на содржината која ќе биде вклучена во анимациониот процес треба да се врши со големо внимание за да може да ги задоволи сите интереси, бидејќи структурата на туристите е хетерогена со различни потреби и желби.

Резултатите од анимацијата претставуваат одраз на влијанието на анимацијата врз туристите и ефектите кои се постигнуваат. Најзначаен ефект претставува задоволството на туристот од неговиот престој што истовремено е и основна цел на анимацијата. Постигнувањето на задоволството се рефлектира преку следново: задоволство од учество во игри и забави; воспоставување нови контакти; исполнување на потребите и желбите за рекреација, забава и разонода; културно надградување и доживување; создавање нови пријателства и сл. Преку конкретизирање на процесот, содржината и резултатите што се постигнуваат преку анимацијата се доаѓа и до дефинирање на анимацијата како област во која аниматорот преку своето влијание ги поттикнува туристите да го исполнат своето слободно време преку различни активности.

Според И.Нестороска (*Нестороска, И. 2008*) анимацијата може да ја дефинираме како значаен сегмент на туристичката понуда која преку своите разновидни форми и содржини го привлекува вниманието на туристите, ги поттикнува на забава, рекреација, разонода, интелектуално и културно надградување и доживување, но истовремено придонесува во подобрувањето на содржината и квалитетот на туристичката понуда. Една од најкомплетните дефиниции за анимација е дадена во книгата на Клаус Фингер Беноит и Бриџит Гајлер „Анимација за време на одмор“ (*Benoit, C.F., Gayler, B. 2003*) и истата вели: „Анимацијата во туризмот вклучува една личност (аниматор) кој дава изговорена, пријателска, весела, љубезна, срдечна, атрактивна молба, покана, стимулс, охрабрување на туристите/гостите за социјализирање (да се инволвираат во нешто) преку некоја активност во текот на нивното слободно време додека се на одмор, што ги привлекува и сè така до моментот кога се одвива истата низ заедничко делување (на гостите или домаќинот) и истиот со задоволство пристапува кон запознавање на новото, се приклучува во активности со луѓе и станува дел од дестинациите, културата и воопшто од земјата во која престојува.“

Според З.Јаковлев, Ц.Котевски и К.Џамбазовски, 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. Овој сплет опфаќа подготовка, содржина и ефекти од активноста. Врз основа на оваа дефиниција може да се забележи дека истата опфаќа три фази. Првата фаза - подготовка, го опфаќа сето она што ѝ претходи на одредена активност преку информации, иницијатива, демонстрација и тн. Оваа фаза има свое влијание и пред настапот на туристичкото патување, а влијае и врз одлуката за местото

на туристичкиот престој. Втората фаза - содржината, треба да одговара на желбите, потребите и склоностите на посетителите. Самата програма на анимацијата во туризмот треба да има спортско - рекреативна, културно - забавна и излетничка содржина. Третата фаза ги опфаќа ефектите. Ефектите од анимацијата во туризмот на страната на побарувачката се огледуваат во зголемување на контактите, интензивирање на комуникативноста, динамизирање на туристичките движења, зголемување на расположението и друго. Ефектите на анимацијата во туризмот на страната на туристичката понуда се повеќестрани: индиректните ефекти постигнуваат зголемување на посетеноста, стекнување репутација и слично, додека директните економски ефекти се огледуваат во зголемување на вонпансионската потрошувачка. Основна цел на анимацијата претставува збогатувањето на содржината на туристичкиот престој преку задоволување на желбите и потребите на туристите. Покрај оваа основна цел, анимацијата ги има и следниве цели (*Нестороска, И. 2008*): Организирање и исполнување на содржината на туристичкиот престој во различни забавни, спортско - рекреативни и културни активности; Поттикнување на туристите за активно учество во анимационските активности; Иницирање на туристите кон меѓусебно дружење, воспоставување нови контакти, стекнување нови пријателства и сл.; Културно надградување и стекнување нови знаења; Зголемување на конкурентноста на туристичката понуда; Продолжување на туристичката сезона; Зголемување на туристичката потрошувачка и зголемување на приходите.

2. Потреба за анимација

Според хрватскиот автор Зденко Церовиќ (*Cerović, Z. 2008*), туристичката анимација како дел од туристичката понуда е дефинирана како сет од услуги кои треба да ги задоволат туристичките потреби и желби за доживување на очекувањата од туристичка програма со која организаторот на програмата ја зголемува туристичката потрошувачка. Оваа дефиниција дава внимание на туристичките потреби и очекувања како и нивното задоволство. Но, од друга страна, јасно е изнесено дека причината за истото е достигнување на повисок профит кој вообичаено не би бил генериран, а токму тоа е клучна потреба за организаторот, што укажува на потребата од анимација. Современите достигнувања и високото ниво на технолошки развој создадоа нови професии. Како што се појавуваат нови трендови, се појавуваат и нови стандарди. Анимацијата во туризмот е дел од ова. Иако нејзиниот почеток е вкоренет во историјата, сепак анимацијата се смета за нова понуда, професија и услуга која денес многу се промени. (*Ivanovski, A. 2014*).

Анимацијата е старо занимање кое датира од античкиот свет, а се појавува и во ренесансата. Секако, во тоа време може да зборваме за анимационски активности кои не се тесно поврзани со сместувачките капацитети и поразлична од денешната, но сепак како почеток и претходник може да се смести во тој период или пак во најмала рака како аналогна појава. Всушност и во тој период луѓето имале потреба од анимација, станува збор за разни изведби (театарски, музички итн.) кои денес се основата на некои анимационски активности. Ако сакаме да го потенцираме почетокот на анимацијата поврзана со угостителско - туристичката индустрија и модерниот начин на нејзино изведување, неизбежно е да се направи враќање во историјата на формирањето на младинските организации во Франција во триесетите години на XX век. Ова е само една иницијална фаза во појавата на она што се нарекува анимација. Сепак, по втората светска војна се појавила потреба од професијата аниматор која е прифатена и за која се отвориле програми за образование на лица од таа професија. Пионери на ова подрачје биле Герард Блиц и Гилберт Тригано кои во 1949 година го основале Club Mediteranee. Споредбено со нив во 50-тите години на XX век се појавиле француските села за одмор кои уште од самиот почеток во својата понуда нуделе анимационски програми. Во Германија анимацијата се појавила во туристичките понуди дури во 70-тите години истиот век и тоа преку основањето на клубовите за одмор како што се „Robinson Club“ и „Club Aldiana“. Но, како што се менуваат условите за работа така се менува и структурата на одмор како и потребите што придонесуваат за одморот. Луѓето отсекогаш имале различни мотиви за одмор. Митиќ (2001 г.) во својата книга „Рекреација“ пишува за неколку видови мотивација што

придонесуваат за развој на туризмот. Тие се: психички фактори (одмор, мир и тишина), културни фактори (традиција и нови обичаи), интерперсонални (нови познаници), физички (забавни и авантуристички) и др. Туризмот денес е многу различен од пред 20 или 30 години. Денес туризмот е силна индустријата со својата годишна добивка од милијарди евра. Ако за одмор во минатото беше потребен само кревет и добар ручек, денес туристите имаат потреба од многу повеќе. Секој сериозен туристички објект покрај основната понуда мора да има спортски терени, велнес, центри за убавина, сцена, диско, анимација и секако персонал кој е високо обучен за овие услови. Анимацијата претставува важен елемент во креирањето активности за потребите на туристите. Потребата од анимација кај туристите како составна компонента на туристичките потреби е во непосредна врска со нивната туристичка култура како сегмент на општа култура (*Нестороска, И. 2008*).

Преку туристичката култура која подразбира култура на туристите за патување и одмор, доаѓаат до израз желбите и потребите за запознавање на културата на домицилното население, гастрономијата, обичаите, навиките, природните богатства, но исто така и запознавање на културата на другите туристи. Затоа туристичките потреби, а во рамките на нив и потребата за анимација како поттикнувачи на туристичките движења можат да се сврстат во општите културни потреби на човекот. Анимацијата станува важен фактор на туристичка понуда на сите земји. Од аспект на туристичката понуда, анимацијата претставува начин и потреба за збогатување на нејзината содржина, продолжување на сезоната и постигнување економски ефекти. Пласирањето на туристичката понуда на туристичкиот пазар е во тесна врска со структурата и квалитетот на содржината. Понудите треба да бидат привлечни и интересни за да го пронајдат патот до клиентите. Трката за подобра и поголема понуда за анимација е на својот врв во некои земји (агенциите нудат брак со лет со балон). Опстојување на туристичкиот пазар во денешни услови е условено пред сè од квалитетот и содржината на туристичките услуги. Вклучувањето на анимациската содржина е во тесна врска со збогатување на туристичката понуда што ќе доведе до задоволување на потребите и желбите на туристите на начин на кој тие тоа го бараат. Задоволувањето на туристите преку користење на понудените анимациски содржини предизвикува задоволство и ги поттикнува на пошироко вклучување во активностите во туристичката дестинација водејќи кон остварување на позитивни економски ефекти. Потребата од анимација во туризмот денеска е поголема од било кога и затоа образовните институции согледувајќи ја таквата потреба се вклучија во нејзино научно изучување, за подоцна нејзино професионално интегрирање во понудата на македонскиот туризам. Анимацијата во туризмот е присутна како предмет на многу факултети и колеџи низ целиот свет, секако и во нашата држава. Се изучува, испитува и се развива на секој начин се во интерес за развој на туризмот преку збогатена туристичка понуда и квалитетна услуга.

3. Анимацијата како дел од современата туристичка понуда

Современите трендови во туризмот наметнуваат и потреба за промена на содржината на туристичкиот престој. Некогаш, основните туристички услуги сместувањето и исхраната беа основни мотиви на туристичките движења, но денес како основни мотиви се јавуваат многу други потреби за задоволување на критериумите на денешните туристи. Денешните туристи се повеќе пребирливи и од кога и да било до сега. Развојот на технологијата, достапноста на светот преку дигиталните алатки, можноста во секое време да се посетат туристички дестинации преку интернет, овозможуваат голема информираност на луѓето, а со тоа и можност за споредба на дестинациите едни со други. Таквата споредба ги зголемува барањата на туристите, а од друга страна има силно влијание врз туристичката понуда. Ова е причина повеќе туристичката понуда да вклучи содржини кои ќе бидат во функција на туристите за задоволување на нивните истенчени и специфични барања и желби.

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 современата 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. Затоа, менаџментот во туризмот денеска има сериозна и одговорна улога кога изготвува туристичка понуда и содржини за истата. Програмите за анимација кои денес се нудат во рамки на современата туристичка понуда, претставуваат специфичен опсег на услуги и објекти што го надополнуваат и подобруваат целокупниот опсег на услугата за туризам. Активностите за анимација обезбедуваат широк спектар на услуги што имаат за цел да обезбедат повеќе од очекуваното за туристите. Затоа, за да одговорот на различните барања и потреби на туристите, клучна улога имаат аниматорите во програмите за анимација кои се од суштинско значење. Со други зборови, задоволството на туристите може да се постигне преку надлежностите на туристичките аниматори, бидејќи тие имаат за цел да го направат престојот во туристичките дестинации што е можно поубав.

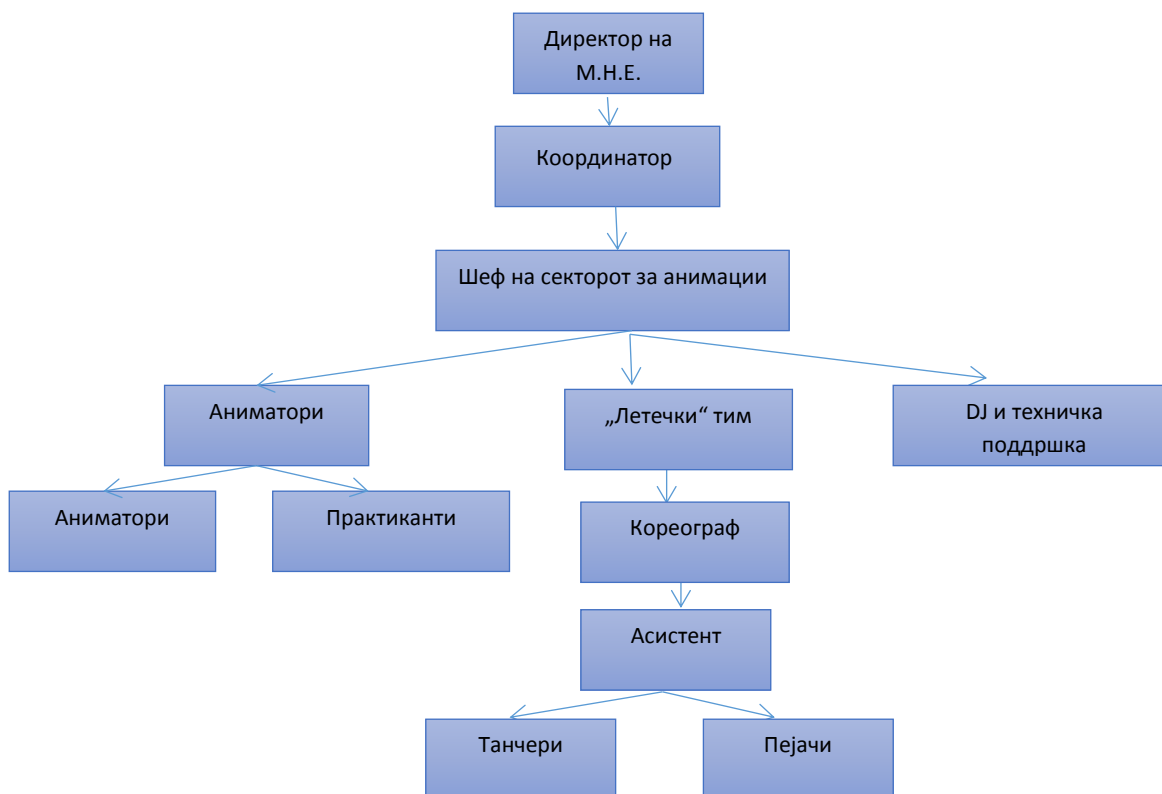
Денеска, развиените светски туристички дестинации својата туристичка понуда ја темелат на современи анимационски содржини кој ги изготвуваат и реализираат обучени тимови за анимација. Ваквите тимови можат да бидат дел од специјализирани компании кои соработуваат со хотелската индустрија и посредуваат при обезбедување на вакви профили за потребите на индустријата, а поголемите хотелски ланци во рамки на својата организациона структура формираат вакви клубови за анимација. Како земја лидер во Европа каде анимацијата е силна страна на нејзината туристичка понуда е Шпанија. Во интерес на ова поглавје, како практичен пример за тоа како треба да биде организирана анимацијата и кои содржини на анимацијата треба да бидат дел од денешната современа туристичка понуда е примерот со хотелската анимација на Шпанија (Мицевски, М. 2019).

Шпанскиот брег е еден од великаните во европскиот туризам и светскиот туризам. Според светската туристичка организација Шпанија во 2019 се рангира на третото место во светот по број на меѓународни пристигнувања и остварени ноќевања. Хотелите кои оперираат во Шпанија имаат достигнато висок степен на развој кој е неспоредлив со хотелиерството на Балканот. Услугите имаат достигнато развој до степен што денес, туристите, т.е. клиенти на еден угостителски објект можат без излегување од рамките на истиот објект да доживеат искуства кои во минатото или во други хотели би требало сами да ги бараат и да создаваат најразлични комбинации со цел да ги задоволат своите потреби и да го исполнат своето слободно време. Анимацијата во Шпанија е толку развиена што нема хотел кој што не нуди било каков вид на хотелска анимација. Многу млади личности ја започнуваат својата кариера како аниматори и забавувачи во хотелски капацитети во Шпанија. Покрај самите хотели кои спроведуваат и нудат работа за аниматори, многу компании се специфицирани и работат на хотелска анимација, со што на младите им се нуди и посредува работа како аниматор преку компанија која се занимава само со тоа. Имено, овие компании делумно или целосно имаат одлучено да спроведуваат обуки, кастинзи и да посредуваат во вработувањата поврзани со хотелската анимација. Како примери за истите може да се наведат: Vitalocio 7 Islas, Entertiner Job, Bambalinas Animación, Gestiocio, Activ и други. Овие компании ја вршат својата работа така што им нудат работни позиции како аниматори на своите вработени на различни локации во Шпанија. Всушност, тие поседуваат барања за потреба од аниматори во различни хотели низ цела Шпанија и истите тие работи директно им ги посочуваат на своите вработени. Меѓу најзначајните и најпознатите компании кои се занимаваат со туристичка и

хотелска анимација е компанијата Activ (<https://www.animajobs.com/>). Од друга страна на хотелите им е олесната работата со тоа што имаат посредници кои можат да им најдат вработени во секторот за анимации. Во овој случај компаниите работат како outsourcing компании. Дури и хотелите, особено ланците на хотели имаат свои посебни фирми кои се занимаваат единствено со хотелска анимација, но секако во рамките на дадената организација. Ова е пред сè карактеристично за поголемите ланци на хотели, кои имаат можност, но и потреба да се специфицираат на повеќе оддели, па оттука и на оддели за анимација кои се на некој начин осамостојуваат од самите организации.

Таков е примерот со ланецот на хотели MedPlaya (<https://www.medplaya.com/>) кој поседува повеќе од 16 хотели долж континенталниот брег на Шпанија и посебна фирма, која всушност е интегрирана во ланецот на хотели, делува на полето на организација и реализација на анимационите активности. Хотелската анимација во Шпанија може да се поврзе со Герард Блиц (еден од основачите на Клуб Медитеране) кој првото кампување и анимационска програма ја спровел во шатори на островот Мајорка во 1950 година. Тоа всушност претставува и почетокот на внесувањето на анимацијата во угостителството. За професионално извршување на анимацијата, потребни се стручни и одговорни личности кои треба да бидат хиерархиски поставени во организациона структура со цел јасна поделба на задачите и одговорностите. Во продолжение на слика бр.4 е прикажана организациона структура и хиерархиска поставеност на тимот за анимација кој работи во хотелот „Бали“ во Шпанија.

Слика 2. Хиерархиска поставеност на секторот за анимација во Хотел „Бали“



Извор: „Анимации во туризмот: хотелска анимација-примери и практики“, М.Мицевски, 2019

За да се исполни слободното време на клиентите во шпанските хотели се креира и спроведува програма која изобилува со најразлични културни, спортско - рекреативни и уметнички

активности. Програмата всушност, претставува однапред планирана листа на активности распоредени во определени периоди на годината, сезоната, месецот, седмицата или денот. Ова значи дека планирањата за анимациската програма се прави за различни временски периоди и истите се вметнуваат во календарски распореди кои пак се детализирани и дури часовно распоредени. За да се изведуваат анимациските активности, неизбежно е употреба на определен број на опрема, инсталации и простори, спортски терени, дневни и ноќни сцени, озвучување, осветлување и др. Најголем дел од анимациските активности се извршуваат во баровите или во близина на баровите, каде што клиентите ќе можат да конзумираат пијалок, бидејќи токму една од целите на анимацијата е зголемување на вонпансионската потрошувачка, односно заработувачка на објектот. Во следната табела е прикажан распоред на анимациски содржини во Club Mac ресортот во Шпанија.

Табела 3. Анимациска програма според возрастни категории во ClubMac ресортот

Возраст	Мини 4-10 години	Макси Над 11 год.	Адолесценти (Тинејџери)	Возрасни
Активности	Возење со вовче	Фудбал	Екскурзии на плажа	Стрелање со лак и стрела
	Славење родендени на маскотите на хотелот	Аквабаскет	Хидропарк	Летна забава
	Мастер шеф цуниор	Аквадим	Play Station	Аквадим
	Ден на принцези и пирати	Аниматор во тек на еден ден	Стрелање со лак и стрела	Забавни танци
	Детско дефиле	Забавни танци	Аниматор во тек на еден ден	Ватерполо
	Детски ужинки	Водени игри	Стрелање со карабин	Стрелање со пушка
	Спектаклот на влечугите	Пикадо	Аквабаскет	Пикадо
	Боење на лица	Пинг понг	Ватерполо	Шафлборд
	Н2Озабава	Ватерполо	Диско	Стрелање со карабина
	Ден на истражувачот	Лига на шампиони		Пинг понг
	Ден на вештер и вештерка	Шафлборд		Аквабаскет
	Ден на суперхерои	Minecraft		Фудбал
		Макси Rally		Демонстрација на Сангрија
	Предизвик			

		Работилница за експерименти		
		Play Station натпреварување		

Извор: „Анимации во туризмот: хотелска анимација-примери и практики”, М.Мицевски, 2019

Анимациските активности според возраста во овој хотелски комплекс се поделени на 4 категории и тоа: мини, макси, адолесценти и возрасни. Во секоја категорија постојат активности адаптирани според способностите на таргетираните учесници. Покрај ваквиот распоред на понудени анимациски содржини, во хотелите се истакнуваа и распореди на дневна основа со точно утврдени сатници. Во следната табела.6. е прикажан еден таков распоред.

Табела 4. Распоред за анимациски активности за 05.08.2018 во Club Mac

Категорија	<u>Мини</u>	<u>Макси</u>	<u>Тинејџери</u>	<u>Возрасни</u>
Час	Дневна програма			
10:15 - 11:00	Јавање на пони	Пикадо	Петанка	Петанка
11:30 - 12:30	Забавен базен	Воден баскет	Шулбек	Шулбек
12:00 - 12:30		Акваџим	Акваџим	Акваџим
12:45 - 13:00	Мак време (клуб танци)	Мак време (клуб танци)	Мак време (клуб танци)	Мак време (клуб танци)
15:00 - 16:00	Воз		Ватерполо	Ватерполо
15:00 - 17:00	Експерименти	Експерименти		
16:00 - 17:00			Пикадо	Пикадо
16:30 - 18:00	ЕСА фудбалска академија - хотелско искуство			
Вечерна програма				
20:00 - 20:30	Мини диско (циркуска сцена)			
21:00 - 22:00	BeeGees 2.0 (музика во живо) - сцена Сатурно			
21:30 - 22:30	Трибјут на Мајкл Џексон (шоу) - циркуска сцена			

Извор: „Анимации во туризмот: хотелска анимација-примери и практики”, М.Мицевски, 2019

Покрај ваквите содржини кои се наведени во табелите, во последниве години во Шпанија сè повеќе и гастрономијата се става во функција на анимацијата. Ставањето акцент на гастрономијата претставува тренд во развитокот на анимациските содржини. Тука станува збор, всушност за маркетиншка цел и промоција на рестораните преку анимациските активности. Таква анимација спроведува хотелот „Club Mac”, потоа и хотелот „Бали“ кој преку типичната вечера за даден ден инспирирана од различна национална кујна во анимациската програма внесува активности поврзани со државата од дадената национална кујна.

Примерот за хотелската анимацијата како дел од туристичката понуда на Шпанија е пример за тоа каква треба да биде анимацијата денеска во современата туристичка понуда во секоја друга туристичка дестинација и секако во нашата земја. Но, за жал, сосостојбата со анимацијата во нашата земја е многу лоша. Од истражувањата направени како дел од кабинетските и теренски истражувања и презентации на резултати на кои е вршена компаративна анализа на хотелската анимација во Македонија и Шпанија добиени се поразителни резултати кои укажуваат на многу слаба развиеност на хотелската анимација во денешната современа понуда на македонскиот туризам.

4. Видови и поделба на анимацијата

Анимацијата во туризмот е сестрана активност на туристите, дел од туристичката понуда чија задача е осмислување на различни содржини за збогатување на туристичкиот престој и поттикнување на туристите да се вклучат во тие активности. 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. Поаѓајќи од основната цел на анимацијата - збогатување на содржината на туристичкиот престој преку задоволување на желбите и потребите на туристите, но истовремено имајќија во предвид и хетерогеноста на туристичките потреби како резултат на хетерогената структура на туристите во теоријата и во праксата присутни се различни видови на анимација. Со цел појасно да се согледаат и систематизираат поедини форми на анимација потребно е нивно диференцирање и поделба.

Во практиката и теоријата постојат различни поделби, но, во овој труд поделбата е направена според И.Нестороска (*Нестороска, И. 2008*) и тоа на следниве групи:

➤ Според улогата која ја имаат учесниците:

* **активна** (спортски игри, натпреварување, лов, риболов, цогирање, велосипедизам, планинарење и др.)

* **пасивна** (набљудување, лежење и гледање на телевизија, следење на спортски натпревари, слушање на музика, сликање, фотографирање и др.)

➤ Според просторот на одвивање на анимацијата:

* **анимација на отворено** (спортско - рекреативни активности на отворено како што се: фудбал, кошарка, одбојка на плажа, тенис, мини-гольф, пинг-понг, гаѓање во мета, јавање; движење во природа за спортисти и рекреативци како што се: трим патеки, шеталишта, велосипедски патеки, планинарски патеки и др.; натпревари на активности и групни, индивидуални спортови и спортско-рекреативни игри; културно-забавни активности на отворено како што се: посета на културно-историски споменици, локалитети, тврдини; посета на: концерти, опери, театарски претстави, национални фолклорни ансамбли; организирање на школи и курсеви за сликање, танцување, фотографирање и др.).

* **анимација на затворено** (спортско-рекреативни активности; курсеви и часови кои се организираат внатре во спортски сали; посета на културно-историски споменици, музеи, галерии, настани во затворен пеостор).

* **анимација на вода** (пливање, нуркање, едрење, веслање, кајак, кану, скијање на вода, рафтинг, сурфање, ватерполо, одбојка на вода, возење на педалилки и др.)

* **анимација на копно** (спортско-рекреативни игри и натпревари, културно-забавни активности и програми, организирање на рекреативни активности во природа и др.)

* **комбинирана** (споретско-рекреативна и забавна анимација, културна и забавна анимација)

➤ **Според видот на активности:**

* **спортско-рекреативна** (сите видови спортски игри погоре наведени на отворено и затворено)

* **забавна** (разни видови танци, ора, натпревари - секаква активност која гостите ги забавува)

* **културна** (посета на културно-историски споменици, локалитети, тврдини; посета на: концерти, опери, театарски претстави, национални фолклорни ансамбли; организирање на школи и курсеви за сликање, танцување, фотографирање)

➤ **Според возраста за кого е наменета:**

* **анимација за возрасни**

* **анимација за деца**

➤ **Според временскиот период во кој се одвива:**

* **дневна**

* **неделна**

* **сезонска**

* **постојана**

➤ **Според организацијата:**

* **сопствена**

* **изнајмена**

➤ **Други видови на анимација** (излети, посети, гастрономска анимација, учество на различни манифестации, хоби анимација и др.)

ПОГЛАВЈЕ 4

„ГАСТРОНОМСКА АНИМАЦИЈА”

1. Поим и дефинирање на гастрономската анимација

Гастрономската анимација според поделбата во стручната литература (*Нестороска, И. 2008*) е класифицирана во т.н. други видови на анимација. Во оваа група спаѓаат анимациски содржини кои не спаѓаат во спортско - рекреативните видови, во забавните и културните иако имаат одредени заеднички елементи. Во литературата како пример за овој вид на анимација се дадени две содржини: часови за готвење и гастрономски гозби.

Бидејќи предмет на научен интерес на оваа докторска дисертација е гастрономската анимација во македонскиот туризам, од голема важност е нејзиното правилно поимање и јасно дефинирање. Со оглед на тоа што овој тип на анимација е многу малку, односно воопшто не е научно третиран во нашата земја и пошироко доведе до тешкотија при обезбедување на соодветни материјали, но, од друга страна овој предмет на научен интерес претставуваше и предизвик за откривањето на нова научна вистина. За да се дефинира гастрономската анимација потребно е да се дефинираат, прво термините од кои е составен овој поим, а тоа се гастрономија и анимација. Покрај овие термини, многу важно е да се разгледа и дефиницијата која важи за гастрономски туризам од кој туризам произлегува и гастрономската анимација. Иако во предходните единици на ова поглавје се објаснети овие поими, сепак во интерес на јасно дефинирање на гастрономската анимација уште еднаш накратко ќе се навратиме на истите.

Енциклопедијата за туризам (*Jafari, J. 2000*) ја дефинира гастрономијата како уметност и наука за добра исхрана. Покрај готвењето, гастрономијата опфаќа и ритуали поврзани со хранењето, а рестораните кои служат локална храна во дестинациите, претставуваат своевидна атракција за посета од страна на туристите. Дигиталниот речник на македонски јазик ја дефинира гастрономијата како вештина за подготвување на разни видови јадења. Едноставно кажано, гастрономијата е уметност на избор, подготовка и готвење добра храна, што се прави на многу популарен начин и овозможува да се презентираат различни култури. Преку историјата, вкусот и мирисот, секој аспект на оброкот овозможува да се научи за уникатна страна на една култура. Гастрономскиот туризам опфаќа различни активности како: консумација на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалак, локални пазари, произведувачи на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, патеки на храна, ресторани кои се наменети за локалното население и туристите, и др. (*Long 2004; Wolf 2004; Ignatov & Smith 2006; Horng & Tsai 2010*).

Поврзаноста на гастрономскиот туризам со винскиот туризам, во основа е од аспект на консумирањето на квалитетно вино со соодветна храна. Знаеме дека винскиот туризам (кој е многу тесно поврзан со гастрономскиот туризам), вклучува посета на винарии, дегустација и купување на вино, вински патишта, вински манифестации и настани, вински музеи, комбинирање на храна и вино, и др. (*Hall et al 2000; Carlsen 2004; Carlsen & Charters 2006; Ortiz et al 2016; Croce & Perri 2017*). Ако гастрономијата е уметност и наука за добра исхрана и вештина за подготвување на разни видови јадења, а анимацијата значи душа, оживување на нешто, вдахнување со живот, поттикнување, придвижување, мотивирање, тогаш може да заклучиме дека гастрономската анимација значи оживување на храната, на јадењата преку подготвување во живо пред самите гости, вдахнување на личен стил и израз на готвачот кој ги подготвува како и поттикнување и мотивирање на гостите да се вклучат во процесот на подготовка.

Доколку на ваквата дефиниција ја додадеме и дефиницијата за гастрономски туризам, тогаш гастрономска анимација ќе значи и консумацијата на специфична и традиционална кујна, кулинарски натпревари, манифестации поврзани со храна и пијалок, локални пазари, произведувачи на храна, вклучување на туристите во набљудување или подготовка на јадењата, кулинарски школи, патеки на храна, ресторани кои се наменети за локалното население и туристите, посетата на винарии, дегустација и купување на вино, вински патишта, вински манифестации и настани, вински музеи, комбинирање на храна и вино и др. Гастрономската анимација е спектакуларна подготовка на јадења пред гостите во рестораните каде готвачите ги демонстрираат своите вештини и ги привлекуваат во овој процес. Таа денес претставува и прекрасно, спектакуларно гастрономско шоу што украсува било каков настан и станува негов белег. Гастрономска анимација се и гастрономските манифестации, фестивалите за храна, гастро натпреварите, музеите на храна и пијалоци, гастрономските патеки.

Токму од тука произлегува и поставениот проблем на истражување кој треба да помогне во дефинирање на гастрономската анимација и нејзино ставање во функција на македонскиот туризам. За таа цел, да се добие јасна и прецизна дефиниција за гастрономска анимација за потребите на овој труд и за понатамошната научна мисла во анкетните прашалници испратени до угостителско - туристичките работници (менаџери на хотели, гастрономи и менаџери на туристички агенции) првото прашање беше од понудените дефиниции за гастрономска анимација да изберат една која мислат дека е најсоодветна. Понудените дефиниции беа следните:

а) Подготовка и послужување на храна пред самите гости во ресторанот.

б) Подготовка и послужување на храна и пијалок пред самите гости и вклучување на гостите во процесот на подготовка на храна во ресторанот или на друго место низ објектот (внатре или надвор) каде има услови за организирање на доручек, ручек или вечера.

в) Спектакуларна подготовка на јадења и пијалоци пред гостите во рестораните, каде готвачите ги демонстрираат своите вештини и го привлекуваат вниманието на гостите, организирано на ниво на едно спектакуларно гастрономско шоу што предизвикува задоволство и восхит кај туристите.

г) Подготовка и послужување на храна и пијалок пред самите гости и нивно вклучување во процесот на готвењето на храната во ресторанот, надвор од ресторанот на некое излетничко место во рамки на хотелот или во природата, како и подготовка и послужување на храна и пијалоци за време на гастрономски настани, манифестации, фестивали за храна и пијалок како и гастро натпревари каде туристите се дел од истите како учесници или само како посетители.

Според одговорите на анкетите при истражувањето, најголемиот број на угостителско - туристички работници гастрономската анимација ја препознаа во последната, четвртата дефиниција. Поаѓајќи токму од последната дефиниција произлезе и дефиницијата на авторот со која во овој труд е дефиниран поимот гастрономска анимација и истата гласи: ***Гастрономска анимација подразбира подготовка и послужување на храна и пијалок во и надвор од угостителските објекти на атрактивен начин пред самите гости и нивно вклучување во процесот со цел задоволство, уживање, релаксација и едукација на туристите.***

2. Значењето на гастрономската анимација за развој на туризмот

Светската организација за туризам (UNWTO) укажува на фактот дека повеќе од една третина од трошењето на туристите е посветено на храната. Гастрономијата стана една од главните причини за патување. Храната до неодамна беше само составен дел од туристичката понуда, иако

претставува многу важен елемент во целокупното туристичко доживување. Последните години со менувањето на туристичките трендови на храната и се посветува се поголемо внимание и таа полека станува статусен симбол, стил и култура на живеење, или со други зборови кажано, храната од „епизодна“ презема „водечка“ улога во туристичките доживувања. Денеска, со брзиот раст и развој на туризмот секој ден се појавуваат нови модели на искуства и активности поврзани со храна што отвораат врати за ново учење и доживување на храната. Гастрономската анимација создава можност луѓето да пристапат кон храната на различни нивоа на синџирот на вредности и да учат директно од луѓето кои работат со неа. На овој начин можно е да се постигне економски развој во различни слоеви на општеството и да се обезбеди повеќе лично и автентично искуство на патникот. Врската помеѓу туризмот и гастрономијата не е ништо ново, она што се смени е начинот на кој се сфаќа и доживува оваа врска денеска. Денес, туристите бараат повеќе алтернативни туристички понуди богати со активности што генерираат уникатни и незаборавни искуства. Ваквите понуди денеска се дел од понудата на: тур -оператори, хотели, ресторани, училишта за готвење, фарми, организатори на настани, заедници, села. Гастрономската анимација има големо значење за развој на туризмот. Таа ја збогатува туристичката понуда во хотелите и во други угостителски објекти, го подржува и помага развојот на гастрономскиот туризам во руралните места, има силно влијание врз откривањето и промоцијата на нови дестинации, го помага развојот на малите бизниси, привлекува голем број на странски туристи, делува на имиџот на државата како туристичка дестинација, го промовира културното наследство на земјата, го збогатува општественото живеење преку гастрономски настани и фестивали.

Во денешно време сè поголем е бројот на туристи на кои гастрономијата им станува сè поголем мотив за патување и преку вклучување во гастрономските тури тие влијаат врз развојот на туризмот. Овие тури се исклучително тематски и вклучуваат посета на: традиционални ресторани, етно - села, лозови насади и винарии, земјоделци и пазари на храна, локални продавници каде туристите имаат можност да се запознаат со локалната гастрономија и да дегустираат автентична локална храна и пијалок. Многу држави и не се толку познати на светскиот туристички пазар како туристички дестинации. Тоа колку што е негативно има и свои позитивни страни, бидејќи туристите денес сакаат да откриваат нови дестинации. Токму гастрономијата која се темели на здрави, органски незагадени продукти, подготвени и послужени на еден автентичен начин вклучувајќи ја и гастрономската анимација можат да помогнат во позиционирањето на државата како гастрономска дестинација на светската туристичка мапа. Тоа не чини многу, може да се направи со организирање на фестивал на храната каде ќе се поканат светски готвачи со локални продукти да подготвуваат јадења кој ќе се базираат на традиционалното, а ќе се сервираат и послужуваат на современ начин.

Денес со големата миграција во градовите многу села се напуштаат и куќите остануваат празни. Но, со адаптирање на таквите куќи согласно потребните стандарди за давање угостителска услуга, тие можат да прераснат во одлични селски домаќинства кои вклучувајќи ја гастрономската анимација во својата понуда можат да продаваат уникатен автентичен производ и да влијаат на развојот и промоцијата на целиот регион како туристичка дестинација. Часовите за готвење, каде луѓето имаат можност да учат во пракса, преку дружба во забавна околина, се повеќе се мотив за патување на денешните туристи. Оваа гастрономска анимацијска активност привлекува различен тип на луѓе од гастрономски ентузијастички, професионални готвачи до семејства и групи на пријатели кои бараат да научат нешто ново за време на патувањето. Хотелите се еден од главните фактори за развој на туризмот, односно негов составен дел. Само висококвалитетна и професионална хотелска услуга и среќни и задоволни гости можат да допринесат за развој на туризмот. Само задоволни гости можат да бидат одличен канал во директен маркетинг за промоција на хотелот и дестинацијата, па токму затоа денес хотелите се приморани да воведуваат нови содржини во својата понуда со цел да привлечат што поголем број на туристи, да излезат во пресрет на нивните специфични барања и да ги испратат задоволни со надеж повторно да се

вратат следната година. Гастрономската анимација е атрактивна содржина која денес е актуелна во понудата на многу хотели. Подготовката и послужување на храна пред самите гости во ресторан, организирање на различни тематски вечери, организирање на излети и ручек во природа, организирање на коктел забави се дел од гастрономските анимационски програмски содржини во хотелите на кои гостите особено им се восхитуваат. Од предходно изнесено, со сигурност може да заклучиме дека гастрономската анимација има големо значење за развој на туризмот во туристичките места, региони и на туризмот во целата држава.

3. Видови на гастрономска анимација

Анимацијата како активност која се состои од различни форми и содржини што го привлекуваат вниманието на туристите преку разонода, забава, рекреација или интелектуално и културно надградување и доживување, претставува значаен сегмент во креирањето на туристичката понуда, било да е од страна на хотел или друг угостителски објект или пошироко од страна на туристичка агенција. Анимацијата станува важен фактор на туристичка понуда на сите земји. Од аспект на туристичката понуда, анимацијата претставува начин и потреба за збогатување на нејзината содржина, продолжување на сезоната и постигнување економски ефекти. Понудите треба да бидат привлечни и интересни за да го пронајдат патот до клиентите. Денес со развојот на алтернативниот туризам на ниво на светски туристички движења се поголема е потребата од вклучување на нови содржини во понудата. Една од таквите содржини која сè повеќе е дел од понудата на една туристичка детсинација е гастрономската анимација.

Задоволството на туристите преку користење на понудените гастрономски анимационски содржини ги поттикнува на нивно вклучување во активностите во туристичката дестинација со цел остварување на поголеми позитивни економски ефекти. Кога ќе се спомне терминот гастрономска анимација, првата асоцијација се школи за готвење и тематски гастрономски вечери. Но, истражувањата спроведени за потребите на овој труд, покажуваат дека гастрономската анимација содржи поголем сет на активности кои можат да се класифицираат во неколку групи во чии рамки влегуваат одредени гастрономски анимационски содржини. Таквите групи на гастрономска анимација се следниве:

➤ Гастрономска анимација во организација на туристички агенции.

Појавата на туризмот и туристичкиот пазар ја условиле и појавата на патнички агенции кои со забрзаниот развојот на туризмот се повеќе ја шират својата дејност и активности насочени кон потребите на овој феномен. Во литературата имаме различни дефиниции за туристичките агенции од различни автори. Најсеопфатно, кратко, а многу јасно објаснување ни дава Н. Мариноски. Според овој автор, туристичките агенции се стопански субјекти кои се занимаваат со подготвување, организирање и посредништво на услуги во врска патувањето и престојот на трети лица или со нивна комбинација како свои услуги за патничката или туристичката клиентела (*Мариноски, Н. 2008*). Најзначајни промени кои се јавуваат кај туристичките агенции во своето работење, а се базирани на сопствениот развој и развојот на туризмот е проширување на нивната дејност, односно покрај посредничката функција, се повеќе туристичките агенции имаат и организаторска функција.

Од тој аспект, туристичките агенции нудат пакет на услуги кои туристите не би биле во состојба сами да ги организираат и тоа: сообраќај, угостителство, трговија, анимации и други услуги. Токму гастрономските анимации кои се во организација на туристичките агенции се фокусот на интерес во овој труд, а во оваа група спаѓаат следните гастрономски анимационски содржини: Гастрономска тура; Винска тура; Национални вечери; Посета на селски домаќинства; Ручек и излет во природа; Гастрономска анимација на брод; Гастрономски патеки.

➤ **Гастрономска анимација во организација на хотели и други угостителски објекти.**

Квалитетот во угостителството претставува средство во конкурентската борба на туристичкиот пазар затоа што преку квалитетот на услугата се дефинира степенот на задоволство на корисничките очекувања и барања. Македонските хотели се стремат кон тоа да понудат квалитетни услуги кои за нашиот пазар и домашните туристи ги исполнуваат очекувањата, додека странските гости не се согласуваат со тоа во целост, при што е потребно да се поработи на воведување дополнителни содржини во хотелската понуда кои ќе го надополнат слободното време на гостите и ќе допринесат за зголемена вонпансионска потрошувачка. Такви содржини нуди анимацијата која според сите досегашни истражувања на оваа тема во нашата земја е на многу низок степен во македонскиот туризам. Како организатори на анимацијата во македонскиот туризам покрај хотелите се јавуваат и туристичките агенции како и некои други угостителски објекти. Покрај спортско - рекреативните, културните и друг вид забавни анимационски содржини, од аспект на анимацијата во хотелската понуда треба да се вклучи и гастрономската анимација како ново доживување, едукација, забава и уживање. Во оваа група на гастрономска анимација спаѓаат следните содржини:

- Гастрономска анимација во хотели на затворено: гастрономска анимација во ресторанот (гастрономска анимација во тек на производство, гастрономска анимација во тек на послужување); гастрономска анимација на бар.
- Гастрономска анимација во хотели на отворено: гастрономска анимација на летна тераса; гастрономска анимација на базен; гастрономска анимација на плажа.
- Други гастрономски анимации во хотел.

➤ **Гастрономска анимација во организација на институции, организации и здруженија.**

Во светските речници поимот гастрономија се дефинира како пракса/уметност на одбирање, готвење и јадење добра храна. Посеопфатно објаснување на поимот гастрономија е: *„Гастрономијата е проучување на односот помеѓу храната и културата, уметноста на подготвување и служење на богата или деликатна и апетитна храна, стилски готвење на одделни региони и науката за добро јадење“*. Од претходното дефинирање се гледа дека гастрономијата е повеќе од готвењето, т.е. дека ја опфаќа целосната културна позадина на храната и се става акцент на регионалноста, т.е. различните јадења во различни делови на светот, па и во рамки на една држава или помала географска инстанца. Според општо прифатената типологија, гастрономските настани би биле дел од културните настани преку кои се промовира културното наследство и традицијата. Организирањето на настани во кои се вклучуваат елементите на традицијата има моќ да ги привлече посетителите во место или регион што инаку не би го посетиле. Некои дестинации страдаат од сезонски проблеми што значи дека присуството на туристи е исклучиво само во одреден период од годината. Одржувањето на настани игра важна улога во надминување на овие проблеми привлекувајќи посетители и вон сезона со што значајно и квалитетно се надополнува туристичката понуда на едно место, регион или земја, особена ако се поврзани со елементи на традицијата и нудат богата и содржинска програма. Токму затоа, општините како институции во рамки на своите развојни стратегии предвидуваат да понудат гастрономски анимации со цел да привлечат што поголем број на посетители во интерес за развој на туризмот во дестинацијата. Општините како институции заедно со општинските установи, претпријатија и организации како и невладините организации регистрирани во општината се јавуваат како организатори на многу настани во интерес на развој на општината, а за развој на туризмот особено се значајни гастрономски анимации кои се во нивна организација од кои најзначајни се: гастрономските настани, гастрономските натпревари, музеи на храна и пијалок и други.

III ДЕЛ
ПРАКТИЧНИ ИСКУСТВА ОД ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА

ПОГЛАВЈЕ 1.

„ДОМАШНИ ПРАКТИКИ ПОВРЗАНИ СО ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА – ОПИС, ДЕФИНИРАЊЕ И ПРИМЕРИ“

1. Гастрономска анимација во организација на туристички агенции

Анимациите за туристичките агенции во денешно време сè почесто се и предмет врз кој тие креираат цели пакет аранжмани, како што е случајот со гастрономската анимација преку организирање и продажба на пакет аранжмани за гастрономски тури низ светот, а исто така гастрономската анимација денеска е честа понуда и за странските туристи во нашата земја за кои туристичките агенции организираат ваков тип на анимација. Според спроведените истражувања, во продолжение ќе бидат опфатени гастрономските анимации кои се дел од туристичките понуди на македонските туристички агенции, а тоа се: гастрономска тура, винска тура, национални вечери, посета на селски домаќинства, ручек и излет во природа, гастрономска анимација на брод, гастрономски патеки.

1.1. Гастрономска тура

Гастрономска тура е професионално водена турнеја низ автентични региони за храна и пијалаци, а може да вклучува и практични работилници. Гастрономските тури се одлична можност да се проба вкусот на локалните состојки, да се научат традиционалните занаетчиски производи, како и да се научи историјата и културата на регионот, особено во однос на нивното влијание врз развојот на кујната. Туристичките агенции оваа гастрономска анимацијска понуда ја организираат како дополнителна содржина за туристите кои престојуваат во земјата и истата ја организираат на ниво на регион (посетувајќи повеќе градови или села), на ниво на место (само во еден град или село), а исто така, врз основа на ваквата гастрономска анимација креираат и цели програми за патување надвор од земјата, посетувајќи цели региони. Ваквите гастрономски тури содржат: престижни кулинарски искуства во ресторани од повисока категорија, посета и дегустација на фарми што произведуваат млеко и сирење, вечера како специјални гости во локални семејства, посета на ниви и дегустација на градинарски култури, посета на лозја и дегустација на вино, посета на локални пазари и друго.

Оваа гастрономска анимација во нашата земја е многу малку застапена во понудите на туристичките агенции, но, со сè поголемиот број на странски туристи во нашата држава почнува да расте и бројот на туристички агенции кои организираат гастро - тури внатре низ државата, а во последниве години, Македонија се најде и во понудата на странски холандски тур - оператор кој организира гастро патувања за холандски туристи во нашата земја. Нашата земја изобилува со многу интересни и специфични региони како во делот на храната, а уште повеќе и во понудата на вино. Гастрономските тури низ нашата земја на странските туристи можат да им понудат богата палета од автохтони производи и оригинални јадења приготвени на стар традиционален начин. Понудата може да го вклучува локалното производство на здрава храна и автентични производи од поднебјето, а ваквите тури можат да бидат збогатени и со посета на манастири, цркви, етнокуќи, ресторани и други угостителски локали, каде што на трпезата редовно се наоѓаат разновидни специјалитети во амбиентално уредени објекти, придружени со изворна македонска музика на традиционални инструменти. За креирање на вакви понуди од страна на македонските туристички агенции потребно е да се знаат можностите и потенцијалите со кои располага нашата земја од оваа област. Вакви комплетни информации за целокупната туристичка и гастрономска понуда во сите плански региони на нашата држава обезбедува оваа докторска дисертација во четвртиот дел при анализата и истражувања за гастрономска анимација во македонскиот туризам

што претставува една од целите на овој труд, односно да помогне во развој на гастрономската анимација во интерес за развој на македонскиот туризам.

1.2. Винска тура

Винските тури како гастрономска анимација се еден од поновите концепти на запознавање со ено - гастрономската понуда на македонското поднебје и се еден од најновите туристички производи на македонските туристички агенции, а кои порано беа достапни од Долината Напа во Калифорнија, во Мендоза во Аргентина, сè до Бордо во Франција, а денес туристите можат да уживаат и во македонските вински региони и центри низ Тиквешијата. Винските тури се таков вид на туристички производ кој е наменет за посетителите и љубителите на вино и вклучува одредена патека по која се движат туристите, винариите кои можат да се посетат на таа патека, како и природното и културно наследство на регионот. Во основа, винската рута опфаќа дадена линија на движење на туристите во определена територија. Нема подобар начин да се запознае странскиот турист со виното и историјата на еден регион од учество во винските тури. Главната идеја на винските патишта е да се привлечат туристи во винскиот регион преку понуда на многубројни дополнителни активности покрај основната, дегустација на вино и посета на винарии. За да се оствари оваа цел, постои потреба од вклучување на поголем број чинители во понудата на рутата, изработка на веб страна и понуда, мапи, соработка со објекти за сместување и исхрана, дополнителни активности и дејности, природно и културно наследство, изработка на мобилна апликација за рутата и слично.

Винската тура како гастрономска анимација се спроведува преку стручни водичи кои имаат за задача да ги запознаат туристите со основите на винската технологија како и со традицијата на одгледување и конзумирање на вино во винските македонски региони. Преку стручните информации кои се презентираат практично на терен низ винариите и преку презентација и дегустација на гастрономски специјалитети на македонски готвачи кои се подготвени да ги изненадат туристите со традиционални македонски деликатеси или специјалитети од македонската кујна, туристите заминуваат од винските региони со едно сосема ново искуство од областа на гастрономската анимација. Како домашни практични искуства за винската тура како гастрономска анимација во овој труд дадени се примери во четвртиот дел во Вардарскиот регион каде се обработени винариите: Тиквеш, Бовин, Вила Марија и Попова кула.

1.3. Македонска национална вечер

Главен мотив за посета на една туристичка локација секогаш ќе бидат природните и антропогените туристички вредности со кои таа локација располага и ги нуди на туристите да уживаат во нив, но, несомнено е дека голем дел од туристите се одлучуваат да патуваат надвор од својата земја поради запознавање на одредена нација, а со тоа нивната култура, начин на живот, храна, пијалок и сл. Запознавање на туристите со културата на една земја секако дека е една од основните задачи на анимацијата од аспект на овозможување индивидуално искуство од туристичката понуда. Гастрономската понуда е исто така дел од културата на луѓето и треба да биде вклучена во анимационските програми, бидејќи се заснова на националната кујна на земјата и на сите други елементи на народната култура на таа земја. Оваа понуда е важна за запознавање на туристите со културата на земјата како и со разновидноста на туристичката понуда. Попривлечна е доколку е збогатена со елементи на народната култура како што се: фолклорот, народната носија, изворната традиционална музика. Ваквата понуда која може да се нарече македонска национална вечер претставува етно-гастрономска анимација. Многу важно, доколку дозволуваат условите, е да им се овозможи на гостите да бидат дел од ваквите национални вечери, особено ако се вклучат во подготовката на традиционалното јадење, бидејќи на тој начин учат нешто типично за дестинацијата. Учењето за етно-социјалните карактеристики на една земја не е целосно без

запознавање со културата на исхрана. Преку запознавање со националната кујна, туристите се запознаваат со другите народи, нивната култура и минато. Благодарение на рецептите на одредени народи, можеме да најдеме траги од нивната историја и во состојките што ги користат и патем во начинот на подготовка. Етно-гастрономската анимационска понуда е исклучиво важна за запознавање на туристите со културата на земјата како и за збогатување на туристичката понуда. Националната македонска вечер во овој контекст е од големо значење за туристичката понуда во нашата држава и истата во последниве години е многу често на програмите на туристичките агенции и на хотелите, а се одржува во национални ресторани, како и во рестораните кои работат во состав на хотелите. Целта на оваа анимација е „кршење“ на монотонијата при престојот во туристичките места и им овозможува на туристите да се запознаат и подобро да разберат македонскиот народ, за македонската култура и традиција. Многу туристички дестинации во светот станаа препознатливи, меѓу другото, токму преку оваа анимационска понуда. Целта на ваквата гастрономска анимација е да им овозможи на туристите удобен престој и културно доживување во одредена дестинација. Честопати, благодарение на националните вечери во туризмот, кај туристите се разбиваат предрасудите за одредени народи. Иако националната македонска вечер е една од најзастапените анимации во македонскиот туризам, сепак, истата има одредени недостатоци во делот на организацијата. Досегашната пракса покажала дека оваа анимација се сведува само на традиционално јадење и изведба на македонски фолклор во живо. Доколку истата се случува во некој национален ресторан, може да се каже дека има одредена смисла, но, доколку се случува во некој ресторан во рамки на хотел, а скоро сите ресторани во рамки на хотелите се модерно уредени, тогаш истата нема никаква тежина и важност која треба да ја постигне кај гостите.

Токму затоа мора сериозно да се разбере овој тип на етно-гастрономска анимација и кон истата да се пристапи со голема сериозност и професионализам. За жал, значителен број на туристички агенции ја користат само како начин за остварување на зголемен промет, без доволно добро да се посветат на задоволување на барањата на гостите и претставување пред туристите на нашата народна култура: храната, народните песни, ора, носии и сл. Националните вечери несомнено се едни од најчесто продаваните анимационски услуги и најчесто посетувани од страна на странските туристи во нашата земја кои покажуваат голем интерес за нашата култура и традиција. Тоа треба да биде голема мотивација за секој вработен во угостителство и туризам и за негово целосно залагање да ја претстави културата на својата земја на високо ниво преку оваа гастрономска анимација. Националната македонска вечер како гастрономска анимација треба да биде организирана преку исполнување на следните елементи кои произлегуваат од досегашни домашни практични искуства на авторот кој ги предлага како потребни и тоа:

- Јасен, прецизен концепт и сценарио
- Времетраење
- Координатор на вечерта
- Водител на програмата – аниматор
- Видео анимации и презентации
- Декорација на салата
- Традиционално мени, инвентар и начин на послужување
- Музика и фолклор
- Вклучување на гостите во програмата

Јасен, прецизен концепт и сценарио подразбира добро осмислување на гастрономската анимација, земајќи ги во предвид сите елементи кои се потребни за нејзино успешно спроведување и реализирање. Оваа е првата фаза од оваа анимационска активност во која треба да бидат вклучени повеќе сектори од угостителскиот објект, во зависност од тоа каква е организационата структура на објектот. Доколку се работи за угостителски објект од повисока категорија со 4 или 5 звезди,

оваа понуда ја изготвуваат: сектор за анимација во координација со секторите ресторан (кујна и сервис), секторот маркетинг како и секторот рецепција каде се врши продажбата на оваа услуга. Доколку станува збор за угостителски објект од пониска категорија или пак угостителски објект - ресторан кој работи независно од хотелот, оваа задача ја спроведува ресторанот, односно менаџерот на ресторан во согласност со кујната и рецепцијата преку која се организира оваа анимацииска услуга. Во оваа прва фаза многу е важно да се дефинираат сите останати елементи, односно фази кои следуваат понатаму, бидејќи од успешното дефинирање, договарање, координирање на сите елементи во оваа фаза ќе зависи успешната реализација на гастрономската анимација: национална македонска вечер. Оваа прва фаза треба да резултира со изготвување на јасно сценарио по кое треба да се придржува секој сектор, односно поединец - вработен во тој сектор.

Времетраењето на националната македонска вечер треба да се предвиди врз основа на два критериума:

- да го задржи во целост вниманието на гостите,
- да овозможи целосна реализација на сите елементи, без при тоа да трпи било кој од елементите (да не дојде до кратење на некој елемент во интерес на времето)
- да не предизвика здодевност кај гостите и истите пред време да го напуштат настанот (најлошата ситуација).

Според досегашната пракса националната македонска вечер треба да трае 3 часа и тоа од 20,00 часот до 23,00 часот за реализација за сите предвидени елементи, а додека на самиот крај кога веќе гостите се вклучени во забавниот дел на програмата, времето може да биде продолжено за уште половина или еден час, согласно работното време на објектот и зависно дали станува забор за викенд или работен ден.

Координатор на вечерта е лице вработено во секторот за маркетинг, уште подобро од секторот за анимации доколку во организационата структура на објектот постои ваков сектор со вработени лица или пак може да биде менаџерот на ресторан или шефот на смена во ресторанот. Кој и да биде назначен за извршување на оваа работна задача, важно е да биде голем професионалец, точен, целосно посветен во реализација на гастрономската анимација и со максимална грижа за запазување на времето, следејќи ги реакциите на гостите и секогаш водејќи сметка за навремено завршување на сите предвидени активности. Во некои објекти ова исто лице се јавува и како водител на програмата.

Водителот на програмата-аниматор, односно аниматор има кратка, но, многу занчајна улога, бидејќи токму тој од самиот почеток до крај на вечерта ги информира гостите за секоја активност посебно, ги најавува активностите и со кратки зборови дава објаснување за секој елемент од кој е составена гастрономската анимација. Водителот е должен од самиот почеток љубезно да ги поздрави гостите, кратко да ги информира за целокупната програма, за имињата на специјалитетите и поднебјето од каде потекнуваат, за виното, за фолклорот, за игрите и песните, за носиите, за видео презентациите, за сè што таа вечер ќе се прикажува пред гостите. Аниматорот треба да биде ведар, насмеан, љубезен, сето тоа што го прави да биде изведено на еден интересен и неформален начин, да биде јасен за гостите, добро да зборува англиски јазик, трпелив и целосно сконцентриран на гастрономската анимација која се случува таа вечер.

Видео анимации и презентации претставуваат одлично дополнување на целокупната програма и имаат за цел да им овозможат на гостите стекнување на дополнителни информации и сознанија за македонската култура и традиција преку кратки видео материјали. Сè што не може да се прикаже во живо, а е од интерес на целокупниот амбиент и програма, овие видео презентации даваат таква можност. Пример за овој елемент е документарниот филм за традиционалното

македонско оро „Тешкото“ во изведба и продукција на македонскиот ансамбл за народни игри и песни „Танец“ филм кој во времетраење од 10 минути преку нарација, слики и игра ги запознава гостите со приказната за едно од нашите најпознати културни блага како што е орот Тешкото. На тој начин гостите уживаат во видео анимацијата и ја запознаваат нашата култура и традиција, а од друга страна ваквите видео анимации даваат голем допринос во разновидноста на програмата и влијаат на квалитетот на гастрономската анимација. Вакви видео презентации можат да се изработуваат и за други значајни ора, обреди и обичаи, за кои е многу важно да се кратки, јасни и да бидат преведени на англиски јазик.

Декорацијата на салата е многу важен елемент и треба да ја отсликува нашата македонска материјална култура. Во националните ресторани кои се уредени во овој стил нема потреба од посебни декорации, но, доколку оваа гастрономска анимација се случува во рестораните на хотелите кои се уредени класично, тогаш потребата од декорација на салата во традиционален македонски стил е повеќе од важна и потребна. Иако една класична ресторанска сала не може целосно да го промени својот изглед, сепак во такви случаи потребно е декорација со одредени традиционални елементи од македонската народна култура кои ќе влијаат на амбиентот и на општиот впечаток кај гостите. Такви елементи можат да бидат: чаршафи на масите со орнаменти и мотиви од македонскиот фолклор, декоративни глинени бардаци и стомни со суви гранки или уште подобро цвеќе кое расте исклучиво во нашата земја, разни дрвени, бакарни и глинени покрупни садови кои некогаш биле дел од македонската покуќнина, а во конкретниов случај истите ќе бидат распоредени на соодветни места низ салата. Како декоративни елементи можат да се употребуваат и дел од традиционалните градинарски култури како што се тиквата, пченката, сувите пиперки, костени, ореви и слично. Елементи на народната носија секогаш се одлична декорација за одреден простор, па затоа и во ресторанските сали народната носија за време на македонските национални вечери треба да е неизоставен декор. Ваквите декоративни елементи секој хотел треба да ги поседува како лична сопственост и секогаш да бидат на располагање за овој вид на гастрономска анимација, а со текот на времето ваквиот инвентар треба да се надополнува, бидејќи ниту едно парче од народната култура никогаш не може да биде вишок.

Традиционално мени, инвентар и начин на послужување е елементот кој треба шефот на кујна во согласност со шефот на ресторан да го усогласат и професионално да го послужат на гостите, а преку овој елемент се покажува и докажува квалитетот на ресторанот, односно на хотелот пред гостите. Многу е важно да се направи избор на традиционални јадења кои навистина се дел од националната македонска кујна, а не истите да бидат вообичаени интернационални јадења само послужени во одредени земјени тави. За жал, во нашето угостителство сè почесто се прави ваква грешка кога ладни класични ордевери - за предјадење, плескавица, пилешки стек, свински увијач - за главно јадење како и овошни торти - за десерт се дел од менито за време на македонска национална вечер, но, бидејќи на масата се додаваат некои дополнителни домашни намази и макала и земајќи го предвид настапот на фолклорен ансамбал ние сметаме дека со тоа сме ја реализирале успешно гастрономската анимација - македонска национална вечер. Тоа е голема грешка и проблем кој сè почесто се јавува во угостителското работење и истиот треба веднаш да се решава. Менито треба да биде составено од предјадења, салати, главно јадење, десерт кои исклучиво се приготвуваат со продукти кои се одгледуваат исклучиво на македонско поднебје и по автентичен рецепт. Нашата македонска национална кујна изобилува со голем избор на традиционални јадења, но секогаш треба да се изберат оние јадења кои готвачите можат најдобро да ги подготват, особено во делот на вкусот кој треба да биде карактеристичен за нашата македонска кујна. На ова мало парче земја низ годините народот создавал големо богатство. Едно од најубавите наследства кои ги имаме се традиционалните и неповторливи рецепти. Од месено и тегнато до варено и печено. Денес, дел од тајните рецепти на нашите предци се заштитени како македонски брендови, а дел секогаш ќе останат најдоброто од македонското мени кое треба да се послужува на македонските национални вечери. Менито треба да започне со традиционални

предјадења и тоа: домашни овчји сирења, сушено свинско месо, зелници и кашаници, ајвар, пинџур сервирали на дрвени софри. Заедно со предјадењата треба да се сервираат во земјени плитки овали зелени домашни салати доколку е пролетна, летна и есенска сезона, додека во зимскиот период задолжително свежата салата да се замени со туршија од домашен зеленчук. Главното јадење треба да биде составено од традиционални готвени јадења кои ќе се сервираат во земјени големи тави или посебно во мали земјени тавчиња, но, секако на еден естетски, културен начин со цел да се постигне визуелниот момент на задоволство и чувство на радост кај гостите.

Досегашната пракса покажала дека најприфатливи традиционални главни јадења за гостите, сособено за странските се: тавче гравче со домашен колбас, селско месо во тава, свинско и јагнешко месо под сач гарнирано со печени кромпири, сармата од лозов лист, пржено свинско месо со праз. Зависно од јадењето, покрај земјените тави, денешните готвачи сè повеќе традиционалните јадења ги сервираат во чингени и емајлирани тави и тенџери по форма на некогашните такви садови кои се употребувале во селските домаќинства. Десертот исклучиво треба да биде по рецептура која произлегла од селските жени домаќинки како на пример: сучена штрудла со јаболка, домашен колач со ореви попарен со шербет, па дури и печени благи тикви, печени јаболка и слично. Пијалокот за ваквото традиционално мени треба да биде исклучиво домашно производство и тоа: домашни ракии, бели и црвени домашни вина, а безалкохолните пијалоци да се овошни сокови од традиционални овошја кои се одгледуваат во нашата земја. Послужувањето треба да биде со сервирање на маса сите јадења исто како на домашните слави при што гостите ќе можат сами да се послужуваат. И покрај ваквиот начин на послужување и сервирање, на располагање за време на вечерата на гостите ќе им бидат келнерите кои облечени во етно кошули и црвени појаси постојано ќе ја набљудуваат масата и ќе вршат дотур на храна и пијалок зависно од потребата и предходно договореното.

Музика и фолклор се двата многу значајни елементи за квалитетна гастрономска анимација во текот на македонската национална вечер. Сите предходни елементи целосно да бидат исполнети, без овие два елементи кои се взаемно поврзани, гастрономската анимација не би имала никаков ефект. Токму затоа многу е важно да се направи правилен избор на музичка група која ќе музицира за време на вечерата, а уште поважно е да се направи избор на квалитетен фолклорен ансамбл кој ќе може непрекинато да изведе програма во времетраење од 45 минути и тоа со репертоар на изворни сценски адаптации или стилизирани кореографии од различни играорни подрачја на нашата држава. Во интерес на квалитетот на програмата би било убаво, доколку имаат прилика кореографиите да се презентираат во различна носија, барем да има два пати промена на носиите, со цел туристите да ја почувствуваат богатата македонска материјална и духовна култура. Програмата која фолклорниот ансамбл ја презентира треба да биде составена од кореографии, вокални интерпретации, инструментални ора со цел што посодржаен приказ на богатиот македонски фолклор. Членовите на фолклорниот ансамбл кои учествуваат во програмата треба да се на возраст над 16 години, бидејќи не смее да се остави впечаток дека програмата ја изведува детски фолорен ансамбл, без разлика колку ансамблот би бил квалитетен. Детските фолклорни ансамбли не делуваат сериозно за една ваква гастрономска анимација, ниту се совпаѓаат со целокупниот амбинет на угостителскиот објект. Ваквите детски ансамбли се многу интересни за гледачите, но, за други пригоди, за ваквата гастрономска анимација е важно програмата да ја изведува младински или возрасен фолклорен ансамбл и тоа по можност со оркестар кој музиката ќе ја изведува во живо.

Вклучување на гостите во програмата. Овој елемент е последниот кој ја заокружува оваа гастрономска анимација. Од голема важност за квалитетот на целокупната вечер е овој елемент, бидејќи преку овој елемент гостите ќе можат нивното уживање во текот на вечерта да го претворат во забава. Исполнувањето на овој елемент најповеќе зависи од фолклорниот ансамбл кој има за цел да ги воведо гостите во процес на забава. Фолклорниот ансамбл покрај изведбата на

програмата, треба да има искуство во однесувањето кон публиката и нејзино вклучување во програмата. Имено, после изведбата на програмата, ансамблот треба да ги покани гостите на заедничко македонско оро кое има забавна, но и едукативна цел за гостите да можат да научат да играат македонско народно оро. За таа цел секогаш се избираат бавни ора со полесни чекори кои гостите ќе можат да ги научат, а со тоа повеќе ќе се забавуваат и ќе бидат среќни и задоволни од целокупната гастрономска анимација.

1.4. Посета на селски домаќинства

Идејата дека одредена храна или вино можат да бидат целосно уживани и “разбрани“ само ако се подготвени таму од каде што потекнуваат, од локалното население и со локални состојки е значаен тренд во светот кој ги поврзува локалните производи со нивното место на потекло, а туристите ги поврзува и приближува до традиционалната култура на населението кое живее во тоа место и регион. Никој не може да си ги познава локалните продукти, традиционалните специјалитети како и начинот на традиционално приготвување и послужување на храната, подобро од локалното население кое живее во тоа рурално подрачје. Исхраната во руралните средини, а особено во нашите домашни македонски села може да излезе надвор од функциите поврзани единствено со задоволување на физиолошката потреба на луѓето. Естетската сласт од храната, поврзана со визуелното прифаќање на послуженото, преку сервираните јадењата во посебни земјени садови и дрвени даски, врз покриена со традиционално рачно изработен чаршав за маса ги анимира туристите предизвикувајќи им при тоа задоволство и ужување. Ваквата анимација која туристите можат да ја уживаат во македонските рурални средини во одредено селско домаќинство е гастрономска анимација. Селските домаќинства во руралните средини можат да извлечат полза од културните вредности и елементите на гастрономската анимација и да допринесат за брендирање на самото место, за регионот, а секако за и брендирање на целата дестинација.

Во нашата држава, селските домаќинства кои организираат гастрономска анимација сè повеќе стануваат актуелни последниве неколку години за кои најповеќе се интересираат странските туристи. Во сите плански региони на Македонија има по неколку селски домаќинства кои страмежливо се појавуваат на туристичкиот пазар и прават обиди да се доближат до туристичките агенции и хотелите како партнер за соработка, а одредени селски домаќинства користејќи ги денешните интернет можности, социјални платформи и канали за продажба директно се насочени кон крајните клиенти при што постигнуваат и значителен успех. Следејќи го интересот на странските туристи за овој вид на понуда, како и согледувајќи ја важноста и значењето на оваа гастрономска анимација за збогатување и развој на македонскиот туризам, нашата држава прави обид да го поттикне развојот на ваквите бизниси. Владата на РС Македонија преку министерството за економија во програмата за развој на туризмот од 2019 година наваму, предвиде и поттикнување на развојот на туризмот во руралните средини со финансиска поддршка за градење или адаптација на селски домаќинства кои ќе даваат угостителски услуги во согласност со Правилникот за угостителска и туристичка дејност. Финансиската поддршка е во износ од 60% од докажаните трошоци, но не повеќе од 200.000 денари за едно барање, а истата да биде наменета за набавка на опрема и инвентар, како и за уредување на просторот на селските домаќинства. Критериуми кои треба да ги исполнат домаќинствата се: објектот да е уреден и опремен согласно традицијата на крајот во кој се наоѓа, да подготвува и послужува топли и ладни јадења, пијалоци и напивки вообичаени за крајот во кој се наоѓа селското домаќинство, да нуди услуги за сместување (најмногу до 5 соби), надворешниот изглед на куќата да биде без оштетување и знаци на дотраеност, а околината да биде уредена. Ваквите семејни домаќинства кои ги исполнуваат бараните услови на крај добиваат ознака на која има „сончоглед“, како потврда дека станува збор за селско домаќинство во рурална средина кои вршат угостителска дејност. Со поддршка на ваквите селски домаќинства, државата обезбедува самовработување на лица во рурални средини и

ја зголемува автентична туристичка понуда, со можност за промоција на локалните вредности (*Службен весник на РМ, бр. 16 од 24.1.2019 година*). Ваквата мерка е показател за значењето на селските домаќинства како значаен дел од руралниот македонски туризам кој ќе им овозможи на туристите гастрономска анимација која единствено може да се доживее само преку ваков вид на понуда. Во последниве години со зголемување на бројот на странски туристи во нашата земја, се зголемува и бројот на туристички агенции кои организираат посета на селски домаќинства, но, според можностите и потенцијалите кои нашата држава ги поседува, искористеноста и понудата е многу мала. Како домашни практични примери за успешни селски домаќинства кои можат да послужат како позитивен пример и мотив за уште поголем развој на гастрономската анимација во нашата земја се селските домаќинства во селата Брајчино, Љубојно, Дихово, Оморани, Габрово, Рамне и др. Овие позитивни примери како и уште неколку во сите региони се целосно опишани во четвртиот дел од оваа докторска дисертација.

1.5. Ручек и излет во природа

Терминот „излет“ претставува посета на одредена локација каде што не се останува повеќе од 24 часа. Организирање на излети е од големо значење за збогатување на туристичката понуда како и за зголемување на анимацијата на гостите. Излет со вклучен ручек можеме да го дефинираме како организирање посета на одредено место - локација во природа, а на тоа место да биде послужен ручек (храна и пијалок). Во подготовката и послужувањето на ручекот препорачливо е да бидат вклучени и самите гости со цел нивно поголемо анимирање и уживање. Вака организираниот излет и ручек во природа претставува гастрономска анимација која воедно значи и одлична комбинација за туристите кои со сигурност би се вратиле задоволни и среќни од излетничкото место. Оваа гастрономска анимација последниве години е дел од понудата на мал број туристички агенции кои организираат излети во некои од руралните места на нашата земја, а најповеќе се наменети за странски туристи кои престојуваат во поголемите македонски туристички центри. Оваа гастрономска анимација се организира во атрактивни излетнички места надвор од градот, во селата или на планински локации кои имаат услови за реализирање на ваквата гастрономска анимативна содржина. Покрај организирање на оваа гастрономска анимација од страна на туристичките агенции, како организатори можат да се јават и хотелите со цел анимирање и исполнување на слободното време на своите хотелски гости. Во текот на летната туристичка сезона, поголемиот број на гости во хотелите, престојуваат повеќе од 5 денови. Иако основната дејност на хотелите е давање на услуга за сместување и послужување храна и пијалок, хотелските менаџери не треба да бидат задоволни само со организирање на оваа основна понуда, бидејќи барањата и потребите на туристите денеска се многу големи, а менаџментот мора да излезе во пресрет на истите, особено што денеска на страната на понудата конкуренцијата е многу голема. Ручек и излет во природа може да биде одлично раздвижување и разбивање на монотијата на гостите. Наместо класичното послужување внатре во рестораните, гостите би заминале на излет во природа со што ќе посетат некоја примамлива излетничка локација на која ќе се послужи и ручек.

Истиот може да биде предходно подготвен во хотелот и во вид на кетеринг услуга да биде послужен пред гостите или доколку излетничката локација нуди можност, ручекот може да биде подготвен на тоа место пред самите гости каде и тие би се вклучиле во подготовката што ќе придонесе за нивна анимација и забава. За да може успешно да се реализира оваа анимација, најважно е да се направи добар избор на излетничкото место кое ќе биде поврзано со туристичкото место со асфалтен пат преку кој гостите можат непречено да стигнат до него со превозно средство. Локацијата треба да биде атрактивна, амбиентално интересна за туристите, да изобилува со сенки и зелени површини за седење и за игра на спортски активности, а како голема предност за изборот на излетничкото место е природната изворска вода, доколку тече во или покрај излетничкото место. Менито за ручекот може да биде месо на скара каде гостите можат сами да го печат и да го сервираат. Конзумирањето на ручекот гостите би го вршеле седнати на самите зелени површини -

лединки, за што предходно од организаторот би добиле ќебиња на кои би седеле и хартиени чаршафи врз кои би ја поставиле храната. За овој тип на ручек потребен е мал број на персонал, секако зависно од бројот на групата, но доколку станува збор за група од еден автобус или 45 особи, потребна е екипа составена од: 1 готвач и еден помошник во кујна и двајца келнери.

Друг начин за организирање на ручек во природа може да биде сервирање на предходно подготвена храна на самото место преку кетеринг служба. За оваа цел организаторот поставува столици и маси, сервира прибор и го послужува ручекот. Идеално за гостите е ако се направи комбинација од овие два типа, односно храната да се подготвува на самото место, а сервирањето и послужувањето да бидат на маси и столици. Организацијата и реализацијата на оваа гастрономска анимација е различна во зависност кој ја нуди и продава на туристите, дали е понуда на туристичка агенција која понатака мора да ангажира и угостителски објект - ресторан или кетеринг служба за реализација или пак доколку оваа гастрономска анимација е понуда од страна на хотел, тогаш организацијата е многу полесна, бидејќи хотелот располага со човечки ресурси и со технички елементи за успешна реализација на истата. Во интерес за развој и унапредување на овој вид гастрономска анимација, голем допринос даваат добиените резултати од истражувањата во овој труд спроведени по општини во сите плански региони на нашата држава кои се прикажани во четвртиот дел, а имаат за цел да послужат како база за креирање на нови туристички програми.

1.6. Гастрономска анимација на брод

Бродскиот туризам или патувањата на крузерите играат голема улога во светскиот туризам. Туристичките агенции изобилуваат со понуди за ваков вид на патувања, а со тоа голем број на туристи се одлучуваат да се вклучат во ваквите патувања поради специфичноста на истите, посетата на голем број на дестинации за време на едно патување и секако прекрасните природни убавини кои ги нуди овај вид на туризам.

Петте најголеми крузери во светот: **Symphony Of the Seas**(<https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/symphony-of-the-seas>), **Harmony of the Seas**(<https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/harmony-of-the-seas>), **Allure of the Seas**(<https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/allure-of-the-seas>), **Oasis of the Seas**(<https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/oasis-of-the-seas>) и **AIDANova**(<https://www.cruisemapper.com/ships>) се супер бродови кои изгледаат како пловечки туристички ресорти и прават се што можат голем број на туристи да се чувствуваат задоволно и да не ја осетат ограниченоста во просторот кои ја имаат поминувајќи го времето во бродовите патувајќи од една кон друга локација. Менаџерите на овие крузери организираат разни анимации со цел да се задржи заинтересираноста на туристите на овие патувања преку организирање на разни музички програми, изведување на театарски претстави, организирање на спортски игри и секако организирање на гастрономски анимации кои се од големо значење и секогаш го привлекуваат вниманието на туристите. Гастрономската анимација на брод претставува анимирање на гостите преку храната и пијалокот - начинот на подготовка, сервирање и послужување кое во одредени случаи претставува спектакуларно подготвување на храна и пијалоци од страна на готвачите и бармените пред самите гости во ресторанските капацитети на бродот кои доведува до восхит на гостите.

Кога станува збор за големите крузери овај вид на анимација е веќе усовршен и се применува непречено, додека во нашава земја се уште оваа гастрономска анимација не е доволно застапена во понудите на туристичките агенции или на хотелите. Во нашата земја има неколку локации каде што може да се воведат овај вид на анимација, а секако Охрид и охридското езеро ја имаат привелигијата и ги исполнуваат условите за гастрономска анимација на брод. Крстарењето со брод по крајбрежјето на езерото или патување на релација од охридското пристаниште до Св.Наум кое е редовна туристичка понуда особено во главната летна туристичка сезона, само по себе нуди одлично уживање и релаксација на гостите, но кога тоа патување ќе се збогати со гастрономска

анимација на бродот, понудата ќе биде комплетна, невообичаена и уште поатрактивна. Тогаш гостите, покрај тоа што ќе уживаат во природните убавини, тие ќе можат да уживаат во храната и пијалок кој ќе се служат во текот на крстарењето како и во староградска охридска музичката програма во изведба на акустичен бенд во живо.

2. Гастрономска анимација во организација на угостителски објекти

Во македонскиот туризам, гастрономска анимација денес можеме да ја сретнеме во угостителските објекти (хотели, ресторани, други угостителски објекти), но, таа не е доволно застапена и организирана на начин како што доликува за земја на која туризмот е еден од главните приоритетни цели за развој. Оваа група можеме да ја поделиме на:

- Гастрономска анимација во хотели на затворено: гастрономска анимација во ресторанот (*гастрономска анимација во тек на производство, гастрономска анимација во тек на послужување*); гастрономска анимација на бар.
- Гастрономска анимација во хотели на отворено: гастрономска анимација на летна тераса; гастрономска анимација на базен; гастрономска анимација на плажа.
- Други гастрономски анимации во хотел.

2.1. Гастрономска анимација во хотели

Хотелиерството е еден од главните сектори во туристичката индустрија и главна гранка во областа на услужната индустрија. Хотелската индустрија придонесе за огромен пораст на глобалната економија токму преку обезбедување на основните услуги за сместување и исхрана. Значењето на хотелиерството денеска е прикажано како водечки економски допринесувач во светските и националните економии во однос на додадена вредност, капитални инвестиции, вработувањето и даночните придонеси. Токму затоа, хотелиерството се наоѓа во постојан предизвик да ја развива и зголемува понудата и услугите по примерот на светски развиентите туристички дестинации.

Одамна хотелската индустрија се соочува со низа предизвици, а таквите предизвици денес се многу изразени. Денешниот турист е многу пребирлив, голем е бројот на туристи со истенчени вкусови кои покрај основните услуги изискуваат поголемо внимание, односно, имаат потреба од дополнителни услуги кои се јавуваат како проширување на основните. Оваа денешна потреба на современиот турист укажува на тоа дека хотелиерите се ставени во позиција да иновираат и да нудат многу поголем спектар на услуги и случувања во своите хотели. Една од дополнителните услуги со кои се комплетира целокупната хотелска понуда е анимацијата. Анимацијата е составен дел на туристичката и угостителската понуда која помага туристите да го поминат своето слободно време и одмор на начин на кој нема да бидат пасивни, туку со активност преку учество во програма, или само како публика ќе уживаат во различни изедби. Хотелската анимација во македонскиот туризам е во иницијална фаза и недоволно развиена. И покрај тоа што туризмот во последниве години се развива по нагорна линија, сепак анимацијата како понуда е многу малку застапена. За жал во нашата држава постојат хотели кои воопшто не се запознаени со поимот анимација. Ова е поразителен факт за земја која се промовира како европска туристичка дестинација. Токму затоа менаџерите на хотелите се исправени пред сериозен предизвик за воведување на анимацијата како составен дел од хотелската понуда, а секако дека ќе предничат оние хотели кои покрај стандардните ќе почнат со воведување на нови форми на анимација. Една од таквите форми на анимација е гастрономската анимација во хотелите. Гастрономската анимација во хотелите претставува анимирање на гостите преку приготвување и послужување на храната и пијалоките пред самите гости. Гастрономската анимација во хотелите во овој труд е поделена на: гастрономска анимација внатре во хотелот и гастрономска анимација надвор од хотелот.

2.1.1. Гастрономска анимација внатре во хотелите

Хотелот претставува просторна и функционална целина која нуди услуги за сместување и има најмалку 15 соби. Покрај услугите за сметување, хотелот нуди и услуги за храна, пијалоци и други услуги. Токму во други услуги спаѓа и анимацијата која е многу важен фактор за развој на угостителството и туризмот и тоа особено гастрономската анимација како нов вид на анимација која е предмет на интерес и обработка во овој трд. Нејзината организација и реализација во рамки на хотелот може да биде во внатрешните капацитети како што се: ресторанот, барот, банкет сала и други објекти во зависност од тоа со што хотелот располага и во надворешните хотелски капацитети кои влегуваат во состав на хотелот.

2.1.1.1. Гастрономска анимација во ресторан

Гастрономската анимација во ресторанот може да се одвива во тек на подготовка и во тек на послужување на храна и пијалок. Ваквата анимација се однесува на класичните хотелски гости кои престојуваат во хотелот за време на летна туристичка сезона, како дел од класични балкански тури или пак престојуваат во хотелот како гости за конгресниот туризам. Покрај гастрономската анимација наменета за овој тип на гости, хотелите во своите ресторани организираат и гастрономска анимација за свечености како што се семејните прослави (свадби, крштевки, родендени) и празнични прослави. Гастрономската анимацијата всушност е поместување на стандардните начини на подготовка и послужување на храна и пијалок и воведување на елементи кои предизвикуваат восхит и задоволство кај гостите.

2.1.1.1.1. Гастрономска анимација во тек на подготовка

Подготовката на храна во хотелите се врши во работната единица кујна која спаѓа во рамки на ресторанот. Тоа е класичен начин на производство на храна и секако се покажал и докажал како традиционален и најспокоен начин за вработените во кујната каде подготвувањето и сервирањето на храна е надвор од очите на гостите при што вработените се чувствуваат послободни при самата работа, па дури во одредени ситуации си дозволуваат и пропусти (од хигиенска и техничка природа) во самата работа, знаејќи дека никој нема да ги забележи. Но, со текот на времето, односно со развојот на гастрономијата во правец на наука, уметност и атракција, денес се повеќе производството на храна се врши пред очите на гостите во отворени кујни.

Отворените кујни класичното подготвување на храна го заменуваат со излегување на готвачите во делот каде што се послужува храната и истата ја приготвуваат пред самите гости. Исто така, на овој начин, големите ресторани ангажираат познати готвачи или готвачи кои изведуваат трикови за време на подготвувањето на храната со цел што поголемо анимирање, забава и задоволство на гостите. Големите хотелски ланци во своите објекти во последно време сè повеќе кујните ги градат отворени во средина на самиот ресторан каде масите се распоредени околу самата кујна. Така поставените маси околу кујната на гостите им создава амбиент на блискост, отвореност и лесна комуникација со професионалниот готвачки тим, а од друга страна им овозможува да го следат процесот на готвење и да уживаат во гастрономското мајсторство на готвачите. Токму ваквиот начин на подготовка на храна во отворени кујни пред самите гости е гастрономска анимација.

Со самото тоа што храната се подготвува пред очите на гостите, секогаш се избираат мениа каде готвачите ќе можат да се истакнат при подготовката и декорирањето на еден уметнички начин и да ги направат гостите задоволни и среќни од нивната работа. Во нашето угостителство, пример за овој вид на гастрономска анимација е хотелот „Мериот“ во центарот на Скопје со неговиот ресторан „Дистрикт“. **Ресторанот „Дистрикт“** е уникатно дизајниран, уреден во модерен стил со доза на традиција и нуди атмосфера за сите оние гости што сакаат да се чувствуваат пријатно и опуштено во кој било период од денот. Посебно задоволство за посетителите е отворената кујна на

ресторанот околу која се сместени масите, а тоа создава амбиент на блискост, отвореност и лесна комуникација помеѓу професионалниот готвачки тим во кујната и присутните гости. Во целиот тој отворен простор, главниот шеф преку мешавината на рецептите од Источна Европа и медитеранските влијанија, многу брзо ги буди сетилата на мирис и вкус, отворајќи го апетитот и поттикнувајќи ја желбата кај гостите да вкусат нешто ново, уникатно и вкусно од менито на Дистрикт.

Овој ресторан е единствен ресторан во градот што нуди мени за салати од каде гостите може со сопствен избор на состојките, самите да го изберат саканиот вкус, а умешноста на готвачите е дополнета од уникатната Хоспер (Josper) скара, што секој оброк го прави посебен. Барот во ресторанот Дистрикт пак нуди мени со уникатни и несекојдневни коктели кои ги подготвуваат професионални бармени, вистински мајстори на својот занает. Преку подготовката на ваквите коктели, бармените ги анимираат и забавуваат гостите постигнувајќи висок респект кај гостите и нивно големо задоволство. Покрај гастрономската анимација која се случува пред гостите во отворените кујни, сепак и хотелите кои во рамки на ресторанот имаат затворени кујни, можат да ги анимираат гостите во текот на подготовката на храната. Оваа гастрономска анимација се случува во ресторанската сала за време на главните оброци: доручек, ручек или вечера, особено за време од доручекот. Тогаш во рамки на менито кое е предвидено за доручек и сервирано на шведска маса, одреден дел од храната на менито се подготвува пред самите гости. Пример за ваков вид на гастрономска анимација на охридско - струшкото крајбрежје е хотел „Силекс” во Охрид. **Хотел „Силекс”** на своите гости за време на доручек и вечера им приредува гастрономска анимација при подготовка на храна. За време на доручекот во понудата на менито редовно секое утро се подготвуваат омлети по избор пред самите гости. Во самиот ресторан, пред излезот за на отворената тераса поставена е количка за подготовка на јадења пред гости која содржи плинско решо, помошен дел за припрема на јадењето и дел за сервирање. Таквата количка за готвачот претставува мини кујна каде инвентарот, намирниците и зачините се уредно подредени и секогаш хигиенско исправни, постојано во текот на работата. Од голема важност за успешна реализација на оваа гастрономска анимација е професионалноста и стручноста на готвачот кој ја подготвува храната. Тој секогаш треба да биде во чиста комплетна униформа, да ги почитува стандардите за хигиенска исправност, да биде комуникативен, ведар, насмеан и да зборува англиски јазик. Готвачот во конкретниов случај претставува аниматор кој со својата работа преку подготовката на храна треба да ги забавува гостите. Исто така треба да ја познава психологијата на гостите и да не дозволи реакција од страна на гостите доколку нивната нарачка доцни, бидејќи треба да се земе во предвид фактот дека станува збор за редица на гости кој во исто време нарачуваат и сакаат први да ја добијат својата порција. Од анализата на анкетните прашалници во хотелот, токму ваквата храна, односно гастрономската анимација е оценета со високи оценки што претставува дополнителен мотив менаџментот да продолжи во правец на збогатување на гастрономската анимација.

2.1.1.1.2. Гастрономска анимација во тек на послужување

Под поимот послужување во угостителството подразбираме давање услуга во храна и точење пијалак на посебен угостителски начин. Под послужување во широка смисла ги подразбираме сите оние работи кои персоналот ги извршува брзо и економично, услуга во прехрана, точење пијалаци, приготвување разни јадења пред гостинот и вршење на сите подготвителни работи за квалитетно послужување на гостинот (Ташков, Н., и Велјанов, Т. 2011). Под стручно послужување се подразбира послужување според дадени правила и примена на вештина и техника при работата. Стручната способност на лицето во ресторанот треба да ги задоволува барањата на гостите, а да ги штити интересите и угледот на ресторанот. Однесувањето на келнерот кон гостинот го претставува нивото на солидност во работата. Квалитетот на тој однос се одразува во кругот на клиентите, кој или постојано расте, или стагнира, или пак опаѓа. Значи, стручното, културното и економичното

работење се суштествени предуслови за квалитетно послужување. На тој начин се постигнува двоен ефект: прво, гостите остануваат задоволни, што значи дека пак ќе навратат во објектот и второ, работната организација има поголем приход.

Се разбира дека за целосен успех на ресторанот многу е важен и квалитетот на јадењата и на пијалациите. Послужувањето е еден од главните критериуми врз кој се оценува квалитетот на ресторанот. Слободно можеме да кажеме дека послужувањето во ресторанот е огледало на хотелот, преку начинот на послужување туристите често пати ја темелат целокупната оценка за објектот. Вработените кој работат сервис во ресторанот треба да се високо квалитетни, стручни и образовани келнери кои поседуваат висок професионализам, позитивна енергија, ведар дух, насмевка и да имаат чувство за создавање позитивен и релаксирачки амбиент со гостите, но, секогаш со потребната мерка во истото. Да се направат среќни и задоволни голем број на луѓе од различни култури и нации, различни старосни структури е вистинска уметност. Токму тоа треба да бидат келнерите, уметници кои ќе ги анимираат гостите во текот на нивниот престој во ресторанот, а притоа предизвикувајќи радост и задоволство кај гостите. Во угостителското работење, како основни начини на послужување се сретнуваат: порционо или „a la carte” послужување и бифе/буфет (шведска маса) (<https://www.restorani.com>).

Порционо или „a la carte” послужување го имаат сите ресторани кои работат по „a la carte” мени. Овој начин подрзабира избор на јадење од менито, начрчување на порција и послужување на порцијата пред гостинот. Позитивните страни на овој сервис се тоа што порцијата е сервирана внатре во кујната, контролирана, нема потреба од високо обучен персонал, нема потреба од дополнителна опрема, а пак недостатоците се - веќе видено, класика од која некогаш гостите скаат да избегаат и да пробаат нешто ново.

Буфет (шведска маса) е вториот најпознат начин на послужување на храна каде позитивната страна е тоа што храната може многу убаво да се декорира и презентира, нема потреба од голем број на персонал за време на послужувањето и може да се послужи голем избор на разновидна храна. Недостоците на овој вид сервис се тоа што не може да се контролира количеството на порцијата, па некогаш може да дојде до ситуација да се потроши повеќе отколку што е предвидено или платено. Покрај овие најзастапени начини, во угостителството постојат и други начини на послужување кои потекнале од различни периоди и држави и се темелат на одредени специфики. Вакви начини на послужување се: француски, англиски, руски, американски, виенски начин, а во последно време го среќаваме и тројлер начинот на послужување (<https://www.ugostitelstvo.mk>). Сите овие начини имаат свои специфики, техника на послужување кои келнерот треба добро да ги познава и разликува. Затоа, за примена на овие начини на послужување, објектот треба да располага со високостручен човечки кадар, од менаџерот на ресторан па сè до помошник на келнерот. Потребна е тимска работа, високо развиен дух на меѓусебно почитување и разбирање.

Без разлика кој од овие системи да го применуваме, гастрономската анимација може да биде составен дел од сите нив. Но, водејќи се од дефиницијата за гастрономска анимација, сепак некои од овие начини на послужување се изведуваат преку користење на техники кои не се вообичаени при нормално послужување на храната, се воведуваат одредени елементи и се применуваат вештини за подготовка и служење на храната.

Англискиот начин на послужување (Димовски, Ч., и др. 2015) е сличен на францускиот начин на послужување, но во овој случај келнерот го послужува гостинот, менито е веќе познато и гостите имаат само избор дали ќе јадат или не. Пример, ако се служи главно јадење (месо) со гарнир и сос, еден келнер ќе послужи месо, втор келнер ќе сервира гарнир и трет келнер ќе понуди сос. Платерите не се оставаат на маса, туку се враќаат во кујна. Позитивната страна на овој сервис е тоа што порцијата е контролирана, послужувањето оди брзо ако келнерите се добро обучени и секако добиената доза на елеганција е она што треба да се додаде. Недостоците ги нема многу, може само да се каже дека платерите дефинитивно не смеат да бидат евтини.

Тролеј (сервис на колички) (<https://www.restorani.com>) - ретко се наоѓаат ресторани каде сервисот е целосно на колички, но во многу ресторани може да се види тролеј сервис на десертот, на скапите сирења и пијалоци. Во овој стил на сервис готовата храна се поставува на елегантни колички и келнерот оди до секоја маса понудувајќи и објаснувајќи што е поставено на тролејот. Позитивната страна на овој сервис е тоа што гостите можат веднаш да изберат и да бидат послужени без чекање, изгледа привлечно ако е убаво презентирани и е несекојдневно. Недостатоците се зависни од културата на народот односно некаде овој сервис функционира одлично, а некаде не функционира воопшто. Гастрономската анимација во текот на послужување во целост ја имаме кај начините каде припремањето и презентацијата на храната се врши пред самиот гостин. Припремањето и презентацијата на јадењето пред масата на гостинот е еден од најпопуларните начини на сервирање во многу ресторани ширум светот. Гостинот има можност да гледа како избраната храна се подготвува и се служи пред неговите очи. Љубопитноста на гостите и вештините на готвачот ќе придонесат за еден вид на шоу кое секако е добредојдено за промоција на ресторанот. Ваквата гастрономска анимација ја имаме кај францускиот начин на послужување.

Францускиот начин на послужување е еден од поелегантните послужувања на храна каде келнерот послужува на елегантен платер - послужавник (обично сребрен) од левата страна на гостинот. Келнерот го покажува јадењето пред гостинот, а тој сам се послужува и потоа платерот се враќа во центарот на масата. Ако има повеќе платери, тие сите се поставени на масата и задачата на келнерот е да ги следи гостите и нивните желби. Позитивната страна на овој сервис е тоа што гостинот може сам да си избере што сака, персоналниот сервис и комуникацијата со гостите е добар и ако персоналот е добро обучен овој сервис може да изгледа многу елегантно. Недостатоците на овој сервис се тоа што нема контрола на порцијата и послужувањето може да трае предолго, затоа што гостите не секогаш знаат каква храна е на платерот. Но, ова е една од варијантите кај овој систем на послужување кој што има четири варијанти. Во интерес на овој труд е третата варијанта на послужување од францускиот начин која е вистинска гастрономска атракција за гостите. Начинот на послужување при оваа гастрономска анимација е следен: шефот на кујната го сервира јадењето во сребрен овал, а шефот на реонот го носи, го остава над греалката на помошната маса - геридонот, го расечува - транжира печеното месо или доколку е риба ја филира, ја одвојува од коските, подготвува сос и додава прилог (*Џуцлески, В. 2004. Техника на послужување и готварство*). Вака поделеното истранжирано јадење шефот на реонот го сложува подеднакво во чинијата, а помошникот го послужува гостинот со десната рака и од десната страна. Третата варијанта на служење кај францускиот начин е наречена тежок начин на служење за кој е потребен стручен персонал и високо квалитетна опрема. Како најзначајни и интересни кулинарски постапки кој се дел од гастрономската анимација се: фламбирањето, филирањето, тражирањето (<http://gotvi.mk>).

Фламбирање е кулинарски израз кој означува постапка во која готовото јадење или десерт се прелеваат со маснотијата или алкохол и потоа се палат. Фламбираното јадење е атрактивно, бидејќи често се спрема по кулинарски емисии или пак пред гости во ресторани. На овој начин се прават различни видови месо, десерти и палачинки. Најчесто, највкусно е фламбираното говедско месо. За оваа постапка од алкохолни пијалаци најмногу се користат ликери, но и коњак или ракија, па и вино.

Филирањето е раздвојување на филетите од риба и може да биде доста незгодно, особено за одредени видови риби. Оваа постапка се изведува така што гостинот не треба да се плаши дека ќе ги проголта коските и дека оброкот ќе му биде попријатен. Филетата од риба, како и сечењето месо и рак, подразбира добро познавање на анатомијата (структурата) на рибата. Секој вид риба има различна форма и распоред на коски, па постапката треба да се прилагоди на овие карактеристики. За да се пополни рибата пред гостите професионално и брзо, неопходно е келнерот да ја подготви целата потребна опрема и инвентар.

Транжирањето го врши келнер кој мора да биде успешен, самостоен во својата работа. Јадењето од месо го донесува до гостинот во специјален сад на количка за послужување, го презентира, а потоа го сече дел по дел, односно транжира. Во многу ресторани од висока категорија келнерот за расечување е должен и да подготвува јадења пред гостинот - фламбира и слично. Келнерот за транжирање треба да ги има следниве познавања: мора одлично да ги знае сите делови на месото, како и сите делови на дивечот и птиците, а исто така добро да го познава фламбирањето и рецептурата по која би го фламбирал јадењето. Гастрономската анимација ја имаме и во уште еден начин на послужување на храна, а тоа е ладното бифе.

Ладно бифе (Ташков, Н., Велјанов, Т. 2011) се организира по повод разни свечености, културни и спортски натпревари, јубилеи, годишнини, кога за кратко време се послужуваат голем број гости со закуска и со освежителни пијалаци, а времето и просторот се ограничени. Ладно бифе може да се организира во простории на хотели или простории на нарачателот, како на пример во општински простории, претпријатијата, општествени простории итн. Самото име укажува на тоа дека на овој прием се послужуваат ладни предјадења кои убаво се сервираани на послужавници - овали и се поставуваат на бифе - маса. При подготвувањето на јадењата, угостителскиот персонал ја покажува својата вештина и стручност во кулинарството. Послужниот персонал треба да ја покаже својата стручна подготвеност околу послужувањето со јадења и пијалак, кои се предвидени за овој вид прием. Кај овој вид послужување на храна, гастрономската анимација особено се истакнува при сервирање и послужување на изложбено - руско ладно бифе. Самото име ни кажува дека се состои од ладни јадења кои се декорирани на најдобар начин кој го знаат вработените во кујната, ги сервираат на сребрени росфрајт овали и се поставуваат на бифе кое што секогаш е привлечно за фотографирање од страна на гостите. Ваквото изложбено - руско бифе никогаш не ги остава рамнодушни гостите. Главна карактеристика кај руското ладно бифе е на масата да се поставуваат овали со нерасечени парчиња месо, цела риба, дивеч, пердувести животни. Поради тоа, покрај масата се наоѓаат келнери и готвачи кои се добро обучени за транжирање и филирање. Бифе - масата се поставува во средината на просторијата или салата и обично има скалест облик за гостите да имаат преглед на изложените јадења. Одделни јадења ги избира самиот гостин, но, гостите не се послужуваат сами, туку келнерите им ставаат во чиниите. Самото бифе кое изобилува со раскошни декорации како и начинот на послужување на гостите од страна на готвачите и келнерите е многу интересен, забавен и возбудлив момент кој ретко се доживува. Ваквите гастрономски анимации во денешно време се ретки, бидејќи на свечености од ваков тип се практикува коктелот кој не бара голема стручност, знаење, инвентар како што е тоа кај руското ладно бифе. Покрај гастрономската анимација при послужување на храна, имаме и гастрономска анимација при послужување на пијалаци и тоа: послужување на вина и коктели.

Послужување вино може да биде многу интересна гастрономска анимација, но, тоа зависи од лицето кое го врши послужувањето. Бидејќи има многу видови квалитетни вина, квалитетот може постојано да се менува од година во година. Затоа е потребно келнерот кој послужува вино да знае од кое виногорје потекнува виното, разните состојки на виното, како што се: алкохол, шеќер, киселина, екстракт, боја, вкус итн. Сите информации околу виното и препораката на гостинот кое вино ќе му се понуди, морат да бидат стручни и точни. Порано се приредувале гозби со десет и повеќе видови јадења и со толку видови вина, но денес е доволно за време на главниот оброк (ручек или вечера) да се послужат најмалку две до три вина, а кај свечените приеми најмногу четири (Ташков, Н., Велјанов, Т. 2011). Вината се послужуваат на нивната правилна температура. Не е дозволено доколку гостинот се служи со наливно вино да се разладува со коцка мраз. Ако гостинот сака мраз, посебно му се носи. Вината се послужуваат во столни чаши за бело и црвено вино. Обемот на чашата за бело вино изнесува 110 мл, а додека чашата за црвено вино има поголем обем од чашата за бело вино - 130 мл. Чашите за црвено вино се поголеми, затоа што црвеното вино има богато буке кое треба да се задржи во чашата.

Буке во виното е арома која означува мирисни својства карактеристични за одредени сорти грозје од кое потекнува виното (<http://invinoveritas.mk/Vinski-recnik>). Секое вино, пред да се послужи, гостинот треба да го проба (дегустира). Дегустирањето на виното се врши пред гостинот. Ваквото дегустирање слободно може да се нарече гастрономска анимација, бидејќи е интересен процес за гостите и предизвикува задоволство. Постапките на ваквата гастрономска анимација се следни: келнерот го носи виното што го порачал (одбрал) гостинот и го држи во левата рака и од левата страна му приоѓа на гостинот. Етикетата треба да биде свртена кон гостинот за тој да може да се увери дека тоа е навистина виното што го нарачал и да му ја покаже устинката на шишето за да се увери гостинот дека виното е добро затворено. На етикетата пишува сè што го интересира гостинот и што сака да знае за виното: име на виното, име на производителот, година на производство, органолептички својства на виното и друго. Откако сме го презентирале шишето вино пред гостинот, тоа се враќа на помошната маса, се отстранува целофанот на грлото на шишето и се пребришува со платнена салфета за да се отстрани можниот прав од стоењето и чувањето на виното во магацинските простории. Во средината на чепот - тапата внимателно се завртува и вади, внимавајќи да не се заврти и да не падне во виното. Извадениот чеп треба да се помириша и да се провери за да не постои страв или непријатен мирис што може да биде знак дека виното е расипано. Келнерот го забришува грлото на шишето со чиста платнена салфета, го зема шишето во десната рака, оди од десната страна на гостинот и става малку вино во чашата (околу една третина) за да изврши гостинот дегустација на виното. Ако гостинот, односно домаќинот кој го порачал виното, се согласи, тогаш келнерот им приоѓа на гостите и почнува со послужување. Откако ќе ги послужил сите гости, келнерот му приоѓа на гостинот кој го нарачал виното и му ја дополнува чашата со вино. Потоа шишето се враќа на помошната маса, така што етикетата треба да биде свртена кон гостинот.

Коктел. Официјалната дефиниција за „коктел“, според речникот Мериам - Вебстер (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/cocktail>), е ладен пијалок, вино или дестилиран алкохол измешан со ароматични состојки. Иако тоа е прилично широка дефиниција, таа ја одразува модерната практика на повикување на скоро секој мешан пијалок како коктейл. Првата објавена дефиниција за коктейл се појавила во весникот „The Balance and Columbian Repository” од 1806 која гласи: Коктелот е стимулирачки пијалок, составен од какви било алкохолни пијалоци, шеќер, вода и горчливости. Таа е основната врз која се развила и денешната дефиниција која гласи: коктейл е алкохолен пијалок составен од мешавина на разни пијалаци и содржи три или повеќе состојки од кои барем една е алкохолен пијалок, втората е сладок/шеќерен пијалок и третата е кисел/горчлив пијалок. На почеток, коктейлите претставувале мешавина од алкохолен пијалок, шеќер, вода и горки пијалаци - битери. Називот коктейл денес се користи за безмалку сите мешани пијалаци што содржат алкохол, вклучувајќи ги и безалкохолните мешавини како и кратките пијалаци (алкохолен пијалок кој се сервира во порција од 20-30 ml и се пие наеднаш) итн. Денес коктейлот вообичаено содржи еден или повеќе видови алкохолни пијалаци, еден или повеќе безалкохолни пијалаци како на пример, минерална вода - сода или овошен сок. Дополнителни состојки можат да бидат и шеќер, мед, млеко, слатка павлака и различни видови билки. Самото спремање на коктейлот, мешањето на пијалочите, техниката која се користи, инвентарот, сервирањето во чаша, декорацијата е процес, односно гастрономска анимација која е забавна како за барменот кој го подготвува коктейлот, така и за гостите пред кои се случува оваа анимација.

2.1.1.1.3. Гастрономска анимација на бар

Гастрономската анимација на барот е атрактивна анимација во угостителството која се сосостои од подготовка и служење на коктейли на атрактивен начин. Високо развиените туристички земји вложуваат во образование, едуцирање и припрема на соодветен кадар (бармени) за изведување на ваков вид на анимација. Покрај кадарот исто така неопходни се и професионални средства за работа за да може подготовката на коктейли да изгледа професионално и на високо ниво. За разлика од стандардното послужување и подготвување на пијалачите при гастрономската анимација во

барот се користат разни вештини трикови што може да се спореди и со една претстава од страна на барменот која ја изведува пред гостите. Во високо развиените земји, а во последно време и во нашата земја сè повеќе барови оргазираат натпревари за бармени со цел привлекување и анимација на што повеќе гости и секако остварување на поголем финансиски резултат. На бармените секогаш треба да им се верува и туристите можат слободно да се препуштат на нивното искуството и да веруваат во нивниот избор. Само со целосна доверба кон барменот може да се ужива во коктейли и вкусови за кои не знаеме дека постојат. Хотелите со висока категорија вработуваат професионални бармени за работа на баровите со цел да понудат успешна и атрактивна гастрономската анимација за своите гости.

2.1.2. Гастрономска анимација на отворено

Покрај реализацијата на гастрономската анимација внатре во хотелот, уште поатрактивна, особено во летниот период е гастрономската анимација на отворено во надворешните капацитети кои влегуваат во состав на хотелот. Зависно од големината и категоријата на хотелот, такви капацитети се: летна тераса, отворен базен, сопствена плажа и други.

2.1.2.1. Гастрономска анимација на летна тераса

Една од најчестите гастрономски анимации во хотелите кои се реализираат во рестораните или на отворените тераси се тематските вечери. Како најчесто избрана тема е македонската национална вечер, а честа појава во последниве години се и тематски вечери на национални кујни од земјите од каде доаѓаат гостите кои престојуваат во хотелот. Оваа гастрономска анимација се состои од традиционални специјалитети, национална музика и фолклор. За жал во македонските хотели се јавуваат големи пропусти во организирањето на тематските вечери, бидејќи се сведуваат само на храна и музика, а не се внимава на сите елементи и детали кои се потребни за да се почувствува духот и традицијата на кои е наменета темата. Македонското културно наследство е толку богато, колку што хотелите во рамки на својата понуда можат да организираат различни тематски вечери од сите региони на државата, а со тоа гостите да уживаат во разноликоста на програмата и преку тие вечери да ја запознаваат богатата македонска традиција. Со цел правилно организирање на оваа гастрономска анимација дадени се предлог насоки кои произлегуваат од практичното искуство на авторот и се опишани погоре во првото поглавје од третиот дел во тематската единица: гастрономска анимација во организација на туристички агенции.

2.1.2.2. Гастрономска анимација на базен

Базените кои функционираат во рамки на хотелите денеска се многу атрактивна и привлечна содржина и истите ја зголемуваат хотелската понуда како и вредноста на хотелскиот производ. Тие се место за забава, уживање, релаксација на гостите, а покрај нив се изведуваат многу анимациски спортско - рекреативни содржини. Анимациската програма која се изведува на базените во хотелите многу зависи дали базенот е отворен или затворен. И двата видови базни даваат можност да се изведува одлична анимациска програма, но, секако дека отворените базени во хотелите нудат можност и за дополнителни активности покрај стандардните. Една од таквите активности е гастрономската анимација која во последно време се повеќе се практикува на базените, а се состои во организирање на коктейл шоу, тематски вечери, презентација на храна и пијалаци преку ладни бифиња и коктейли, свадбени свечености, па дури и организирање на вечера за гостите која опфаќа наместо класично послужување на храна и пијалок во ресторан, оброкот и пијалокот да се служи покрај базен со воведување на елементи и техники со цел што поголема и повпечатлива анимација. Исто така базените се многу интересни места за одржување на гастрономски натпревари од забавен карактер како што се: натпревар во носење на пијалок, натпревар во пиење на пијалаци и многу други гастрономски забави. Гастрономската анимација

често се изведува во комбинација со музички и сценско - уметнички анимации како што е музика во живо, изведба на традиционални или модерни танци, зависно од темата на вечерта.

2.1.2.3. Гастрономска анимација на плажа

Од голема важност за денешните туристи кои престојуваат во хотел, особено во езерските туристички центри е хотелот да располага со своја приватна плажа која ќе им овозможи на гостите интимно уживање, релаксација како и разонода и забава со анимациони содржини на отворено. За таа цел, хотелите ги уредуваат плажите со лежалки, чадори, удобни столици за седење, градат спортски терени зависно од просторната можност, а како многу важна содржина на плажата е и угостителска понуда на храна и пијалак. Токму затоа хотелите инвестираат во модерни шанкови, летни кујни како и во изградба на место за скара на жар на отворено. Со ваквите содржини плажата е комплетно место за забава и уживање во спортски активности како и во гастрономски анимациони содржини како што се: коктейл забави, пиво парти, вечера со музика на отворено, прослава на родендени и друг вид на фамилијарни свечености, тематски вечери и сл.

2.1.3. Други гастрономски анимации во хотел

Покрај предходно наведените гастрономски анимации во организација на хотелот, постојат и уште неколку други значајни гастрономски анимации кои привлекуваат големо внимание кај гостите, а се од голема важност за збогатување на анимационата програма во хотелите. Овие дополнителни гастрономски анимации се добиени како одговор при анкетните истражувања за потребите на овој труд, а тие се: организирање на излет и ручек во природа, национални македонски вечери, презентација на македонска храна и дегустации на вино, часови за готвење. Овие анимации спаѓаат во гастрономски анимации во организација на туристички агенции, но, истите можат да бидат организирани и од страна на хотелите. Организирање на излет и ручек во природа и национални македонски вечери се детално објаснети во делот на гастрономски анимации во организација на туристички агенции, додека во организација на хотелите ќе бидат опфатени другите два вида на гастрономска анимација.

Презентацијата на македонска храна и дегустација на вино е нов тренд во гастрономската анимација во нашите хотели. Начинот на кој се презентира храната во хотел или ресторан е многу важен. Квалитетно и професионално презентираниот храна може да создаде навистина извонреден впечаток и големо задоволство кај гостите. Ваквата презентација ја води главниот шеф на кујна кој заедно со својот тим приредуваат едно гастрономско шоу на кое подготвуваат храна директно пред гостите. Во зависност од јадењата на менито, се избира и вино кое се послужува за време на гастрономската анимација. Претежно се избира една винарија која ги послужува своите вина на висок професионален начин и приредува ено - гастрономски изненадувања. Ваквата гастрономска анимација, хотелите ја користат за маркетинг со цел привлекување на што поголем број гости во интерес на поголема финансиска добивка, а од друга страна да ја збогатат својата понуда пред хотелските гости и локалното население како и создавање на личен препознатлив позитивен имиџ во туристичката дестинација.

Часовите за готвење се една од најновите гастрономски анимациони содржини што се вклучува во понудата на македонските хотели (хотел „Парк“ - Скопје, хотел „Макпетрол“ - Струга, хотел „Дрим“ - Струга, хотел „Силекс“ - Охрид, хотел „Кратис“ - Кратово). Оваа гастрономска анимација нуди одлична можност гостите да погледнат и во деловниот простор на ресторанот, а со тоа да добијат и нови искуства за кулинарската уметност. Ваквите часови за готвење, помагаат да се изгради однос помеѓу регионалниот и националниот идентитет со економскиот развој на дестинација. Форматите на овие часови варираат од кратка лекција која трае неколку часа до целодневни и повеќедневни курсеви. Фокусот на странските туристи обично е на кујната на

земјата што ја посетуваат, додека домашните туристи сакаат да доживеат и нова интернационална кујна. Некои часови за готвење, хотелите на своите гости им ги организираат во домовите на локалното население, дозволувајќи им на странските туристи да погледнат како изгледа секојдневниот живот на жителите во земјата што ја посетуваат. На ваквите часови, туристите имаат за цел да научат нови рецепти за јадења и техники за нивна подготовка, да слушнат приказни за јадењето, да добијат информации за состојките, а воедно и да се забавуваат и да уживаат во тоа што го прават.

Молекуларна гастрономија. Молекуларна гастрономија е нов тренд во светот, а веќе и кај нас почнува да се применува особено за престиж во угостителски објекти од повисока категорија (ресторан „Камник” - Скопје, ресторан „Еквилибриум” - Скопје, ресторан „Дистрикт” - Скопје, ресторан „Агапе” - Струга), а многу повеќе за атракција и анимација на гостите. Терминот молекуларна гастрономија најчесто се користи за да се опише стил на кујна во која готвачите ги истражуваат кулинарските можности преку алатки од науката и состојките од прехранбената индустрија. Формално, терминот молекуларна гастрономија се однесува на научна дисциплина која ги проучува физичките и хемиските процеси кои се случуваат за време на готвењето. Молекуларната гастрономија има за цел да ги испита и да ги објасни хемиските процеси за време на подготовката на храната, како и социјалните, уметничките и технички компоненти на кулинарството и гастрономските феномени. Поимот “Молекуларна и Физичка Гастрономија” е измислен во 1992 година од страна на унгарскиот физичар Николас Курти и од францускиот хемичар Херве Тис. Николас Курти бил застапник на применувањето на научното знаење во кулинарските техники. Токму тој бил еден од првите телевизиски готвачи во Обединетото Кралство кој имал свое шоу во црно - бела боја во 1969 година насловено како “Физичарот во кујната” каде што покажувал техники за користење на шприц за вбризгување коњак во топол овошен колач за да се избегне нарушување на корката (<https://www.ugostitelstvo.mk>).

Многу современи готвачи не го прифаќаат терминот молекуларна гастрономија и претпочитаат други термини како “модерна кујна”, “експериментална кујна” или “авангардна кујна”. Хестон Блументал (<https://www.ugostitelstvo.mk>) вели дека терминот молекуларна гастрономија дава призив на елитизам и недостапност, како да ви треба диплома по ракетно инженерство. Молекуларната гастрономија или молекуларна кујна, всушност се однесува на експериментално готвење на модерните готвачи водени од желбата да го истражуваат широкиот спектар на состојки, алатки и техники. Истражувачкиот дел на молекуларната гастрономија започнува во кујната, каде што готвачите истражуваат како вкусот на храната се однесува на различни температури и притисоци. Експериментирањето во молекуларна гастрономија резултира во нови иновативни јадења како транспарентни равиоли, лажен кавијар, шпагети од пармезан или спирала од маслиново масло. Потенцијалот на молекуларна гастрономија е огромен. На овој начин традиционалната кујна е трансформирана во неверојатно емотивно и сетилно искуство. Додека го набљудувате процесот на подготовка на храната, можеби првото нешто што ќе ви падне на памет е да се запрашате дали е безбедно да се консумира, што е и нормално, бидејќи овде главни реквизити се колби, течен азот, шприцеви, апаратура за дестилација, рН метри и полици со хемикалии со имиња како караген, малтодекстрин и ксантин. Вистината е дека “хемикалиите” се користат во молекуларна гастрономија, но, сите се од биолошко потекло. Овие додатоци се одобрени од страна на стандардите на ЕУ и се користат во многу мали количини. Современата лабораториска опрема овде само им помага на готвачите да ги поедностават нештата, како што е одржување на температурата на водата (водена бања), брзо ладење на храната до екстремно ниски температури (течен азот) или екстрахирање на вкусот на храната (испарувач). Постојат дебати за хранливоста на молекуларна гастрономија но секако дека при секојдневен начин на исхрана може да се јават далеку поголеми здравствени проблеми, а впрочем конзумирањето на смрзната сфера со екстракт од некој вид овошје или зеленчук и не е нешто што ви се случува секојдневно. Да се биде готвач на

молекуларната кујна значи пред се дека мора да поседувате љубопитност и желба за експериментирање, да умеете да се служите со интуицијата поигрувајќи си и во исто време создавајќи мулти - сензорни искуства и мали уметнички дела кои изобилуваат со текстури, мириси, форми и вкусови. Доколку сакате да се обидете со подготовка на храната според принципите на молекуларната гастрономија, најпрвин главниот предизвик е да се најде добра база на рецепти на молекуларната кујна со детални објаснувања и добри фотографии кои покажуваат како се приготвува јадењето. Откако ќе ги научите основните принципи, понатаму можете да излезете и со својата креативност и создадете нови рецепти и изградите сопствени техники. Молекуларната гастрономија е одлична гастрономска анимација на денешново модерно време.

2.2. Гастрономска анимација во други угостителски објекти

Покрај гастрономската анимација во организација на хотелите, во денешно време храната и пијалакот се предмет на анимација и во многу други угостителски објекти. Не само како физичка потреба и бизнис, развојот на туризмот им наметна на угостителите да имаат посебен респект и однос кон храната и пијалокот и бара од нив класичниот начин на подготовка и послужување да го заменуваат со нови техники, стилови и начини, односно таквиот процес да прерасне во гастрономска анимација. Ваквиот тип на анимација во денешното угостителство го среќаваме во различни типови на рестораните, од кои најповеќе во националните и рибните како и во баровите.

2.2.1. Гастрономска анимација во ресторани

Значителен број на туристи кои патуваат во други земји најпрво се одлучуваат да ја пробаат националната храна како етно - културен идентитет на дестинацијата. Затоа нивниот прв избор се националните ресторани. Овој тип на ресторани се најавтентичното обележје на духот и традицијата на земјата домаќин искажано преку угостителството. Тие претставуваат и своевидни музеи во комфорт на амбиентални градби збогатени со непроценливи колекции на сувенири и орнаменти, стари и по неколку векови. Тоа се ресторани кои најчесто се уредени со декоративни традиционални предмети, персоналот во тие објекти е облечен во униформи со етно елементи на лик на традиционалните македонски носии. Тоа се места каде што се служат препознатливи национални јадења и пијалаци. Македонските национални ресторани се особено интересни за странските туристи. Во сите региони на нашата земја туристите имаат можност да се запознаат со автентичната традиционалната гастрономска понуда преку националните ресторани. Оригиналните рецепти верни на традицијата кои се во понудата на листите за храна во рестораните се одлика на обилната и гурманска кујна, типична за овие простори. Нотите на македонската музичка уметност неретко надополнети и со настапите во живо на национални ансамбли и играорни групи, се дополнени на гастрономската понуда со која заедно преминуваат во автентична македонска гастрономска анимација во која туристите, особено, странските посебно се радуваат и заедно со вработените и уметниците се забавуваат.

Националните ресторани преку ваквите гастрономски анимации играат голема улога во креирање на имиџот на една туристичка дестинација. Гостинот преку сите овие елементи: декорот, однесувањето на персоналот, начинот на подготвување, послужување и вкус на храната, создава еден впечаток за одредената туристичка дестинација кој е многу важен за понатамошна промоција на дестинацијата, земајќи го во предвид фактот дека задоволниот гостин е најголем промотор за една туристичка дестинација поголем и од најскапата реклама. Затоа, со право можеме да кажеме дека националните ресторани се како еден вид амбасади за една земја во кои преку храната, пијалакот, готвењето, послужувањето, односно преку гастрономската анимација која ја доживуваат туристите, се осознава многу за земјата и нацијата. Покрај националните ресторани, гастрономската анимација е застапена и во понудата на рибните ресторани низ нашата земја, особено во оние рибни ресторани кои работат во рамки на рибници. Од споредените

истражувања може да се забележи дека ваков тип на ресторани имаме во сите региони на нашата држава, а позитивни практични примери за овој тип на гастрономска анимација се дадени во четвртиот дел од овој труд во анализи и истражувања за гастрономска анимација во македонскиот туризам.

2.2.2. Гастрономска анимација во барови

Баровите се ориентирани за послужување на пијалоци и напивки. Опремени се со бар - пулт и точилница. Одреден асортиман на понудата е карактеристика за одреден вид на барови и нивните имиња се следни:

* *аперитив бар* - може да биде во состав на хотелот или самостоен објект во кој се послужуваат алкохолни и безалкохолни пијалоци, како и топли и ладни напивки и разни коктейли,

* *кафе барови* - вообичаено се самостојни објекти, но можат да работат и во состав на објекти од различна намена, уредени се со атрактивен бар пулт, со изложени разни видови пијалоци и збогатен амбиент со музика. Забавната содржина т.е музичката и сценската програма во многу случаи го одредуваат и типот на барот и така добиваме: *ноќен бар, диско бар, кабаре бар и слични барови*. Овие објекти денес често се организатори на коктейл шоу програми како една од поатрактивните гастрономски анимации во баровите. Ваквата анимација овие објекти ја користат за привлекување на што повеќе гости, за поголема заработувачка, но, пред се за збогатување на класичната понуда преку забава за гостите.

3. Гастрономска анимација во организација на институции, организации и здруженија

Општините како институции заедно со општинските установи, претпријатија и организации како и невладините организации регистрирани во општината се јавуваат како организатори на многу настани во интерес на развој на општината, а за развој на туризмот особено се значајни гастрономски анимации кои се во нивна организација од кои најзначајни се: гастрономските настани, гастрономските натпревари, музеи на храна и пијалок и други.

3.1. Гастрономски настани

Гастрономските настани се настани на кои што главен предмет за нивно организирање се гастрономските производи и специјалитети. Секоја земја, регион, град или село има различности и свои специфичности во гастрономијата, па оттука и можности за нејзино претставување и промовирање преку настани. Настаните отсекогаш биле дел од животот на луѓето во најразлични облици. Почнувајќи од одбележување на некоја домашна прослава, преку спроведување на религиозни ритуали, значајни датуми за заедниците и различните општествени групи, па сè до фестивали, изложби, саеми, натпревари итн. кои што се отсликување на посовремените форми на настани. Настаните честопати се долга традиција која што се негува со години. Денес настаните се важен мотиватор за туризмот и фигурираат постојано во развојот на маркетинг плановите на многу дестинации. Честопати, настаните се форма на туризам чија содржина е тесно поврзана со карактеристични ресурси кои се потенцијали или веќе реализирани туристички компаративни предности. Од таа причина, настаните се алатка за развој и промоција на одредена туристичка дестинација (или само на одредени туристички елементи од дадена дестинација). Туризмот за настани и фестивали е една од најбрзорастечките форми на туризам. Тие стануваат сè попопуларни во руралните средини како средство за ревитализација на локалните економии. Фестивалите и специјалните настани играат важна улога во развојот на дестинацијата, креираат имиџ на дестинацијата, анимирање на статичните атракции и катализатори за други случувања. Ваквите гастрономски настани како целина се одлична гастрономска анимација за локалното

население каде се одржува настанот како и за сите посетители и учесници на тој настан кои преку забава ја слават храна и виното на тој регион. Секогаш ваквите гастрономски настани се проследени со богата културно забавна и уметничка програма. Во нашата држава се одржуваат голем број на гастрономски настани, а истите се детално објаснети во четвртиот дел во анализи и истражувања за гастрономска анимација во македонскиот туризам.

3.2. Гастрономски натпревари

Гастрономскиот натпревар претставува одбрана на кулинарски специјалитети и презентација на вештини на готвење на одредена тема. Бројот на гастрономски натпревари постојано се зголемува и имаме примери на организација на вакви натпревари насекаде во светот. Гастрономските натпревари претставуваат предизвик за младите кулинари да го почувствуваат почетниот чекор во професионализмот и ниво плус за поискусните и постари кулинари. Со земањето учество на гастрономските натпревари, учесниците се здобиваат со поголеми знаења и искуства зависно од видот на натпреварот. Постојат различни видови на натпревари за храна и пијалаци, а според територијалниот опфат можеме да ги поделиме на:

- **Локален натпревар.** Во него учество земаат гастрономи и натпреварувачи од одредена територија, локалитет или место.
- **Регионален натпревар.** Конкурентноста на регионално ниво има дополнителен степен на возбуда и зголемување на нивото на конкурентност поради поголемиот број на учесници. Натпреварот може да се одржи со користење на една или повеќе категории на квалификувани конкуренти и тоа: национални тимови и приватни тимови.
- **Национален натпревар.** Овој вид на натпревар обично се води од страна на хотели, ресторани или гастрономски здруженија и често служи за избор на членови на национален кулинарски тим. Се одржува на национално ниво (територија на земја), каде се оценуваат јадењата подготвени од натпреварувачите.
- **Меѓународен натпревар.** Овој вид на натпревар вклучува учесници од повеќе земји со што се зголемува конкурентноста и масивната заинтересираност за учество на овој тип на натпревари. Присуството на професионализам на овој натпревар е поголемо, а важноста на добиените награди е на највисоко ниво од досега наведените натпревари.

При планирањето на гастрономскиот натпревар, односно кулинарскиот настан, постојат одредени важни фактори, кои се однесуваат на успешно реализирање на натпреварот. Тие вклучуваат: локација на настанот, достапност на избраната локација, простор и големина на површината, достапност на соодветни капацитети за складирање. Гастрономските натпревари најчесто се базираат на барменство, послужување, готвење и изложба на десерти. **Барменство** - овде учесниците се натпреваруваат во комбинација на разни видови пијалаци, како би дошле до совршенство од комбинации и добивање одреден пијалак од избраната тема. **Натпревар во послужување** - овде се подразбира послужување според дадени правила и примена на вештина и техника при работата. Учесниците на овој натпревар покажувајќи ги своите вештини и техники, користејќи одреден стил, се натпреваруваат во послужување. **Изложба на десерти** - на овој настан натпреварувачите во зависност од темата вршат изложба на однапред подготвени десерти, истакнувајќи ги карактеристиките кои ги прават поразлични од другите. **Натпревар во готвење** - овој вид на натпревар е најмногу распространет низ целиот свет. Се организира на различни локации, со разни критериуми, теми и профили на учесници. Кога станува збор за натпревари во готвење се подразбира дека учесниците на овие натпревари се готвачи од разни категории со различно искуство и различна насока. Поделбата на учесници според категории се врши врз основа на искуството кое го имаат пријавените готвачи и критериумите кои некогаш варираат во зависност од организаторите. Основни категории за натпреварување на сите гастрономски натпревари се:

- **Национално јадење на модерен начин**
- **Подготовка на риба**
- **Јадења од месо**
- **Тестенини**

Во зависност од категоријата која ја избрал натпреварувачот има одредени и поставени правила за подготовка и сервирање на одреденото јадење. Тие правила се поврзани со време, техники на готвење, количина на храна, избор на намирници и кодекс на облекување. Оценувањето на овие гастрономски натпревари го врши стручно жири. Изборот на жирито е важна компонента за еден гастрономски натпревар. Клучна алка за изборот на судиите е нивното искуство, кое всушност го претставува квалитетот на судијата кој допринесува за повисоки стандарди и перформанси. Жирито мора да биде интегрирано во сооднос 1 судија на 10 натпреварувачи и секој од нив да имаат соодветно искуство во категоријата во која оценуваат. Пред натпреварот судиите треба да се сретнат со натпреварувачите и да им дадат детално и јасно објаснување за правилата на конкуренција како и да ги разјаснат сите сомнежи кои ги имаат натпреварувачите. Со цел да се подобри ефикасноста на натпреварот, препорачливо е откако натпреварот ќе биде завршен, судиите да одвојат време и да се сретнат со групата учесници за да ги дискутираат или коментираат нивните наоди и проценки, нагласувајќи ги нивните најрелевантни аспекти.

Во нашата земја се одржуваат неколку гастрономски натпревари кои анимираат голем број на публика, а воедно преку ваквата гастрономска анимација едуцираат исто така уште поголем број на професионалци во областа на производството и послужувањето на храна и пијалок, а тоа се следниве гастрономски натпревари: саем на храна во организација на СОУ „Наум Наумовски - Борче“ и општина Крушево, Гастрономски фестивал по повод празникот Св.Трифун во Демир Капија, Cook and Serve - меѓународниот гастрономски фестивал во организација на студентите од Факултетот за туризам и бизнис логистика при УГД - Штип и Гастромак Македонија. Токму последниов гастрономски натпревар нуди одлична гастрономска анимација како за посетителите, исто така и за големиот број на учесници. Четвртиот интернационален гастрономски натпревар „Гастромак 2019“, се одржа во хотел „Ривиера“ во Охрид од 10-14 октомври 2019 год. Врвни кулинарски шефови ги одмеруваа силите во четири натпреварувачки дена во повеќе од 30 категории, поделени во четири сегменти: топло и ладно готвење, карвинг (изработка на фигури од овошје и зеленчук), приготвување пица и десерти. Во исто време во едукативниот дел, триесетина експерти и шефови на кујни одржаа повеќе мастер - класови. Меѓународниот натпревар под универзалното знаме на гастрономијата ја обедини светската готвачка елита претставена од судии, натпреварувачи и гости од триесетина земји, како: Португалија, Русија, Италија, Украина, Чешка, Велика Британија, Албанија, Косово, Полска, САД, Канада, Романија, Бугарија, Кипар, Турција, Србија, Грузија, Узбекистан, Азербејџан, Хрватска, Монголија, Израел и секако од Македонија. Во рамки на програмата, гастрономската анимација што ја нуди овој голем светски куларски настан, беше организирана надвор од хотелот, на отворено на одржувањето на „Фиш фест“ на Дон Давид, кога судиите, истакнати готвачи со „Мишелин ѕвезди“ приготвуваа скара на отворено, а дегустации вршеа сите посетители. Овој натпревар е во организација на македонското здружението ГастроМак, а основач на ваквата идеја и менаџер на здружението е г-ѓа Андријана Алачки.

3.3. Музеи за храна и пијалоци

Музејот претставува установа која се грижи за збирки на артефакти и други предмети од научно, уметничко, културно или историско значење и ги става на располагање за јавноста во витрини или други поставки кои можат да бидат трајни или привремени (Мичев, Г., Методијески, Д. 2018). Законската регулатива во нашата земја го дефинира музејот како установа отворена за јавноста, која има и едукативна улога да привлекува поширока публика од сите слоеви на општеството и да

развија интерактивна комуникација со посетителите, за популаризација на подвижното културно наследство (*Закон за музеите. Службен весник на РМ, бр.66/2004*). Музеите вршат истражување, собирање, средување, стручно и научно обработување и проучување, заштита, чување, објавување и презентирање на музејските предмети. Поделбата на видови музеи се врши според неколку критериуми како:

- Според основачот можат да бидат: јавни (национални и локални) и приватни.
- Според предметот на својата работа се: општи и специјализирани.
- Според видот на музејските предмети музеите можат да бидат: археолошки, историски, етнолошки, уметнички, архитектонски, технички, природно - научни, како и музеи на занаети, театарски, филмски, поштенски, воени, железнички, црковни и други.

Поголемите музеи се сместени во најважните главни градови во земјите и светот, а оние со локално значење се среќаваат во помалите градови и руралните подрачја. Постои најразлична поделба и видови на музеи, а во интерес на овој труд се музеите посветени на храната и пијалациите.

Музеи посветени на најразлични видови на храна среќаваме во повеќе земји низ светот (<https://www.spam.com/museum>; <https://www.frietmuseum.be>; <https://southernfood.org>; <https://www.raumen.co.jp>; <https://www.worldofcoca-cola.com>; <https://www.schokoladenmuseum> и други). Постојат музеи посветени на пица, паста, компир, домати, сенф, маслинки, млеко, оцет, кашкавал, вода, зачини - сол, шеќер, колбаси, салами, чоколади, марципан и др. Во градот Малме - Шведска отворен е и музеј на одвратна храна (<http://enauka.mk>). Музеи посветени на пијалаци низ светот се лоцирани во најразлични земји. Популарни музеи кои се основани на тематика пијалаци се однесуваат на кафе, чај, безалкохолни пијалаци - кока коле, алкохолни пијалаци како виски, рум, пиво, вино и др.

Како пример за ваков тип на музеј во нашата земја е *Музеј на вино во Демир Капија* (<https://museumdk.mk>). Музејот на вино кој се наоѓа во Демир Капија е еден од малкуте музеи во светот кои се посветени на виното како и винските археолошките експонати. Во богатата колекција на музејот се наоѓаат и некои од најстарите експонати од ваков вид, како на пр. кристален бокал за вино кој припаѓал на австриската кралица Марија Терезија; пехар - чашата од Луј 14-ти која е рачно работена и рачно декорирана со флорални мотиви. Музејот на вино е отворен во 2010 година по идеја на г. Звонимир Будимировиќ кој воедно е и донатор на 80 % од експонатите во музејот, а голема поддршка има и од страна на општина Демир Капија. Музејот на вино располага со три поставки, и тоа:

- **Археологија** - простор каде можете одблиску да се запознаете со традициите, обичаите и културата на народот кој живеел на тлото на Демир Капија;
- **Винска галерија** - различни видови садови, шишиња, бокали од цел свет кои ја отсликуваат и прикажуваат винската консумна култура и изложбени дрвени камари за винариите кои се во Тиквешкиот вински регион и
- **Демир Капија низ стари фотографии и презентационен центар** - презентационен центар за оние туристи кои немаат доволно време, а сакаат да се запознаат со убавините на Демир Капија (подготвен видео материјал кој е со прилагоден превод и на тој начин се одржува презентацијата).

Во поставките на музејот има различни експонати кои се со различна периодизација. Се појавуваат различни периоди, различни стилови, форми и изработки, а сепак имаат една намена - сервирање и консумирање на виното. Како едни од најстарите експонати се бокалите за вино кои датираат од третиот век пред нашата ера, во нив се полнело виното и од самиот бокал се точело истото.

ПОГЛАВЈЕ 2

„ИСТРАЖУВАЊЕ НА СВЕТСКИ ПРИМЕРИ И ПРАКТИКИ ПОВРЗАНИ СО ГАСТРОНОМСКАТА АНИМАЦИЈА”

1. Гастрономскиот туризам - нов тренд во светот

Развојот на туризмот во денешно време е парадоксален, во исто време генерира процеси на глобализација, а од друга страна промовира алтернативен туризам кој се заснова на индивидуални патувања или патувања во мали групи со фокус на локалните ресурси. Туристичките дестинации се должни да ја одржуваат својата конкурентност во зголемена конкурентска околина и да бидат ангажирани во постојана борба за одржување на дел од пазарот. Светот иако станува поотворен, сепак, туристите бараат искуства засновани врз идентитет на локална култура. Како еден од главните фактори за промоција и развој на локалната култура е гастрономијата која има за цел да ги запознае туристите со културата и начинот на живот на дестинацијата, а од друга страна пак ги отелотворува сите традиционални вредности поврзани со новите трендови во туризмот: почитување на културата и традицијата, здрав начин на живот, автентичност, одржливост, искуство итн. Оваа водечка улога на гастрономијата при избор на дестинацијата за патување, резултира со раст на гастрономската понуда заснована на високо квалитетни локални производи.

Туризмот е човечка активност неопходна за живот, што им нуди нови искуства на оние кои сакаат да патуваат, оние што сакаат да ја намалат тензијата и притисокот од секојдневните обврски и да ја зголемат среќата во животот. Ако во минатото масовниот туризам беше главниот начин на неговата манифестација, денес туризмот се практикува во мали групи кои бараат да доживеат нови искуства во природна околината и традиционален автентичен амбиент. Туризмот е важен сектор на економијата и игра значајна улога во многу земји низ целиот свет. Оваа улога е зголемена или намалена со текот на годините, но се покажа како важен фактор во економскиот раст и развој. Туристичкиот сектор има блиски односи со другите сектори на економијата, заедно со нив взаемно ги поддржуваат меѓусебните активности. Има важна улога во однос на вработувањето успевајќи да ја намали невработеноста, а со тоа да го извлече вишокот труд од другите сектори. Глобални трендови и клучеви за успех што денеска можат да се забележат во развојот на гастрономски туризам се следните:

- **Тоа е растечки пазар.** Очигледно е зголемувањето на гастрономскиот туризам широм целиот свет. Гастрономскиот туризам е еден од најдинамичните видови на туризам денеска кој нуди богата гастрономска анимација за туристите.
- **Локалните производи се основата за гастрономски туризам.** Природните ресурси што ги претвораме во туристички производи овозможуваат да се идентификуваат територија од каде што дошле.
- **Промоција на културното наследство.** Културата е збир на однесувања, знаења и навики кои формираат општество кое се заснова на чувство на припадност. Формата на која било понуда на гастрономски туризам нема да биде остварлива и целосна ако не се земат во предвид културните карактеристики на територијата. Гастрономијата дозволува туристите да пристапуваат до културното и историското наследство на дестинацијата преку дегустирање на локална храна, гастрономско експериментирање и купување на локални производи.
- **Одржливост на локалната гастрономија.** Гастрономскиот туризам има за цел да се постигне одржливост на храната како етно - културен идентитет. Идејата на гастрономскиот туризам не е да се создаде нов притисок врз кулинарското наследство, туку да се создаде механизам за подпора и одржливост преку привлекување туристи кои ќе учествуваат во

културниот живот на дестинација и на кои добро ќе им се објаснува и интерпретирана кујната, локалните производи и сите услуги и активности што ги опкружуваат.

- **Перманентно залагање за квалитет.** Дестинациите кои сакаат да го промовираат гастрономскиот туризам мора да работат на различни нивоа за постигнување на квалитет во услугата преку: заштита и признавање на локални производи, развој на конкурентна понуда и професионални човечки ресурси преку обука и преквалификација се со цел постигнување на задоволството кај посетителите.
- **Влијание врз комуникацијата.** Гастрономските дестинации, впрочем и секоја туристичка дестинација имаат важна задача во формулирањето на веродостојна и автентична порака за производите што ги нудат. Искуството од патувањето денеска се смени и веќе не е ограничено само на деновите од патувањето, туку слободно можеме да кажеме дека тоа започнува многу порано, уште кога туристите се инспирираат, собираат информации, споредуваат, а завршува кога туристот ќе даде оценка за туристичката дестинација и искуството ќе го сподели преку социјалните мрежи при што сето ова влијае на развојот на комуникацијата. Исто така, гастрономскиот туризам овозможува зближување и комуникација на луѓето низ целиот свет преку телевизиски гастрономски програми на кој се презентира врвното мајсторство на познати светски готвачи, преку размена на рецепти и начини за готвење на социјалните мрежи, блогови со храна и форуми на социјалните медиуми и многу други начини преку кои луѓето комуницираат на тема гастрономија и гастрономски туризам.
- **Зголемување на соработката.** Неопходно е сите актери кои работат на дестинации (производители/добавувачи, земјоделци, рибари, готвачи, ресторани, јавна администрација, хотелиери, итн.) да бидат вклучени во дефинирање и управување со производи што ги нуди гастрономскиот туризам.
- **Промоција на помалку познати кујни.**

Организацијата на гастрономскиот туризам како нов тренд во светот бара вклученост на многу институции во неговиот развој. Во многу туристички земји, развојот на гастрономскиот туризам се одвива на државно и регионално ниво. Државни и општински институции, туристички компании, невладини организации активно размислуваат, изготвуваат стратегии, развиваат, промовираат и воведуваат гастрономски тури, маршрути и екскурзии, организираат разни гастрономски фестивали, натпревари, реви и многу други гастрономски анимации се со цел организиран пристап и професионална реализација на гастрономскиот туризам како нов тренд во светот. Во продолжение на оваа тематска целина и за крај на овој дел ќе бидат наведени неколку меѓународни практични примери за гастрономска анимација во Европа и други континенти. И покрај тоа што во земјите кои се земени како пример силно е развиена туристичката анимација која во своите програми ја вклучува и богатата гастрономска анимација, сепак ќе бидат дадени само по неколку примери за гастрономска анимација која може да послужи како пример за нашите домашни туристички агенции и хотели да почнат да размислуваат за ваков тип на понуди во своите програми како и за нивно мотивирање да истражуваат за уште други нови меѓународни искуства во оваа област со цел поголем развој на македонскиот туризам, што всушност е една од клучните цели на оваа докторска дисертација.

2. Гастрономска анимација во светот

За многумина милијарди туристи во светот гастрономијата стана основен мотив за патување кои посетувајќи познати дестинации за уживање во дегустација и подготовка на традиционални рецепти, уживаат во гастрономската анимација која е централен дел на нивното туристичко искуство. Туристите се привлечени од локалното производство и многу дестинации се позиционираат на туристичкиот пазар согласно својот производ. Храната пак е длабоко поврзана со неговото потекло при што им овозможува на дестинациите да се пласираат себеси како навистина уникатно место за посета на туристи. Ова е особено важно за руралните заедници кои

со нивната близина до земјиштето за производство на храна, честопати уживаат компаративна предност за производство, подготовка и продажба на традиционална храна и пијалок како и за организирање на гастрономски анимациони содржини. Секоја држава во светот си има свои специфики во делот на гастрономската понуда, па според тоа и различни гастрономски анимациони содржини. Во продолжение, како примери за гастрономска анимација во светот се наведени примери од неколку европски земји, од Америка, Индија, Тајланд и Турција.

2.1. Развој на гастрономската анимација во Европа

Храната игра голема улога во плановите за патувања на луѓето од Европа, а исто така во Европа се наоѓаат и најпосакуваните туристички дестинации во светот. Денешните туристи сакаат да ја доживеат локалната култура преку нејзината автентична кујна. Интеракцијата со локалното население додава автентичен допир на кулинарските искуства. Европските патници сакаат да го комбинираат кулинарскиот туризам со други активности, како авантуристички екскурзии и во текот на нивното патување сакаат да се забавуваат, уживаат и релаксираат со анимациите кои им се нудат.

Гастрономската анимација во европските туристички дестинации ги вклучува следните анимациони активности: готвење со локалното население; работилници за готвење; јадење во домовите на локалното население, во локалните ресторани или улична храна; сесии за дегустација на храна и пијалоци: сирење, вина, пива, алкохолни пијалоци итн; гастрономски патеки; собирање состојки или учество во локалната жетва; посета на фарми, овоштарници, винарии, дестилерии, пазари на храна, саеми или фестивали. Ваквата гастрономска анимација е силна страна на европската туристичка понуда и таа е во организација на туристички агенции, а уште повеќе и на давателите на угостителско - туристички услуги. Во овој труд ќе бидат опфатени по неколку примери за гастрономската анимација од понудата на Европските туристички дестинации: Франција, Италија, Шпанија и Германија.

2.1.1. Франција

Франција е земја за која е невозможно да се спомене туризам, а да нема поврзаност со храна и пијалок. Француското вино и багетот, сирењето и сосовите, тоа е она што секој турист го очекува во Франција. Нивната понуда од секогаш е тесно поврзана со кулинарски уживања, секако во последно време во се помодерни и ексцентрични варијанти. Гастрономската анимација во Франција е широко застапена во угостителските објекти, во малите француски рурални населби, во гастрономските манифестации. Како практични примери во овој труд се дадени неколку различни понуди за гастрономска анимација.

➤ *Газете грозје и пијте вино* (<https://world-food-and-wine.com>).

Доколку се постави прашање како французите имаат толку долга историја на правење вино, многу е важно да се знае како го правеле тоа во вековите наназад. Оваа дводневна екскурзија во Прованса дава целосен приказ за тоа. Иако навидум се само 48 часа, искуството е интензивно и апсолутно задоволство за гостите. Ова е една од најпродаваните екскурзии на хотелите во Прованса и околината, па и подалеку, со рејтинг на задоволство од 9,6, што е навистина несекојдневно. Првиот ден е резервиран за посета на винските полињата, односно лозовите насади. Таму со соодветен експерт, на гостите им се презентираат разликите меѓу неколку вида грозје, начинот на садење и одржување, берење и обработка. На крај, пред ручекот за гостите има своевиден перформанс, каде е прикажан стариот начин на гмечење на грозјето за да се добие основа за вино, со нозе. Секако и гостите можат да учествуваат. Вториот ден е овозможена винска работилница и дегустација на вина, по која гостите добиваат диплома за сомелије, секако само со експонатско значење.

- **Маслинките на Ле Пастра** (www.bookculinaryvacations.com).

Ле Пастра е приказна за традиционалниот земјоделски дел на Франција, каде со гордост се врши рачно производство на маслиново масло и вино, на начини специфични само за овој регион. Во дводневниот аранжман туристите имаат можност да преспиијат во традиционални селски куќичи, да берат маслинки на есенското сонце, да го запознаат процесот на производство маслиново масло, но и на вино.

- **Готвење во Терн д' Гарон** (www.viator.com).

Терн д' Гарон е препознатлив по пекарската индустрија. Според тоа, туристичката понуда врзана со ова место е во специјалната можност туристите да се запознаат со начините на правење на највкусните багети. Гостите ги посетуваат житните насади, прикажана им е бербата, начинот на обработка и правење на теста. Сето тоа само првите два дена. Следните дена следува посета на винарија во близина во која покрај квалитетно француско вино, ресторанот нуди и поблиско запознавање со подготовката на еден од најпознатите специјалитети на подрачјето, **Foie gras**. Овој специјалитет е всушност паштета која се подготвува од црн дроб од патка.

2.1.2. Италија

Италија е најдобар пример за тоа како гастрономскиот туризам може да развива цели области и одново да населува цели подрачја. Во периодот по Втората светска војна, италијанците сè повеќе се фокусирале на индустријата и живот во големите градови, па така бил запоставен стариот начин на живот, тесно поврзан со производството на основни прехранбени продукти. Благодарейќи на тоа што сепак италијанците се љубители на традицијата, државата водела грижа за ваквата појава и директно се вклучила во спас на овие гранки. Големата заинтересираност на дојденците за италијанските специјалитети и селската архитектура ги натерале да размислат за туристичка понуда која ги вклучува овие две точки на интерес. Па така, во краток период старите селски куќички почнале да се реновираат, фармите да нудат ноќевања со вклучен доручек (В&В), а винариите во склоп на своите лозови поседи изградиле сместувачки капацитети со можност за преспивање. На овој начин, започнала новата туристичка приказна на Италија, гастрономски или *food* туризам со богата гастрономска анимација. Италија располага со повеќе гастрономско - туристички региони, од кои најспецифични се Тоскана, Сицилија, Пуглија, Умбрија, Јужна и Централна Италија. Кон гастрономските тури во Италија се пристапува со огромно внимание, бидејќи се препознатливи по својот квалитет, пред се поради фактот дека овие тури се насочени кон што поголема вклученост на туристот во процесот на подготовка на храната, па во истите се вклучени и часови по готвење. И покрај многуте позитивни примери за гастрономска анимација во овој труд издвоени се следните:

- **Кулинарска тура и дегустација на вино во Тоскана** (<https://www.viator.com/Tuscany-tours/Food-Tours>).

Оваа извонредна тура е создадена да понуди голем број на специјални моменти, комбинација на убавина и добар вкус. Со целиот тој избор на вкусови на култури и вкусови низ цел свет, Италија е една од најнапредните земји во однос на понудата на комбинации на вкусен оброк и неверојатно вино. Префинетата кујна го рedefинира западниот концепт на хедонистичко живеење носејќи го на далеку повисоко ниво во човечкиот живот. Шармантните часови за готвење и целиот процес на готвење кој за италијанците е како религија се уникатна можност да се запознаете со Италија во секоја смисла на зборот. Овој пример за гастрономска анимација е патување кое го спојува културниот туризам со гастрономскиот. На почетокот на патувањето се организираат посети на средновековната резиденција Мезалуна каде туристите имаат можност да пробаат деликатеси од месо, локални сирења и брукети, во комбинација со домашно вино, кое е само за посетители и не

се продава. Вториот ден се посетува средновековното село Барга, познато со оригинално сочувваните улички и катедралата од 11ти век. Во ова место се одржува првиот час по кулинарство. Планирани се подготовки на тестенини и соодветни сосови, а потоа и меѓусебна дегустација на приготвеното и дружење на терасата на ресторанот - домаќин. Третиот ден е планирана посета на Лука и Пиза, два града познати по културата, но и по трендовските брендираните продавници. Овој ден завршува со скара која ја организираат самите учесници на летната тераса на хотелот во Мезалуна. Следниот ден следува нов кулинарски час. Италија не е Италија без пица. Техниките на изработка на долга и нормална пица се презентирани на гостите, но само најхрабрите се одлучуваат сами да учествуваат во изработката. Целата тура завршува со посета на винските насади во Конкори и дегустација на вината на оваа винарија и изработка на мали пици со доматиен сос. Секако, во согласност со модерното живеење, оваа тура има можност за вегетаријански и безглутенски карактер, со претходна најава.

➤ **Петдневно кулинарско воздигнување** (<https://www.neverendingvoyage.com>).

Оваа тура е тесно поврзана со претходната. Речиси се посетуваат истите места, но токму кулинарската понуда е она што ја прави посебна. Во 5 дена имате можност да се испробате себеси во приготвување на италијанските специјалитети. За секој ден е планиран различен специјалитет. Од сосови, теста за пица, тестенини до пица и фокачијо. За секој час се стекнувате со посебен сертификат на Мезалуна. Секако дека сертификатот има повеќе забавен карактер, но сепак со него добивате за учество на фестивалот на храна следната година без надолна.

➤ **Тоскана во четири дена** (<https://gretatravels.com/best-of-tuscany>).

Оваа тура низ Тоскана е една од најкористените и најпопуларните. Во овие четири дена, гостите имаат уникатна можност да вкусат некои од најспецифичните вина во овој регион кои се секогаш различни, па многу често и не се прикажани во понудата, заради подгревање на страстите на винопијците. Освен најдобрите винарии се посетува и курс за тестенини на кој во четири дена гостите можат да се запознаат со уметноста на правење свежи тестенини, полнета паста како и морска паста. Продуктите што самите гости ќе ги изработат, се амбалажираат и им се даваат како спомен од оваа авантура низ Тоскана.

➤ **Тродневна велосипедска винска тура на Еолските острови - Сицилија** (<https://www.boatbiketours.com>).

За сите оние на кои градскиот метеж е најголем проблем, Италија подготвила понуда од која им застанува здивот. Во три дена се нуди дегустација на надалеку познатите вина на Сицилија, а целокупното движење низ и околу островот е организирано со педалинки и велосипеди. Сето тоа е збогатено со кулинарска понуда, во целост изработана од локалното население и дегустација на специјалните апетисани, достапни само на оваа група острови.

➤ **Осумдневна веганска тура низ Катанија** (<https://www.bookculinaryvacations.com>).

Оваа туристичка понуда е за сите оние кои сакаат да водат здрав живот. На гостите им се нуди да научат како да прават здрави оброци, а самите се целосно вклучени во подготовката. Почнувајќи од набавка на намирници на локалниот пазар во Катанија рано наутро, заедничко готвење на специјални вегански оброци и заедничка дегустација. Сето ова зачинето со 4 курса за веганска исхрана со соодветна диплома.

2.1.3. Шпанија

Шпанија одсекогаш била една од најпосетените туристички дестинации. Покрај традиционалните центри Барселона, Мадрид и Мајорка, во последната декада шпанците ја сфатија неопходноста да

се организираат туристички понуди произлезени од познатата шпанска кулинарска разновидност. Во продолжение следуваа дел од богата гастрономска анимација во Баскија и Андалузија како и во Кадиз и Барселона.

➤ **Баскиска кулинарска и Цидер тура** (www.eurail.com).

Еден од најпознатите алкохолни пијалоци во овој регион е „цидерот“, дестилат од јаболка, кој шпанците го сметаат за свој вид на пиво. Цел на оваа понуда е промоција на овој производ. Трае само два дена, но е исклучително впечатлива бидејќи е збир на најдоброто од овој регион, презентирано во краток период. Се нуди посета на музејот на цидерот, каде гостите учествуваат на групна дегустација на пијалокот. Следува посета на неколку компании кои го произведуваат, каде гостите се запознаваат со процесот на обработка на јаболкото и производството на цидер. За крај е организирана отворена вечер и дружење во локаниот цидер-бар. Вториот ден се посетува куќата на цидерот, каде е организиран пикник за гостите со соодветно мени, вистински погодок за љубителите на несекојдневни вкусови.

➤ **Кулинарски одмор-Медитеранот и морската храна** (<https://www.bookculinaryvacations.com>).

Приготвување морска храна за повеќето луѓе е предизвик. Токму овој момент го искористиле туристичките агенции низ Кордоба, нудејќи тура за уживање за сите оние кои сакаат изненадувања во своите чинии. Во ограничени групи од само неколку гости, се нуди незаборавно искуство. Сместени во традиционален рурален објект, стар повеќе од 200 години (Finca Las Encinas) во четири дена, туристите се придружувани од обучени кувари, кои ги предаваат своите знаења за медитеранската кујна. Уште првиот ден и туристите веќе го чувствуваат рибарскиот живот. Се организира пловидба по брегот и риболов во строго контролирани услови за гостите. Пред последното ноќевање, се организира вечера за сите гости, која сами ја припремаат рибата, користејќи го наученото од претходните денови.

➤ **Каталонско бегство** (www.bookculinaryvacations.com) е една од најактуелните понуди во Шпанија.

Интересно е што оваа понуда ја користат и голем број Шпанци, а не само туристи. Иако трае само три дена, се нуди шанса за целосно ослободување од секојдневните обврски и модерниот брз начин на живот. Оваа понуда опфаќа винска тура, каде се посетуваат неколку винарии и нивните производни центри, потоа следи дегустација на вината и сирењата од овој регион и на крај следува запознавање со културата на Каталонија, при што се посетуваат неколку културно - историски центри, како манастирот Montserrat и кралскиот замок и катедрала Santes Creus.

2.1.4. Германија

➤ **Окtober-фест** (www.tourradar.com).

Германија се смета за индустриска земја, па профитот од туризам не е меѓу најголемите во однос на автомобилската индустрија. Но, во оваа земја се одржува еден од најголемите настани не само во Баварија и Германија, туку и во Европа, па и во светот од таков тип, а тоа е гастрономската анимација Окtober-фест. Најголем дел од гастрономските понуди во туризмот се поврзани со овој фестивал во кој германците го празнуваат пивото и колбасите како симболи на дел од нивната гастрономска култура. Со овие екскурзии, хотелите овозможуваат една вечер од четирите, туристите да преспият во личен шатор во специјалниот центар на Окtober-фест, непосредно до главната сцена. За целото патување туристите се придружувани од професионален водич. Во рамки на оваа гастрономска тура обезбедена е посета на старите мелници на хмељ, музејот на пиво како и на неколку приватни пивари. Во понудите кои ги организираат туристичките агенции вклучена е и пропусница за сите шанкови, каде туристот има можност да добиете и до 2л. пиво

поединечно за секој и тоа бесплатно. Овие екскурзии се исклучително за помладата генерација и најмногу се продава по колеците во Германија, Белгија, Швајцарија, но и Италија и Франција.

➤ **Денови на пивото во Штутгарт** (www.eatingeurope.com).

Вториот по големина фестивал на пиво во германија се одржува во Штутгарт и трае 4 дена. Задолжително привлекува повеќе од 4 милиони туристи во секое издание и покрај тоа што маркетиншки речиси и не е застапен што го прави редок накит на германската понуда. Гостите се групирани во помали групи за кои е задолжен соодветен водич кој будно ги следи и ги удоволува нивните потреби во текот на сите 4 дена. Во понудите најчесто се нудат 3 ноќевања полн пансион во пакет со свечена вечера во ротирачкиот ресторан во Френштурм.

➤ **Фестивали на колбасот** (www.eurail.com).

Овие фестивали се одржуваат паралелно со фестивалите на пивото. Секако дека заинтересираноста за нив не е огромна, па германците пронашле начин да ги нудат заедно со некои тури за октобер-фест, на пример, со што ја зголемуваат самата понуда.

2.2. Америка

Америка можеби не е најпозната дестинација која би ја посетиле за гастрономски туризам, но и покрај тоа има доста голем избор на дополнителна понуда врзана со него. Покрај дел од локалната кујна, се презентираат и кујни од светот, а тоа се подразбира за САД како земја на различности.

➤ **Алкохолна тура во Вирџинија** (www.bookculinaryvacations.com).

Вирџинија е позната дестинација за оние кои сакаат да вкусат локално американско вино, но и разни врсти на пива и цидери. Токму тоа е искористено за нова гастрономска понуда, првично насочена за љубителите на алкохолни пијалоци и преработки. Сместувањето е во мали дрвени куќички, сместени на средина на винските насади во Вирџинија. Покрај можноста за дегустација на повеќе од 20 вида вино и пиво, на гостите им се нуди и можност за уживање во т.н. *здраво бегство*, правејќи оброци од органска храна, со стручен мастер - шеф.

➤ **Козјото млеко на Колорадо** (www.bookculinaryvacations.com).

Колорадо изобилува со огромни фарми, пред се благодарейќи на поволната клима, со што има зелени пасишта за домашните животни во тек на целата година. Во градот Салида се организира 3-дневен курс за туристите кои сакаат да научат каков е животот на фарма, како се хранат животните, како се одгледуваат, молзат, како се прави првичната сурутка, а потоа и сите млечни производи. Првиот ден по сместувањето на фармата, која во засебен дел има сместувачки објект, гостите имаат пијалок за добредојде, секако автентичен - свежо млеко од коза. Следува кратка презентација за сите производи што се произведуваат на фармата, за вториот ден гостите да ги засукаат ракавите и да почнат вистински живот на фарма. Тука секако се вбројува и обука како се молзат козите и како од млекото се прави сирење. Денот завршува со логорски оган и заедничко дружење.

2.3. Индија

Во денешно време уживањето несомнено е во новите искуства. Индија е сигурно тоа, со своите специфични мириси, вкусови и традиции. Секако овие особености индијците знаат да ги вметнат и во туристичката понуда. Со понуда за апсолутни почетници, но и за поупатени гости во кулинарскиот свет, Индија е вистински рај за оние кои сакаат внатрешниот мир да го поврзат со вкусна, но несекојдневна храна.

➤ **Храна и јога во Удаипур** (www.bookculinaryvacations.com).

Хотелот Аширвад во Удаипур нуди неверојатно добра местоположба за своите гости, со добра поврзаност со историските места во близина, но и со познатите атракции и езера. Нивната понуда од скоро е збогатена со нов елемент, секако со кулинарски особености. Најпрво е организиран разглед на градот и јога час со инструктор, на изгрејсонце. По доручекот, посета на пазарот на зачини во Удаипур во присуство на главниот готвач на ресторанот на хотелот со цел гостите да ги запознаат зачините кои подоцна ќе ги користат во рецептите. Во богатата програма со возење велосипеди и јавање камили околу езерата, најважен момент е кулинарскиот целодневен пикник, каде гостите приготвуваат неколку индиски специјалитети, а подоцна ги дегустираат на roof-top ресторанот на хотелот со индиска музика во живо.

➤ **Пет дена со саатвик – храна** (www.bookculinaryvacations.com).

Индија е препознатлива по вежбите за внатрешен мир и медитации. Затоа е и не е необично што се главен елемент во нивната понуда. Нов детал е екскурзиите во градот Кочи, каде во понудата е внесен духот на мантра-филозофијата. Гостите секојдневно имаат специјални Ајурведични масажи кои потекнуваат од древната јога култура. Третиот и четвртиот ден гостите имаат часови за приготвување на традиционалната Саатвик храна. Овој вид на храна и подготовка се сметаат за најздрави, односно нивната подготовка овозможува искористување на сите хранливи состојки. Доколку туристите не се заинтересирани за ваков тип на понуди можат да одберат курс за индиска храна или петдневен курс за азиска култура и кујна.

2.4. Тајланд

Патување во земјата на храмовите, лудиот ноќен живот, будизмот, волшебните острови, занесните плажи, кристалното море претставува патување во земјата на „слободата и насмевките” како што популарно го нарекуваат Тајланд кој на туристите им овозможува уживање во разновидните природни убавини, запознавање со фасцинантните будистичко - културни споменици и извонредните тајландски кулинарски специјалитети како и незаборавниот ноќен живот. Со своите убавини децении наназад привлекува туристи од целиот свет, а најпријатни се гостопримливоста и шармот на тајландскиот народ. Тајланд најубаво може да се доживее ако туристите забават и гледаат на работите онака како што прави тајландскиот народ. А зарем има подобар начин да се запознаете една културна заедница, од тоа да се научи филозофијата на нивната исхрана.

➤ **Тајланд во 48 часа** (www.bookculinaryvacations.com) е една од пократиките организирани тури.

Како што самиот наслов кажува, трае само два дена, но тоа не значи дека нема да се почувствува шармот на Банкок на најдобар можен начин. Најпрво гостите се упатуваат со локален сопатник до големиот пазар во Банкок, каде одбираат намирници за подготовка на оброците. По пристигнување во хотел се почнува со изучување на подготовка на кокосов крем на специјален тајландски начин. Потоа гостите изучуваат основи за подготовка на четири познати тајландски специјалитети по нивна желба. По ноќевањето, вториот ден самите ги изработуваат и следи групна дегустација.

➤ **Кулинарски рај – Пукет** (www.bookculinaryvacations.com).

Пукет е еден од најживописните региони во Тајланд. Самото тоа укажува дека кулинарските понуди се на исклучително ниво. Во оваа тридневна екскурзија, туристите имаат уникатна можност да бидат оценети од гостите во хотелот во кој се сместени. Најпво со својот водич ги купуваат состојките на локалниот пазар, со сопствениот кувар ги учат тајните на кујната на Пукет,

а потоа се фаќаат за работа и тоа со единствена цел: да ги задоволите вкусовите на другите гости во хотелот. Всушност на иста трпеза се јадењата на главниот кувар на хотелот и јадењата што групата гости ги подготвила, а поентата е да се припреми доволно добра порција, без да се забележи разлика во вкусот, секако колку е тоа можно.

➤ **Веќе-курс со тајландски специјалитети** (www.bookculinaryvacations.com).

Оваа програма е наменета за туристи кои не се љубители на работа во поголеми групи и кои сакаат интимност додека уживаат во вкусовите на Тајланд. Оваа гастрономска анимација нуди можност за курс кој се организира и за само еден човек, односно во тек од 7 дена туристот е придружуван од локален главен кувар кој ќе го учи на се што е потребно за да туристот на крај подготви неверојатни специјалитети. Производитите ги набавува самостојно, доручекот ручекот и вечерата се направени од сопствените раце на туристот, а на крај учесникот во курсот си заминува со диплома за завршен курс за подготовка вегетаријански тајландски специјалитети. Додека трае курсот, туристот во текот на таа седмица добива и преведувач за полесно да го совлада локалниот јазик.

2.5. Турција

Турција со самата местоположба претставува судир на европскиот и азискиот темперамент и начин на живот. Со тоа е и мешавина на кулинарски понуди од двата континенти. Иако би се очекувала голема развиеност на овој дел од туризмот, сепак гастрономскиот туризам не е премногу квантитативно застапен во понудата. Има ограничена понуда, но тоа е доказ за нивната пазарна умешност. Нивните тури се подолги од оние во останатите земји со што туристите ги задржуваат на нивно тло колку е можно повеќе. Но, затоа пак силна страна на оваа земја особено во развиените летни туристички дестинации е хотелската туристичка анимација вклучително и гастрономската анимација.

➤ **Кујната на Бодрум** (www.eurail.com).

Една од најмногу понудените тури во хотелите во Бодрум. Првиот ден, со организиран превоз и готвач, гостите се носат на еден од пазарите на зачини од каде гостите по напомена на готвачот, размислуваат кои зачини би биле најдобри за предложените специјалитети кои ќе ги готват во попладневните часови. Третиот ден гостите се запознаваат со методите на печење лепињи, но и со изработката на домашен џем, маринирање маслинки и слично. Сето тоа завршува со курс за храната во југозападна Турција, со врвни готвачи и одбрано мени.

➤ **Духот на турските села** (www.tourradar.com).

Турската кујна е богата со вкусови и мириси, буквална возбуда за сите чувства. Со оваа тура туристите можат да продрат длабоко во традицијата на Турција, почнувајќи од тоа како правилно се прави турско кафе, како да се пие, како се прави домашен локум, тулумби, специјалитети од сушено месо, лахмаџун, ајран, па се до специјалитети од риба. Место - домаќин е Гокпинар, позната локација за љубителите на планинарење и чист воздух. Интересно е што оваа понуда е различна во четирите годишни времиња, што значи остава копнеж туристот да се врати назад за да го запознае продолжението. Тоа е заради различните начини на готвење и плодови кои се специфични за едно годишно време.

IV ДЕЛ

**ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ, АНАЛИЗА И ПЕРСПЕКТИВИ
ЗА РАЗВОЈ**

ПОГЛАВЈЕ 1

„ГАСТРОНОМСКА АНИМАЦИЈА ВО МАКЕДОНСКИОТ ТУРИЗАМ”

1. Почетоци и развој на македонската гастрономија

Гастрономскиот идентитет на една земја се формира од голем број на фактори како клима, религија, етнолошки карактеристики и др. Македонската гастрономија со текот на историјата е формирана од редица фактори. Големо влијание врз гастрономијата во нашата земја имаат различните националности кои живеат на оваа територија како Македонци, Турци, Албанци, Срби, Роми, Бошњаци и други.

Специфичната местоположба на нашата земја е основниот фактор за разновидноста на локалната гастрономија. Македонија од секогаш била мост помеѓу источните и западните цивилизации, крстопат по кој поминувале важни стопански и воени патишта во минатото. Македонија е ризница на многу различни видови на овошје и зеленчук, за што ни сведочи овошната салата наречена „Македонија“ која и денеска се служи и е дел од понудата на менито во рестораните во Италија, а ги влече своите корени од Римската империја. Уште во антиката овошјето и зеленчукот биле главните карактеристики на македонската кујна, а оваа традиција продолжува и до денес. Трговските патишта кои поминувале низ Македонија во минатото биле користени за транспорт на различна храна, зачини, овошје, зеленчук и др. Поради оваа причина разни рецепти и техники на приготвување и послужување на храна се задржале во земјата. Археолошките истражувања кои се извршени во нашата земја и откриеното културно наследство ни даваат основи за анализа на исхраната на древните Македонци (*Маркус, А.2005*). Имаме примери за употреба на садовите, според описи во литературата, искуството, цртежите на карпите, керамиката, фреските, начините на градење, огништата и личните предмети како би направиле согледувања за храната по пат на анализи и интуиција.

Во Македонија, во антиката се користела храна од месо и млеко, храна од овошје, храна од зеленчук и билки, храна од жита и семки со комбинација на пијалаци што останале непроменети или минимално изменети од најдревни времиња па се до денес. Ловството, одгледувањето на домашни животни, пекарството, правењето на сирење, производството на вино, земјоделските производи и др., биле значаен сегмент во развојот на македонската гастрономија. За да може подолго да стои храната од сите видови се потсушувала и димела над огништата. Основа на готвењето било киснење и варење, а поретко печење. Месото, рибите, овошјето и зеленчукот најдолго траеле сушени како резерви на храна за војската, народот и масовните прослави иако можеле да се најдат свежи во секое време. Периодот на Среден век игра важна улога во развојот на гастрономијата во светски рамки. Ова е период во кој започнуваат да се креираат различни држави, започнува да се подобрува трговијата и гастрономиите во различните земји. Едно од најголемите влијанија врз македонската гастрономија се случува со потпаѓањето на територијата на Македонија под турска власт. Слично како и турската гастрономија која несомнено оставила траги во формирањето на македонскиот гастрономски идентитет (во голем дел од случаите и на останатите земји од Балканскиот полуостров кои биле под владеење на турската империја), во основата на македонската гастрономија е лебот (*Batu, A., Batu, H. 2018*). Истражувањата покажуваат дека некои турски специјалитети потекнуваат од различни делови на тогашната турска империја, па така сутлијашот и шеќерпарето потекнуваат од Македонија.

Со доаѓањето на старите Словени на овие територии тие стануваат богати селани, видни земјоделски работници во градинарството, сточарството и занаетчиството, произведувајќи алатки за работа во земјоделството како што се: коса, срп, мотика, лопата, вила, ралица, плуг, шиник и кошара за жито. Од занаетчиските алатки ги користеле пилата, секирата, теслата, глетото,

клетката, иглата и повеќе видови ножеви. Македонската гастрономија со своите егзотични јадења од животинско и растително потекло се уште не е внесена во кулинарската енциклопедија, иако таа е карактеристична по употребата на разни видови зеленчук и овошје. Не може да се запостави ни фактот дека како последица на историските походи на Александар Македонски пренесени се голем број новитети и зачини од областите со кои е остварена комуникација. Познато е и дека Александар на својот учител Аристотел му испраќал разни билки и плодови од Азија за тој да ги проучи и испита (*Методијески, Д., и др. 2019*).

Од зеленчуците се одгледувале: леќа, лобода, моркови, шеќерна репка, ротквици, спанаќ, праз, кромид, магдонос и лук. Од овошје најповеќе се одгледувале: јаболка, круша, слива, цреша, вишна и ореви. Овие плодови населението ги одгледувало во рамничарските предели околу градското население, додека во ридско - планинските места се наоѓале: диво јаболко, дива круша, дрен, цреша, малина, капина и лешник. Наброениот зеленчук се наоѓал покрај рамничарските места со влажна земја, на почва или покрај езерските места. Словените на местото на живеење граделе кошари за чување на домашни животни како што се говеда, биволи, овци, кози, коњи и пчели. За сето ова придонесува и геоположбата на нашата земја во која поради добрите климатски услови и влага на земјиштето. Почетоците на македонската гастрономија можат да се забележат во два простора каде што живеело македонското население во селата и градовите. Првиот простор е селскиот. Се готвеле јадења на огниште, околу кое семејството се собирало и се греело. Семејствата спиеле на рогозни. На овие огништа се греело млеко, се варел бакардан, се печел леб под вршник, се печеле разновидни комати и пити со зелје, се варело грав во грне со пастрма, со сушено свинско месо, зелка, компири, леќа, се приготвувале и други јадења во земјени посатки. Меѓу првите познати селски јадења според историските етнолошки податоци се: печен бисквитен леб и аргатска супа која најчесто се приготвувала во летните жешки денови и се служела како храна за освежување на жетварите, а се состоела од винска киселина, сол, краставички, лук и масло.

Денес, македонската национална кујна е богата со рецепти и разновидни јадења кои ги задоволуваат вкусовите, не само на Македонците, туку и пошироко. Со право денес може да се гордееме што ја оживуваме малку заборавената македонска кујна и јадења кои што се уште можат да се најдат на домашните софри како и на листата на јадења во туристичката понуда. Денес, македонската гастрономија е ризница на ароми и вкусови за гурманите и вљубениците на домашната добра храна. Таа нуди различни производи вкусни и полни арома, вклучувајќи ги: јаболкото, крушата, грозјето, костените, лешниците, оризот, тутунот, планинските лековити чаеви, зачините. Пријатната клима на нашата држава, поради влијанието на топлите медитерански струи што доаѓаат од долините на реките, плодната земја и големиот број на сончеви денови, овозможуваат плодна жетва. Посебно внимание се посветува на одгледувањето вкусно и здраво свежо овошје и зеленчук. Најпопуларниот зеленчук во Македонија се домати и пиперките. Затоа секој ручек започнува со салата која популарно во народот се вика “мезе” и со аперитив, кој е најчесто домашна ракија. И зачините се многу важни во македонската кујна - убава декорација во секое домаќинство е венец на суви лути црвени пиперки кои се користат за готвење во текот на зимата, венец со лук и кромид. Омилени и неизбежни делиции се: Ајвар, Пинџур, Лутеница, Макало, Таратор, Шопска салата, Туршија. Одличниот квалитет на македонскиот грав и специфичниот начин на неговата подготовка придонесува за извонредниот вкус на традиционалното македонско јадење „Гравче тавче”.

Незаборавно задоволство се различните вкусни традиционални македонски специјалитети: „Турлитава”, „Охридска пастрмка”, „Чомлек”, „Полнети пиперки”, „Пастрмајлија”, „Мусака”, „Капама”, „Шкето”, „Сарма од лозов лист”, „Селско месо”, „Ориз - тава. Посебно се вкусни и македонските чорби кои можат да се пробаат во безброј комбинации. Македонија е богата и со телешко, јагнешко и пилешко месо, а и има богата понуда на дивеч. Особено е позната по производство на сирење, младо бело солено сирење и жолто златно сирење - кашкавал, како и по

млекото, кајмакот и јогуртот. Секое македонско село има единствен и посебно вкусен вид на домашно сирење. Тука мораат да се спомнат и извонредните различни македонски питу и зелници, полнети со сирења, урда, спанаќ, праз, тиква. Благодарение на изобилството на сонцето, македонската ракија и виното се меѓу најдобрите во светот. Надалеку е позната домашната препечена ракија или ароматичната „Струмичка Мاستика“, а најголемиот и најпознатиот производител на вино е Тиквеш, со виноградите во Кавадарци и Неготино. Таа е одраз на вековна култура која го слави целосно доживувањето на виното и гарантира незаборавен вкус и интензивна овошна арома на овој божествен пијалак. Најпознати македонски сорти на вино се: Вранец, Смедеревка и Жилавка.

1.1. Појава и развој на гастрономски туризам и гастрономска анимација во Македонија

Појавата и развојот на гастрономскиот туризам во нашата земја се врзува со појавата на угостителството и туризмот како стопански дејности од кои произлегува и овој вид на туризам. Почетокот на појавата на угостителството и туризмот не може точно да се определи. Единствено што може со сигурност да се каже дека историски, угостителството и туризмот многу еволуирале во зависност од развојот на општествените односи. Притоа, генерално се издвојуваат две спротиставени гледишта (*Петревска, Б. 2013*). Според првото гледиште, во минатото имало патувања, но нив не може да им се препише предзнак туристички. Според второто гледиште пак, и во минатото имало патувања со обележја на туризам, но со специфичности според развојот на општествените сили и односи. И првото и второто гледиште имаат свое оправдување, но, во овој труд нема да се протежира едно од гледиштата, туку ќе се направи кус историски преглед од почетокот на појавата на угостителството и туризмот до денес.

Човекот, како природно битие од неговото појавување нема прекинато да се движи во географскиот простор. Уште во првобитната заедница луѓето живееле во одредени територии. Тие за својот опстанок собирале плодови, корења од растенијата, а покасно се занимавале со лов и риболов и така живееле примитивно, хранејќи се со плодови, корења, сирово месо и риби. Доколку ја исцрпеле таа територија тие патувале од место на место населувајќи друга територија. Таквите патувања имале за цел луѓето да откриваат нови простори и територии. Населувајќи се на различни територии, едни со други се посетувале и си пружеле гостопримство.

Во робовладетелското општество, користејќи го трудот на робовите, робовладетелите произведувале повеќе материјални добра отколку што можеле да потрошат, па така своите вишоци ги заменуваа (ги трампале) за други производи што им недостасувале, а подоцна ги продавале при што на овој начин се јавила потребата луѓето да патуваат од едно на друго место. Патувајќи луѓето попатно застанувале на места каде што имало вода, храна и преноќевалиште. Со текот на времето се формирале поголеми населби во кои живеело население од едно племе, нешто покасно се формирале и племенски сојузи и на крајот држави (царства, кралства и сл.). Стоките од една земја во друга долго патувале со карвани, така што се јавила потребата од попатни прифатилишта за исхрана и преноќевање на луѓето и добитокот. Овие прифатилишта во почетокот биле примитивни, но со текот на времето се усовршувале, така што тие претставуваат и првите угостителски објекти (*Димитров, Н., Велјанов, Т. 2017*).

Античкиот период подразбира верување во повеќе богови, а со тоа и градба на храмови во кои се молеле верниците. Во местата каде имало топла и лековита вода се граделе бањи за лекување и рекреација. Во тој период биле организирани и разни манифестации и игри (спортски, културни и др.) на кои присуствувал мноштво народ од разни краеве и држави. Археолошките истражувања во Македонија потврдуваат дека во античките градови се одвивал активен стопански и културен живот. Маса луѓе ги посетувале храмовите во градовите: Хераклеја, Скупи, Стоби, Лихнидос, Стибера, Алкомена, Идомена, Стенае, Астибо и други. Од тоа време активна била и Катлановска

Бања, која служела за лекување и рекреација, а од неодамна откриени се артефакти и во Бања Банско, Струмичко. Во Македонија познати патишта од тоа време се: Виа Игнатија, Виа Сердика - Хераклеа и дел од патот Виа Милитарис Сирмиум - Константинопол од кого во Ниш се двоел патот за Солун (<https://documents-mk.blogspot.com>). Во Македонија (како и во другите провинции) за време на Римската Империја постоеле угостителски и други објекти во поголемите населби, но и по должината на патиштата Виа Игнатија, Виа Милитарис и други, како попатни станици - составени од една или неколку куќи, но и помали кастроуми - тврдини. Овие попатни објекти биле посетувани од стана на трговските карвани, римската војска која попатно застанувала да се одмори. Угостителски објекти имало и во местата каде се одржувале спортски игри, гладијаторски борби и разни прослави (Хераклеа Линкестис, Лихнидос, Скупи, Стоби и др.). Дел од ваквиот активен живот продолжил во раниот и доцниот среден век кога доминира христијанството и кога се градат нови храмови и населби со нови содржини и функции.

За развојот на угостителството придонесла и поштата. Во прво време усните и писмените информации ги пренесувале гласници, кои јавале на коњи. Гласниците своите коњи морале да ги заменуваат на одредени места каде гласниците и патниците се хранеле и одморале за да го продолжат патот. Подоцна поштата се пренесувала со коли, за чии потреби исто така биле нужни попатни постојки за одмор и исхрана, кои всушност претставувале еден вид гостилници (*Ташков, Н., Велјанов, Т. 2009*). Попатни објекти постоеле и во текот на средниот век, а бројно се зголемуваат по доаѓањето на Турците. Угостителските објекти во Османлискиот период се именуваат како каравансараи, кои биле обзидани со високи и дебели ѕидови, без прозорци од надворешната страна за да бидат заштитени од напади. Патниците со себе носеле сè што им било нужно, како постелнина и покривки. Првите каравансараи и анови во Македонија се споменуваат уште во XV век.

Ановите и каравансараите се одморалишта или преноќишта за патниците и трговците што оделе од еден на друг крај по разни приватни или службени потреби (*Петрушевски, И. 1984*). Во тоа време стоката се превезувала со коли, па затоа по должината на патиштата никнувале анови, а во поголемите населби сè повеќе угостителски објекти кои на патниците им ги давале своите услуги. Тие во ановите добивале храна и пијалак. А по потреба и ноќевале. Колите и коњите се внесувале во широки дворишта и штали. Патниците пак, кои на пат ќе ги затекнела ноќ, се молеле да ги примат на ноќевање во некој манастир или во дворот на моќен феудален господар - бег. Манастирите (пример: Св. Наум на Охридско Езеро и др.) имале посебни одделенија (хоспитум) во кои ги примале патниците на ноќевање што значи дека во извесен смисол, услуга за преноќевање и одмор давале и манастирите, но не во толкава мера како ановите и каравансараите, бидејќи тие претежно се наоѓале настрана од патиштата и не биле во допир со патниците. Доколку имало престој, патниците за укажаната услуга не плаќале ништо, освен ако доброволно оставеле по некоја сума на пари или подароци. И во феудалните дворци - беговски кули и конаци, како и по куќите во градовите и поголемите селски населби имало место за послужување на патниците што биле примани на ноќевање. Нешто покасно кон крајот на XVIII во градовите Битола, Скопје и други се појавуваат првите крчми во кои се точат пијалаци и гостилници во кои гостите добиваат храна и пијалаци, а по потреба и ноќевање (<http://www.mn.mk>).

Со зголемениот развој на производството, поголемото количество од производите почнало да се изнесува на пазарот, па според тоа трговијата станува сè пожива. Трговците морале сè повеќе да патуваат и да бараат пазари за продажба на стоката. Ваквото раздвижување на трговијата условило поголем развој на сообраќајот, а со тоа и на угостителството. Така во подобрите гостилници во големите градови се послужувале поголем број оброци и поразновидни јадења, а и опремувањето се подобрило, бидејќи угостителите се труделе да ги задоволат потребите на своите гости, да ги привлечат за да дојдат повторно кај нив. На крајот на деветнаесеттиот век во деловите каде што се јавува железничкиот сообраќај во Македонија почнало да се намалува значењето на кирациството и анциството. Наполно изумирање на ановите настапило со пронаоѓањето на автомобилот,

камионот и авионот и нивната широка примена особено по Втората светска војна. Со овие превозни средства патниците брзо го совладувале просторот помеѓу населбите и така немало потреба од попатни анови за одмор. Но, дали попатните и градските анови изумреле? Не, тие сега се трансформираат во мотели и хотели, што значи дека попатните анови се претходници на мотелите, а градските анови на хотелите. Покрај каравансараите и ановите како угостителски објекти, почнале да се отвораат и други угостителски објекти кои нуделе храна и пијалоци. Такви објекти се: меаната, кафаната, крчмите, гостилниците и рестораните (Димитров, Н., Велјанов, Т. 2017).

Меаната е угостителски објект во кој се подготвуваат и се послужуваат алкохолни и безалкохолни пијалаци, ладни и топли напитки и јадења кои многу брзо се подготвуваат. Меаните работат преку цел ден. Опремата и инвентарот во меаната се едноставни. Меаните се наоѓаат во градовите и во селата. Во нашата држава за првпат се споменуваат во XV и XVI век. Пример во Битола имало дури 18 меани, во Прилеп 2, Велес 1, Скопје, Штип и Охрид 7 (1660 година), итн. Покасно во XIX век меани се појавуваат во Неготино 1 (1854 г.), а во Кратово се регистрирани дури 16 меани (1876 г.), додека во Битола (1827 г.) и Скопје (1869 г.) регистрирани се по 44 меани.

Кафеаните се угостителски објекти во кои се послужуваат топли и ладни пијалаци, алкохолни и безалкохолни, ладни и топли јадења, слаткарски производи и овошје. Ако хотелот не располага со сала за појадок, тогаш во кафеаната се послужуваат и појадоките. Првите кафеани во Македонија се појавуваат во почетокот на XIX век, во 1827 година во Битола, потоа во Велес (1866 г.), Скопје (1873), Штип (1883), Дојран (кафеана „Фук Так“ во 1884 година) и други градови.

Крчмата е угостителски објект во кој се подготвуваат и се послужуваат алкохолни и безалкохолни пијалаци, ладни и топли напитки и јадења кои многу брзо се подготвуваат. Во Македонија првите крчми се регистрирани во XVI век во Битола, Прилеп, Велес, а во Радовиш (во 1662 година), како и по една во селата на Битола, Велес, Кичево итн.

Гостилница е угостителски објект во кој се подготвува и послужува храна и пијалоци. Гостилницата всушност е претходно име за ресторан, односно за посовремен угостителски објект во кој се послужува храна и пијалоци. Први регистрирани гостилници и тоа 25 на број се во Велес во 1866 година, 7 гостилници во Радовиш (1879 г.), додека пак, прва гостилница со име „Локанда“ во Битола е регистрирана во 1891 година.

Рестораните се големи угостителски објекти кои работат цел ден. Во нив гостите се нудат со разновидни јадења од домашна и од странска кујна, домашни и странски вина и алкохолни и безалкохолни пијалаци. Ресторанот е составен дел на хотелот каде што гостите се нудат со разновидни специјалитети од домашна и интернационална кујна. Први регистрирани ресторани на територијата на Македонија е ресторан „Ајфелова Кула“ во 1891 година. Ресторанот бил во состав на хотел „Ореинт“ во Битола, а во почетокот на XX век се појавуваат уште неколку (ресторан во хотел „Синтагма“, во хотел „Европа“, ресторан „Београд“ и др.). Втор регистриран ресторан е ресторанот на „Шоповиот хотел“ во Дојран во 1903 г., потоа ресторанот на хотел „Париз“ во Скопје (1905 г.) итн. Меѓу првите ресторани во Скопје е ресторанот „Зрински“ изграден во 1912 година. Тој имал најголем и најмодерна сала каде што доаѓале отмени гости, а во кој се нудела домашна и странска кујна со разновидни пијалаци.

Кон половината на XIX век во Македонија се појавуваат првите хотели. Првиот хотел се појавил во Битола во 1843 година и до 1918 година регистрирани се уште шест хотели: безимениот хотел од 1843 година, хотел „Ориент“ или „Шарк“, „Синтагма или „Конституција“, хотел „Београд“, „Европа“ и „Македонија“. Во Скопје првиот хотел се појавил во 1870-1873 година и до 1918 година регистрирани се уште три хотели: 1878 - хотел „Европа“; 1887 - хотел „Турати“ (Слобода) со депанданси, а во 1908 г. добива ново име „Гранд хотел“ и во 1900 се отвара хотел „Парис“. Кон крајот на XIX и почетокот на XX век хотели се појавуваат во Охрид, Дојран, Штип и др. Во

овие хотели функционираше кафеани во кои се пиело шампањ, пиво, мастика, се играло дама, карти и билјард. Хотелот Турати имал кафеана со тераса и мала градина. Во тие хотели се одржувале и свечени приеми, свадби, пречеци, настапувале артисти и циркузанти, а покасано се проектирале филмови. Кафеаната „Турати“ била позната како сврталиште на конзулатите, на високото чиновништво, на угледните и богати граѓани. Потоа почнуваат да се отвараат и хотели во сите поголеми градови низ државата (1888 - хотел, претходно ноќевалиште, име непознато Велес; 1901 - „хотел де Салоник“ Охрид; 1901 - „Отомане“ во Гевгелија; 1903 - „Негорски Бањи“, ноќевалиште во Негорци; 1909 - „Београд“ (подоцна „Москва“) во Велес; 1911 - „Ориент“ во Охрид; 1912 - „Гранд хотел“ (бил во сопственост на црковната општина) во Штип; 1912 - „Шопов хотел“ и уште два други, имиња непознати во Дојран; 1912 - „Европа“ во Битола).

Досегашните податоци погоре изнесени се во интерес на почетоците и развојот на угостителството, а почетоците на туризмот во Македонија датираат во почетокот на 20 век. Така, врз основа на документите во историскиот архив во Битола, публицистот Александар Стерјовски открил документи и написи во стари весници кои потврдуваат дека на 21 мај 1914 година било организирано патување на 120 битолчани до Ваљево и до Белград кога патниците биле испратени на железничката станица од голем број граѓани на Битола (*Стерјовски, А. 2009*). Притоа, дел од учесниците во патувањето отишле да ги посетат своите синови кои биле регрутирани од српската војска, додека за дел од учесниците патувањето било од туристичка природа. Анализирајќи ги погоре изнесените податоци и земјаки го во предвид фактот дека низ нашата земја одсекогаш минувале значајни патни правци кои ги поврзуваат деловите од централна и источна Европа со оние од јужниот и југоисточниот дел на континентот кои понатаму продолжуваат кон земјите од Блискиот Исток и подалеку со сигурност може да кажеме дека низ Македонија од секогаш се патувало. Токму затоа низ сите погоре наведени периоди имаме облици на патувања, како и попатни објекти - преноќевалишта за одмор на луѓето кои патувале.

Но, појавата на гостопримството, односно угостителството како предводник на туризмот во нашата земја се врзува со појавата на карвансараите и ановите. Со појавата на овие први угостителски објекти во нашата земја уште во XV век, луѓето при патување од едно на друго место заради трговија, добивале сместување, храна и пијалок. Ако го земеме фактот дека луѓето патувале заради размена на стоки, а претежно таквите стоки биле храна, особено земјоделски производи, тогаш таквите патувања можат да се наречат и гастрономски патувања. За време на тие патувања, луѓето добивале и услуги во првите меани во кој се подготвувале и послужувале алкохолни и безалкохолни пијалаци, ладни и топли напитки и јадења кои многу брзо се подготвувале. За поорганизирана форма на угостителство и туризам во нашата земја можеме да го земеме периодот на појавата на првите хотели, рестораните и кафаните, а тоа е периодот на 19 век и почеток на 20 век, поточно од 1888 до 1905. Овие хотели, кафани и ресторани нуделе услуги за сместување, храна, пијалаци, се организирале циркуски и музички танчерски вечери, се организирале и конзулски приеми, свадбени свечености, во кафаните се играло домино, карти, се пушело наргиле, значи покрај сместувањето, храната и пијалокот се вршеле и друг вид на услуги преку кои гостите се забавувале. Таквата забава во овие објекти ја отсликува и појавата на анимацијата во угостителските објекти во нашата земја.

Покрај ваквата анимација која се организирала внатре во рамките на објектите во тој период се забележуваат и првите форми на анимација поврзана со храна и пијалок. Вакво вид на анимација се: уличните продавачи на ѓеврек и симиди; бозациите кои натоварени со канти на рамо и бокал во рака продавале боза на улица; слаткарите - сладоледци кои туркајќи ги своите колички нуделе и продавале сладолед во центарот на градовите, блага стаклена волна и шеќерни јаболка на стапче; семкарите кои печеле и продавале семки и кикирики; продавачите на печена пченка и печени костени и друго. Ваквата понуда на храна која се приготвувала и послужувала пред самите купувачи при што луѓето уживале во тој момент, можеме слободно да ја наречеме гастрономска анимација. Ваквите гастрономски анимации ги имало во поголемите градови, покрај

првоотворените хотели, бидејќи таму фреквенцијата на луѓе била поголема како од домашни гости кои навечер престојувале во угостителските објекти, но и на странски гости кои по разни основи доаѓале во нашата земја. Гастрономската анимација исто така се врзува и со прославата на религиозни празници, со обреди и обичаи кои биле составен дел на живењето на овие простори. За поголемите христијански празници луѓето се собирале покрај манастирите, се подготвувале манци во големи казани на отворено и се служеле на сите присутни или пак уште поатрактивно било печењето на курбанот (вол, овен, теле) на голем ражен кога луѓето со пиење, песна и музика уживале во прославата на празникот. За време на тие празници имаме и појава на движења на луѓето од едно село во друго посетувајќи го манастирот и уживајќи во празничниот амбиент.

Првата организирана туристичка дејност во нашата земја се појавила во 1927 година кога во Скопје се отворило и првото туристичко друштво „ЈУГ“, кое подоцна во 1930 година станало акционер во патничката агенција „ПУТНИК“ при што отворило филијала и билетарница во Скопје за продажба на билети, а почнало да прифаќа и гости (*Тодоровиќ, Е. 2010*). Покрај туристичката дејност во Скопје, во 1936 година со пуштањето на железничката линија Битола - Скопје, дошло до поинтензивен развој на туризмот и во Битола така што се организирале ученички екскурзии, а градот го посетувале и голем број Французи кои учествувале во борбите на Кајмакчалан за време на Првата светска војна. После 1952 година во нашата земја почнуваат да се отвараат и други туристички агенции како и филијали на поголемите агенции од поранешна СФРЈ, при што започнуваат организирани туристички движења на наши туристи надвор како и доаѓања на туристи од странство во нашата земја.

Гастрономскиот туризам и гастрономската анимација во нашата земја поорганизирано започнуваат со доаѓањето на првата организирана група на туристи од Холандија која е забележана во 1974-1975 година. Со нивното доаѓање во туристичкиот центар Охрид и сместување во тогашните хотелски капацитети се организираат и гастрономски анимациони содржини и тоа: излет со ручек во природа, национални вечери, посета на селата и водениците, посета на селски домаќинства и подготовка на традиционална храна со мештаните и друго. Покрај гастрономската анимација надвор, многу силна страна била и гастрономската анимација внатре во рестораните во текот на послужување кога стручен кадар кој се образувал во школата за хотелиерство во Опатија, Хрватска, а подоцна и во високата школа за угостителство и туризам во Охрид (подоцна факултет за туризам и угостителство) работел во хотелите и вршел послужување на неколку начини: француски, руски, виенски начин каде се подготвувала и послужувала храна директно пред самиот гостин во ресторанот. До 1994 холандските туристи доаѓале континуирано во нашата земја секоја година, потоа следува застој и повторно од 2009 година до денес овие странски туристи се најбројни туристи во Македонија. Покрај нив, во нашата земја присутни се и странски туристите од: Полска, Турција, Израел, Словенија, Малезија и од многу други странски држави. Со порастот на странски туристи, се наметна и потребата за вклучување на целокупното природно и културно наследство во функција на туристичката понуда, а гастрономијата како силна страна на македонскиот туризам од година во година се повеќе доаѓа до израз и го завзема своето заслужено место при креирање и продажба на македонскиот туристички производ.

2. Анализа и истражувања за гастрономска анимација во македонскиот туризам

Едно истражување може да биде дизајнирано на два начини со цел да се добијат два типа на податоци и тоа: квантитативни и квалитативни податоци. Разликата помеѓу овие два методи е тоа што квантитативните се однесуваат на факти како што се на пример: одговорите на прашањата што, каде, колку, колку често и сл. Тие се најчесто објективни (не се лични) и се контролирани. Квалитативните, пак од друга страна, го опишуваат размислувањето - ставовите на испитаникот и одговорите се посубјективни. За остварување целта на ова истражување, направени се прашалници

наменети за субјектите кои се јавуваат како организатори на гастрономска анимација во македонскиот туризам, а тоа се: туристичките агенции и хотелите од една страна, потоа анкетни прашалници за луѓето кои се директно вклучени во реализација на гастрономската анимација како што се готвачи и шефови на кујни и на крај анкетни прашалници за локалните единици на општините како организатори на гастрономски анимации преку нивни институции, организации и здруженија. Целта на ова истражување е да се согледаат сите аспекти на гастрономската анимација од страна на организатори и реализатори, но и да се истражи моменталната понуда на гастрономска анимација во нашата земја се со цел добиените резултати од ваквото истражување да се стават во корист на заинтересираните страни (стопанските субјекти во областа на туризмот, секторот на државните институции и корективниот сектор) при што се обезбедува теоретска и практична применливост во македонската туристичката дејност. Во оваа единица ќе се елаборираат резултатите од истражувањето направено во хотелите, туристичките агенции и во кујните на угостителските објекти. Анкетните прашалници за хотелите и туристичките агенции беа наменети и одговорени од страна на нивни менаџери, а на анкетните прашалници во кујните одговараа готвачи и шефови на кујна со цел да се согледаат аргументите, ставовите и мислењата на двете страни вклучени во гастрономската анимација. Прашалниците содржат прашања кои имаат за цел да обезбедат и квантитативни и квалитативни податоци. Ваквото истражување се спроведе во неколку фази и тоа:

- **Изготвување на анкетниот прашалник** на Google платформата Google Forms за креирање на прашалници **и негово пилотирање** (пред да се спроведе истражувањето, со цел однапред да се предвидат недостатоците во поставените прашања и да се согледаат одговорите дали се во интерес на проблемот на истражувањето, анкетниот прашалник беше испратен до неколку менаџери на хотели, а врз основа на нивните одговори, истиот претрпи одредени промени во формулирањето на прашањата и во нивниот редослед.
- **Испраќање на анкетните прашалници** (прво беше направен избор на категоризирани хотели, ресторани и туристички агенции според регистарот на министерството за економија; испраќање на анкетните прашалници; контактирање со менаџерите на објектите со цел одредени појаснувања околу анкетниот прашалник и барање сигурна потврда дека ќе одговори во предвидениот временски рок).
- **Телефонско интервју** (после добиените одговори се појави потреба за дополнителни мислења и ставови од страна на менаџерите за што беше спроведено телефонско интервју само со одредени менаџери, односно со оние кои во анкетниот прашалник одговориле дека организираат било каков вид гастрономска анимација во своите објекти).
- **Анализа и интерпретација на добиените резултати** (Google Forms платформата е креирана автоматски да се сумираат резултатите, веднаш после процесот на одговарање и да се претстават графички во пита или графикон. Платформата нуди можност и за индивидуално разгледување на одговорените прашалници).
- **Интерпретација на резултатите од анкетните прашалници** (се состои од теоретска дескрипција, графички и статистички приказ на секое прашање).

2.1. Анкета

Истражувањето за гастрономската анимација во македонскиот туризам започна со анкетирање на вкупно 305 угостителско-туристички работници вработени во хотели, туристички агенции и кујни во угостителски објекти. Истражувањето за организација на гастрономска анимација во хотелите беше спроведено во периодот од Јануари - Мај 2020. Опфатени беа хотели според регистарот на министерството за економија за категоризирани угостителски објекти. Селектирани беа хотели со 4 и 5 звездички на кои по е-маил им беше испратен анкетниот прашалник. Покрај електронската комуникација, беше спроведена и лична комуникација по телефон со цел потсетување и молба за одговор, како и за одредени појаснувања во врска со прашањата доколку беше потребно. На анкетниот прашалник одговорија 40% од вкупниот број на анкетирани хотели од сите региони на

нашата држава. Покрај ова истражување, паралелно, беа испратени и анкетни прашалници до туристичките агенции во нашата земја. За таа цел остварена е соработка со Стопанската комора за туризам на РСМ и со националната асоцијација за дојдовен туризам во Македонија (НАИТАМ) како здруженија каде членуваат најголем број на туристички агенции од нашата земја и преку кој организации беа испратени анкетните прашалници на кои одговорија 45 менаџери на туристички агенции или 50% од анкетираниите. За разлика од хотелите, истражувањето кај туристичките агенции беше многу брзо и ефикасно спроведено, воопшто не се појави потреба од телефонски јавувања, интервенции и молба за одговори, туку напротив од нивна страна имаше позитивна реакција и коментари во врска темата која се обработува во овој докторски труд, нејзина потреба и вклучување во нивни нови туристички производи. Една од таквите реакции испратена преку е-маил е следнава:

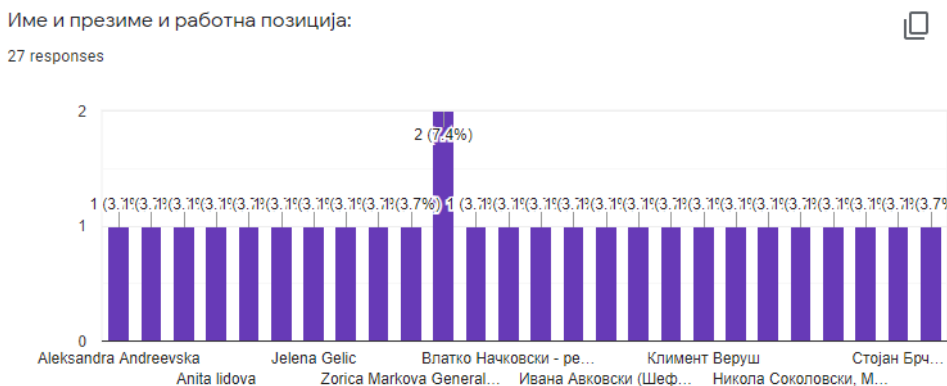
... Ми беше задоволство да го пополнам твојот прашалник со првото кафе утрово. Се радувам на твојата идеја и иницијатива за анализирање и развој на гастрономската анимација во туристичката понуда на Македонија, како тема за твојата докторска дисертација. Сигурен сум дека научниот труд кој ќе го подготвиш ќе биде од помош за развој на овој аспект на понудата. Темите од овој тип, апсолвирани со научен пристап, нам на тур-операторите за дојдовен туризам ни влева дополнителен ентузијазам, поддршка и мотив во однос на промовирањето и реализацијата на ваквиот тип на додадени вредности во патувањата..... - Менаџер во туристичка агенција.

Покрај организаторите на гастрономска анимација, од голема важност за проверка и потврда на поставените хипотези беше и истражувањето на мислењето и реалната ситуација на терен за гастрономската анимација од страна на директните учесници во нејзината реализација, а тоа се готвачи и шефови на кујна во угостителски објекти (хотели и ресторани). Ова истражување беше спроведено паралелно со предходните две во периодот од Март - Јуни 2020. Анкетата беше испратена на 90 готвачи, а на нејзе одговорија 30% од анкетираниите.

Опфатени се готвачи и гастрономи од различни угостителски објекти во сите плански региони, но, бидејќи дел од истражувањето се спроведуваше преку здружението на готвачи ГастроМак, во анкетните прашалници готвачите го навеле името на здружението, а впрочем сите се професионално вработени готвачи во угостителски објекти низ нашата држава.

2.1.1. Анкета во хотели - Интерпретација на резултати

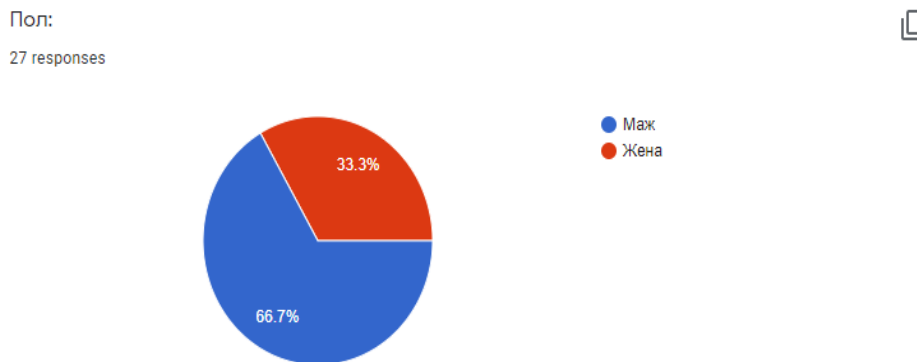
1. Првото прашање се однесува на личните податоци, односно име и презиме на анкетираниот личност и работна позиција.



Графикон бр.1: Лични податоци на испитаниците

2. Второто прашање се однесува на името на хотелот каде се вршеше истражувањето. Одговор на ова прашање се имињата на хотелите кои успешно одговорија на анкетниот прашалник, а тоа се: Хотел „Силекс“ - Охрид, Хотел „Фламенго“ - Охрид, Хотел „Континентал“ - Скопје, Хотел „Метропол“ - Охрид, Хотел „Белви“ - Охрид, Хотел „Турист“ - Охрид, Хотел „Карпош“ - Скопје, Хотел „Макпетрол“ - Струга, Хотел „Макпетрол“ - Маврово, Хотел „Гранит“ - Охрид, Хотел „Бест Вестерн“ - Скопје, Хотел „Турист“ - Скопје, „Романтик Хотели“ ДООЕЛ - Велес, Хотел „Мериот“ - Скопје, Хотел „Аполонија“ - Гевгелија, Хотел „Дрим ****“ - Струга, Друштво за туризам, угостителство, рекреација и спорт „ ЕЛЕМ ТУРС “ ДООЕЛ - Скопје, Хотел „Епинал“ - Битола, Хотел „Парк Лејк Сајд“ - Охрид, Хоел „Два Бисера“ нас. Лагадин – Охрид, Паркленд Хоспиталити груп „Парк Хотел и Спа 5*“ - Скопје, Хотел „Ројал Вју“ - Охрид, Хотел „Романтик Плаза“ Дојран, Хотел Кратис” - Кратово, Хотел „Холидеј Ин“ - Скопје, Хотел „Манастир“ - Берово, Хотел „Гогов“ - Пехчево, Хотел „Меркур“ - Тетово

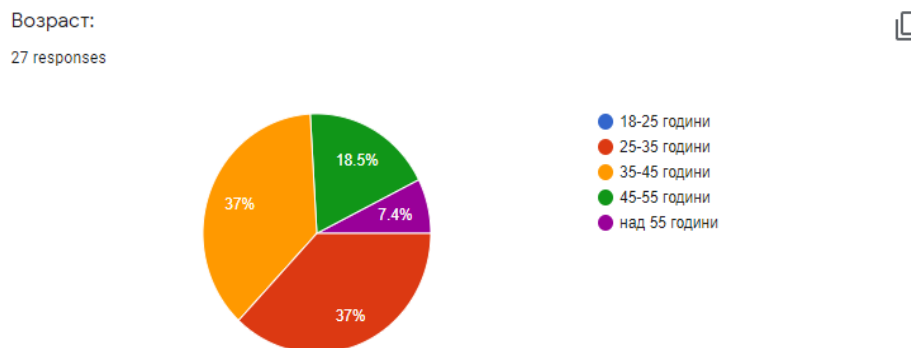
3. Третото прашање беше наменето за половата припадност на менаџерите во хотелите кои одговараа на анкетниот прашалник, а одговорите се следни:



Графикон бр.2: Полова припадност на испитаниците

Од одговорите се гледа дека поголем е бројот на менаџери од машки пол во хотелите и соодносот на половата припадност на менаџерите кои одговорија на анкетниот прашалник е 66,7% мажи и 33,3% жени.

4. Четвртото прашање ни укажува на старосната структура на менаџерите во хотелите кои одговориле на анкетниот прашалник.



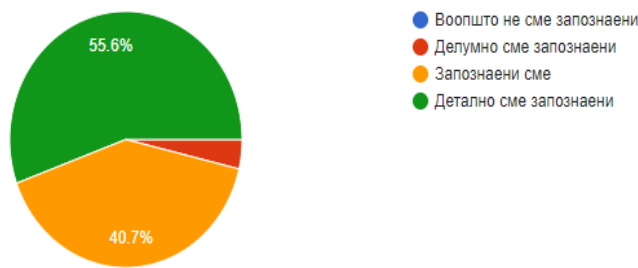
Графикон бр.3: Старосна структура на испитаниците

Од одговорите се гледа дека најголем бројот на менаџери кои работат во хотелите се на возраст од 25 до 45 години или вкупно 64% од испитаниците, потоа следуваат менаџери на возраст од 44-55 години или 18,5% и најмал е процентот на менаџери над 55 години, односно 7,4%.

5. Петтото прашање навлегува кон проблемот на истражување и со ова прашање прво се истражува колку менаџерите воопшто се запознаени со терминот туристичка анимација.

Колку сте запознаени со терминот туристичка анимација?

27 responses



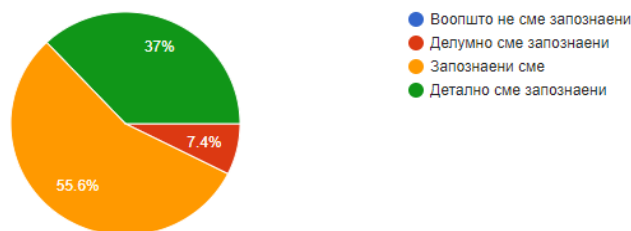
Графикон бр.4: Познавање на терминот туристичка анимација

Резултатите од добиените одговори покажуваат дека 55.6% од испитаниците се детално запознаени со овој термин, 40.7% од менаџерите се запозанени, додека има и такви менаџери кои се само детално запознаени. Иако процентот на последните е најмал, сепак во денешно време кога туризмот е една од најбрзорастечките индустрии во светот, не би смеело да имаме вакви резултати туку се очекува од денешните менаџери детална запознаеност што значи туристичката анимација како и нејзина примена во своите понуди.

6. Шестото прашање е наменето за терминот кој се обработува во овој труд, односно колку менаџерите се запознаени со терминот гастрономска анимација.

Колку сте запознаени со терминот гастрономска анимација?

27 responses




Графикон бр.5: Познавање на терминот гастрономска анимација

Резултатите од добиените одговори, покажуваат дека 55.6% од испитаниците се запознаени со овој термин, 37% од менаџерите се детално запозанени, додека 7,4 % од менаџери се само делумно запознаени. Овие резултати покажуваат дека најголем е процентот на оние кои се само запознаени, потоа следуваат менаџерите кои се детално запознаени и на крај повторно имаме и такви менаџери кои делумно се запознаени. Ваквите резултати се и очекувани, бидејќи ако менаџерите не се детално и целосно запознаени со туристичката анимација, а на продходното прашање гледаме дека

не е така, тогаш не може да се очекува дека хотелските менаџери би ја познавале гастрономската анимација во целост.

7. Седмото прашање истражува каде за прв пат менаџерите се сретнале со гастрономската анимација.

Каде за прв пат сте ја сретнале гастрономската анимација како термин и како процес? 


27 responses



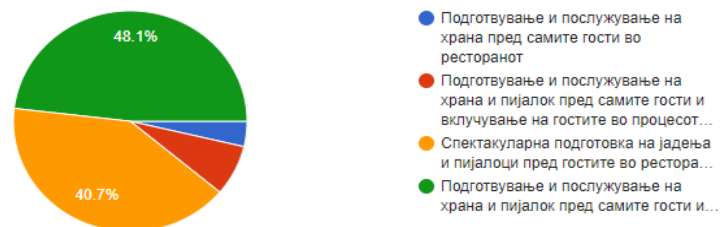
Графикон бр.6: Запознавање со гастрономската анимација

Најголемиот број на испитаници, односно 55,6% од менаџерите одговориле дека гастрономската анимација како термин и како процес ја сретнале при патување во странство, 29,6 % одговориле дека со гастрономската анимација се запознале на интернет, потоа следуваат менаџерите кои за гастрономска анимација слушнале на телевизија, а најмалку од менаџерите ја сретнале гастрономската анимација во угостителските објекти во нашата земја. На ова прашање беше понудена можност испитаниците да дадат и друг одговор освен понудените, но, добиен беше одговор дека гастрономската анимација ја сретнале повторно во угостителски објекти надвор од земјата, односно во Хрватска.

8. Осмото прашање го истражуваше мислењето на менаџерите во поглед на дефиницијата за терминот гастрономска анимација.

Како Вие би ја дефинирале гастрономската анимација? (Одберете една од понудените дефиниции која според Вас сметате дека е најсоодветна) 

27 responses



Графикон бр.7: Дефинирање на гастрономската анимација

Со оглед на фактот дека во науката не постои дефиниција за овој термин, од голема важност беше дефинирање на терминот кој е предмет на истражување во овој труд. Дадени беа четири дефиниции составени од страна на авторот и тоа: а) Подготвување и послужување на храна пред самите гостите во ресторанот; б) Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и вклучување на гостите во процесот на подготовка на храна во ресторанот или на друго место низ објектот (внатре или надвор) каде има услови за организирање на доручек, ручек или вечера; в) Спектакуларна подготовка на јадења и пијалоци пред гостите во рестораните, каде

готвачите ги демонстрираат своите вештини и го привлекуваат вниманието на гостите, организирано на ниво на едно спектакуларно гастрономско шоу што предизвикува задоволство и восхит кај туристите; г) Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и нивно вклучување во процесот на готвењето на храната во ресторанот, надвор од ресторанот на некое излетничко место во рамки на хотелот или во природа, како и подготвување и послужување на храна и пијалоци за време на гастрономски настани, манифестации, фестивали за храна и пијалок како и гастро натпревари каде туристите се дел од истите како учесници или само како посетители. Од добиените резултати се гледа дека најголемиот број на менаџери или 48,1% од испитаниците гастрономската анимација би ја дефинирале со последната дефиниција и дека таа дефиниција е најсоодветна за овој термин, 40,7% за најсоодветна ја сметаат третата дефиниција, потоа следуваат менаџерите кои ја сметаат втората дефиниција за најсоодветна за овој термин и најмал е процентот на оние менаџери кои би ја дефинирале гастрономската анимација со првата дефиниција. Одговорите на ова прашање се од исклучителна важност, бидејќи токму врз база на овие одговори, авторот го дефинира поимот гастрономска анимација.

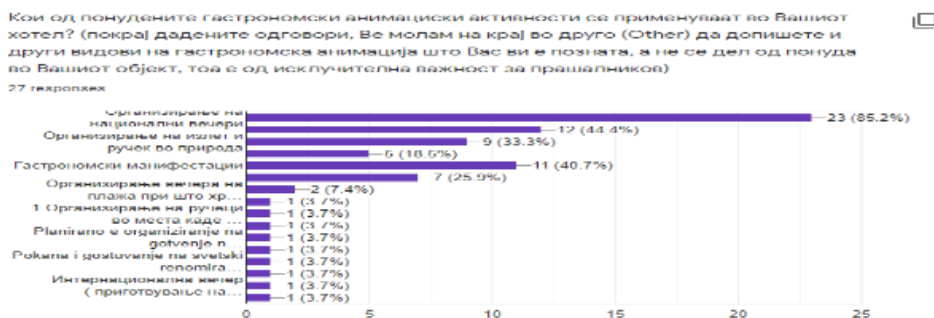
9. Деветтото прашање истражува дали гастрономската анимација е застапена во понудите на хотелите во нашата земја?



Графикон бр.8: Дали во македонските хотели се спроведува гастрономска анимација

Резултатите укажуваат дека 66,7% од хотелите во својата понуда имаат застапена некаков вид на гастрономска анимација, 18,5% воопшто немаат застапена никаква понуда, додека 14,8% од хотелите планираат гастрономски анимационски активности во иднина.

10. Десеттото прашање е наменето за оние хотели кои потврдно одговориле на предходното прашање, односно за хотелите кои во својата понуда имаат некаков вид на гастрономски анимационски услуги. Целта на ова прашање е да се истражи кои анимационски активности се застапени во хотелската понуда.



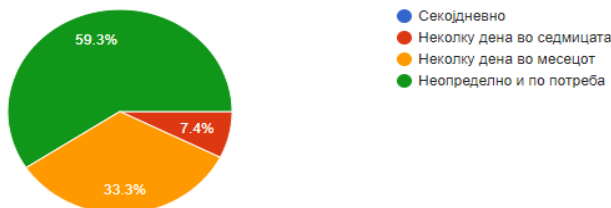
Графикон бр.9: Видови на гастрономска анимација во хотелите

Како понудени одговори од страна на авторот беа следниве гастрономски анимациски активности: организирање на национални вечери, која активност е најмногу застапена во понудата на хотелите или 85,2% од испитаниците ја потврдиле нејзината организација, за фламбирање на јадења 44,4% одговориле дека е застапена во нивната понуда, гастрономските манифестации се трета гастрономска анимациска активност по застапеност во понудите или 40,7% од хотелите кои се анкетирани ја применуваат во својата понуда, за гастрономската анимација организирање на излет и ручек во природа потврдно одговориле 33,3% од менаџерите, спектакли на бармени при подготовка на коктейли како гастрономска анимација организираат 25,9% од хотелите, а додека најмалку застапена гастрономска анимација во хотелите од понудените одговори се гастрономските курсеви за гостите или 18,5% од хотелите ги применуваат во својата понуда. Дадена беше и можност испитаниците да наведат и други гастрономски анимациски активности доколку ги организираат. Некои од испитаниците во други одговори ги наведиле следните гастрономски анимациски активности во нивните хотели: организирање на вечери на плажа при што храната се подготвува пред самите гости, покана и гостување на светски познати готвачи, вински дегустации и презентација на рибни специјалитети од Охридската ривиера, организирање на вински настан со дегустација на вино и традиционална храна.

11. Единаесеттото прашање истражува колку често се спроведуваат гастрономските анимациски активности во хотелите.

Колку често се спроведуваат гастрономски анимациски активности во Вашиот хотел? 

27 responses



Графикон бр.10: Колку често се спроведува гастрономска анимација во хотелите

Од резултатите добиени како одговор на ова прашање може да се заклучи дека најголем процент од анкетираниите хотели или 59,3% само по потреба организираат гастрономски анимациски активности, 33,3% од хотелите ваков вид на анимација организираат неколку дена во месецот и само 7,4% од хотелите одговориле дека гастрономска анимација организираат неколку пати во текот на една седмица.

12. Дванаесеттото прашање истражува за кои од понудените гастрономски анимациски услуги во хотелите, туристите до сега покажале најголем интерес.

За кој гастрономски анимациски активности кои се нудат во Вашиот објект до сега, туристите покажувале најголем интерес? (Ве молам набројте ги)

22 responses

Македонска традиционална вечера и вечера на плажа
Традиционална македонска вечер
Национална вечер и Интернационална вечер
Kursevi za gotvenje, flambiranje na jadenja
Национални вечери,

Графикон бр. 11: Гастрономски анимации за кои постои најголем интерес кај туристите

Од одговорите прикажани погоре, јасно се гледа дека туристите најголем интерес до сега покажуваат за следните гастрономски анимациони активности: македонски национални вечери, курсеви за готвење и фламбурање на јадења.

13. Тринаесеттото прашање истражува за начинот на организацијата на гастрономските анимациони активности, дали се креира посебна програма и распоред на активностите за различни денови.

Дали се креира посебна, детална програма и распоред за гастрономските анимациони активности за различни денови?

27 responses



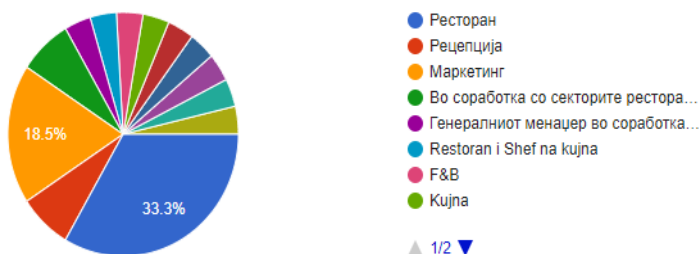
Графикон бр.12: Креирање на програма и распоред за гастрономска анимација

Резултатите покажуваат дека 63% од хотелите креираат детална програма со распоред по денови додека 29,6% не креираат, а мал процент на хотели одговориле дека по потреба креираат вакви програми.

14. Четринаесеттото прашање истражува кој сектор ја креира, организира и промовира гастрономската анимација во хотелите.

Кој сектор ја креира, организира и промовира гастрономската анимационска понуда во Вашиот хотел?

27 responses



Графикон бр.13: Сектори кои ја креираат, организираат и промовираат гастрономската анимација

Резултатите од анкетите покажуваат дека во најголемиот број на анкетирани хотели или 33,3% од хотелите гастрономската анимација ја креираат, организираат и промовираат преку секторот ресторан, во 18,5% од хотелите програмата за гастрономската анимација се креира, организира и промовира преку секторот маркетинг, во помал процент на хотели преку рецепцијата, а додека во одредени хотели гастрономската анимација се креира, организира и промовира комбинирано помеѓу ресторан и кујна.

15. Петнаесеттото прашање ги истражува кои се клучните фактори за успешно креирање и реализирање на гастрономската анимација во хотелот.

Наведете, кој според Вас се клучни фактори за успешно креирање и реализирање на гастрономска анимација во хотелот? (Ве молам по Ваше мислење означете ги според нивната важност со бројки од 1 за најважниот фактор па понатака 2, 3, 4, 5)



Графикон бр.14: Клучни фактори за успешна гастрономска анимација

Хотелските менаџери оценувајќи од 1 до 5, според нивно мислење, вака ги подредиле понудените фактори по важност:

- желба кај менаџментот за зголемување на понудата со воведување на нови анимационски програми,
- знаење, стручност и висок професионализам кај готвачите и вработените во сервис,
- желба и волја кај вработените во ресторан (кујна и сервис) за да се организираат вакви гастрономски анимации,
- потребен соодветен инвентар,
- добра организација и спремен координатор на настанот.

16. Шеснаесеттото прашање ги истражува позитивните страни за хотелите од спроведување на гастрономска анимација.

Ве молам, наведете ги позитивните страни од спроведувањето на гастрономската анимација во Вашиот хотел? (Ве молам по Ваше мислење означете ги според нивната важност со бројки од 1 за најважниот фактор па понатака 2, 3, 4, 5)



Графикон бр.15: Позитивни страни од гастрономската анимација

Хотелските менаџери оценувајќи од 1 до 5, според нивно мислење, вака ги подредиле по важност позитивните страни за хотелите од спроведувањето на гастрономската анимација во нивните објекти:

- повеќе задоволни туристи,

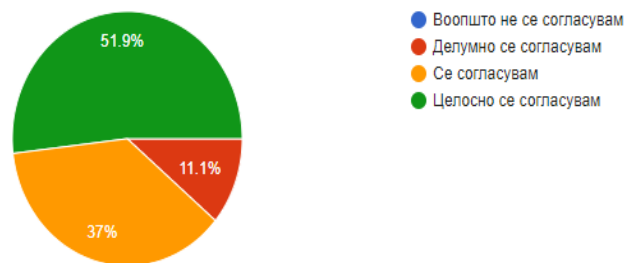
- гастрономската анимација - фактор за враќање на туристите повторно и следната година, привлекување на нови туристи и зголемување на бројот на ноќевања,
- зголемен позитивен имиџ на објектот и препознатливост пред другите,
- зголемена вонпансионска потрошувачка,
- влијание врз развој на туристичката дестинацијат.

17. Седумнаесеттото прашање истражува дали гастрономската анимација доколку се унапреди може да донесе позитивни резултати, односно зголемен број на ноќевања во хотелите.

Колку се согласувате со следнава констатација: „Доколку се зголеми и унапреди гастрономската анимација во Вашиот хотел во иднина истото ќе вроди со позитивни резултати и ќе допринесе за зголемен број на ноќевања“?



27 responses



Графикон бр.16: Констатација за гастрономската анимација

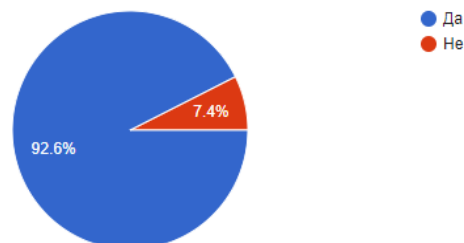
Резултатите за ова прашање се следни: 51,9% од менаџерите целосно се согласуваат со ваквата констатација, 37% се согласуваат, а 11.1% делумно се согласни дека гатрономската анимација може да го зголеми бројот на ноќевања во хотелите.

18. Осумнаесеттото прашање го истражува мислењето на хотелските менаџери за влијанието на гастрономската анимација врз развојот на туристичката дестинација.

Дали сметате дека гастрономската анимација може да има влијание врз развојот на туристичката дестинација?



27 responses



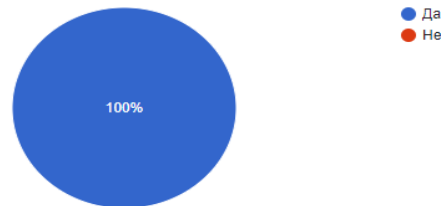
Графикон бр.17: Влијание на гастрономската анимација врз туристичката дестинација

На ова прашање 92% од хотелските менаџери кои одговориле на анкетниот прашалник сметаат дека гастрономската анимација има влијание за развој на туристичката дестинација, а само 7.4% оговориле дека нема влијание.

19. Деветнаесеттото прашање го истражува мислењето на хотелските менаџери за потребата од изучување на гастрономската анимација во образовните програми на средните угостителско - туристички училишта и на факултетите за туризам и угостителство.

Дали сметате дека гастрономската анимација треба да се изучува во Средните угостителско-туристички училишта и Факултетите за туризам и угостителство во земјава?

27 responses



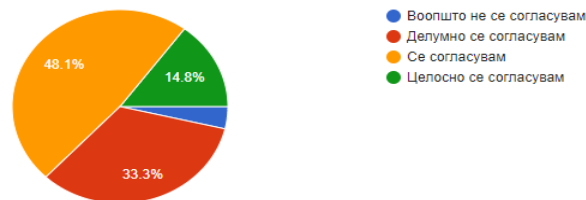
Графикон бр.18: Потреба за изучување на гастрономската анимација во образованието

На ваквото прашање, апсолутно сите анкетирани хотелски менаџери одговорите со ДА, при што 100% се согласни за потребата од изучување на гастрономската анимација во средните угостителско - туристички училишта и на факултетите за туризам и угостителство во нашата земја.

20. Дваесеттото прашање истражува дали во хотелите треба да има посебен сектор за анимација и вработено лице кое би креирало анимацијски програми како и програми од гастрономската анимација.

Дали сметате дека во Вашата компанија треба да има посебен сектор за анимација и вработено лице кое ќе креира програми од областа на анимацијата како и програми за гастрономска анимација?

27 responses



Графикон бр.19: Потреба од сектор за анимација во хотелите

Резултатите од одговорите на ова прашање покажуваат дека најголемиот број од анкетираниите хотелски менаџери или 48% се согласуваат за потребата од сектор за анимации и вработено посебно лице за креирање на анимацијски програми, 33.3% од анкетираниите делумно се согласуваат, 14,8% целосно се согласуваат, додека најмал процент на испитаниците воопшто не се согласуваат од ваквата потреба.

21. На крај на анкетниот прашалник како 21 прашање, беше дадена можност испитаниците да дадат дополнителни коментари во врска на гастрономската анимација за се што не беше опфатено во анкетата.

Како резултат беа добиени коментари на 7 менаџери од кои како позначајни се издвојуваат, цитирани во целост:

- Туристичката анимација, а со тоа и гастрономската анимација како дел од неа игра голема улога во креирање на одредена понуда за туристичка дестинација и препознатливост на истата. Во конкретниов случај за мојот град (Охрид) свесни сме дека основниот мотив за посета е и секогаш ќе биде охридското езеро, но самото по себе не е доволно за комплетна туристичка понуда, во тој контекст гастрономската анимација може да игра огромна улога како секундарна туристичка понуда. Гастрономската анимација сеуште е премногу малку искористена и во иднина според мене треба многу повеќе да се размислува за воведување на истата и пред се пороучување и изучување во образовните институции.
- Повеќе гастрономски анимации од локалната историја и култура како значаен резерват на храна од охридското езеро.
- Користење на традиционални форми кои го одбележуваат македонското традиционално гостопримство преку интерактивни средби на гостите, професионалните готвачи и менаџери со локалното население во рурални средини.
- Поради широкиот опфат на оваа тема, значајно е да се нагласи дека за да се постигне било каков успех и резултат за анимирање на гостите (во и вон хотелите) потребно е да се изврши соодветна анализа на пазарот, да се создадат професионални услови за истите и да се израчуна трошокот и бенефитот за истите.

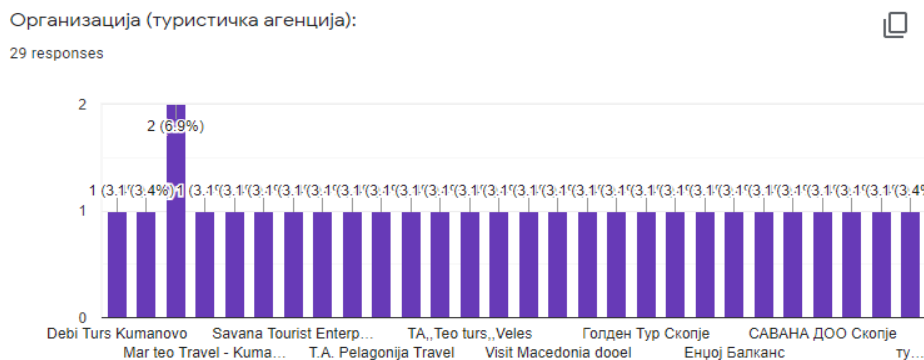
2.1.2. Анкета во туристички агенции - Интерпретација на резултати

1. Првото прашање се однесуваа на личните податоци, односно име и презиме на личноста што одговорила на анкетниот прашалник и работна позиција.



Графикон бр.20: Лични податоци на пополнувачот

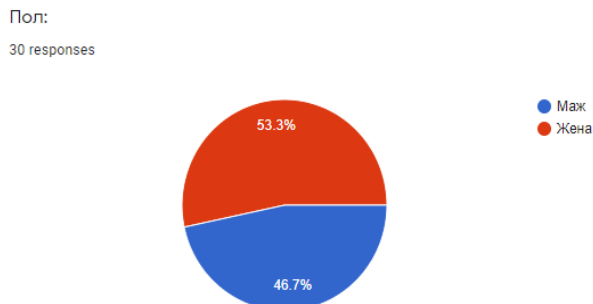
2. Второто прашање се однесува на објектот каде што испитаникот работи.



Графикон бр.21: Организација каде испитаникот работи

Како резултат на ова прашање во продолжение следуваат имињата на туристичките агенции во кои беше спроведено истражувањето: Енџој Балканс, Лион Олимпик, Escape Travel Agency, Dream holidays Скопје, Одисеа травел Охрид, Visit Macedonia dooel, Балкан турист травел компани, С - травел Битола, Савана ДОО Скопје, Да-ни Травел Штип, Мар-тео травел Куманово, Голден тур Скопје, Енџој Македонија Скопје, Пелагонија травел Битола, Палас Битола, Папилон Скопје, Импала Травел Куманово, Sanset Travel Скопје, Тео турс Велес, Savana Tourist Enterprises Скопје, Атлас Корпорейшн Скопје, Деби турс Куманово, Војажер Скопје, Турист Битола.

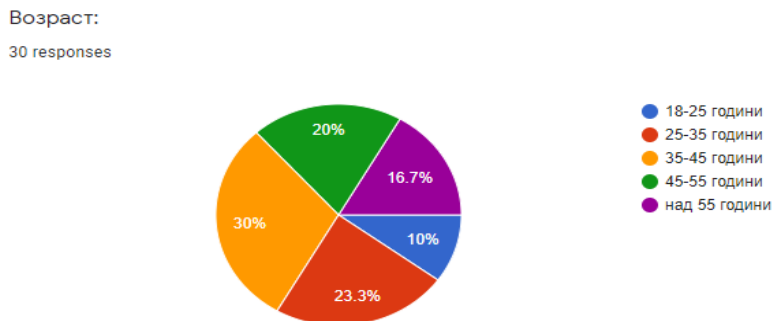
3. Третото прашање е наменето за половата припадност на туристичките работници кои одговараа на анкетниот прашалник, а одговорите се следни:



Графикон бр.22: Полова припадност на анкетираниите

Од одговорите се гледа дека поголем е бројот на жени вработени во туристичките агенции, односно 53,3% од испитаниците, а 46,7% се мажи.

4. Четвртото прашање ни укажува на старосната структура на испитаниците.



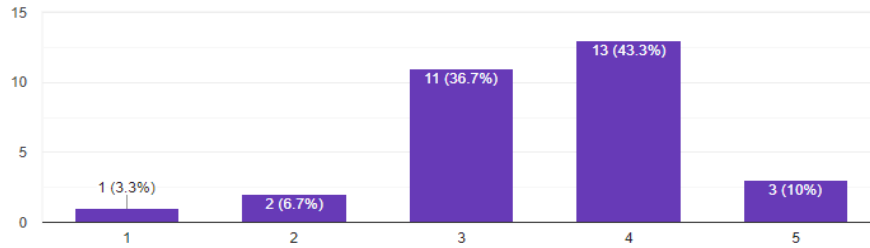
Графикон бр.23: Старосна структура на испитаниците

Од одговорите се гледа дека најголем бројот од вработените во туристичките агенции се на возраст од 35 до 45 години, или вкупно 30% од испитаниците, потоа следуваат туристичките работници на возраст од 25-35 години или 23,3%, потоа следуваат вработените на возраст од 45-55 години или 20%, туристички работници на возраст над 55 години се 16,7% кои одговориле на анкетниот прашалник и најмал е процентот на испитаници на возраст од 18-25 години или 10%.

5. Петтото прашање навлегува конкретно кон темата на истражување и се истражува колку туристичките работници вработени во туристички агенции се запознаени со терминот гастрономска анимација.

Колку сте запознаени со терминот гастрономска анимација?

30 responses



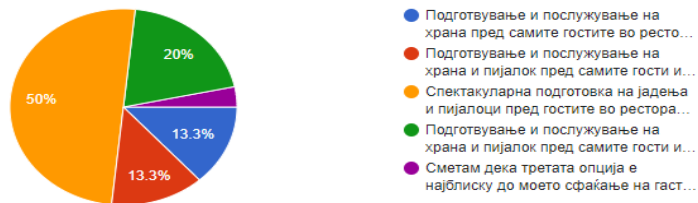
Графикон бр.24: Познавање на терминот гастрономска анимација

Резултатите од добиените одговори, покажуваат дека најголемиот број на туристички работници или 43,3%, оценувајќи со вредност од 1 до 5, познавањето на овој термин го оцениле со 4, 36,7% од испитаниците познавањето на овој термин го оцениле со вредност 3, 10% од испитаниците познавањето на терминот гастрономска анимација го оцениле со вредност 5, 6,9 % од испитаниците разбирањето на гастрономската анимација ја оцениле со вредност 2, а има и такви туристички работници или 3,3% кои познавањето на овој термин го оцениле со вредност 1. Овие резултати покажуваат дека за жал разбирањето на овој термин за вработените во туристичките агенции кој се организатори на гастрономската анимација не е доволно познат.

6. Шестото прашање го истражува мислењето на туристичките работници во поглед на дефиницијата за терминот гастрономска анимација.

Како Вие би ја дефинирале гастрономска анимација? (Одберете една од понудените дефиниции која според Вас сметате дека е најсоодветна, а доколку сметате нешто да додате што не е опфатено во понудените одговори, Ве молам додадете во ДРУГО (Other))

30 responses



Графикон бр.25: Дефинирање на гастрономската анимација

Со оглед на фактот дека во науката не постои дефиниција за овој термин, од голема важност беше дефинирање на терминот кој е предмет на истражување во овој труд. Дадени беа четири дефиниции составени од страна на авторот на трудов и тоа:

а) Подготвување и послужување на храна пред самите гостите во ресторанот

б) Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и вклучување на гостите во процесот на подготовка на храна во ресторанот или на друго место низ објектот (внатре или надвор) каде има услови за организирање на доручек, ручек или вечера.


в) Спектакуларна подготовка на јадења и пијалоци пред гостите во рестораните, каде готвачите ги демонстрираат своите вештини и го привлекуваат вниманието на гостите, организирано на ниво на едно спектакуларно гастрономско шоу што предизвикува задоволство и восхит кај туристите.

г) Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и нивно вклучување во процесот на готвењето на храната во ресторанот, надвор од ресторанот на некое излетничко место во рамки на хотелот или во природа, како и подготвување и послужување на храна и пијалоци за време на гастрономски настани, манифестации, фестивали за храна и пијалок како и гастро натпревари каде туристите се дел од истите како учесници или само како посетители.

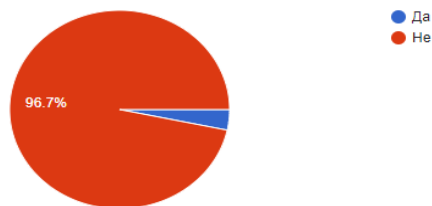
Од добиените резултати се гледа дека најголемиот број на туристички работници или 50% од испитаниците гастрономската анимација би ја дефинирале со третата дефиниција и дека таа дефиниција е најсоодветна за овој термин, 20% за најсоодветна ја сметаат четвртата дефиниција, додека останатите испитаници или по 13.3% се изјасниле за првата и втората дефиниција. Покрај одговорите на испитаниците за понудените дефиниции, еден од туристичките работници во опцијата друго го даде следното лично мислење што навистина е од важност за ова истражување:

- „Сметам дека третата опција е најблиску до моето сфаќање на гастрономската анимација која може но и немора да биде спектакуларна, во зависност од можностите/ресурсите на ресторанот во сооднос со типот на клиентите за би била наменета. Таа може да биде поедноставна од типот сечење и послужување на сувомеснати производи или сирења од страна на готвачот, во непосредна близина на клиентите, односно реализација на визуелна и вербална презентација пред гостите што придонесува тие да се чувствуваат важно и почестено. Но, исто така, може да биде и деликатна (спектакуларна) презентација на финални фази на подготовка и послужување на специјалитети или готвење на уникатни и модерни вкусови од линијата на молекуларни деликатеси. И финално, сметам дека анимацијата немора да биде само презентација и послужување, како поедноставни форми, туку дека подразбира и вклучување на самите гости во процесот на подготовка, во случаеви каде што има можност за тоа односно каде што тематиката е од тој тип”.

7. Седмото прашање го истражува мислењето на туристичките работници за тоа дали гастрономската анимација е доволно научно третирана во нашата земја и дали за нејзе има познавања кај угостителско - туристичките работници?

Дали сметате дека гастрономската анимација е доволно научно третирана и дали мислите дека за нејзе има доволно познавања кај угостителско-туристичките работници? 

30 responses



Графикон бр.26: Научно третирање и познавање на гастрономската анимација

Добиените резултати покажуваат дека скоро сите испитаници, односно дури 96,7% одговориле дека гастрономската анимација не е научно третирана во рамки на нашите образовни институции и токму зато и нема доволно познавања за овој вид на анимација кај угостителско – туристичките работници.

8. Осмото прашање истражува дали гастрономската анимација е доволно застапена во македонската туристичка понуда?



Графикон бр.27: Застапеност на гастрономската анимација во македонската туристичка понуда

Од добиените резултати се гледа дека сите испитаници, 100% се согласни дека гастрономската анимација не е доволно застапена во туристичката понуда на РС Македонија.

9. Деветтото прашање истражува дали гастрономската анимација е застапена во понудите на туристичките агенции во кои е извршено анкетирањето?



Графикон бр.28: Застапеност на гастрономската анимација во понудата на агенциите - испитаници

Резултатите покажуваат дека 80% во понудите на анкетираниите агенции не е застапена гастрономската анимација, а само 20% од агенциите ја организираат гастрономската анимација и ја нудат како туристички производ.

10. Десеттото прашање се однесува на оние туристички агенции кои позитивно одговорија на предходното прашање и истото гласи: Доколку на предходното прашање одговоривте со ДА, Ве молам наведете кои гастрономски анимационски содржини Вие ги организирате и нудите на туристите?

Од туристичките агенции кои ја организираат гастрономската анимација или во проценти искажани само 20% од испитаниците, одговорите се следни:

- Тимско готвење - пикник во природа.
- Иако не многу често, кога нудиме ваков тип на искуство на туристите кои доаѓаат во групи за “културни,, балкански тури, тоа е поедноставната и поевтина варијанта која најчесто

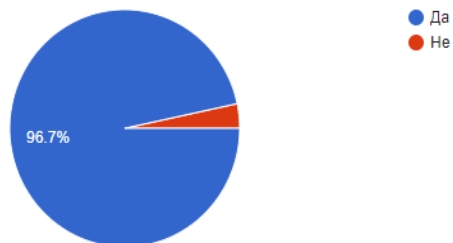
подразбира послужување и презентација на сувомеснати производи и сирење. Можност за посоефицицирана гастрономска анимација има во тематските патувања кои имаат акцент на гастрономијата и локалната храна.

- Во нашите програми кои се однесуваат за надвор од нашата земја, гастрономската анимација ја имаме во програмите за Дубаи – вечера во пустина со сафари и во програмата за Јордан – вечера во Bubble хотел.
- Посета на домаќинства, cooking classes, презентација на домашна храна, приготвување и послужување на храна од кувар пред гостите.
- Конкретно соработката со Етно Куќа - Зович во соработка со сопственикот Митко Крстевски со припреми на традиционални специјалитети на лице место.
- Само логистички со понуда и презентација при продажба на хотелите, кои имаат како услуги „Се вклучено,, и „Ултра се вклучено,, каде што во самата услуга стои припрема на храна пред самите гости и користење во исто време од нивната страна.

11. Единаесеттото прашање истражува дали гастрономската анимација во понудата на туристичките агенции може да го зголеми интересот кај клиентите за нивните програми и да им донесе поголеми финансиски резултати?

Дали сметате дека гастрономските анимациони содржини во Вашата понуда можат да привлечат што повеќе заинтересирани клиенти за Вашите програми при што би оствариле и поголем профит?

30 responses



Графикон бр.29: Гастрономската анимација дали може да ги зголеми позитивните финансиски резултати кај туристичките агенции

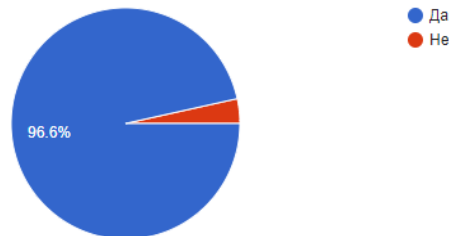
Од добиените резултати се гледа дека скоро сите испитаници, поточно 96,7% сметаат дека гастрономската анимација доколку ја вклучат во нивните понуди може да привлечат поголем број на клиентите кои ќе се интересираат за нивните програми, дури и дека ќе остварат поголем промет од својата работа.

12. Дванаесеттото прашање го истражува мислењето на туристичките работници за влијанието на гастрономската анимација врз развојот на туристичката дестинација и туризмот воопшто.

Дали сметате дека гастрономската анимација може да има влијание врз развојот на туристичката дестинација и врз развојот на македонскиот туризам воопшто?



29 responses



Графикон бр.30: Влијание на гастрономската анимација врз туристичката дестинација и туризмот

На ваквото прашање, скоро сите анкетирани туристички работници одговорите со ДА, при што 96,6% се согласни дека гастрономската анимација може позитивно да влијае врз развојот на туристичката дестинација и врз туризмот воопшто.

Анкетниот прашалник завршува со можност за коментари од страна на испитаниците. Доколку имате дополнителни коментари, Ве молиме напишете ги, истите би биле од големо значење за ова истражување.

- Гастрономската анимација може и треба да ја има една од клучните улоги во нашата туристичка понуда бидејќи еден од пиларите или адутите на истата е Македонската гастрономија. Голема е потребата од посветена анализа и работа во правец унапредување и инкорпорирање на оваа активност која ќе ја оплемени и софистицира туристичката понуда, но истата мора да биде од сериозен карактер земајќи ги во предвид глобалните практики на ова поле. Тоа не значи дека треба нешто да копираме од аспект на храната, бидејќи самите имаме уникатна кујна и еден куп тардиционални и автентични начини на подготовка на истата, туку дека треба да се фокусираме во правец на тоа да научиме како оптимално да ги искористиме ресурсите со кои располагаме со цел да се оплемени понудата (искуството), по финансиски и организациски прифатливи услови. Ова е според мене една од поважните проблематики за кои треба да станеме вешти бидејќи во моментот поголемиот број од понудувачите на гастрономските услуги не ја воочуваат придобивката во корелација со трошоците (луге, пари, време) како исплатлива или потребна.
- Не охрабривте да ги вклучиме гастрономските анимации во нашите понуди!
- Пакување на оригинални домашни производи во мали пакувања за цели на маркетинг и промоција!
- Секоја нова идеја може да допринесе за креирање на еден комплетен туристички производ што би ги заинтересирало клиентите, а гастрономската анимација сигурно ќе ги интересира.
- Пред многу години баш во хотел Силекс бев присутна на презентација за појадок шведска маса со моментална подготовка на топли јадења и ме воодушеви. Можно е сеуште има.

2.1.3. Анкета во кујни - Интерпретација на резултатите

1. Првото прашање се однесува на личните податоци, односно име и презиме на личноста што одговорила на анкетниот прашалник и работна позиција.

Име и презиме на пополнувачот



29 responses



Графикон бр.31: Лични податоци на пополнувачот

2. Второто прашање се однесува на објектот каде што испитаникот работи.

Организација (хотел):



27 responses



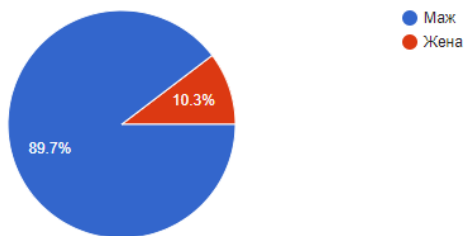
Графикон бр.32: Организација каде испитаникот работи

3. Третото прашање е наменето за половата припадност на анкетираниите, а одговорите се следни:

Пол:



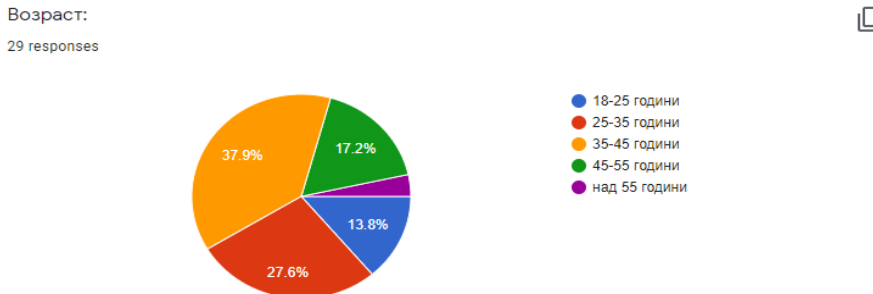
29 responses



Графикон бр.33: Полова припадност на анкетираниите

Од одговорите се гледа дека поголем е бројот на мажи вработени во кујна, односно 89,7% од испитаниците, а 10,3% се жени.

4. Четвртото прашање ни укажува на старосната структура на лицата кои одговориле на анкетниот прашалник.



Графикон бр.34: Старосна структура на испитаниците

Од одговорите се гледа дека најголем бројот на готвачите се на возраст од 35 до 45 години, или вкупно 37.9% од испитаниците, потоа следуваат готвачи на возраст од 25-35 години или 27,6%, потоа следуваат готвачи на возраст од 45-55 години или 17,2%, готвачи на возраст од 18-25 се 13,8% од испитаниците и најмал е процентот на готвачи над 55 години.

5. Петтото прашање истражува колку готвачите се запознаени со терминот гастрономска анимација.



Графикон бр.35: Познавање на терминот гастрономска анимација

Резултатите од добиените одговори покажуваат дека најголемиот број на готвачи или 34,5% оценувајќи со вредност од 1 до 5, познавањето на овој термин го оцениле со 3, 31% од испитаниците познавањето на овој термин го оцениле со вредност 4, 27,6% од испитаниците познавањето на терминот гастрономска анимација го оцениле со вредност 5, а има и такви готвачи, односно 6,9 % од испитаниците кои разбирањето на гастрономската анимација ја оцениле со вредност 2. Овие резултати покажуваат дека за жал разбирањето на овој термин за човечките ресурси кој се носители на гастрономската анимација не е доволно.

6. Шестото прашање го истражува мислењето на испитаниците во поглед на дефиницијата за терминот гастрономска анимација.

Како Вие би ја дефинирале гастрономска анимација? (одберете една од понудените дефиниции која според Вас сметате дека е најсоодветна, а доколку понудените дефиниции не се комплетни, Ве молам во Друго (Other) додадете се што сметате дека е во интерес на правилно дефинирање на овој поим)

29 responses



Графикон бр.36: Дефинирање на гастрономската анимација

Со оглед на фактот дека во науката не постои дефиниција за овој термин, од голема важност беше дефинирање на терминот кој е предмет на истражување во овој труд. Дадени беа четири дефиниции составени од страна на авторот на трудов и тоа:

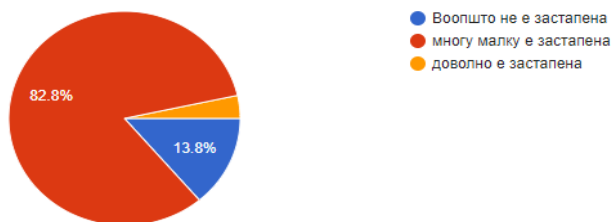
- Подготвување и послужување на храна пред самите гостите во ресторанот
- Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и вклучување на гостите во процесот на подготовка на храна во ресторанот или на друго место низ објектот (внатре или надвор) каде има услови за организирање на доручек, ручек или вечера.
- Спектакуларна подготовка на јадења и пијалоци пред гостите во рестораните, каде готвачите ги демонстрираат своите вештини и го привлекуваат вниманието на гостите, организирано на ниво на едно спектакуларно гастрономско шоу што предизвикува задоволство и восхит кај туристите.
- Подготвување и послужување на храна и пијалок пред самите гости и нивно вклучување во процесот на готвењето на храната во ресторанот, надвор од ресторанот на некое излетничко место во рамки на хотелот или во природа, како и подготвување и послужување на храна и пијалоци за време на гастрономски настани, манифестации, фестивали за храна и пијалок како и гастро натпревари каде туристите се дел од истите како учесници или само како посетители.

Од добиените резултати се гледа дека најголемиот број на менаџери или 44,8% од испитаниците гастрономската анимација би ја дефинирале со третата дефиниција и дека таа дефиниција е најсоодветна за овој термин, 24,1% за најсоодветна ја сметаат четвртата дефиниција, 17,2% за најсоодветна ја сметаат првата дефиниција, а дел од менаџерите дале и дополнително мислење во однос на дефинирањето на овој термин дека најсоодветна би била дефиниција од комбинација на вториот и четвртиот понуде предлог. Одговорите на ова прашање се од исклучителна важност, бидејќи токму врз база на овие одговори, во комбинација со договорите од истражувањето спроведено во хотелите и туристичките агенции, авторот го дефинира поимот гастрономска анимација.

7. Седмото прашање истражува дали гастрономската анимација е доволно застапена во понудите на угостителските објекти во нашата земја?

Дали сметате дека гастрономската анимација е доволно застапена во понудата на угостителските објекти во нашата земја?

29 responses



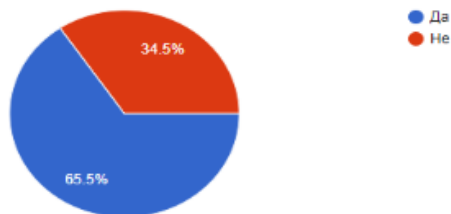
Графикон бр.37: Застапеност на гастрономската анимација во угостителските објекти

Од добиените резултати се гледа дека гастрономската анимација не е доволно застапена во понудата на угостителските објекти во нашата земја, искажано во проценти одговорите се следни: 82,8% сметаат дека многу малку е застапена гастрономската анимација во понудата на угостителските објекти, а 13.8% сметаат дека воопшто не е застапена.

8. Осмото прашање истражува за спроведувањето на гастрономска анимација во угостителскиот објект каде тие работат.

Дали во Вашиот објект каде работите се спроведува некаков вид на гастрономска анимација за гостите?

29 responses



Графикон бр.38: Застапеност на гастрономската анимација во објектите на испитаниците

На ова прашање, 65.5% од готвачите одговориле дека во нивните угостителски објекти каде работат се спроведува некаков вид на гастрономска анимација, а 34.5% од готвачите одговориле дека во угостителските објекти каде што тие работат не се организира никаков вид на гастрономска анимација.

9. Деветтото прашање се одесува на оние објекти кои одговориле со ДА на предходното, односно што се нуди на гостите од гастрономската анимација во нивните објекти.

Како одговор на ова прашање беа добиени следните одговори:

- Фолклорни и национални вечери.
- Приготвување на бургери за забави, родендени и приготвување на коктели и напитки.
- Месење пред гостите на питу и зелници и печење во фурна.
- Отворена кујна каде гостите седат на самиот кујнски шанк и имаат директен контакт со готвачите.

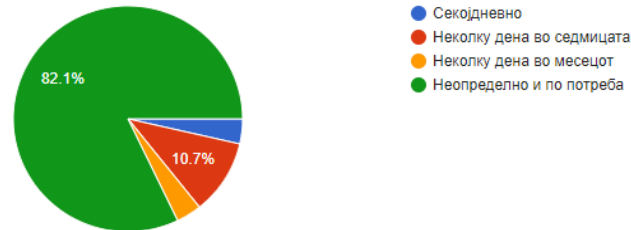
- Зависно од менито кое се спрема. Најчесто анимацијата се одвива при подготовка на фино мени со македонски твист. Притоа секое јадење детално се објаснува, потеклото на состојките итн.
- Филе минјон, Шатобријани, Фламбирано овоштие (компоти), Фламбирани палачинки, Тартар бифтек, Риба, Зелник и разни продукти од тестенини и др.

10. Десеттото прашање истражува колку често се спроведуваат гастрономските анимациони активности во угостителските објекти.

Колку често се спроведуваат гастрономски анимациони активности во Вашиот објект?



28 responses



Графикон бр.39: Колку често се спроведува гастрономска анимација во хотелите

Од резултатите добиени како одговор на ова прашање може да се заклучи дека најголем процент од анкетираниите готвачи или 82,1% одговориле дека само по потреба организираат гастрономски анимациони активности, 10,7% одговориле дека ваков вид на анимација организираат неколку дена во седмицата, мал процент одговориле дека организират неколку дена во месецот, а најмал процент на готвачи одговориле дека секојдневно организираат по некаков вид на гастрономска анимација.

11. Единаесеттото прашање истражува за начинот на организацијата на гастрономските анимациони активности, дали се креира посебна програма и распоред на активностите за различни денови.

Дали се креира посебна, детална програма и распоред за гастрономските анимациони активности за различни денови во Вашиот објект?



25 responses



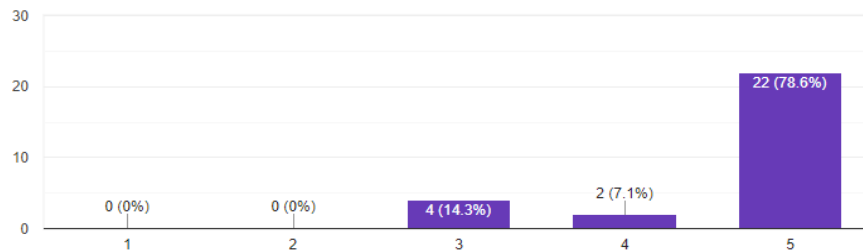
Графикон бр.40: Креирање на програма и распоред за гастрономска анимација

Резултатите покажуваат дека 52% од угостителските објекти не креираат детална програма со распоред по денови додека 28% креираат програма и распоред, а мал процент на готвачи одговориле дека по потреба креираат вакви програми, а тоа зависи од видот на анимацијата.

12. Дванаесеттото прашање истражува дали гастрономската анимација доколку се унапреди може да донесе позитивни резултати, односно зголемен број на гости во угостителскиот објект.

Колку се согласувате со следнава констатација: „Доколку се зголеми и унапреди гастрономската анимација во Вашиот објект во иднина истото ќе вроди со позитивни резултати и со зголемен број на гости“?

28 responses



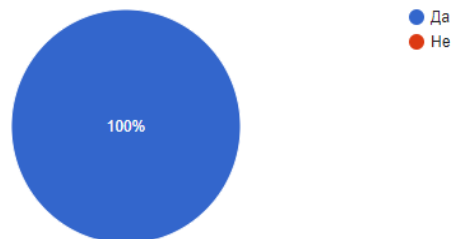
Графикон бр.41: Констатација за гастрономската анимација

Резултатите за ова прашање се следни: 78,6% од готвачите целосно се согласуваат со ваквата констатација и цо вредност од 1 до 5 оцениле со вредност 5, 14,3% од готвачите отцениле со вредност 3, а 7,1% од испитаниците оцениле со вредност 4.

13. Тринаесеттото прашање го истражува мислењето на готвачите за влијанието на гастрономската анимација врз развојот на туристичката дестинација и туризмот воопшто.

Дали сметате дека гастрономската анимација може позитивно да влијае врз развојот на туристичката дестинација и туризмот воопшто?

28 responses



Графикон бр.42: Влијание на гастрономската анимација врз туристичката дестинација и туризмот

На ваквото прашање, апсолутно сите анкетирани готвачи одговорите со ДА, при што 100% се согласни дека гастрономската анимација може позитивно да влијае врз развојот на туристичката дестинација и врз туризмот воопшто.

2.2. Истражување на гастрономската анимација во македонскиот туризам по региони

Бидејќи гастрономската анимација до сега воопшто не беше научно третирана во нашата земја и пошироко, отвори широко истражувачко поле за работа во текот на изработката на овој научен труд. Иако првичната проектна идеја се однесуваше на гастрономска анимација само од аспект на хотелите и туристичките агенции како организатори, сепак, се наметна потреба за нејзин третман и обработка пошироко, односно и од аспект на општините како единици на планските региони во нашата земја. Ваквата потреба произлезе од врската помеѓу хотелите и туристичките агенции како организатори со регионит како туристичките дестинации каде се организира гастрономската анимација.

Секако дека имаме гастрономска анимација која може да се организира внатре во рамки на хотелите и други угостителски објекти и истата може еднострано да се разгледува и обработува, но, поради важноста на темата и потребата за нова научна вистина која ќе се темели на аргументи и практични теренски вистини како и за нејзиното целосно обликување и дефинирање како услуга, понуда, програмска активност и како наука, потребно беше истражување и обработка на гастрономската анимација и од аспект на региони на нашата држава.

Од друга страна, гастрономската анимација не може еднострано и самостојно да учествува во креирањето на туристичкиот производ туку секогаш во комбинација со другите туристички потенцијали во регионот (микс од различни елементи на природните активности: клима, флора, фауна, географска положба и сл. и општествените активности: културно - историско наследство, антропогени фактори како што се фолклор, културно наследство и сл.) и затоа при истражувањето на регионите се опфатени сите туристички потенцијали со кој располага регионот како и угостителско - туристичките капацитети со цел на едно место да се евидентираат сите туристички потенцијали (природни и антропогени мотиви, како и комуникативните и рецептивните елементи) и истите да бидат лесно достапни за корисниците во иднина, особено за туристичките субјекти кои од гастрономската анимација ќе креираат производи, услуги и ќе развиваат туристички дестинации.

Третиот аргумент за потребата на истражување од аспект на региони е затоа што општините како единици на локална самоуправа самостојно или преку нивни општински организации и здруженија се јавуваат и како организатори на гастрономска анимација. Оваа фаза од изработката на докторскиот труд отвори обемна истражувачка работа, а во одредени моменти напорна и тешка само поради големата пасивност и незаинтересираноста за соработка од страна на единиците на локалната самоуправа.

За потребите на ова истражување беше изготвен анкетен прашалник и испратени до сите 84 општини од сите 8 плански региони на нашата земја и тоа: Југозападен, Пелагониски, Вардарски, Југоисточен, Источен, Северисточен, Скопски и Полошки плански регион. 30% од анкетираниите општини покажаа професионалност, разбирање и соработка при што навремено одговорија на анкетните прашалници, со 20% од општините анкетата беше спроведена телефонска усна анкета, додека за останатиот дел општини беше користена методата кабинетско истражување со проверка и потврда на резултатите преку видни личности и менаџери од областа на туризмот, културата, религијата кој живеат и добро го познаваат својот регион.

Анкетата беше составена од 8 прашања, но, освен две кој се однесуваат на лични податоци, сите други прашања беа од отворен тип, поопшти преку кој испитаниците требаше да ги престават туристичките потенцијали на општина (кратка лична карта на општината, природни и

општествени туристички потенцијали, расположливост со угостителско - туристички објекти во градот и руралните места (туристички агенции, хотели, ресторани, селски домаќинства, други угостителски објекти), атрактивни туристички излетнички места каде може да се подготвува и послужува храна и пијалок за група на гости, гастрономски манифестации, типични специјалитети во општината). Според одговорите на анкетните прашалници од страна на вработени во единиците на локалната самоуправа во општините, според резултатите кои произлегоа како дел од кабинетските истражувања и според усните анкети со погоре споменатите личности произлегоа значајни информации кои даваат јасна и целосна слика за регионот и неговите можности за развој одредени видови на туризам, а откако ќе се согледаат таквите можности, се преминува кон интерпретација на резултатите кои беа предмет на истражување на овој труд со што се пристапува кон презентација на позитивни примери за организација на гастрономска анимација во регионите.

Гастрономската анимација во регионите е обработена преку примери за гастрономска анимација во хотелите и други угостителски објекти, гастрономска анимација во рурални места и гастрономска анимација за време на гастрономски манифестации. Иако потенцијалите во нашата земја за овој вид на понуда се големи, сепак, ваквите позитивни примери кои се евидентирани како дел од моменталната туристичка понуда во нашата земја се многу малку, но, сосема доволно за да послужат како пример од еден на друг регион и како мотив за туристичките агенции да креираат нов туристички производ кој ќе се темели на гастрономската анимација како услуга, содржина и програма. При интерпретацијата на резултатите од истражувањето на регионите користен е картографски метод и методот на моделирање со цел географски приказ на регионот како и користење на фотографии од угостителски објекти, природни атракции, рурални места како и од конкретни гастрономски анимационски активности. Ваквите методи се користени со цел подобро визуелно запознавање на регионот.

2.2.1. Гастрономска анимација во Југозападен регион

2.2.1.1. Краток опис на регионот

Југозападниот плански регион е еден од осумте во рамките на РС Македонија и во него влегуваат 9-те општини: Вевчани, Дебар, Дебрца, Охрид, Кичево, Македонски Брод, Пласница, Струга и Центар Жупа. Релјефот на планскиот Југозападен регион е планински и котлински. Преовладуваат високи планини чија надморска височина преминува и над 2000 м. Во регионот најголема е Охридско - Струшката котлина сместена помеѓу планините Јабланица и Галичица во еден дел исполнета со Охридското езеро.

Слика бр.3: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Регионот е карактеристичен по извонредната застапеност на пештери со оглед на варовничкиот состав на планините. Изобилува со природни, вештачки и глацијални езера и е еден од најпошумените во РСМ. На територијата од 3.340 km², во 286 населени места живеат вкупно 222.064 жители или 10,83 насто од вкупната популација во државата. Регионот располага со земјоделски површини од 103,373 ха, со помалку од 50 проценти се обработливи површини, односно 50,667 ха. или 9,59% од вкупно обработливите површини на ниво на земјата. Останатиот дел отпаѓа на пасишта. Во регионот најмногу се произведува пченица, пченка и компир, а од овошните насади најголеми се приносите на јаболка, сливи, круши и цреши.

2.2.1.2. Туристичка понуда на регионот

Значајна гранка во регионот е туризмот со оглед на фактот што од вкупниот број соби на ниво на државата - 26,503, дури 16.400 или 61,87% се на територијата на овој регион. Најголемиот дел од нив се во двата најзначајни туристички центри во државата: Охрид и Струга, кои се простираат на брегот на едно од најстарите езера во Европа, па и светот - Охридското Езеро. Од вкупниот број посетители што на годишно ниво доаѓаат во земјава, дури 46,6 % претстојуваат во населените места во Југозападниот плански регион.

Слика бр.4: Свети Јован - Канео



Извор: <https://travelers.mk/>

Така, просечно, годишно овде се остваруваат околу 1.300.000 ноќевања од домашни и странски гости, што е 65% од вкупно остварените ноќевања на ниво на земјата. Во табелата бр.5 и табелата бр.6 е прикажана целокупната туристичка понуда: туристички потенцијали, угостителски и туристички објекти и препознатливи гастрономски специјалитет.

Табела бр.5: Туристичка понуда на регионот

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Езерски туризам	Природни езера: Охридско езеро. Вештачки езера: Глобочичко езеро, Дебарско езеро во Дебар и Центар Жупа, Козјак, Шпиљје, Слатинско езеро (неупотребливо), Осломеј во Кичево, Акумулација (рибник) Шум во Струга. Езера-природни (тектонски, глацијални, урвински): Охридско езеро (тектонско езеро), Требенишко езеро (урвинско езеро), Подгоречко и Лабунишко езеро во Струга (глацијални), Горно и долно езеро и езеро Маруша во Центар Жупа (глацијални езера), Вевчанско езеро и мало Вевчанско езеро во Вевчани (глацијални езера).
Бањски туризам	Бања Баниште и Бања Косоврасти во општина Дебар
Планински туризам	Галичица, Јабланица, Стогово и Караорман, Плаќенска планина, Илинска планина, Бистра, Дешат, Карацица, Даутица.
Зимски - спортско рекреативен туризам	Галичица, Јабланица, Бистра (можности)
Селски туризам	Вевчани, Радожда, Калишта, Вишни, Горна Белица, Луково, Модрич, Велестово, Елшани, Косел, Коњско, Куратица, Скребатно, Орман, Трпејца, Љубаништа, Гари, Осој, Коцаџик, Велмеј.
Алтернативен - Еко туризам	Гео-природни убавини/Пештери: Пешна на река Треска во Поречки базен; Самотска дупка - пештера на Галичица; Алчија, Симка, Калина дупка во Дебар; пештера Вевчански извори, Маркова кула во непосредна близина на Вевчански извори;

	<p>пештери: Слатински извори, Орле, Голубарник, Момичек во Македонски Брод. Површински карстни форми: Асанѓура и Шарбојца на Галичица, Церско поле во Кичево, Боро поле во Македонски брод, Голина во Вевчани. Поствулкански форми: Сулфатара дувало и Мофета кај Косел. Извори: Билјанини извори во Охрид, Извори кај Рамне - Охрид, Вевчански извори, Изворишна челенга на реката Треска, Извори Белица, Извори Студенчица, извор на кисела вода Пополжани, извор на кисела вода Сланско, извор на солена вода Свињишта, извор на кисела вода Козица во Кичевско, извори Велмеј во Дебарца, извори Питран во Пласница, извори Пешница во Македонски брод, извори сред село во Корошишта, извор Шум во Струга, извор Фрлогоец над Осој во Кичево. Реки: Црн Дрим, Радика, Гарска река, Треска, Студенчица, Грашница, Сатеска, Вевчанска река. Водопади: Водопад на Песочанска река во Дебарца, Водопади на Стоговска река во Брошница во Центар Жупа, Самовилски водопади во Добреноец, Русјачки водопади во Македонски Брод. Пешачки, планинарски и велосипедски патеки: 7 пешачки патеки на Јабланица, 30 пешачки / планинарски и 9 велосипедски патеки на Галичица, 9 позначајни планински / пешачки патеки и 8 патеки за планински велосипедизам на планината Бистра, 11 пешачки планински патеки во Горна и Долна Река. Заштитени зони и природни локалитети со посебна важност: национален парк Галичица, национален парк Јасен, Споменик на природата Вевчански извори, Охридско езеро, Слатински извор, Дувало, Горна Слатинска пештера, Белчишка река.</p>
<p>Културен и Верски туризам</p>	<p>Неолитски наоѓалишта има во охридско - струшката котлина: Црквени ливади во Враништа - Струшко; Уста во Струга и наколното живеалиште „Заливот на коските“ во Охридско; Горно Средорече и Долно Трно во Дебрца. Епохата на металите е одбележана со локалитети од бакарниот период во Уста - Струга од бронзениот период, исто така, во Црквени ливади - Враништа, а од железното време во Требеништа - Општина Дебрца, Горна порта - Охрид, Лозиште во Речица - Охрид. Од предримскиот период регистрирани се локалитетите: Лихнид - Охрид, Св.Еразмо - Охрид, Кале Коџацик - Општина Центар Жупа, Удово - Општина Дебар, Св Илија - Делогожда во Општина Струга и Охридската тврдина. Римскиот период остава културно наследство во локалитетот Лихнид во Охрид. Од ранохристијанскиот период се јавуваат локалитетите: Плаошник, Св. Еразмо и Студенчишта во Охрид, Радолишта и Октиси во Општина Струга. Од позначајните цркви и манастири се истакниваат: Манастирите: Св.Наум и Св. Пантелејмон - Плаошник од IX век, Св.Софија XI век, Св.Богородица Перивлепта XIII, Св.Јован Богослов - Канео XIII век, Св.Еразмо XIV век, Св.Стефан среден век, Св. Никола Болнички XIV век, Св.Богородица Болничка XIV век, Св.Мали Врачи XIV век, Св.Константин и Елена XIV, Св.Димитрија XIV век и Св. Богородица Челница XIV век во Охрид, Св.Богородица Захумска XIV век, Св.Богородица Пештанска XIV век, Св.Спас во Лескоец - Охридско, Св.Петка - Велгошти, Успение на Св. Богородица XV век Велестово -Охридско, Св.Никола - Опеница XIV век, Св.Ѓорѓија во Речиц - Охридско и Св Ѓорѓи во Врбјани XIII век, Сите Светии XV век -Лешани, Св. Ѓорѓи XV век во Годивје и Св. Богородица во Врбјани XV век, сите во Општина Дебрца. Во Општина Дебар познати цркви се: Св.Петка XII век, Св.Варвара XVI - Рајчица и</p>

	<p>манастирот Св.Георгиј Победоносец - XIX век. Во Општина Струга значајни се манастирскиот комплекс: Св. Богородица во Калишта со пештерната црква од XV век, пештерните цркви Св. Архангел Михаил XIII век во Радожда, Св.Спас во Вишни XV век и Св. Георгиј во Струга XVI век во која се наоѓа иконата Св.Горѓи од 1267 г. Во Враништа се наоѓа базилика посветена на Св.Богородица XI век. Во Општината Македонски Брод се наоѓаат манастирот Св.Богородица XIV век во Модриште и црквата Св. Богородица Епископсис XIX век, изгаредана на темели на старата црква од XIII век. Во Општина Кичево се наоѓа манастирот Св.Богородица Пречиста од XIV век. Споменици на културата на исламска вероисповед: Ајдар - пашината џамија од XV век и Зејнел Абинин - пашината џамија од XVII век и Хелвати теќе во Охрид. Кулите и утврдените градови: Охридската тврдина, локалитет Градиште и Киклопските сидини над Св.Еразмо во Охрид. Локалитети кои заслужуваат да бидат третирали со високи валоризациски карактеристики се и Кале во Коцак во општина Центар Жупа и Удово во општина Дебар. Посебна културна атракција претставува тврдината Девина Кула - Девич, како и градот Кале Столоватец - Белица во општина Македонски Брод. Во групата на споменици на културата во вид на стара градска архитектура и издвоени староградски комплекси и куќи, меѓу нив најзначајни се комплексите на Варош во Охрид и куќите на Робевци и Уранија, и во Струга стариот дел од градот. Од спомениците и спомен обележјата од поновата историја и култура позначајни се Споменикот на паднатите борци од НОБ во Охрид и Струга и Музејот на Западна Македонија во Кичево. Други институциите од областа на културата: Заводот за заштита на спомениците во Охрид кој ги опфаќа: Народниот музеј, Музејот на словенската писменост и Галерија на икони во комплексот Св. Богородица Перивлепта и други музејски поставки. Во Струга најзначаен е Природно - научниот музеј Никола Незлобински, Спомен куќата на браќата на Миладиновци и ново отворената Галерија на икони од Струга и Струшко. Фактор за развој на културата претставуваат и домовите на култура или културните центри кои ги има во Охрид, Струга, Дебар, Кичево, Македонски Брод и Вевчани, еден професионален театар и аматерски театри се присутни во Струга, Дебар и Кичево.</p>
<p>Манифестациски туризам</p>	<p>Охрид: Охридско лето, Струшките вечери на поезијата, Балканскиот фестивал на народни песни и игри, Прличеви беседи, Велестовски поетски вечери, Богојавление - Водици и Денот на рибарите, Гомлезијада, Фестивал на виното и сирењето. Струга: Струшките вечери на поезијата, Струшка музичка есен, Ривија на народни носии - Струга, Фестивал на народни песни и ора Кенд јехо - Струга. Дебар: Денови на културата, Денови на поезијата, Фестивал на театарот. Вевчани: Вевчански карневал, Фестивал на народна култура „Пображење“, Лазара, Ликовна колонија „Вевчански видувања“. Дебарца: Белчишка ликовна колонија. Кичево: Ликовна колонија, Меѓународен фолклорен фестивал. Македонски Брод: Костенлијада.</p>

Извори: Регистар на потенцијалите за развој на руралниот туризам во ЈЗПР

Слика бр.5: Пастрмка на Охридски начин



Извор: <https://kanal5.com.mk>

Табела бр.6: Угостителско - туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Охрид: Чинго, Парк Лејксајд, Белви, Метропол, Белведере, Филип, Маива, Гранит, Силекс, РојалВју, Лебед, Милениум, Аура, Лаки Хотел и Спа, Сити Палас, Су, Вилиц, Уникат, Аквалина, Тино. Струга: Бисер, Макпетрол, Изгрев, Дрим, Мираге, Престиж. Кичево: Арабела. Дебар: Бања Бањиште, Хотел Долно Косоврасти.
Туристички агенции	Охрид: Генералтурист 2000, Ем Травел и Ер Сервис, Генералтурист, Ибегалис, Летс Травел, Елида, Мега Турс, Вис Пој, Интер Травел, Лале Турс, Тина Тоурс, Вранец Травел, Глобус Травел, Визија, Компас Травел, Трансфер Турист, Еуротурс-Ехп, Лале Турс, Гема Травел, Охрид Холидеј, Пеликан Травел, Бале Турс, Планер, Лукан, Венус Травел, Блу Холидеј, Визит Охрид, Кеди Мобил, Велнес Холидеј, Макс Травел, Венус Травел, Охрид Травел, Велнес Холидеј, Балканс Тиме Охрид, Тулип Травел, Висит Охрид, Тулип Травел, Хфр Турс, Травео Охрид, Серенити Травел, Димакс Травел, Бед Травел, Одисеа Травел, Виза Травел, Мај Веј 2017, Инстинкт Травел, КТМ Воијаге, Интер Травел Сервис, Скај Корнер 2 Охрид, Пцстур Охрид. Струга: Дрим Травел, Турист Биро-Полет, Алб Травел-Турс, БалканНет, Аура Травел, Мтц Травел, Фламутари, Еуропа Турист, Расим Туризам, Глобал Травел, Компас Травел, Лајф ис Гуд Травел и Турс, Трансфер Турист Струга, Глоби Струга, Лејк Џој, Реисен 2010, Топи-Сатт, Релакс Травел, Македониа Холидејс, Мајски Цвет, Кристијан Пром Турс, М Травел, АЛБ Травел и Турс. Кичево: Лотос, Прима Триумф, Меридијан, Баљи Комерц, Бујар Валон Турист, Керчова-Реисен Дооел, Бани Компани, Аирвингс, Бујари Турс, Ипе-Турс, Сити Травел Агенци, Океј, Свис Травел Агенци. Дебар: Атлас Компани, Оскар-Турист, Хисар-ГД, Агенција Атлас Арјета. Центар Жупа: Венеција-АС.
Ресторани	Охрид: Света Софија, Белведере, Билјанини извори, Кај Каневче, Канео Летна Бавча, Далга, Дамар, Бонанца, Панорама, Стар Чинар, Валентино, Станица, Фортуна, Антико, Грош, Кај Мече. Струга:

	Конак, Станица Оаза, Центар, Версус, Антика, Свети Никола, Свети Ѓорѓија, Ванила Скај. Вевчани: Виа Игнација, Кутмичевица, Домаќинска куќа, Во Извор, Република, Пупина куќа. Кичево: Атва, Стара куќа, Милениум, Дарданија Балкан, Фурна. Дебар: Таверна Ками, Диелза, Уранику, Грамоз, Перла. Македонски Брод: Стара Куќа.
Препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Пастрмка на охридски начин, Охридска јагула печена во пепел, Јагула на струшки начин, Пржени белвици, Плашици, Чорба од риба, Ѓомлезе, Охридски варен ѓеврек, Охридско макало, Охридска торта, Охридска цреша, Коктел „Еден Бисер“, Вевчански кашаник, Золеник, Луканци, Тарана, Јуфки, Пиљав, Свадбарски Каурма и Грав.

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

2.2.1.3. Гастрономска анимација во регионот

Со оглед на фактот што од вкупниот број соби на ниво на државата, дури 61,87% се на територијата на овој регион, слободно може да констатираме дека туризмот е негова значајна стопанска гранка. Од тука произлегува и фактот дека најголем број од сместувачките хотелски капацитете во нашата држава се токму во двата најзначајни туристички центри во државата - Охрид и Струга кои се простираат на брегот на Охридското Езеро.

Слика бр.6: Река „Црн Дрим“ – Струга



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Од вкупниот број посетители на годишно ниво со сигурност можеме да кажеме дека овие два града се носители на туризмот, не само во југозападниот регион, туку во нашата земја воопшто, па според тоа, од овие два града треба да произлезат високи стандарди на работа, разновидни понуди и квалитетна услуга кон туристите.

Во овој регион езерскиот туризам е главната туристичка понуда, а хотелите се главни носители врз кој се потпира туризмот, затоа од голема важност е прво да се разгледа гастрономската анимација во хотелите на охридско - струшкото крајбрежје. Покрај гастрономската анимација во хотели и ресторани, ќе биде опфатена и гастрономската анимација во руралните места кои припаѓаат во рамки на општините од овој регион како и гастрономската анимација: фестивали и настани.

2.2.1.3.1. Гастрономска анимација во хотели и ресторани

Охрид располага со 43 **хотели**, од кои: еден е со 5*, дванаесет со 4*, дваесет и еден хотели со 3*, осум со 2* и еден со 1* или вкупно околу 6.222 легла во хотелите. Струга располага со 13 хотели од кои: еден со 5*, три со 4*, три со 3*, два со 2*, четири со 1* или вкупно 1475 расположливи легла во сместувачките капацитети (www.stat.gov.mk, состојба заклучно со 31.08.2020). Сите хотели согласно категоризацијата целосно одговараат на стандардите кои ги применуваат во својата работа, а произлегуваат од правилникот за категоризација кој важи во РСМ.

И не само заради исполнување на критериумите кои произлегуваат од правилникот, последниве години хотелите направија сериозен исчекор за подобрување на стандардите за работа и квалитетот на услугите. Една од главните причини за тоа се странските гости кои се присутни во овие два града за време на летната туристичка сезона за кои хотелите потпишуваат со странските тур - оператори договори за фиксен закуп на капацитетите, но и услови кои треба да се исполнат за време на нивниот престој.

Слика бр.7: Ресторан „Atva Kitchen & Bar“, Добреноец - Кичевско



Извор: <https://atvaresidencehotel.mk/>

Ваквите договори се клучен документ за хотелите да преземат инвестициони вложувања во објектите како и вложувања во човечки капитал и зголемување на понудата во рамки на објектот. Зголемената и различна понудата во хотелите од година во година е многу важен елемент за целокупниот впечаток и задоволство на гостите, бидејќи 30% од странските гости се истите гости кои престојувале минатите години, односно се враќаат повторно во Охрид и Струга како дестинации што е податок кој радува и укажува дека гостите се задоволни, но, податок и што обврзува на постојано надоградување и надополнување на понудата со нови услуги и содржини. Токму во тие нови содржини спаѓа и гастрономската анимација како понуда која може да има големо влијание за задоволството на гостите и да допринесе за развој на дестинацијата. Но, истражувањата што се спроведени во хотелите на охридско - струшкото крајбрежје за организацијата на гастрономска анимација во хотелите покажуваат спротивни податоци од она што се очекува и доликува за туристичка дестинација која е носител на туризмот во нашата земја.

Не само за гастрономската анимација, хотелите во овие два туристички града заостануваат и со туристичката анимацијата воопшто како понуда и услуга, односно со сите нејзини видови и типови. За разлика од пред 5 години се забележува одреден напредок во делот на анимацијата, но, сепак тоа е многу малку за градови кој се главни туристички центри. Хотелската анимација во овие туристички дестинации е во иницијална фаза и недоволно развиена. И покрај тоа што туризмот во последниве години се развива по нагорна линија и 50% од туристите се странци, сепак анимацијата како понуда е многу малку застапена. Во моментот понудата на гастрономска анимација за туристите во хотелите на охридско - струшкото крајбрежје е многу оскудна. Мал број

на хотели во своите програми ја организираат гастрономска анимација само преку националните македонски вечери и многу ретко преку излетите со ручек во природа. И тие две - три содржини од гастрономската понуда се нудат еднаш неделно или 4 пати во текот на месецот. Истите не се најавуваат соодветно, однапред, преку месечна програма јасно истакната и објавена на видно место, туку во тие хотели кои се нудат се најавуваат ден или два порано.

Слика бр.8: Јагула на Струшки начин



Извор: <https://daily.mk/>

Бидејќи е мал бројот на гастрономски анимациони активности, во хотелите никаде не се прави поделба според возраста, според годишното време, според периодот во текот на денот. И покрај тоа што поголем е процентот на менаџери кои се свесни за важноста и значењето на гастрономската анимација за развој на туризмот, сепак многу бавно оди нејзиното воведување како програмска содржина. Како позитивни примери на хотели каде се сретнува гастрономската анимација на охридско - струшката ривиера се: хотел „Силекс“, „Метропол Езерски комплекс“, хотелите „Два Бисера“ и „Парк Лејк Сајд“ во Охрид и хотелите „Дрим“ и „Макпетрол“ во Струга.

Слика бр.9: Хотел „Силекс“ - Охрид



Извор: <https://www.hotelsileks.mk/>

Хотел „Силекс“ се наоѓа во туристичкиот комплекс Св.Стефан, оддалечен 4км од центарот на Охрид на регионалниот патен правец Охрид - Св.Наум и 10 км. од аеродромот Св.Апостол Павле. Хотел Силекс се простира на самиот брег на Охридското Езеро и се наоѓа помеѓу пространството на бистра сина езерска вода и зеленилото на боровата шума низ која поминува шумска уредена патека која води до манастирот Св.Стефан на надморска висина од 720 м. Ваквата локација е одлична можност за соединување на планинскиот и езерскиот туризам. Хотелот располага со 104 соби од кои 10 апартмани и 2 претседателски апартмани. Собите се модерно и лежерно уредени и располагаат со: Бања, тераса, LCD телевизор, фен, бесплатен WI-FI, кабелски телевизиски канали, интернационална директна телефонска линија, клима уред, мини бар, собна услуга, нарачано будење, а додека апартманите во својот состав располагаат со дневна и спална соба, големи пространи тераси и полуксузен мебел во уредувањето. Во рамки на хотелот влегуваат и

ресторанска сала со капацитет за 400 гости, аперитив бар, голема летна тераса, 4 конференциски сали со капацитет од 30 до 200 седишта, отворен базен, сауна, фитнес соба и соба за масажа.

Слика бр.10: Послужување вино во ресторанот на хотел „Силекс”



Извор: <https://www.hotelsileks.mk/>

Покрај ваквата понуда, хотел „Силекс” уште пред 10 години со самото почнување на работа со странски гости и даде значајно место на анимацијата во своите понуди. За таа цел хотелот целосно ги стави во функција капацитетите со кои располага како што се: базенот, плажата, фитнес собата, сауната, собата за масажи, а во летните сезони ангажира и професионални аниматори - лица со завршен факултет за физичка култура кои на еден организиран и стручен начин ја изведуваат оваа активност која предизвикува задоволство кај гостите, делува на целокупниот имиџ на хотелот, влијае врз градење на неговиот бренд и препознатливост во дестинацијата. Гастрономската анимација постојано е присутна во понудите на хотелот, но, само преку организирање на национални македонски вечери и преку организирање на традиционална прослава по повод Василица - Стара Нова година. Менаџментот согледувајќи го значењето на гастрономската анимација со текот на времето ја усоврши организацијата на овие две гастрономски активности и покрај нив вовеле и дополнителни гастрономски анимации како што се: организирање на тематски вечери покрај плажа со храна - скара пред самите гости, организирање на коктел забави со подготовка на коктейли на базенот во присуство на гостите, а една од позначајните гастрономски анимации која привлекува големо внимание кај гостите е готвење на храна - разни видови на омлети пред самите гости во ресторанската сала за време на доручек.

Слика бр.11: Подготовка на доручек пред гости - хотел „Силекс”



Извор: Сопственост на авторот

Дека гастрономската анимација е дел од политиката на хотелот говори фактот што секоја странска група која доаѓа во хотелот на влезот се пречекува со традиционален домашен пијалок (ракија, вино, сок), со селска месена погача, а вработените при пречекот се облечени во традиционална

македонска носија. Единствено само хотел „Силекс” во менито на својата веб-страница има посебен простор под името „Анимации” каде се објавуваат информации, програми и содржини од областа на анимацијата.

Метропол езерски комплекс е распространет во крајниот јужен дел од нашата држава на бреговите на непроценливата природна убавина и споменик на природата - Охридското езеро, на чекор од главните туристички атракции, односно на 7 км од Охрид и на 14 км од охридскиот аеродром. Опкружен од борова шума, комплексот нуди тивко место, прибежалиште за туристите кои сакаат мир, спокој и максимално уживање, сенка и ладовина во текот на жешките летни денови и волшебен поглед кон езерото. Комплексот е вистинска туристичка атракција каде може да се доживеете смиреноста, едноставноста и комфорот во погледот кон езерото од една страна и бескрајната зелена шума на националниот парк Галичица од другата страна. Во рамки на комплексот функционираат хотелите: Метропол, Белви и Турист. Секој на свој начин различен по градбата, ентериерното уредување и понуда, но, сите исти во својата цел и мисија, заеднички да развиваат туризам и угостителство во овој регион и во Македонија по европски стандарди со висок квалитет на услуга, надополнувајќи ја и зголемувајќи ја секоја наредна година повеќе од предходната.

Слика бр.12: Вечера - шведска маса во хотел „Метропол”



Извор: <https://metropol-ohrid.com.mk/>

Комплексот располага со 390 соби вкупно во сите објекти или 1000 лежачки места што претставува сериозна бројка. Во рамки на хотелите функционираат ресторани, кафе барови, банкет сали, конференциски сали, сали за свечености, ноќен клуб, казино, а сите нив ги обединуваат капацитети за анимација како што се: сопствена плажа, спортскиот центар, базени, фитнес, сауна, масажа. Пред спроведување на анкетата и интервјуто со генералниот менаџер на хотелот г-дин Филип Мишевски, при кабинетското истражување на веб-страница на комплексот во менито забележан е посебен простор со календар на настани, простор за планината Галичица како атракција, податок кој е доволен да се заклучи дека овој езерски комплекс ја има вклучено анимацијата како понуда, а со самото анкетавање само се потврди истото. Бидејќи фокусот на овој труд е насочен на гастрономската анимација, во овие хотели се реализираат следните гастрономски анимационски соржини: организирање на национални вечери, гастрономски манифестации, спектакли на бармени при подготовка на коктейли. Покрај овие гастрономски анимации, овој хотелски комплекс често пати организира и дегустација на вино од познатата македонска винарија Сковин. Ваквите дегустации се вршат на отворено, покрај езерото на некои од шанковите каде покрај богатата презентација на национална и интернационална кујна се дегустираат различни сорти на вино од оваа винарија како на пример добро познатиот: Вранец, Розе, Шардоне, Сирах Кабернет, Мускат и Кале.

Хотел „Два Бисера“. Како позитивен пример за гастрономска анимација во Охрид е и хотелот „Два Бисера“ кој се наоѓа во населбата Лагадин. Малиот и интимен (но, луксузно опремен) објект се состои од две одделни вили со одличен поглед на Охридското езеро сместени на самиот брег. Два Бисера е идеално место за одмор, за сите кои сакаат мирни плажи и долги прошетки по плажите. Има доволно активности за оние кои сакаат активен одмор и забава - во близина има многу дискотеки, кафе барови и спортски терени. Капацитети кои работат во рамки на хотелот се: 24 часа услуги на рецепција, аперитив/снек бар, паркинг (надворешен), перална, ресторан, тераса, а додека собите располагаат со: балкон, бања или туш, клима уред, мал фрижидер, мини бар, сервис за будење/аларм, тв кабелска, тв сателитска, телефон, фен.

Слика бр.13: Охридски доручек



Извор: <https://lakes.mk/>

Хотелот „Два Бисера“ е најпознат по својата кујна која нуди национални и интернационални јадења. Во ресторанот има 40 места, а дополнителни 90 места се на тераса, место каде туристите имаат можност да ја комбинираат прекрасната храна со погледот на езерото. Иако мал хотел, сепак е голем по својата уникатна понуда во делот на ресторанот, особено рибните чорби и рибни специјалитети како и автентичната понуда за доручек во која понуда посебно место завзема Охридскиот доручек кој е и единствена причина за да се издвои овој хотел помеѓу другите по гастрономска анимација. Употребата на охридскиот бренд - традиционалниот охридски ѓеврег гарниран со јајце на око, биено домашно сирење и зеленчук, претставува една прекрасна гастро - композиција на која гостите и се воодушевуваат. Токму овој доручек го направи овој угостителски објект препознатлив пред сите други, а во делот на главни јадења, рибата, особено Охридската белвица (пржена, печена на жар) како и специјалитети од риба. Примерот со Охридскиот доручек е особено важен, бидејќи укажува на фактот дека еден автентичен уникатен доручек може да анимира и да привлече голем број гости, па дури да стане и бренд на објектот.

Според направената анкетна со г-дин Зоран Михајловски, генерален менаџер на хотелот „Два Бисера“ како и хотелот „Парк Лејк Сајд“ кои се дел од иста групација, се издвојуваат и следните гастрономски анимации кои ги организира менаџментот на ове два хотели: организирање на национални вечери, фламбурање на јадења, организирање на излет и ручек во природа и гастрономски манифестации. Од понудените гастрономски анимации гостите во овие два хотели најголем интерес покажувале за националните вечери, банкетите на отворено и коктел забавите. Покрај гастрономската анимација во хотелите, позитивен пример за овој вид на анимација во Охрид се и рестораните: **Белведере** во центарот на градот и ресторанот **Билјанини извори**. И во двата ресторани гастрономската анимација се состои од печење месо на распалени големи скари на кумур на отворено каде гостите имаат можност да си го изберат парчето на месо и да уживаат во глетката и мириост додека истото се приготвува. Покрај гастрономската

анимација, овие два ресторани се познати и по музичката анимација со староградска музика и фолклор која редовно се организира во овие два познати реномирани угостителски објекти

Слика бр.14: Гастрономска анимација во ресторан „Белведере ”



Извор: Сопственост на авторот

Во однос на хотелите кои се на струшката страна од Охридското езеро, како позитивни примери кои во својата понуда ја практикуваат гастрономска анимација се хотел „Дрим” и хотел „Макпетрол”. **Хотел „Дрим”** е сместен на самиот брег од Охридското езеро и реката Црни Дрим, во срцето на градот Струга. Овој хотел располага со 196 стилски уредени соби и 4 апартмани. Без разлика дали станува збор за одмор, семинар, свеченост, менаџментот на хотелот како и вработените во објектот кој се искусни долгогодишни професионалци во оваа област се целосно подготвени и посветени да ги задоволат и излезат во пресрет на сите барања на своите гости со цел да им понудат неповторливо доживување и уживање во престојот. Хотелот располага со ресторански сали, внатре во хотелот и надвор на отворената тераса, банкет сала, ресторанска сала за свадбени свечености, семинарски сали, аперитив бар со голем избор на коктейли и пијалоци како и голема раскошна тераса која работи во рамки на аперитив барот.

Слика бр.15: Новогодишен ручек на плажа - хотел „Дрим”



Извор: <http://www.drim.com.mk/>

Покрај овие капацитети во кои се нуди основната услуга (сместување, храна и пијалок) хотел „Дрим” располага и со опремени капацитети за анимација кои на гостите им нудат активност, забава и разонода за време на нивниот престој. Такви капацитети се: приватна плажа на брегот на Охридското Езеро опремена со удобни лежалки и чадори, надворешниот базен кој нуди уживање во жешките летни денови со одлични коктейли и мирна атмосфера како и различни видови на професионална масажа, а за анимација на најмладите гости - децата, хотелот го нуди „Дримланд”, пространо место со различни играчки. За гостите пак кои сами сакаат да уживаат во градот и околината, хотелот нуди изнајмување на велосипеди. За туристите кои се љубители на спортските

активности, хотелот на располагање ги става спортските капацитети за ракомет, кошарка, тенис, куглана. Во делот на анимацијата хотел „Дрим“ е првиот хотел на охридско - струшката ривиера кој започна со овој вид на услуга уште во 2004 година кога хотелот се трансформира од акционерско друштво во приватна компанија. Визијата на тогашниот генерален менаџер на компанијата Гоце Чакарески кој со своето професионално и долгогодишно искуство во оваа област знаел точно да процени што е потребно за објектот во дадениот момент, била да ја истакне анимацијата како главна понуда по која хотелот ќе се препознава и ќе предничи пред другите. За таа цел, во систематизацијата за работни места оформил работното место: референт за анимации на кое работно место е ангажиран Тошо Чочороски со работна задача да започне со организација и реализација на манифестација: „Инексово Културно Лето“ во чии рамки се организирале концерти, театарски претстави, коктел забави, национални вечери.

На програмата на оваа манифестација настапувале еминентни музички имиња, бендови, театарски куќи, ансамбли, коктел мајстори, врвни готвачи како на пример: Синтезис, Ансамблот „Танец“, Македонскиот народен театар, Битолскиот театар, Фолтин, познати бармени од здружението на бармени на Македонија, познати пејачи и соло артисти. Програмата се изведувала на отворени сцени во рамки на хотелот (базенот, плажата, паркот, бавчата). Хотелот воспоставил и деловна соработка со факултетот за физичка култура во Скопје за изведување на практична работа на студентите во текот на летните месеци по предметот Анимации. Токму затоа со сигурност може да се заклучи дека хотел „Дрим“ е првиот хотел на охридско - струшката ривиера кој ја воведо анимацијата во угостителско - туристичката понуда на професионален и организиран начин.

Слика бр.16: Македонска вечер во хотел „Дрим“ - Струга



Извор: <http://www.drim.com.mk/>

Денес овој хотел е успешен угостителски објект кој во својата понуда ја третира гастрономската анимација на неколку начини. Од анкетата спроведена со хотел менаџерот Ана Јанчева – Дудан се дојде до податоци дека денес во политиката за работа се дава посебно значење на гастрономската анимација и ги издвојуваат следните видови на гастрономска анимација: организирање на национални вечери, фламбурање на јадења, организирање на излет и ручек во природа, спектакли на бармени при подготовка на коктейли, организирање на национални вечери, фламбурање на јадења, организирање на излет и ручек во природа, гастрономски курсеви за гостите, а во најава е и организирање на готвење на гостите со ограничени намирници на јадења од земјите од каде доаѓаат и презентација на нивните гастрономски вештини и типови на храна, односно, организирање на еден вид натпревар кој би имал забавен, едукативен и репрезентативен карактер. Ваквите планови потврдуваат дека сериозни менаџери и компании го препознаваат значењето на гастрономската анимација и истите полека, но сигурно ја воведуваат во своите програми и понуди. Како интересна гастрономска анимација која ја организира овој хотел е и анимацијата која се случува првиот ден од секоја Нова година,

кога на отворено покрај плажата, хотелот за своите гости организира ручек - скара, топла ракија и вино како и забава со оркестар на традиционални инструменти зурли и тапани.

Хотел „Макпетрол“ е лоциран во прекрасен шумски амбиент со извонредно уредено опкружување, позиција и поглед кон Охридското Езеро. Хотелот располага со 46 двокреветни соби и три апартмани. Сите соби се климатизирани, со тоалет, телефон, мини бар, сателитска ТВ и тераса со поглед кон Охридското Езеро. Хотелот работи врз принцип на полупансион (шведска маса). Покрај оваа понуда, за уживање и задоволство, на гостите им стојат на располагање мајсторите на националната и интернационалната кујна со нивните специјалитети во ресторанот со капацитет од 300 седишта, аперитив барот, банкет салата, летната тераса и летниот ресторан со 150 седишта. Хотелот има конгресен центар со сала за семинари и конгресна сала.

Слика бр.17: Хотел „Макпетрол“ - Струга



Извор: <http://hotels.makpetrol.com.mk/>

Од аспект на анимационата понуда, објектот располага со спортски терени (тенис, ракомет, кошарка, мал фудбал, трим патеки) се организираат спортски игри, тренинзи и има можност за ноќно спортување, фитнес центар, сауни и базен за ноќно капење. Во слободното време, хотелот своите гости ги упатува во посета на манастирскиот комплекс во Калишта, пештерската црква во Радожда кој се во непосредна близина на хотелот, како и до кејот на Црни Дрим и атрактивниот струшки пазар. Хотелот е ISO 22000:2005 и HACCP сертифициран. Резултатите од направената анкета со генералниот менаџер Стојан Брчески укажуваат на фактот дека гастрономската анимација е застапена во хотелската понуда. Во хотелот на гостите им се организираат следните гастрономски анимационски содржини: организирање на национални вечери, фламбурање на јадења, организирање на излет и ручек во природа, гастрономски курсеви за гостите. Од понудените гастрономски анимации, гостите најповеќе покажувале интерес за националните вечери и гастрономските курсеви. Од јадењата кои ги готват пред самите гости во одговорите на анкетата е наведено дека тоа се: филе мињон, шатобријани, фламбурано овоштие (компот), фламбурани палачинки, тартар бифтек, риба, зелник и разни продукти од тестенини и др.

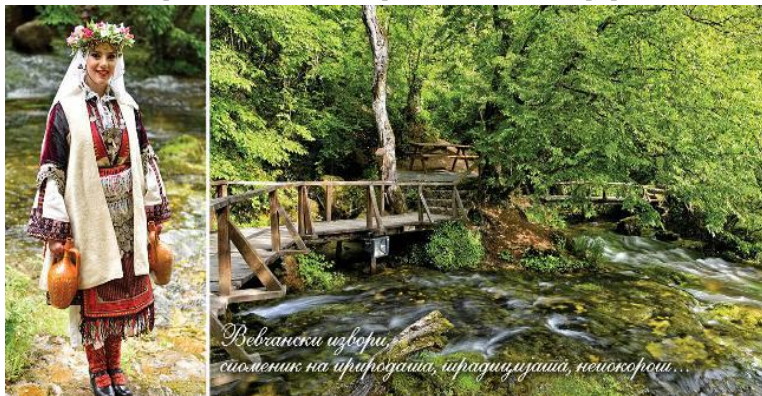
2.2.1.3.2. Гастрономска анимација во рурални места

Во делот на гастрономската анимација во рурални места од југозападниот регион во овој труд ќе биде презентирани понудата од: Вевчани, Елшани, Куратица, Свињишта, Добреноец.

Вевчани. Кога ќе се спомне оваа општина, прва асоцијација за нејзе е непокор, бунтовност, традиција, а во последниве години туризам. Полека но сигурно, Вевчани со текот на времето од излетничко туристичко место, премина во природна етно-гастрономска туристичка дестинација во нашата држава која нуди сместување, храна и анимација за туристите кои од година во година ги има во се поголем број. Вевчани може да се дефинира како воздушна бања, како природна атракција, како гастрономска анимација, како жив музеј на отворено, како еден голем хотел во етно стил каде можат да се сместат околу 150 гости. Гастрономската анимација е

главна одлика за ова место, бидејќи секој турист во било кој ресторан да ручек, каде и да ноќева, која и атракција да ја посети, на крајот впечатокот е општ и се однесува на Вевчани како целина, како еден објект, при што впечаток понатаму преминува во коментар и се однесува на гастрономскиот туризам како силна страна на ова туристичко место.

Слика бр.18: Вевчански извори – Споменик на природата



Извор: <https://vevchani-info.mk/>

Општина Вевчани се наоѓа на само 15 км од Охридското Езеро, сместено е под падините на Јабланица во југозападниот дел на Македонија. Се простира на површина од 35 км², која е претежно ридско - планинска. Вевчани брои 550 постојани домаќинства со околу 2.500 жители и околу 300 викенд куќи. Вевчани изобилува со голем број природни реткости и локалитети. Посебен белег му дава водата која може да се види насекаде, но најдоминантна е во локалитетот Вевчански Извори - споменик на природата. Големо природно богатство се и шумите и живиот свет во нив како и големиот број излетнички места, како: Месноста Голина со глечерското езеро Локва на 2 000 м н. в.; Месноста Мала ливада на која посебен белег ѝ дава студената, бистра изворска вода на н. в. од 1.600 м; Месноста Јанков Камен, најубавото и најпосетеното излетничко место, богато со вода на н. в. од 1.200 м. На ова излетничко место е распространета планинска куќа со можност за сместување и храна, а на располагање на туристите се и неколку скари, маси и клупи кои овозможуваат туристите да подготвуваат храна и да уживаат во природниот амбиент покрај бистрата и чиста изворска вода.

Слика бр.19: „Јанков камен” - излетничко туристичко место



Извор: <http://cac.org.mk/>

Токму ова излетничко место во целост дава можност за гастрономска анимација, а таквата можност почнаа да ја користат и угостителски објекти кои на своите гости им организираат ручек во природа и пред нив го подготвуваат специјалитетот „кашаник”за кој се прави смеса од брашно и вода, се пече под сач и се сервира директно на самите гости. Вевчани е познато и по културното наследство како што е старата архитектура која Вевчанци ја носеле од разни краеве на светот каде што печалбареле, а денес за таа архитектура сведочат неколку куќи кои се заштитени како

културно благо. Вевчани има 19 цркви, манастири и параклиси, а централно место има црквата „Св. Никола“, која е осветена во 1876 година, а во која посебно место завзема иконостасот изработен од познатиот Дичо Зограф со тајфата, како и манастирот „Св. Спас“, кој се наоѓа на надморска висина од 1.310 метри. Еден од позначајните белези по кои Вевчани е најпознато во нашата земја и светот е традиционалниот **Вевчански карневал**, стар колку што е старо и Вевчани - над 1.400 години и се се одржува секоја година на 13 и 14 јануари, Покрај василичарските обреди и обичаи избобилува и со гастрономска анимација - готвење и послужување на традиционални Вевчански јадења по домовите и по рестораните, а виното од домашните бочви и малите приватни винарии е во центарот на вниманието при пречекот на василичарите по улиците и во куќите.

Слика бр.20: Гастрономијата како дел од фолклорот



Извор: <http://kuddrimkol.mk/>

На Вевчанскиот карневал и гастрономската анимација која е придружен елемент на манифестацијата се восхитуваат голем број на туристи од земјава и странство. Покрај оваа манифестација во Вевчани се празнуваат многу верски празници проследени со обреди и обичаи кои му даваат посебна радост и живот на местото. Од таквите верски прослави се издвојуваат прославите за: Спасовден, Гурѓовден, Лазара и празнувањето по повод славата на Вевчани - Преображение Христово.

Во рамките на овој празник во Вевчани се одржува и фестивал на народна култура „Пображење“ во организација на КУД „Дримкол“ од Вевчани кој трае 3 дена на која се презентираат народната култура на нашата држава и на уште многу други странски земји кои преку фолклорни ансамбли, музички групи и вокални солисти на традиционална музика се презентираат пред многубројната публика на отворената летна сцена во центарот на Вевчани. Една од натамошните проектни активности на фестивалот во иднина е воведување на гастрономска анимација преку организирање на саем за традиционална храна во рамки на фестивалот. Покрај овој фестивал, КУД „Дримкол“ од Вевчани е организатор и на живиот обред за празникот Лазара - „Вевчански Лазарки“, впишано духовно културно добро на листата на УНЕСКО, каде преку изведба на стари лазарски песни, 30-тина девојки облечени во традиционална Вевчанска носија ја посетуваат секоја куќа и пејат за здравје и берикет. Ова празнување претставува своевидна туристичка атракција која успешно може да се валоризира во функција на туристичката понуда на Вевчани.

Главни носители на гастрономскиот туризам и гастрономската анимација во Вевчани се следните ресторански објекти: Виа Игнација, Домаќинска куќа, Кутмичевица, Пелвец, Во Извор кој со својот амбиент, ентериер, понуда, стандарди за работа и квалитетна услуга се сериозен двигател на гастрономскиот туризам и вистински репрезент на туристичко Вевчани. Сите овие објекти се со една иста цел, но, со различни концепти во својата работа. Таквата разноликост му дава посебен белег на Вевчанскиот туризам и затоа секогаш Вевчани нуди ново доживување, различно од предходното.

Гастрономската анимација во ресторанот „**Виа Игнација**“ се состои во готвење на вкусно печење под сач, во земјоделските органски производи кои туристот може самиот да ги набере во зеленчуковата градина која се простира во рамки на угостителскиот комплекс, а шетајќи по истата патека во градината, туристите можат да уживаат во зоолошката градина богата со разни птици и животни. Покрај гастрономската анимација, овој репрезентативен објект нуди и анимација за најмладите во големиот зелен детски парк богат со разни дрвени играчки и нишалки.

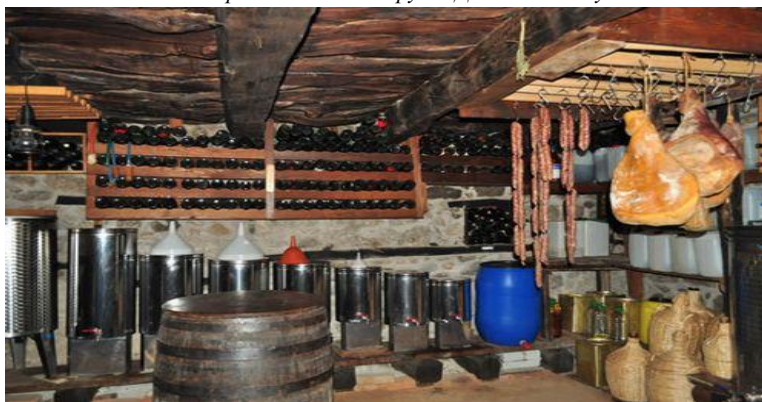
Слика бр.21: Печење под сач - ресторан „Виа Игнација“



Извор: <https://www.facebook.com/ViaIgnatiaVevcani>

Виа Игнација е првиот ресторан на Охридската ривиера кој од министерството за економија е категоризиран со високи четири ѕвездички. Опкружен со бујна вегетација и во спој со традиционалното вевчанско гостопримство и автентичниот природен амбиент го прави овој ресторански комплекс во место кое пленува и привлекува од првиот миг.

Слика бр.22: Вински подрум - Домаќинска куќа



Извор: <http://www.hoteldomacinskakuca.com.mk/>

Ресторанот „**Домаќинска куќа**“ е првиот национален ресторан во Вевчани и регионот изграден во автентичен етно - стил и по европски стандарди. Ресторанот Домаќинска куќа е лоциран на стотина метри од прочуените Вевчански извори. Традиционалниот македонски амбиент ресторанот го први единствен не само во југозападниот регион туку и пошироко. Ресторанот е со капацитет од 150 места распоредени во различни простори на три нивоа и поседува тераса од 110 места. Гастрономската анимација во ресторанот најпрво е застапена во вкусните традиционални вевчански јадења: традиционално вевчанско луканче правено по рецепт на старите вевчанки со добар вкус и добра арома стара 1400 години, вевчанска тава со сува пиперка и вевчанско кромитче подготвена со добро свежо домашно месо, домашната пита, проја, виткалник, кашаник како и домашното лепче од сопствената фурна. Сето ова може да се залие со домашно вино "Вевчанска крв", домашна бела и жолта ракија од сопствената винарија - УНИФРИ каде гастрономската

анимација се доживува на посебен начин дегустирајќи ги вевчанските сирења и домашни сушени меса кои се поставени низ подрумот во дрвени каци и на дрвениот таван. Во сопствената фурна на овој ресторан се печат јагниња, јариња, прасиња, ребра.

Слика бр.23: Подготовка на ајвар - ресторан „Кутмичевица“



Извор: <http://kutmicevica.com.mk/>

Ресторанот „Кутмичевица“ кој се наоѓа во непосредна близина на Вевчанските извори им овозможува на своите посетители да бидат дел од несекојдневната традиција и обичаи, сведоци на неискоренета култура и долговековна автентична архитектура како и уживање на прекрасната панорама на околните планини, села и градови, Охридското езеро па се до врвот Пелистер. Гастрономската анимација во овој ресторан се темели на целосно искористување на предноста на комплетно незагадената и богата земја во околината за одгледување и производство на разновиден органски зеленчук и овошје и подготовка на традиционални македонски јадења, сплотени со локалните вкусови и сервирани на автентичен традиционален начин. Ресторанот располага со голема сала со 70 седишта и надворешна тераса со 30 места. Гастрономската анимација за туристите од ресторанот продолжува и во сопствените лозови насади од кои произведува квалитетно вино и домашна ракија кои им се достапни на вистинските љубители на традиционални пијалоци. Овој ресторан е карактеристичен и по тоа што за групните туристички посети од странство организира и традиционални фолклорни обреди и обичаи во живо со храна и пијалок на Вевчанските извори.

Слика бр.24: „Вевчански кашаник“ - ресторан „Пелвец“



Извор: <https://www.facebook.com/pelvecvevchani>

Ресторан „Пелвец“ се наоѓа во раскошот на вевчанската убавина, распослан во мирот и тишината среде зеленилото од кое започнува Вевчанското поле. Објектот располага со капацитет од 250 места, убава цветна бавча и тераса - видиковец погодни за секојдневни деловни и приватни ручеци како и за секаков тип на веселби и прослави. Објектот е од камена градба и

претставува извонреден спој на вевчанската традиција и современото. Тука туристите уживаат во гастрономската анимација на печење домашен леб во фурна на дрво во дворот на ресторанот, борење свежа салата од бавчата, до вкусна традиционална домашна кујна.

Ресторанот „Во Извор“ е различен од предходните по неговата местоположба, бидејќи се наоѓа на главниот влез во природната атракција-споменикот на природата, надалеку познатите „Вевчански извори“. Иако ресторанот е уреден во малку помодерен стил, сепак местоположбата над самата вода и опкружувањето го врзуваат за традиционалните пејсажни елементи потребни за успешен гастрономски туризам. Гастрономската анимација која ја организира за гостите се состои во речниот рибник во реката која минува покрај ресторанот од кој гостите сами си одбираат и ловат риба, пред нив домаќините ја подготвуваат и сервираат, а туристите чекајќи го главното јадење уживаат мезејќи свежи зелени салати, домашно сирење залиено со вевчанска домашна ракија.

Слика бр.25: Мелење на брашно во Вевчанска воденица



Извор: <https://mms.mk/>

Кога станува збор за гастрономската анимација во Вевчани, покрај во угостителските објекти ја имаме и во единствената **Вевчанска воденица** за мелење брашно каде туристите можат да го видат процесот на мелење, а низ тој процес ги води вевчански воденичар кој детално им ги објаснува фазите од носење пченка во воденицата до заминување со тазе мелено пченкарно брашно. Иако постои два-три века, воденицата се уште е во добра кондиција и одлично работи. Инаку, таа е инвестиција на еден Вевчанец кој наместо да ги вложи парите во дуќан среде Белград ја купил воденицата во Вевчани, бидејќи во тогашно време имало многу приходи од водениците. Воденицата е како фабрика. Меле жито и наплатува уем за тоа. Уемот е компензација за мелењето на житото што му се дава на воденичарот за неговиот труд, односно мелењето на житото. Брашното сомлено во воденица од автохтони сорти на жито е секогаш поквалитетно од било кое брашно од современите мелнички центри.

Елшани се наоѓа во средишниот дел на територијата на општина Охрид на западната падина на планината Галичица чиј атар се издига до сртот на планината каде што се допира со подрачјето на општина Ресен, а на друга страна атарот допира до брегот на Охридското езеро. Од градот Охрид селото е оддалечено 14,4 километри. Селото е распослано на падините на Галичица на височина од околу 900 метри. Околни села се: Пештани на југ и Коњско на север. Мештаните со вода за пиење се снабдувале од селски чешми, а денес има водовод, кој бил направен во 1974 година. Водата доаѓа од изворот Вршек кој извира крај селото. Денес Елшани е туристичка атракција и е неизбежна понуда за екскурзии на странските туристи кои престојуваат во Охрид. Во програмите на туристичките агенции Елшани е прикажано како идилично село со прекрасен поглед на Охридското Езеро и Националниот парк Галичица. Патувањето од Охрид до селото го организираат преку националниот парк Галичица со цел гостите да уживаат во убавините кои ги нуди овој споменик на природата. Елшани е пример за гастрономска анимација во Охридскиот

регион. Гостите во селото посетуваат семејство кое живее во куќа со автентична градба и широк двор уреден во традиционален македонски стил. Ручекот гостите си го подготвуваат заедно со домаќините, а тоа им дава можност на странските туристи да видат и да научат како се подготвуваат типични македонски јадења.

Слика бр.26: Двор во селско домаќинство - Елшани



Извор: <https://www.facebook.com/elshani.mk>

Храната се подготвува на примитивен начин во камени печки. Додека храната готви можно е да се вкусат некои локални специјалитети (храна и пијалок) за мезе и да се ужива во прекрасниот домашен амбиент низ дворот. За да се долови автентичноста на животот во македонските села, оние кои сакаат можат да се облечат во македонска традиционална народна носија. За време на ручекот за гостите обезбеден е и оркестар во живо кој свири стара македонска музика.

Куратица е пример за тоа како едно анонимно село може да стане туристичка атракција. Сместено е 20 км. североисточно од Охрид, на патот кон Ресен, во пазувите на планинскиот масив Мазатар под Плаќенска планина на надморска височина од 1080 м. Овде некогаш живееле 1500 луѓе, а денес само 250. Но, во селото животот никогаш не замрел, до ден денес има училиште, амбуланта, продавница, јавни тоалети, рибник, а последниве години и приватни апартмани за сместување.

Слика бр.27: Јавање магариња и ручек во Куратица



Извор: <https://kuratica.eu/>

Жителите на ова место благодарение на нивни повратници од Швајцарија кои со себе ги донесле и пренесле искуствата од тамошните рурални туристички села ја увиделе благодатта од туризмот и во своето село формирале уникатна понуда со која привлекуваат многу странски и домашни гости. Како дел од понудата е и гастрономска анимација која подразбира посета на селски домаќинства и готвење на храна заедно со домаќините и ручек во домашен амбиент во дворовите на селските

куќи како и спортска анимација и рекреација преку јавање на магариња. Сите магариња кои ги поседуваат жителите се ставени во функција на оваа туристичка атракција. Покрај селските домаќинства, услуга за храна и пијалок во селото нуди и еден етно ресторан каде странците уживаат во охридско ѓомлезе, курајчка манца и свежа салата од „тазе“ набрани плодови во локалната градина. За љубителите на алтернативен адреналински туризам интересни се и „of the gaund“ авантурите, сафари авантурите со дип по планинските терени, а особено е интересно уникатно возење во зима со ратрак до врвот Мазатар и скијање на ски терените. Во Куратица од година во година се зголемува бројот на селски домаќинства кои што работаат во туризмот и се зголемува бројот на објекти даватели на услуги кои што работат во рамките на руралниот туризам. Во ова интересно туристичко атрактивно село најбројни посетители се: Холанѓани, Данци, Руси и Словенци.

Свињишта. При направеното истражување за гастрономска анимација во охридскиот регион, селекцијата за ваљајцата во Свињишта да биде обработена во овој труд не е само заради нејзината автентична содржина, туку многу повеќе да послужи за пример како еден стар традиционален занает може да стане препознатлива гастрономска дестинација каде гастрономската анимација ќе биде додадена вредност на капацитетот и извор за поголем профит и развој на бизнисот. На 22 км. од Охрид на патот кон Битола, на падините на Плаќенска планина од каде една Голема река извира на надморска височина од 1880 метри, а другата на 1070 м.н.в., на само два километри од нејзиниот извор, во атарот на село Свињишта се наоѓа валајцата на семејството Николоски, единствена на овие простори која се уште активно работи. Порано многу се переле јамболи, денес претежно тоа се кебиња, теписи и друга покуќнина. Се „белат“ во природна центрифуга во чиста и студена вода која има константна температура од 8 степени целзиусови. Но, валајцата на Николоски која има неколку вековна традиција и се пренесува од колено на колено, не е привлечна само за намерниците туку последниве години се почесто доаѓаат и туристи да видат еден стар занает во изумирање и да уживаат во недопрената природа и вкусните традиционални јадења кои со голема љубов ги подготвуваат и служат домаќините, фамилијата Николоски.

Слика бр.28: Мезе во Валајца - Свињишта



Извор: <https://www.ohridnews.com/>

Ваквата идеја за создавање на нов туристички производ сопствениците ја добиле од агенцијата „Фибула“ кои понудиле да носат групи на странски гости за да се запознаат со еден мошне стар занает. Покрај посетата на ваљајцата, сопствениците одлучиле да го надоградат својот туристички производ со гастрономска анимација - готвење и служење на ручек и тоа директно пред самите гости, па дури и гостите ги вклучуваат во подготовката на ручекот. На менито за ручек на гостите во ваљајцата им се нуди вкусно подготвена свежа риба или вкусно месо на скара, комат, ѓомлезе, питулици правени под сач, тавче гравче во земјени садови, а за освежување се нуди домашен сок

од вишна, капина, малина или праска. Салатата е од свеж патлиџан, пиперка од дворската градина, а додаток е и овчо сирење. Ручекот се служи на отворен летниковец. Во моментот капацитетот работи со групи до 30 луѓе, заради условите и квалитетот на услугата и поради зачувување на природата. Но, целта на соспствениците е доколку интересот продолжи, тука да изградат мал ресторан со потребната инфраструктура и рибник.

Рамне. Позитивен и успешен пример за гастрономска анимација во Охридско е и селото Рамне, односно селското домаќинство Неданоски. Тие во Пирустија се четиричлено семејство, родителите Наташа и Васко и нивните двата сина, Христијан и Петар. Веќе десет години ја одржуваат семејната стара камена куќа која ја реставрирале зачувувајќи го автентичниот изглед и облагородувајќи го просторот околу неа. Осум години тие се занимаваат со мини сточарство, т.е. за сопствени потреби чуваат и размножуваат животни и птици на нивната мала фарма. Идејата се родила од можноста и потребата за нивните деца да јадат здрава и свежа храна произведена во селски, еколошки услови. Од неодамна како дел од нивните активности е и земјоделството, одгледувајќи зеленчукови насади.

Слика бр.29: Учиме да сучиме со „Пирустија“ во Рамне



Извор: <https://www.facebook-pirustija.com>

Од ваквите активности ова селско домаќинство денес креира успешен туристички гастрономски производ во кој ја вклучува и гастрономската анимација преку подготвување на традиционална храна - конкретно, месени јадења од брашно како што се: пита, преснец, кошмишпите, ѓомлезе и омилениот комат. Спецификата е во тоа што храната се пече под сач (вршник) на пирустија, од каде што доаѓа и името на нивното селско домаќинство. Целиот концепт се состои во тоа да гостите доживеат еден исполнет ден на село, без да се пасивни порачувачи и консументи на храна, туку активно да се вклучат во целиот процес. Гостите ги пречекуваат со домашно слатко од нивните овошни насади и изворска чиста испитана ладна вода. Подготовката на комадот се случува пред очите на посетителите, од сеење на брашното, сечкање на зеленчукот, збирање јајца од кокошарниците, месење на тестото, сучење и на крај процесот на печење. Додека комадот се пече, гостите можат да уживаат во сезонска салата, сирење, ореви и домашна ракија, а со комадот се послужува и домашно кисело млеко. На крај, секако следува домашно приготвен десерт, чаша домашно вино и шоља кафе. Различноста овде е што гостите се опуштени, имаат слобода на движење, ги посетуваат животните во фармата, смеат да ги нахранат или погалат, имаат можност да соберат плодови од бавчата или да се вклучат во некој од процесите на изработка на храната. Во ова селско домаќинство Пирустија денес претежно доаѓаат фамилии со деца на кои повеќе од корисни им се безгрижноста, несекојдневните доживувања како и едукацијата за животот на село.

Добреноец се наоѓа во областа Копачка во јужниот дел на територијата на општина Кичево, од левата страна на реката Треска, а на југоисточните падини на Бистра. Селото е ридско на надморска височина од 710 метри. Од градот Кичево е оддалечено 5 км. Селото е поделено на Горно и Долно Добреноец. Во последниве години ова село станува препознатлива гастрономска дестинација во Кичевијата и привлекува голем број на туристи кои патуваат низ југозападниот регион на нашата држава. Ваквата одлика заслужено му припаѓа, а главен фактор за развој на гастрономскиот туризам се угостителските објекти кои се изградени во оваа област и тоа почнувајќи со „Атва резиденс хотел“ во Долно Добреноец, веднаш погоре ресторанот „Фурна“ и на крај во Горно Добреноец рибниот ресторан „Добреноец“. Овие три ресторани се вистинска туристичка атракција, сите со различна понуда, а во исто време насочени кон привлекување на туристи да уживаат во гастрономската понуда која ја нудат.

„*Atva Kitchen & Bar*“ е концепт ресторан во кој е обрнато внимание и на најситниот детал при конструирањето на неговиот дизајн и принцип на работа. Работи во рамките на Атва Резиденс Хотелот. Во внатрешноста располага со 130 места за седење, ВИП сала со 35 места за седење од затворен тип и летна тераса со дополнителен капацитет од 150 места за седење во летна сезона, позиционирана веднаш до реката која нуди непофторливо доживување. Ресторанот нуди широк избор на храна приготвена од врвните шефови на кујната, задолжени за врвно гастрономско уживање на гостите. Она по што е препознатлив овој ресторан е гастрономската анимација при подготовката на пици, пастрмајлии, разни видови на лепчиња како и многубројни специјалитети од месо и сето тоа приготвено во фурна на дрва која е позиционирана внатре во самиот ресторан и е од отворен тип за гостите да можат да го следат процесот на подготовка на храната и свежа риба во секое време (калифорниска пастрмка, речна пастрмка, цел крап и кременадли од крап) која се чува во засебен базен во склоп на вештачко езерце во рамки на комплексот.

Слика бр.30: Рибник и рибен ресторан „Добреноец“ - Кичево



Извор: <https://www.facebook.com/RibenRestoranDobrenoeц>

Ресторанот „Фурна“ се наоѓа во селото Добреноец на 1000 м. надморска висина, близу до изворот на реката Студенчица. На падините на планината Бистра во средина на богатата флора на брегот и над реката конструиранио е ова прекрасно место за одмор и гастрономска анимација. Спецификата на гастрономијата на овој ресторан се состои во вкусно приготвените специјалитети: печено свинско и јагнешко под сач, пастрмка и пица во фурна како и пријатно изненадување на палетата од многубројни домашни вина. Салатата е органска, свежа набрана од градината зад ресторанот. При анкетното истражување спроведено во општина Кичево како позначајни елементи за овој ресторан ги истакнуваат:

- подготовка на јадења во традиционални садови изработени од глина,
- уживање во недопрената природа и звукот на водата,

- сопствено производство на различен вид алкохолни и безалкохолни пијалоци,
- гостопримливост,
- детско катче.

Рибник и рибен ресторан во Добреноец е сместен во пазувите на Бистра планина на самиот избор на Студенчица. Одгледување и продажба на свежа пастрмка и крап и подготовка на рибни специјалитети се главната гастрономска одлика на овој репрезентативен угостителски објект. Овој ресторан својата понуда ја потпира на следниве елементи: подготовка на крап и речна пастрмка, уживање во недопрената природа и звукот на водата, сопствен рибник, гостопримливост на сопствениците и персоналот, катче за забава за најмладите.

2.2.1.3.3. Гастрономски манифестации

Богојавление - Водици и Денот на рибарите. Богојавление-Водици е најголемата верска манифестација која се одржува во Охрид. Таа е од големо значење за градот од верска и туристичка природа и затоа манифестацијата се прославува на два дела и тоа прво, верскиот дел кој според православните црковни начела го спроведува Дебарско-Кичевската епархија која од рано наутро во црковните храмови служи утрински богослужби во сите храмови, централна архиерејска литургија служи во црквата „Света Богородица - Каменско“, а во 9:45 часот со литија се упатува кон градското пристаниште каде се врши Големиот Богојавленски водосвет и положување на Чесниот и Животворен Крст во водите на Охридското езеро во чест на спасителот и единствен Бог наш Исус Христос кој бил крстен од Свети Јован во реката Јордан. Вториот дел го координира општина Охрид и тој има граѓански и туристички карактер. Имено, граѓаните и многубројните туристи кои престојуваат тие денови во Охрид имаат можност да се забавуваа со културно-забавна програма која ја организира општината и да вкусат традиционални зимски специјалитети, топла ракија и вино кои се служат на штандови поставени по охридската чаршија. Оваа верска манифестација од година во година добива се поголема масовност, а како поддржувачи на истата се сите хотели низ Охрид кои нудат сместување по многу поволни цени. Оваа манифестација е пример како еден голем верски празник може да се стави во функција на туризмот и да придонесе за развој на манифестациско-гастрономскиот туризам во една туристичка дестинација.

Слика бр.31: Спремање на рибна чорба на „Денот на рибарите“



Извор: <https://www.ohridnews.com/>

Оваа манифестација е надополнета со уште еден гастрономски настан следниот ден на 20 Јануари кога се прославува **Денот на рибарите**. Манифестацијата започнува со утринско капење на рибарите и фаќачот на крстот со неговата тајфа во езерските води, а потоа започнува гастрономска анимација за сите присутни - подготовка на еден и пол тон рибна чорба во голем котел кој со

помош на дигалка се поставува на градскиот плоштад. Традиционално, рибната чорба ја готват професори и ученици од средното угостителско училиште Ванчо Питошески. Покрај рибната чорба како главна гастрономска понуда се служи пача, топла ракија и вино. Охрид остана верен на вековната традиција. Околу 5000 порции се служат на присутните гости и туристи на манифестацијата, а дел од подготвената чорба се доставуваат и до социјално ранливите семејства од градот со што оваа гастрономска манифестација добива и хуманитарен карактер.

Огромен број на посетители уживаат во манифестацијата, а особено за надворешните туристи интересни се приказните кои тој ден ги слушаат од повозрасните охридани кои прераскажуваат за старите рибарски обичаи. Денот на рибарите во минатото го означувал крајот на забраната за риболов на охридската пастрмка во езерото после зимскиот мрест. Овие две манифестации: Богојавление - Водици и Денот на рибарите поврзани една со друга имаат за цел да привлечат што поголем број на туристи во зимскиот период во Охрид, а при тоа нудејќи им на туристите гастрономска анимација и уживање.

Фестивалот на виното и сирењето е гастрономска анимација со која општина Охрид како организатор има за цел да ги анимира локалните жители како и да привлече туристи во градот преку овој гастрономски настан. Оваа гастрономска манифестација која е дел од календарот на настани во главниот туристички центар Охрид нуди одлична можност за локалните производители на вино и сирење да ги презентираат своите производи на пазарот. Во основа, овој фестивал претставува своевиден мини саем на кој се презентираат виното и сирењето како дел од традиционалната македонска гастрономија, а се очекува да прерасне и во значаен туристички настан во Охрид.

Слика бр.32: Манифестација „Охридска софра – Ѓомлезијада“



Извор: <https://www.publicitet.mk/>

Охридска софра - Ѓомлезијада е најомилената гастрономска анимација во локални рамки и претставува извонредна можност за промоцијата на гастрономскиот туризам во охридскиот регион како и потсетување на она што значи традиционална македонска софра. Како што е познато, ѓомлезе, ѓомлезец, тури-потпечи или кашаник е македонско традиционално јадење, симбол на кулинарството во Охрид и Струга. Се прави од смеса на брашно и вода, но специфичноста и мајсторијата е во печењето.

Официјалниот почеток на манифестацијата е во 10 часот, но, бидејќи специјалитетот се подготвува неколку часа, веќе од 8 ч. наутро се палат ѓомлезарски огнови, а многубројните натпреварувачи се на својата позиција уште од самиот старт. Со самото доаѓање на местото, посетителите имаат можност да го следат процесот на правење, а потоа да дегустираат од охридското ѓомлезе. Оваа гастрономска анимација ја следи специјална жири комисијата која го дегустира и оценува подготвеното ѓомлезе, а најдобриот го раскажува рецептот за овој специјалитет и добива награда. Покрај натпреварувањето во подготовка на охридското ѓомлезе

секоја година се организираат и дополнителни гастрономски изенандувања за публиката, а едно од поуспешните изенандувања е случувањето во 2019 година кога готвачите од Гастромак приредиле специјално “Cooking Show” во живо пред многубројните посетители. Оваа гастрономска манифестација во организација на градот Охрид има за цел да ги анимира сите љубители на гастрономијата било да се домашни жители или странски туристи кои престојуваат во Охрид.

Костенијада-та е гастрономска манифестација која се организира во општина Македонски Брод чија цел е промоција на овој надалеку познат плод од Поречието кој што е баран не само на македонските пазари, туку и во соседните држави. Во 2019 година манифестацијата се одржа по 12-ти пат и една од најзначајните манифестации за Поречието кои се случуваат во текот на годината. Манифестацијата започнува со изложби на ракотворби и цртежи изработени од костени од страна на најмалите во градинката, учениците од основното училиште „Свети Климент Охридски“ од овој град, учениците од подрачните училишта во селата Манастирец и Самоков, творби на децата со посебни потреби како и учениците од гимназијата „Свети Наум Охридски“.

Слика бр.33: Манифестација „Костенијада“ Македонски брод



Извор: <https://makedonskibrod.mk/>

По завршувањето на изложбата пред платото на домот за култура се формира колона со сите присутни и започнува свечено дефиле од домот, преку реката Треска, до центарот на Македонски Брод каде на градскиот плоштад се одржува централниот дел од прославата и се претставуваат голем број на културно уметнички друштва. Додека присутните уживаат во програмата во воздухот низ градот се шири арома од печен костен, а вниманието кај присутните го привлекува и костеновиот мед кој се дегустира и продава на штандовите во центарот на градот. Истражувањето во оваа општина покажува надеж кај Поречани дека оваа манифестација ќе биде поддржана и од државата за да може уште повеќе да го афирмираат костенот, но и сите производи кои се добиваат од него, а од друга страна гастрономската манифестација Костенијада да стане вистински туристички бренд на општина Македонски Брод.

2.2.2. Гастрономска анимација во Пелагониски регион

2.2.2.1. Краток опис на регионот

Пелагонискиот плански регион се наоѓа во југозападниот дел на РС Македонија. На југ граничи со Република Грција и со Република Албанија на југозапад. Пелагонискиот плански регион ги опфаќа басените на Пелагониската и Преспанската котлина. Името на областа е според Пелагониската котлина која завзема најголем дел од територијата на целиот плански регион.

Слика бр.34: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Пелагонија го зафаќа централно-западниот дел на РСМ. Составена е од Битолското и Прилепското поле во басенот на Црна Река и нејзините притоки и Леринското Поле во Република Грција. Во рамки на овој регион влегуваат општините: Битола, Прилеп, Крушево, Ресен, Демир Хисар, Могила, Новаци, Кривогаштани, Долнени.

2.2.2.2. Туристичка понуда на регионот

Во Пелагонискиот плански регион постои богато културно-историско наследство од различен вид. Посебно се издвојуваат архелоскиот локалитет Хераклеја, градската архитектура на Битола, традиционалната архитектура на Крушево како и бројните цркви, манастири, урбани и рурални споменички целини и др.

Слика бр. 35: Преспанско езеро



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Природното наследство е претставено преку националните паркови, бројните споменици на природата од кои се издвојуваат Преспанското езеро, Маркови кули, неколку природни резервати, пештери.

Разновидноста на културно-историското и природно богатство даваат висок потенцијал за развој на различни видови туризам (езерски, планински, манастриски, авантуристички, селски, итн.). Туристичката понуда на регионот е претставена во следната табела:

Табела бр.7: Туристичка понуда на Пелагониски регион

Туристички потенцијали	Туристичка понуда
Езерски туризам	Езера: Преспанско Езеро, Пелистерски Очи (леднички езера), Вештачко езеро-Крушево, Прилепско езеро, Стрежевско езеро.
Алтернативен - еко туризам	Национални паркови: Пелистер и Галичица; Заштитени подрачја: Маркови Кули, Мечкин Камен, Парк на природата Езерани, остров Голем Град, Градешка Река (Мостот во село Зовик); Локви - Пештери: Рамниште, Самоска Дупка, Лесковечка пештера и Змеова пештера.
Планински туризам	Планини: Баба, Галичица, Нице, Бушова планина, Бигла, Плакенска, Даутица и Илинска планина; Пешачки патеки: патеки кои водат кон манастирите на планината Баба Планина (Маловишта-Сливнички манастир; Грнчари-Дупени; Трново-Маловишта), Патека Брајчино-Големо Езеро; патеките на Галичица и Бушова планина; Пешачка и велосипедска патека „По камењарот“, Патека на Баба Планина за downhill велосипедизам.
Селски туризам	Брајчино, Љубојно, Долно Дупени, Сливница, Претор, Стење, Отешев, Манастир, Дихово, Маловиште, Нижеполе, Слепче, Крани, Магарево.
Верски и Културен туризам	Историски и археолошки локалитети - на територијата на Пелагонискиот плански регион има неколку стотини археолошки локалитети. Најзначајни се: Хераклеја Линкестис - Битола, Маркови Кули - Прилеп, Кале, „Св. Спас“ - с.Зрзе, античкиот град Стибера кај с. Чепигово, Тврдината Пешта во Мариово, Еврејските гробишта во Битола, Голем Град во Ресен. Споменици на културата: Спомен куќа на Стив Наумов - Битола, Спомен куќа на Гоце Делчев - Битола, Градскиот саат - Битола, Могила на Непобедените - Прилеп, Градскиот саат - Прилеп, Спомен дом на Блаже Конески во село Небрегово, Споменик Илинден - Крушево, Споменик Мечкин Камен - Крушево, Споменик Македониум - Крушево, Спомен соба на Мустафа Кемал Ататурк - Битола, Куката на Калеш Анѓа, Леарницата на оружје во Крушево. Цркви и манастири: Црква „Св. Димитрија“ - Битола, Црква „Св. Пантелејмон“ - Битола; Црква „Свето Благовештение“ - Прилеп, Манастирскиот комплекс „Св. Преображение“ - Крушево, Манастирскиот комплекс „Св. Архангел Михаил“ - Прилеп; Манастир „Св. Атанасиј Александриски“ помеѓу Демир Хисар и Крушево, Црква „Св. Ѓорѓи“ во с. Курбиново - Ресен, Манастирски комплекс „Св. Богоридица“ во с. Сливница - Ресен, Манастир Трескавец - Прилеп, Манастир „Св. Јован Претеча“ во с.Слепче - Демир Хисар, Црква „Св. Ана“ во с. Маловишта - Битола, Црква „Св. Петка“ во с. Маловишта - Битола, Црква „Св. Петка“ во Брајчино - Ресен, Манастир „Преображение“ во с. Зрзе - Прилеп, Црква „Св. Димитриј“ во с. Магарево - Битола, Црква „Св. Никола“ - Крушево. Џамии: Исак Џамија, Јени џамија, Ајдар-кади џамија (Битола), Чарши-џамија (Прилеп), Хаџирамаданова Џамија (Ресен). Културни институции: Центар на култура Битола, НУ Завод за заштита на спомениците на културата и музеј - Битола; Завод за заштита на спомениците на културата и музеј - Прилеп; Центар на култура „Марко Цепенков“ -

	<p>Прилеп; Центар за современа ликовна уметност од Прилеп; Институт за Старословенска култура - Прилеп; Библиотека „Борка Талески“ - Прилеп; Дом на култура „Наум Наумовски Борче“ - Крушево; Меморијален музеј - Смилево, Етнологски музеј на Јоне Ефтимовски - Подмочани, Приватна Библиотека АЛБИ - Бабино, Национална установа Универзитетска Библиотека Св. Климент Охридски - Битола, Спомен куќа на Тодор Проевски - Крушево; Дом на култура „Драги Тозија“ - Ресен; Дом на култура „Илинден“ - Демир Хисар; Меѓународен центар за уметност и одржлив развој „Арт Поинт - Гумно“, Галерија „Магаза“; Уметничка галерија „Никола Мартиноски“ – Крушево; Театри: Народен театар - Битола и Народен театар „Војдан Чернодрински“ - Прилеп.</p> <p>Фестивали и настани: Интернационален фестивал на филмска камера „Браќа Манаки“ - Битола; Фестивал на народни игри и песни „Илинденски денови“ - Битола; Интерфест - Битола, Фестивал на Монодрама - Битола, Фестивал на музика на светот – Битола, Битола - отворен град, Мал Битолски Монмартер, Интернационален детски музички фестивал „Свездички“- Прилеп, Фестивал за народни песни и инструменти „Пеце Атанасоски“ - Прилеп, Интернационален театарски фестивал „Актерот на Европа“ - Ресен, „Крушево - Етно град“; Фестивал „Бит-Фест“ - Битола, Манифестација со франкофонска традиција „Солстис“ - Битола; Театарски фестивал „Војдан Чернодрински“ - Прилеп, Интернационален детски музички фестивал „Тра - ла - ла“ - Битола.</p>
Спортски туризам	Солиден капацитет на спортски терени за индивидуални и екипни спортови. Регионот располага и со понуда за екстремни спортови: две обележани параглајдинг локации, болдеринг локација во Прилеп, патеки за планински и друмски велосипедизам, мото - крос стаза, ски центри: Копанки и Ниже Поле (Баба Планина), Суво Поле (Галичица) и Станич (Крушево)
Конференциски туризам	Солидна понуда за организација на семинари, конференции и деловни презентации во Прилеп, Битола Ресен и Крушево во рамки на угостителските хотелски капацитети кој се наведени во следната табела подолу.
Ловен туризам	49 ловишта од кои 17 за крупен дивеч и 32 за ситен дивеч
Риболовен туризам	Реки: Шемница, Црна Река и Градешка Река, Вештачко езеро Крушево, Преспанско Езеро, Прилепско езеро, Стрежевско езеро
Гастрономско - манифестациски туризам	Манифестација „Преспански јаболкобер“ - Ресен, Прилепски карневал Прочка, Пиво фест - Прилеп.

Извор: <https://pelagonijaregion.mk>

Од табелата може да се види дека во Пелагонискиот плански регион постои богата и разновидна туристички понуда за развој на различни видови на туризам, а посебно значење има авантуристичкиот туризам. Според Светската Асоцијација за авантуристички туризам, авантуристичкиот туризам се дефинира како патување кое вклучува барем две од следните три активности: интеракција со животната средина, интеракција и спознавање на локалната култура или физичка активност. Од голема важност за развој на туризмот е регионот да располага со угостителско-туристички капацитети. Во следната табела е наведена понудата на хотели, туристички агенции и ресторани кои се носители на туристичката и угостителската дејност и организатори и на туристичката анимација

Табела бр.8: Угостителско - туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Ресен: Диор, Ројал Л, Лејк Вју; Битола: Театар, Капри, Молика, Премиер, Милениум, Епинал, Широк Сокак, Шатор, Винарска Визба Лозар, Шумски Фенери, Корзо, Бела Куќа, Кеопс.
Туристички агенции	Ресен: Пеликан, Пеликан Сервис, Македонија Турс 2011; Битола: Орбита, Маракана-Даја, ЈК Травел, Караџа Турс, Милениум Травел, Виа Игнација, ТеоТравел, АнаТурс Интернационал, Ариес, Балојани Туристички Сервис, Бела Роза 2, Турист, Палас, Исидор Турс, Кри Турс, Тим Травел, ЈК Травел, Дама Травел, Глобус Травел Сервис, Диме-Турс, Миг Травел, Делфин Шуле, Палас, Театар, Тим Травел, Туристички Услуги Балојани, Балојани ДМЦ, Глобус Клуб, Миг Травел, Туринг Македонија, Готи Травел, С-Травел, Боби-Турс, Тоуринг Македонија; Прилеп: Лион Олимпик, Инфо Турс, Пелагонија Турс, Брацо, Мак Агент, Бран, Царев Даб, Виаџо, Ех Травел, Биби Травел, Аква Травел, Крис-Адел, Орбита, Хорошо, Одисеја Травел, Бран Турс, Алоха, Баварија Травел, Балканфан-Прилеп, Кобакабана Травел Груп, Алоха Травел, Мак Травел, Пелагонија Травел Прилеп; Крушево: Т.А. Вебглајдерс.
Ресторани	Ресен: Две лири, Вито, Рајска градина, Класик; Битола: Вавилон, Грне, Кус Кус, Пица Буре, Ланч Бар Манаки, Вино Бар Буре, Аурум Кичен Бар, Вила Молика, Градска кафана, Корзо, Премиер; Демир Хисар: Чичко Таљо, Стара Куќа, Европа, Златна 7-ка, Вила Горна Куќа, Бабино; Прилеп: Македонска куќа, Лав, Кермес, Лаки, Империјал, Пајтон, Центар, Ај по една, Лидер, Две Лири, Рустика; Крушево: Крушевска одаја, Шапе, Рома, Етно, Либра, Андора; Кривогаштани: Бунарче, Деспина, Делфин, Дел Монте.
Препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Преспанско јабилко, Сушени преспански белвици - циронки, Битолски питулици, Битолско сирење во фурна, Битолско млеко, Битолско пиво, Прилепски ширден, Јанија на прилепски начин, Чикето, Полнет јагнешки ширден, Пиво-Злаген даб, Газоза, Крушевски колбас, Крушевска пита, Влашки крушевски тиганици, Крушевски локум и целувки.

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија.

2.2.2.3. Гастрономска анимација во главните регионални туристички дестинации

Главните карактеристики на туристичкиот производ на Пелагонија се чиста животна средина, урбани средини со милениумска историја, активни села, богато културно наследство, културни и спортски настани и секако автентична гастрономија. Во овој регион главни туристички дестинации се градовите: Битола, Прилеп, Крушево, Ресен со нивните околии и автентични рурални места, микро-регионот Преспа со Преспанското Езеро и Националните Паркови Пелистер и Галичица.

Битола е најголемиот градски центар во плодната и најголемата македонска котлина Пелагонија и втор град по големина во Македонија. Градот Битола се наоѓа во крајниот југозападен дел на

нашата држава, во подножјето на планината Баба со врвот Пелистер (2601 м) непосредно до грчката граница.

Слика бр.36: Пелагониска софра - изложба



Извор: <http://www.mkd.mk/>

Градот Битола е седиште на општина Битола и главен регионален центар за југозападниот регион на нашата земја, универзитетски центар со сите постоечки факултети, град со 13 конзуларни претставништва, музеј, народен театар, бројни културни манифестации итн. Битола последниве години сериозно се фокусира во развојот на туризмот. Како силни страни за развој на туризмот во општина Битола се идентификувани: атрактивното културно и природно наследство, многубројните културни манифестации кои имаат долгогодишно искуство, препознатливите туристички атракции, близината со другите туристички дестинации и поврзување со Охрид и Солун, поволните климатски услови, конкурентноста со ниски цени, стабилните меѓуетнички односи, гостопримството и љубезноста на локалното население, квалитетна промоција, присуство на студенти, обезбедени маркици за изградба на нови објекти во функција на туризмот, квалитетни угостителски објекти за сместување (хотели, приватни вили, апартмани), ресторани, кафе барови, пицерији, кебапчилници, кафани, слаткари, објекти за брза храна. Гастрономска анимација како дел од туристичката понуда на Битола од направените истражувањата најповеќе е забележана во хотел „Епинал“, хотел „Молика“, во хотел „Шумски фенери“ како и во рестораните: Грне, Вино Бар, Чифлик и Корзо.

Слика бр.37: Свински медаљони - ресторан на хотел „Епинал“



Извор: <https://hotelepinal.com/>

Хотел „Епинал“ кој се наоѓа во центарот на Битола и во срцето на Широк сокак, во својата градска кафеана нуди широк избор на сезонски специјалитети, на морска храна, современи и македонски специјалитети со висок квалитет и внимателно одбран вина. Лицето одговорно за креативното мени е еден од најпознатите македонски готвачи Александар Видоевски кој во хотел

“Епинал“ во Битола заедно со неговиот тим, подготвуваат традиционални специјалитети од регионот збогатени со најновите трендови во кулинарството, а во текот на месецот организира и отворена кујна за своите гости каде тимот на готвачи приредува гастрономско шоу со готвење на храна пред гостите кои уживаат во гастрономската анимација во организација на овој реномиран хотел.

Хотел „Молика“ се наоѓа на Баба планина во Националниот парк Пелистер. Ведрата насмевка и традиционалната гостопримливост на сите вработени во комбинација со недопрената природна убавина со раскошот на бои и мириси и можноста за прошетки по многубројните пешачки патеки, видиковци, велосипедски тури, етно посети, ручек и излет во природа, еко екскурзии и алпинистички рути го исполнуваат чувството на секој посетител дека се наоѓа на вистинско место каде што може да доживее активен одмор во природа. Организирање на излети и ручек во природа, национални македонски вечери, готвење на храна заедно со гостите надвор на отворено се гастрономски анимации што ги организира овој хотел за своите гости и секако, анимации кои го издвојуваат од останатите хотели во Битола.

Слика бр.38: Презентација на македонски специјалитети - хотел „Молика“



Извор: <https://www.hotelmolika.com.mk/>

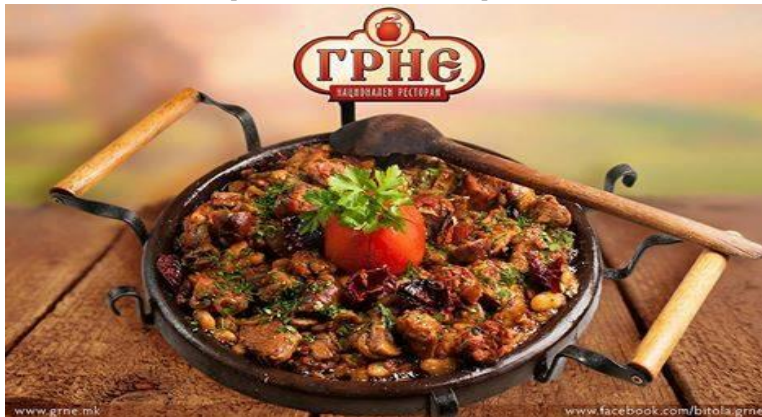
Хотел „Шумски фенери“ е мал фамилијарен семеен хотел кој се наоѓа на 900 метри надморска височина во шума во подножјето на Националниот парк Пелистер. Гастрономската анимација во овој хотел ја приредуваат самите сопственици преку подготовка и служење домашен појадок со планински мед, домашен мармалад и голем омлет пред самите гости, до вечерта кога за гостите приредуваат уживање на летната тераса со организирање на тематски вечери на национална и интернационална кујна како и послужување на храна и пијалок покрај големиот камин во текот на зимата.

Националниот ресторан „Грне“ е сместен во срцето на Битола и претставува постојано свратилиште на туристичките групи од Холандија, Полска, Франција, Италија кои преку туристички агенции доаѓаат на едnodневна посета во Битола. „Грне“ успева да го задоволи нивниот префинет вкус преку традиционалните јадења од кои се издвојуваат специјалитетите под сач, а уште повеќе успева да ги анимира и восхити гостите со начинот на сервирање и послужување во земјени, дрвени и чингени садови. Амбиентот секогаш е надополнет со музичка анимација на македонски староградски бендови.

За сите хедонисти и оние кои што сакаат да пробаат нешто различно и уникатно, **Вино Бар Буре** е местото каде гостите можат да почувствуваат една поинаква гастрономска анимација која ја сочинуваат: широк спектар на висококвалитетни вина и храна типична за ова поднебје,

уникатност, автентичност и воодушевувачки амбиент како и начинот на послужување во сите дополнителни единици на објектот: филмското катче, музичкото катче, чајдилницата и дубокс катчето. Интересна и единствена гастрономска анимација каде умешно се споени виното и храната во автентичен амбиент опколен со лозови насади нуди **Винаријата Чифлик**.

Слика бр.39: Селска тава во „Грне“- Битола



Извор: <http://www.grne.mk/>

Винаријата Чифлик е семејна винарија лоцирана западно од градот Битола, во пазувите на планината Баба на живописно подрачје под селото Брусник. Винаријата е специјализирана за современо производство на вина, со мешање на традиционалните рецепти кои се чуваат и негуваат во семејството повеќе од 100 години по нови најсовремени пристапи за вино со цел да се добијат најкусните ароми на виното. Винарска визба гастрономските анимации ги организира во винскиот ресторан со прекрасни тераси и градини каде што гостите можат да уживаат во извонредни кулинарски рецепти на специјалитетите подготвени под сач во комбинација со високо квалитетно вино како и во винскиот подрум и во производствениот објект кој располага со просторија за дегустација повеќе наменета за приватно уживање. Винаријата располага и со 12 современи и луксузно опремени соби.

Слика бр.40: Дегустација на вино во Винарија „Чифлик“- Битола



Извор: <https://vinotika.mk/>

Прилеп е лоциран во централниот дел на јужното подрачје на Македонија, на северниот дел на најголемата житница во државата Пелагонија и опфаќа вкупна површина од 1.195 km² што според површината е најголема општина во нашата земја. Општината вклучува вкупно 59 населени места - градот Прилеп и 58 села. Во однос на бројот на жители општината се наоѓа на петтото место од вкупно 84 општини. Општината опфаќа и дел од висорамнината Мариово која во мал дел граничи со Р. Грција. Општина Прилеп се наоѓа на надморска височина од 620 до 680 м на повисоките

делови, а највисоките планини во општината се до висина од 1.500 м. Прилеп е на околу 50 км оддалеченост од јужната граница на Македонија (со Грција). Низ градот поминува железница која ги поврзува Битола, Велес, Прилеп и Скопје, а преку Скопје го поврзува градот со другите земји. Градот под Марковите Кули со својата местоположба во плодната пелагониска рамнина, богатите планини со шуми и руди, сообраќајните крстосници и умерено - континенталната клима, со производство на жито, афион, тутун и со наоѓалишта на првокласни мермери, антимон, арсен, рубини, лигнит и др. отсекогаш имал големо значење за нашата држава.

Слика бр.41: Прилепски ширден - гастрономски бренд на регионот



Извор: <http://hranaivino.tv/>

Денес, Прилеп е модерен административен, економски, општествено политички и културен центар кој чекори кон европска иднина и располага со голем потенцијал за развој на туризам. Богатото културно историско наследство, природните убавини и големиот број на манифестации го прават градот Прилеп атрактивна туристичка дестинација. Како резултат на зголемените напори на сите чинители за развој на туризмот во општината во последните години е забележан зголемен интерес за туристите од земјата и странство. Во делот на проблемот кој се истражува во овој научен труд Прилеп може да се пофали со една од позначајните гастрономски анимации во нашата држава, а тоа е „Пиво фест“.

Слика бр.42: Манифестација „Пиво фест“ - Прилеп



Извор: <http://pivofestival.mk/>

„Пивофест“ е туристичка манифестација со 17 годишна традиција во Прилеп. Оваа ревија на врвни пива и специјалитети на скара дополнета со фонот на избрани музички брендови на Балканот е туристичка гастрономска атракција која анимира и предизвикува интерес кај голем број на луѓе, љубителите на овој тип забави не само од Македонија туку и пошироко на Балканот. Последните неколку години почетокот на фестивалот коинцидира со верскиот празник

„Петровден“, а манифестацијата трае 4 дена. Оваа гастрономска анимација има извонредна посетеност. Манифестацијата се одржува во центарот на градот така што сообраќајот во овој период се пренасочува по другите поголеми сообраќајници со цел да се обезбеди безбедна пешачка зона. За безбедноста на храната, хигиената, јавниот ред и мир, примената на сите современи стандарди за организација на ваква забава се задолжени сите јавни претпријатија и други надлежни институции од градот. Поради масовната посетеност за време на фестивалот секогаш се исполнети сите сместувачки капацитети, така што неколку дена пред оваа забава се бара соба повеќе.

Од фестивалот на пивото и скарата свој бенефит има прилепската чаршија и целиот град, воопшто. „Пиво фест“ во Прилеп ги нуди најпознатите специјалите на скара кои ги подготвуваат врвни мајстори истакнувајќи го своето мајсторство пред посетителите, а шанкерите точат ладно пиво од поставените шанкови кои се уредени во разни стилови со цел да го задржат вниманието на посетителите. Оваа гастрономска анимација дава голем допринос во бреднирањето на Прилеп како гастрономска туристичка дестинација. Покрај на Пиво-фестот, гастрономската анимација е застапена и во понудите на неколку ресторани и кебапчилници во старата Прилепска чаршија, а како позитивен пример се издвојува ресторанот Македонска куќа.

Националниот ресторан „Македонска куќа“ во Прилеп е повеќе пати прогласуван за најдобар ресторан во Македонија. Со капацитет од 700 седишта „Македонска куќа“ во Прилеп е гурманска дестинација и туристичка атракција која со години ги обединува македонците од светот во срцето на Македонија.

Слика бр.43: „Македонска куќа“ - музеј на традиционалната гастрономија



Извор: <https://www.makedonskakuka.com/>

Покрај во овој голем национален ресторански бренд за угостителство во Прилеп и Македонија, **гостилницата „Пајтон“** во Прилеп е пример дека и малите угостителски објекти можат да организираат гастрономска анимација која може успешно да привлекува клиенти од локалното население како и надворешни туристи кои дошле во Прилеп. Гастрономската анимација во оваа гостилница се состои во печење на пилиња во големи печењари кои се поставени на предната страна од објектот каде гостите можат да го гледаат процесот на печење и сами да си изберат печено пиле по нивна желба, потоа во свинско печење кое се сече и сервира пред гостинот по негов избор, како и во готвените чорби и јадења меѓу кои и прилепскиот специјалитет „Ширден“ кој се сервираат пред самиот гостин.

Крушево се простира на југозападниот дел од Македонија. Во рамките на општината, градот Крушево има централна местоположба и претставува административен, економски и културен

центар. Тој се наоѓа на надморска височина од 1.250 м. со што претставува град со највисока надморска височина на Балканот.

Слика бр.44: Крушево - Етно град



Извор: <http://krusevo.gov.mk/>

Општината се карактеризира со добра инфраструктура која ги поврзува населените места, развиена мрежа на услужни дејности (болница, пошта, јавни услуги), постоење на добри сместувачки капацитети и хотел со 4 ѕвезди. Во општината со векови во хармонија живеат неколку различни етникуми кои создаваат диверзитет на култури и богата култура изразена преку специфична староградска архитектура, специфични обичаи, уникатни ракотворби и храна.

Слика бр.45: Крушевски локум и целувки - гастрономски бренд на регионот



Извор: Извор: <http://krusevo.gov.mk/>

Општината негува гостопримливост и туристички дух меѓу жителите кој до израз доаѓа во периодот на одржување на манифестациите: 10 дена Крушевска Република, Крушево-Етно град, а во последните неколку години како позначајни активности и настани кои се случуваат во градот се и светскиот куп во параглајдерство и етно самот. Крушево има и релативно долгата традиција во зимскиот туризам и зимските спортови. Гастрономската анимација во овој македонски зимски туристички центар е застапена во хотелите, рестораните, а како организатор на гастрономска анимација во овој град се јавува и средното училиште. Гастрономската анимација во хотелите најповеќе е застапена во понудата на **хотел „Панорама“**.

Овој реномиран угостителски објект гастрономската анимација ја организира во ресторанот „Алто“ каде гостите во отворената фурна можат да гледаат како се прави пица, лебчиња и

крушевски пити, потоа организира припрема на крушевски колбаси пред самите гости и печење на скара во рамки на хотелот, но и надвор, во ресторанот во месноста Станич за нивните гости во зима и лето организираат гастрономски анимации на отворено. Гастрономската анимација во организација на крушевските рестораните е силна страна во туристичката понуда.

Слика бр.46: Специјалитет „Крушевска сабја“



Извор: <https://www.facebook.com/najdobrotoodkrushevo>

Ресторан „Шане“ кој е познат ресторан за најдобрата крушевска скара и домашно правени крушевски колбаси организира гастрономска анимација - скара пред самите гости и нивна дегустација во месноста Станич на отворено. **Ресторан „Скар“** нуди гастрономска анимација со подготовката на најубавите крушевски пити и кукурузи со сос по што е препознатлив во градот. **Гостилниците „Марчело“ и „Кај Мака“** нудат гастрономска анимација - подготовка на најубавите кебапчиња кои се продаваат на самата улица сервирани во домашно лебче со буковец и со сол. **Ресторан „Крушевска одаја“** нуди гастрономска анимација - подготовка на Крушевска сабја на самата маса пред гостите, а околу сабјата се сервираат убави вкусни макала, питулици со лук и печени суви пиперки.

Слика бр.47: Гастрономска манифестација „Taste Krushevo“



Извор: <https://www.facebook.com/TasteKrushevo>

Во Крушево интересна гастрономска анимација организира и одморалиштето **„Бегова корија - Шула Мина“** кој се наоѓа во почетокот на Беговата корија преку организирање на забави за учениците и гостите во лето и зима во самиот двор (дворот е опколен со шума и со треви) каде се пали голем оган и самите ученици и гости си прават скара. Исто така во летниот период гостите на овој објект собираат шумски плодови од кои подготвуваат кремове, компоти, џемови дегустирајќи ги за време на нивниот престој. Друга интересна гастрономска анимација во Крушево е **фестивалот на храна и култура „Taste Krushevo“** во организација на СОУ „Наум Наумовски - Борче“ кој е поддржан од центарот за средно стручно образование во РС Македонија, АППТРМ и

Локалната самоуправа на општина Крушево, а како соработници и поддржувачи на оваа гастрономска манифестација и анимација се: локалниот младински совет на општина Крушево, When in Krusevo и Викенд во Крушево.

Слика бр.48: Преспански Јаболкобер 2019



Извор: <https://prespainfo.com/>

Ресен е главниот град на Преспанскиот регион кој е сместен во Преспанската котлина на Балканскиот Полуостров на тремеѓето помеѓу Македонија, Албанија и Грција. Оваа област се смета за еколошки ентитет од глобално значење бидејќи тука може да се сретнат разновидни биотопи - езера, планина и шуми кои имаат единствени, уникатни карактеристики. Езерата Мала Преспа и Голема Преспа се меѓу најстарите езера во Европа и затоа во нив може да се најдат голем број на ендемски видови. Регионот се смета за значаен резервоар на биодиверзитетот и природната продукција.

Во Преспанската котлина се наоѓаат двете езера Малото и Големото Преспанско Езеро, а карактеристичен претставник на авифауната во Преспанското Езеро е Пеликанот (*Pelecanus crispus*). Пеликанот е една од најкрупните птици кои егзистираат на вода, главно во потоплите краишта, а кај нас го има единствено на двете Преспански Езера. Единствената колонија на Големиот Бел пеликан (*Pelecanus onocrotalus*) во Европската Унија се наоѓа во Преспа. Природна реткост претставува островот Голем Град кој се наоѓа во Големото Преспанско Езеро и зафаќа површина од 1 км². Островот е обраснат е со бујна шумска вегетација со најголема застапеност на флората која е ендемичен вид. На островот постоеле 7 цркви од кои сочувана е само пештерската црква Св. Петар. Островот е археолошки локалитет со остатоци од живеалишта, цркви и некрополи од Римската епоха и средновековието, богат резерват на ендемични растенија и како природна реткост заштитет со Закон и изолиран хабитат со минимално влијание од страна на човекот. Влегува во рамките на Националниот Парк Галичица.

Земјоделското земјиште претставува ресурс не само за егзистенција на населението од преспанскиот регион кое во најголем дел се занимава со овоштарство и тоа со одгледување на јаболка, туку и основа за започнување на специфични видови туризам. Од направените истражувања се дојде до податоци дека гастрономската анимација не е застапена во угостителските објекти во градот, ниту во објектите на Преспанското крајбрежје, но, затоа пак овој град може да се пофали со гастрономската анимација која се организира од страна на селските домаќинства и угостителски објекти во ресенските села, а како позитивен пример од ова се селата: Брајчино и Љубојно. Единствена гастрономска анимација во градот е гастрономската манифестација „Преспански јаболкобер“ со која се слави преспанското јаболко кога и

официјално започнува неговата берба. Преспански јаболкобер е манифестација која во себе носи мултиревијален, културно-уметнички, саемски, забавен и спортски карактер.

2.2.2.4. Гастрономска анимација во рурални места

Пелагонискиот регион има голем број на активни села со туристичка понуда: Брајчино, Љубојно, Долно Дупени, Сливница, Претор, Стење, Отешево, Дихово, Маловиште, Нижеполе, Слепче, Крани, Магарево, Старавина. Гостите во овие села можат да уживаат во прошетки по недопрена природа, автентична храна, собирање на плодови, да испробаат техники на производство градинарски, млечни производи и мед, а во крајбрежните села во текот на пролетните и летните месеци да уживаат во одлично уредени плажи и да се бањаат во водите на Преспанско Езеро. Иако сите села од овој регион кој имаат предзнак на туристички места на свој начин нудат гастрономски туристички производ со вклучена гастрономска анимација, како успешни позитивни примери се селата: Брајчино, Љубојно, Дихово, Ниже Поле.

Слика бр.49: Ручек за туристи во селско домаќинство во Брајчино



Извор: <http://www.istracijamakedonija.com.mk/>

Брајчино е едно од најубавите села во Преспанскиот регион. Се наоѓа на Балган Планина. Оддалечено е само 15 минути од Преспанско Езеро, а сместено е во подножјето на планината Баба, во непосредна близина на националниот парк Пелистер. Затскриено во пазувите на Баба, освежено од пелистерскиот воздух од една страна и заплиснато од преспанското сонце од друга страна, со автентична архитектура и љубезни домаќини (оние што останале бидејќи повеќето од нив се печалбари во прекуокеанските земји), ова место и по својата местоположба и по убавините што ги нуди е уникатно по многу особености. Истражувајќи за пелагонискиот регион и за селото Брајчино се поставува прашањето: Што е Брајчино од кое прашање произлегуваат неколку те дилеми за тоа дали е село или туристички комплекс, дали е излетничко место, туристичка дестинација или е гастрономска анимација...Со оглед дека гастрономијата и селските домаќинства кои даваат угостителска услуга се основа врз која се надоградуваат и другите фактори (природна убавина, автентични градби) со право може да заклучиме дека Брајчино е успешен пример во пелагонискиот регион каде се организира гастрономската анимација.

Ваквиот заклучок дополнително се потврдува со фактот дека токму иницијативата за развој на туризмот започнала со одлука на неколку жители од ова село во нивните домаќинства да почнат да подготвуваат храна, да послужуваат во дворовите, да одгледуваат градинарски производи во бавчите, односно да пречекуваат и анимираат туристи од земјава и странство, со искрено гостопримство на традиционален македонски начин. Во моментот, десетина домаќини на куќи издаваат соби во Брајчино, а старите куќи постојано се обновуваат, бидејќи постојано се зголемува бројот на туристи што сакаат да престојуваат. Туристичките агенции поинтензивно го нудат Брајчино во своите програми на домашни и странски туристи. Сите потпелистерски села ги имаат

основните услови потребни за почеток на селски туризам, но, Брајчино со иницијатива, упорност и здружување на населението во единственото здружение за одржлив развој „Брајчино” уште од 2003 година започна со иницијатива за развој на еко-туризмот и со активностите на проект за зачувување на планината Пелистер.

Слика бр.50: Туристички посети во Брајчино



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Уште на почетокот членовите на ова здружение си ги поставија своите цели: развој на еко-туризмот, заштита на животната средина, одржливо користење на природните ресурси. Дваесетина луѓе поминале низ обука за стратешко планирање, раководење со проектен циклус, обука за калкулација на цени за храна и сместување, обука за водичи, курсеви за англиски јазик и компјутери. Денес Брајчино може да се пофали со:

- специфична автентична понуда на сместување во селски домаќинста уредени по угостителски стандарди или сместување во манастирот Св.Петка;
- угостителски услуги - традиционални јадења кои ги нудат селските домаќинства и ги подготвуваат пред самите гости и ги служат во своите убаво уредени дворови, како и јадење кое се нуди и во манастирот Св.Петка;
- 5 обучени водичи за патеките околу Брајчино и до Големо Езеро;
- поставени информативни табели и патокази во разни бои, секоја боја со свое значење;
- организирано собирање на отпад;
- промоција и информации (флаери и брошури, книга со стории за Брајчино, медиумски промоции, мапа за патеките околу Брајчино и до Големо Езеро).

Селскиот туризам што се развива во ова село остава задоволството на лицата на домаќините, горди на она што досега успеале да го направат за развојот на гастрономскиот туризмот, а со уште поголемо задоволство и насмевка си заминуваат сите што ќе го посетат Брајчино кое преку фамилиите: Диневски, Шуковски, Костовски, Темелковски и најстарата Николина која уште во 80-тите години прва започнала со оваа идеја за селски туризам нудејќи им ги на гостите своите специјалитети, мазник и кисело млеко, успеа да создаде голема приказна, силна туристичка понуда и специфична гастрономска анимација не само за домашни туку многу повеќе за странски туристи. Брајчино е пример како едно село може да прерасне во гастрономска атракција со која државата може да анимира странските туристи, дипломати, конзуларни претставништва.

Љубојно е уште една успешна гастрономска приказна во пелагонискиот регион. Таа е продолжение на понудата од Брајчино или пак Брајчино е продолжение на Љубојно, сеедно,

географската блискост на само 2 км. едно од друго ги поврзува, а уште повеќе ги поврзува туризмот кој заедно го развиваат натпреварувајќи се едно со друго, а победник се секогаш и двете преспански села кои се користат како успешни студии на случај за развој на селскиот туризам од страна на други општини во нашата држава.

Слика бр.51: Реставрирани стари куќи - сместувачки објекти во Љубојно



Извор: <http://makedonskosonce.com/>

Љубојно се наоѓа на крајниот југозапад на РС Македонија, село со исклучително поволна географска положба. Се наоѓа во Општина Ресен, во областа Долна Преспа, на надморска височина од 920 метри во пазувите на гордата планина Баба и 3 км оддалечено од Преспанското Езеро. Најблиски градови се: Ресен и Битола, на 28 и 50 километри. Низ атарот на селото тече водоносната, брза и бистра Брајчинска Река. Штрбово, Брајчино, Долно Дупени и Наколец се селата со кои се граничи. Целиот овој предел е под влијание на континентална, медитеранска - поради близината на Егејско и Јадранско Море и алпска клима - поради близината на планинскиот масив на планината Баба. Љубојно е старо христијанско село.

Најрано се споменува во втората грамота на царот Душан од 1337 година кога тој ја подарил селската црква Свети Никола на манастирот Трескавец. Љубојно повторно се спомнува и во еден запис на Сливничкиот манастир од 1607 година како поголема македонска населба. За време на владеењето на Турците селото било речиси комплетно изгорено. Силните миграциски движења особено се интензивирале по Втората светска војна и довеле до речиси масовно иселување на ова некогаш исклучително значајно населено место, па преминало од големо во мало село. Денес, како и во другите села во Преспа единствена земјоделска гранка е овоштарството, односно производството на јаболка. За ова село се карактеристични вкусните јаболка, со посебниот начин на чување во јаболкова слама. Во историските извори, ова село е забележано како „Љубовино“.

Според едно предание името го добило по првонаселената меанцика Љуба, која точела многу убаво вино. Кога муштериите влегувале во меаната гласно нарачувале „Љубо, вино“. Токму ова предание уште пред многу години ја најавило денешна ситуација која е главна одлика, дејност и стопанска гранка на ова село. Љубовта и гостопримството на селските меани и домаќинства, традиционалната храна и виното во спој со природната убавина и архитектура анимираат многуборјни туристи од нашата земја и странство. Љубојно денес е гастрономска дестинација каде гастрономската анимација е дел од туристичката понуда на пелагонискиот регион и нашата држава, воопшто. Од истражувањето (кабинетско, анкетирање на вработени во општина Ресен и иврју со менџерот по туризам Тами Николовски од Ресен) направено за овој регион се дојде до податоци и контакти на луѓе кои се успешни примери за развој на гастрономскиот туризам и гастрономската анимација во Љубојно.

Еден од таквите примери се сопружниците Елида и Славе Станковски кои живеат во Љубојно и се вистински домаќини во секоја смисла на зборот. Уште кога туристите влегуваат во нивниот двор остануваат воодушевени од неговата уреденост: рибник, цвеќиња, рачно правени дрвени маси и столчиња, носии...сè во духот на традицијата. Нивниот дом наречен „Стара чешма“ е единственото место во околината каде што посетителите можат домаќински да се нагостат. Голем дел од производите се 100 проценти природни, бидејќи тие самите си ги произведуваат - мед, компири, домати и др.

Слика бр.52: Доручек во селско домаќинство во Љубојно



Извор: <http://www.mttravel.mk/>

Од споведено интервју со основачот на ова домаќинство се издвојуваат податоците кои укажуваат на нивните почетоци кои се цитирани изворно во продолжение: „...Живеевме во Скопје, Славе работеше како шофер, ама го отпуштија од работа. Јас имав продавничка, ама ми се запали, изгоре. Видовме - не видовме, пред неколку години дојдовме тука, оти од тука потекнувам. Вложивме сè што имавме за да го направиме ова. И уште не е направено, секој ден доработуваме уште по нешто. Редовно одиме на курсеви и семинари за развој на селскиот алтернативен туризам, не ни е случајно наместено вака. Ни советуваа да не ставаме ни телевизори во собите за да биде поавтентично. И имале право, голем број од гостите не сакаат врева, ни велат дека се тука за да си го одморат мозокот. Кој си е мераклија стално си доаѓа. Ама, сепак, туристи имаме најмногу од јуни до септември. Покрај нашите, гости ни доаѓаат и од Германија, Италија, Холандија, Чешка, Полска, Турција, Англија. Остануваат по неколку дена. Не излегол незадоволен гостин одовде. Кој еднаш дошол тука, секогаш се враќа...“, вели Елида.

По примерот на ова домаќинство функционираат и другите селски домаќинства кој се организатори на гастрономската анимација во ова туристичко место. Празникот Илинден секој 2 август во Љубојно се прославува како верски празник и како собир на иселениците. За Љубанци, Илинден е „најголемиот ден“ во годината и сите се трудат да бидат таму без разлика каде живеат во светот. Овој настан е единствена жива манифестација во ова село, а во рамки на манифестацијата се организира и гастрономска анимација, бидејќи за време на собирот се подготвува храна на отворено, се точи пијалок и се приредува богата културно-уметничка програма.

Дихово се наоѓа под падините на планината Баба по патот за село Нижеполе. Распослано е од десната страна на реката Драгор во самото подножје на масивот. Селото се издига 50 метри над Битола и дава величествен поглед на градот, на Пелагонија и на врвот Пелистер. Во Дихово се

наоѓа „Вила Дихово”, приватен објект на Пеце Цветкоски кој беше пионер во развојот на гастрономскиот туризам во овој регион. Од пред 11 години, до денес, во својот стар дом, со сопствената идеја, ентузијазам, љубов кон гастрономијата и искреното гостопримство, од Дихово успеја да направи едно од најпрестижните места во Македонија за организирање на гастрономски анимаци на дегустации мед во локален пчеларник, подготвување на домашно сирење и ноќи исполнети со музика, богати трпези со традиционални јадења и домашно вино и тоа без цена, туку секој да плати онолку колку што смета дека треба да плати, толку колку што уживал. Куќата е стара неколку генерации, над 90 години, но, истата е реновирана и уредена во стариот традиционален стил.

Слика бр.53: Вила „Дихово”



Извор: <http://villadihovo.com/>

Најчести туристи се странците кои покажуваат голем интерес за гастрономската анимација која им се нуди. Гостите можат во градината на вилата да си наберат органски зеленчук и да си подготват салата или оброк. Домаќинот Пеце ги гости и со домашна ракија, вино и пиво, кои самиот ги произведува. Оброците се подготвуваат според желбите на гостите, па може да се појадува и напладне, ако така сакаат. Домаќините подготвуваат домашни џемови и слатка, одгледуваат секаков зеленчук во бавчата, а за ручек се готват најпознатите македонски традиционални рецепти како мусака, полнети пиперки, гравче тавче, макала. Туристите може да шетаат во националниот парк Пелистер со лиценциран водич, да ги изодат историските патеки од Првата светска војна, да ги посетат манастирите, водопадите или Пелистерските очи.

Слика бр.54: Час по пчеларство во Вила Дихово



Извор: <http://villadihovo.com/>

За другите, пак, зеленилото и пространството во дворот на вилата Дихово е на располагање во секој момент. Да се одмора со книга, сам или во друштво е еден од изборите за време на престојот

под Пелистер. Конекција со странските туристи најчесто им се светските страници за туристичко рекламирање, а вилата Дихово последните седум години соработува и со туристичка агенција од Сиднеј, Австралија која организира тура низ повеќе балкански земји, како Хрватска и Грција, а село Дихово е дел од турата. Туристите тука отседнуваат неколку дена, дегустираат домашна храна, пијат вино во подземната винарска визба, ја доживуваат природата на Пелистер, па продолжуваат понатаму. Како резултат на добрата реклама, вила Дихово беше забележана и од странските медиуми како National Geographic, Lonely Planet и Yahoo Travel.

Реномираниот туристички водич на Lonely Planet „Скриена Европа“ го препорача Дихово меѓу 50-те непознати дестинации за мирен одмор. Дихово, односно сопственикот на Вила Дихово е позитивен пример за моќта на поединецот, кој со својата стара куќа и двор и својот бистар ум успева да развие гастрономска туристичка понуда со која привлекува голем број на туристи за кои нуди уникатна гастрономска анимација од која сите заминуваат задоволни.

Слика бр.55: Анимација - „Учиме да сучиме“- вила Дихово



Извор: <http://villadihovo.com/>

Посебна атракција е кратката едукација за пчеларење во пчеларникот. Туристите, во заштитни одеа поминуваат еден цел ден таму и можат да се запознаат со основите на одгледувањето пчели, да дегустираат вистински природен мед, да видат како се вади прополис или полен, а можат да добијат и апитерапија корисна за алергии, астма или слични состојби, што всушност значи дишење воздух од пчелините сандаци.

Нижеполе е мало планинско село оддалечено 12 км. од градот Битола. Тоа се наоѓа на работ од Националниот Парк Пелистер со 186 жители. Зачетоците на туризмот и рекреативните активности на Баба планина се забележани уште на почетокот на минатиот век и представува важна дестинација која нуди 4 сезони туризам. Секогаш чистиот воздух, здравата клима и богатата разновидна вегетација, посебно боровата шума и ледничките езера, бројните излетнички места, планинарски патеки и скијачки терени, вековното историско и културно наследство како и гостопримството на селските домаќинства нудат можност за следните видови туризам: рекреативниот туризам, здравствен туризам, културен туризам, планински туризам, рурален еко-туризам.

Кој и туризам да се избере и во кое годишно време да се престојува, гастрономската анимација е застапена во понудата на оваа туристичка дестинација. Гастрономската анимација во Ниже поле е во духот и традицијата и богатата традиционална кујна од нижеполски специјалитети. При престојот во селото, гостопримливите домаќинки нудат дел од традиционалната кујна преку вкусен доручек, ручек или вечера. Млекото е составен дел при подготвување на оризарник, млечник, маштеница и јогурт, додека зелник, виткалник, питулици, полнети пиперки, турли-тава, кукурец, писпилита, плацинта се нудат подготвени во фурна која е дел од селскиот двор.

Слика бр.56: Чајилницата над село Нижеполе



Извор: <http://www.strezevo.com.mk/>

Неизоставен дел од трpezата се селскиот леб и единственото на традиционален начин подготвено овчјо сирење кои со својот вкус и мирис допираат до сите сетила на туристите. Гастрономската анимација за туристите претставува единственото и неповторливо искуство на приготвување храната, пиене вода од стомна, кафе со локум, уживајќи под верандата во селски двор како и повеќе часовна посета на овчарско бачило во преградките на Баба планина каде туристите се запознаваат со процесот на правење домашно овчјо сирење.

2.2.3. Гастрономска анимација во Вардарски регион

2.2.3.1. Краток опис на регионот

Вардарскиот плански регион се простира во централниот дел на РС Македонија и го опфаќа средното сливно подрачје на реката Вардар, долните теченија на притоците Брегалница и Црна Река и крајниот западен дел од Овчеполе. Зафаќа површина од 4042 km или 16% од територијата на РСМ. Во овој регион влегуваат 9 општини во кои се лоцирани 215 населени места и тоа: Свети Николе, Кавадарци, Велес, Градско, Неготино, Росоман, Чашка, Демир Капија и Лозово.

Слика бр.57: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Вардарскиот плански регион има одлични климатски услови за развој на земјоделството и особено, лозарството. Долгогодишната традиција за производство на вино овозможува развој на винскиот туризам. Регионот има исклучителен потенцијал за развој на стопанството. Централната позиција во државата, Коридорот 10 и автопатот, близината на двата аеродрома (Александар Велики и карго аеродромот Штип), железничката пруга и реката Вардар како реципиент се предуслови кои го прават регионот исклучителна бизнис дестинација.

2.2.3.2. Туристичка понуда на регионот

Местоположбата на Вардарскиот плански регион, бројните културни споменици и локалитети создаваат повољна клима за развој на повеќе видови туризми, особено на транзитниот и алтернативниот туризам. Едни од најзначајните патишта кои што ја поврзуваат Македонија со останатите земји минуваат токму од овде. Коридорот 10 ја поврзува Македонија на север со Европа, а на југ со Солун и Солунското пристаниште.

Патната инфраструктура овозможува годишно одовде да поминуваат повеќе од 3 милиони патници кој воедно имаат улога на транзитни туристи кои користат поплатни угостителско-туристички услуги. Богатото културно наследство со многу споменици, археолошки локалитети, институции на културата и музеи, пак може да привлече еден сосема поинаков профил на туристи. Со организирање на туристички прошетки за туристите низ локалитетите од културното наследство,

посета на спомениците и музеите, туристите може да бидат запознаени со интересната историјата и богатата култура на овие краишта

Слика бр.58: Вино - македонски бренд од Вардарскиот регион



Извор: www.vinoteka.com.mk

Исто така може да се организираат и едукативни работилници и екскурзии, преку кои заинтересираните индивидуалци, ученици, студенти и професори од земјава и регионот можат подобро да ја изучуваат културата, традицијата и историјата која постоела некогаш и со онаа која постои сега на овие простори. Но, сепак најголемиот потенцијал кој го има овој регион е винскиот туризам. Во следните табели е опишана целокупната туристичка понуда во регионот која овозможува развој на неколку видови туризам, како и понудата на угостителски и туристички објекти кој се носители на туризмот во еден регион, односно дестинација.

Табела бр.9: Туристички потенцијали во Вардарски регион

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Вински туризам	Најпознати винарии во регионот: Тиквеш, Повардарие, Бовин, Сковин, Попова кула, Попов, Вила Марија, Фонко, Дудин; Невладини организации како и фондацијата “Тиквешки Вински Пат”; Музеј на виното во Неготино.
Алтернативен - планински туризам	Планински атракции: Планински масив Јакупица, Гаволскиот сид на планината Богословец, Рид Св. Илија во непосредна близина на Велес; Пештери: Клисуре Пешти - Пештера Макаровец во с. Мамутчево - општина Велес, Четири Врати во клисурата Пешти – Велешко, Бела Вода во Демиркаписката клисура, Горен Змејовец под врвот Крастевец во Демиркаписката клисура, Арамиска Пештера во близината на Кавадарци, Дамјаница во општина Чашка, Галишка пештера во близина на Кавадарци, Црквиче - пештера со пештерна црква во близина на Кавадарци, Извор на р. Бабуна во општина Чашка, Маркова Пештера во Општина Чашка; Палеонтолошки Локалитети: Караслари - се наоѓа околу 3 км југоисточно од Велес во близина на истоименото село, Превалец се наоѓа 4 км југозападно од Велес, Калница се наоѓа во општина Кавадарци.
Културен и Верски туризам	Археолошки локалитети: Стоби - Антички град, Градиште - Вила Зора во поширокиот локалитетот Славков Дол во општина Свети Николе; Абдови Карпи, некрополи и други локалитети во с.

	<p>Виничани (Абдови Карпи, Алишовски Пат и Грбовите, Гумења, Дупен Камен, Св.Илија, Тумба, Црква); Локалитети во Неготино (Градиште-Антигонеа, Криво Мовче (Расадник) Археолошки локалитет Гробишта, Археолошки локалитет Крстопат, Археолошки локалитет Мост, Археолошки локалитет Раткин Дол, Археолошки локалитет Чанка Чешма); Локалитети во Општина Чашка (Мрамор , Врчви, Капиново-Коњарник, Сулинар, Манастир, Тулана, Керамидница - Црна Круша); Локалитети во Демир Капија (Автопат - храм од раноантичко и римско време, Бандера-Бошавица, Бандерица, Болница, Будур Чифлик, Градина, Демир Капија - Станае – Просек, Клисура, Кула на Пострелец, Манастир, Манастир – Варници, Некропола 1и2, Рамниште, Римски пат, Црквиште, Барутница); Локалитети во општина Росоман (Сакова Чешма, Селски гробишта, Куровец, Археолошки локалитет Болница, Археолошки локалитет Стара Црква); Знаменитости (Велес: Градски саат, Библиотека Гоце Делчев, Спомен костурница, Народен музеј ,Камен мост-Чашка); Најпознати религиозни објекти: Велес (Св.Архангел Михаил, Св. Пантелејмон, Св. Димитрија); Св.Горѓи - попознат како Полошки манастир и Св.Никола - сместена во пештера која уште се нарекува Маркова црква во Кавадарци, Чашка (Црквата Св. Атанас во село Војница, Св. Никола во село Мокрени); Црквата Свети Никола во градот Свети Николе, црквата Свети Никола во с.Буриловци – насјатара црква во Овчеполието; Црква Св. Атанасие во Неготино; Спомен куќи (Велес: Спомен куќа на Кочо Рацин, Спомен куќа на Васил Главинов, Спомен куќа на Јордан Хаџи Константинов- Цинот; Спомен куќа на Страшо Пинџур во Ваташа – Каварадци; Чашка: Спомен куќа на Петар Поп Арсов во село Богомила, Спомен куќа – седиште на президиумот на АСНОМ во село Г. Врановци, Спомен куќа – седиште на Главниот Штаб и печатница во село Г. Врановци, Цамија 1944, Партизанска болница с. Горно Врановци); Село Горно Врановци – заштитена целина.</p>
<p>Манифестациски туризам</p>	<p>Велес (Рацинови средби, Велес, Стоби, Питијада, Детски Рацинови средби, Сликарско копаничарска колонија, Вардарска регата, Турнир во одбојка на песок, Мото бич парти); Градско (Ден на општината); Демир Капија (Демиркаписки панагур, Ослободување на Демир Капија, Св. Трифун, Турнир во мал фудбал); Кавадарци (Тиквешки гроздобер , Св.Трифун, Панагур); Лозово (Пеливански борби); Неготино (8 Ноември, Традиционален Неготински Панагур, Мултимедијална неготинска вечер, Манастирска вечер Св.Горѓи, Недела на виното- Св.Трифун); Свети Николе (Годорица, Ликовна Колонија- Ѓуриште, Пролет-Смеа-Љубов, Златен Глас, Св.Никола Патрон на Градот, Априлијада, Културно Лето, Турнир во мал фудбал, Турнир во шах , Турнир на Меѓународен риболов); Росоман (Духовден, Праскобер); Чашка (Саем на здрава храна, Детска ликовна колонија, Параглајдинг Куп, Компирјада).</p>
<p>Ловен и риболовен туризам</p>	<p>Лов (42 ловишта - најголема површина отпаѓа на ловиштето „Неживовски Стени“ во село Неживово – Велес, голем развоен потенцијал има и ловиштето кое се наоѓа во Лозово, најголемо ловиште во регионот е Рожден во општина Кавадарци), Риболов (големиот број на реки (Бабуна, Тополка, Вардар и др.) како и езерата (Тиквешко, Подлешко и Младост).</p>
<p>Спортски туризам</p>	<p>Планинарење и параглајдерство - овде се наоѓа масивот Јакупица</p>

	на кој се наоѓа највисокиот врв Солунска Глава, како и планината Кожуф; Трки - неравните терени се привлечни за организирање на натпревари со возила, мотори и велосипеди.
Езерски туризам	Три вештачки кумулации: „Моздрача“, „Лисиче“ и “Младост“ - лесно достапни и се погодни за одмор и рекреација; природниот резерват “Тиквеш“.

Извор: <https://vardarregion.gov.mk/>

Слика бр.59: „Капама тава” - Велешки специјалитет



Извор: <https://slowfood.mk/>

Табела бр10.: Угостителско-туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Кавадарци: Уни Палас 1, Маак Хоумс, Уни Палас; Неготино: Хавана, Памела; Велес: Гарденија хотел и спа, Интернационал Палас, Романтик, Панини Брод хотел.
Туристички агенции	Неготино: Дајо Турс, Корали Транас; Велес: Сиера Травел, Феникс, Мартин, Тео Турс; Кавадарци: Атлантик Турс, Супер Травел, Екстара Бус, Балкан Турист, Делта Мулти Травел Сервисес, Супер Травел, Глобал Тоурс, Сансет Травел, Сансет Травел, Балкан Турист Компани.
Ресторани	Свети Николе: Мечкуевска куќа - Пуже, Мавровица-Кај Геро во с.Немањици, Златна Москва, Тивка ноќ; Кавадарци: Ексклузив, Белисимо, Кицо, Фантази, Стар Балкан, Ангро Палас, Сино; Велес: Глориус, Баже Пити, Меаната на Даце, Епицентрум, Снупи, Стара Деспина, Меана 903; Неготино: Софра Велјанов, Чардак, Балкански, Антигона; Демир Капија: 4-ка.
Препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Велешка пита пастрмајлија, Велешка капама-тава со цигер и ориз, Велешка пача од свински нозе, Велешка мусака со модри патлициани, Велешко ѓомлезе, Велешка таан-алва, Сончогледово масло Кристал, Овче полски бунгур, Јагнешко на светиниколски начин, Сок од бозел, Тиквешки сорти грозје: смедеревка (бела), кратошија вранец (црвена), каберне совињон, мерло, шардоне, кардинал, хамбург, афус али, рибиер и други, Тиквешки маџун и речел, Тиквешки

	пишии со маџун, Лозова ракија, Демиркаписко козјо сирење, Демиркаписка турли-тава под вршник, јарешко месо под вршник, тараненик и раванија.
--	--

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

2.2.3.3. Гастрономска анимација во регионот

Вардарскиот плански регион се одликува со големо природно богатство од различни категории (паркови на природата, предлог национални паркови, научно-истражувачки природни резервати, споменици на културата и др.). Убавините кои ги пружа природата во овие краишта се привлечни како за домашните така и за странските туристи. Треба само добро да се промовираат и нивниот потенцијал да се искористи за да ги задржи посетителите подолго време. Големiot број на лозови насади (45%) од лозовиот насад во целата држава се наоѓа во Вардарскиот плански регион) и многуте производители на вино кои се наоѓаат во овој регион (оваа година државата даде 40 локации за изградба на винарии во функција на развој на производството на вино и промоција на “винскиот пат”) се основа за развивање на винскиот туризам и потенцијал кој треба да се унапредува во иднина.

На потенцијалните домашни и странски туристи можат да им се овозможат посети на лозјата и можност да го берат грозјето како и да им се овозможат услови самите да го “праваат” виното на традиционален начин. Исто така можат да се организираат и дегустации на вино и обиколки на винариите каде посетителите ќе бидат запознаени со процесот на производство на виното. Овие гастрономски анимациони содржини се препознатливи за овој регион и треба се повеќе да се нудат на туристите, бидејќи само на овој начин туристите ќе го доживеат овој регион автентично, а преку него и целата наша држава.

Слика бр.60: Лозови насади во Вардарски регион



Извор: <https://vardarwinesandwineries.com/>

Во вардарскиот регион ги имаме следните видови на гастрономски анимации: „По патот на виното”, гастрономски манифестации, гастрономска анимација во угостителски објекти и гастрономска анимација во рурални места.

2.2.3.3.1. Гастрономска анимација „По патот на виното”

Винскиот туризам во Македонија е во силен развој. Природата на винарската индустрија во денешно време се повеќе и повеќе води кон нејзино соединување со туризмот. Токму кон тоа цели и нашата земја, а особено регионите како што е Вардарскиот плански регион богат со лозови

насади со цел да ја зацврсти својата позиција како една од најатрактивните македонски туристички дестинации. Винскиот туризам (или енотуризам) е вид на туризам кој не подразбира само посета на винарии, лозја и дегустација на вино, туку и прошетки по лозовите насади, работа на поле и правење на вино, возење велосипеди и јавање на коњи низ винариите, дегустација на автентична македонска храна, посета на вински фестивали, консумирање и набавка на поголеми количества вино директно од производителите.

Во Вардарскиот плански регион во последните десетина години интензивно се развива винскиот туризам со малите винарии кои низ оригиналната атмосфера ги враќаат посетителите кон минатото и традицијата на уживање во винската приказна. Климатските услови кои владеат во овој регион создаваат исклучителни услови за одгледување на винови лози и производство на вино и токму затоа е богат со лозови насади на десетина регистрирани винарии кои покрај производство на вино работат и на туризмот. Речиси сите винарии инвестираат во подобрување на квалитетот на нивното вино.

Вложувањето од страна на винариите во маркетиншките кампањи преку гастрономски настани кои од година во година се се попосетени, овозможува да го доближат квалитетното вино до нивните потенцијални клиенти, домашни и странски. Винариите организираат дегустации на вино и обиколки на винариите каде посетителите се запознаваат со процесот на производство на виното. Дел од нив се компании кои имаат создадено високо квалитетни брендирано производи. Најпознати винарии во Вардарскиот регион се: Тиквеш, Повардарие, Бовин, Сковин, Попова кула, Попов, Вила Марија, Фонко, Дудин и други.

Слика бр.61: Овчеполска трпеза - традиционални специјалитети



Извор: <https://duma.mk/>

Виното е Божји пијалак затоа што е по мерка на човекот. Виното е пијалак кое има моќ да ја крене атмосферата на разговорот токму на нивото кое е потребно за доаѓање до компромис. Според археолошките наоди се претпоставува дека во Македонија производството на вино е познато уште од IV век пред нашата ера. Во околината на Дисан, село на десетина километри од Неготино кое претставува вистински бренд за квалитетот на македонското трпезно и винско грозје, пронајдени се антички садови од камен за правење вино.

Во поновата македонска историја од 1998 година започнува развој на првите приватни винарски визби со основањето на винските подруми „Чекоров“ од Кавадарци и „Бовин“ од Неготино. Виното е дел од нашиот идентитет, тоа е најопеаниот пијалак во македонската фолклорна традиција. Голем дел од народното творештво се однесува на виното. Народниот пејач и низ тешката историја не се откажува од квалитетите на божјата напивка, да ја произведува, но и да ја опева: „Како што е оваа чаша полна со вино, така е и мојот живот полн со јадови“.

Виното е пијалок, виното е симбол во нашата вера - најдрагоцената крв Христова, виното е фактор за развој на туризмот, виното е дел од фолклорната традиција, а во овој труд виното го обработуваме и од аспект на гастрономската анимација.

Слика бр.62: Виното - крв Христова, Света причест



Извор: <https://pokajanie.mk/>

Во овој труд гастрономската анимација е наречена „По патот на виното“, бидејќи движејќи се по неговиот пат низ нашата земја, туристите имаат можност да се запознаат со нашиот идентитет, култура и традиција и токму тој пат е автентична македонска туристичка понуда која во последните години се повеќе го привлекува вниманието кај странските туристи. Гастрономската анимација во овој труд е елаборирана преку гастрономски анимациони содржини на познатите винарии во Тиквешкиот регион: Тиквеш, Стоби, Попова Кула, Вила Марија кои од виното направиле врвен пијалок, придонесоа за брендирање на Вардарскиот регион како туристичка дестинација, а нашата земја ја впишала на светската Винска туристичка карта. Исто така како многу интересна понуда во делот на гастрономската анимација е музејот на вино во Демир Капија, единствен до сега музеј од ваков вид во нашата земја.

Слика бр.63: Дегустација на вино - „Тиквеш“ винарија



Извор: <https://tikves.com.mk/>

„Тиквеш“ Винарија. Врвните вина кои се резултат на совршениот спој на земјата, небото, сонцето, најдоброто грозје од тиквешкиот регион и најсовремената технологија и знаење на винските мајстори, гордо го претставуваат „Тиквеш“ и Тиквешкиот регион, кој уште од 1885 година е симболот на вековната винска традиција во Македонија. Долгата и богатата традиција на оваа винарија која секогаш се стремела кон врвен квалитет и висок професионализам, денес значи една од најголемите и најмодерните винарници во Југоисточна Европа која самосвесно ја презеде улогата на предводник на винската индустрија од регионот. Вината на „Тиквеш“ растат на лозја

што се облиени од сонце, обработувани со многу љубов и се прават и полнат од страна на врвни експерти во винската индустрија на светско ниво. Наградите што вина на оваа позната винарија ги освојуваат се крајниот доказ за посветеноста на компанијата кон највисокиот квалитет. Грозјето од лозјата на Тиквеш винаријата се бере рачно и се селектира зрно по зрно. Од самиот почеток, мисијата на оваа винарија била дека: боите на оваа земја, нејзиниот народ, неговиот пејсаж, музиката и аромите треба да бидат пресликани и преточени во македонски производ, а токму тој производ се вината на „Тиквеш“ во кои е прикажано сè што македонските сликари и музичари се стремеле да прикажат во нивната уметност низ вековите.

Слика бр.64: Ресторан на „Тиквеш“ винарија



Извор: Извор: <https://tikves.com.mk/>

Токму затоа вината на Тиквеш сами по себе се гастрономска анимација бидејќи истите предизвикуваат задоволство кај луѓето кои ги конзумираат, бидејќи ги сите нивни сетила за вкус, мирис, серќа, радост. Посетата на лозовите насади, слушањето на винските приказни, дегустацијата на грозјето од лозовите насади, разгледот по големите вински подруми на полните дрвени бочви, едукативните разговори со стручни енолози, дегустација на виното на попатните пунктови низ винските подрумски патеки е гастрономска анимација која може да се доживее само во оваа винарија. Но, најголемото гастрономско уживање и гастрономска анимација се случува во срцето на винарницата, осум метри под земјата, меѓу непрегледната низа дабови буриња во кои зреа врвното македонско вино во уникатниот ресторан на „Тиквеш“.

Совршената комбинација на врвното вино и креативно подготвените специјалитети од традиционалната и интернационалната кујна ги изненадува и најпребирливите гурмани и буди хедонистички искуства кои долго се паметат. Посетителите имаат можност да направат избор од богатата понуда на утврдени пакет менија или да ја искористат можноста да нарачаат „à la carte“. Храната во овој ресторан е со уникатен гастрономски потпис кој се должи на најдобрите алхемичари на храната што успеваат успешно да ги спојат егзотичните и богати традиционални вкусови со најновите трендови на меѓународната гастрономска сцена. Овој ресторан нуди искуство од редот на светски познатите ресторани што добиле Мишелин ѕвезда, со врвен квалитет на јадењата и извонредна услуга. Во комбинација со вината на Тиквеш Винаријата, тој создава ненадминливо хедонистичко доживување.

„Бовин“ Винарија е основана во 1998 год. од браќата Кирил и Ѓорѓи Богевски и е првата приватна винарија во Македонија. Започнувајќи со скромен капацитет од 120.000 литри на исклучиво квалитетно вино во 1999-та своето прво вино го продаваат за цена шест пати поголема од онаа на

Т’га за југ, водечкото вино во тоа време. Од таму почнува приказната за производство на квалитетно флаширано вино која ја следеа речиси сите приватни винарии во земјава.

Слика бр.65: „Бовин” Винарија



Извор: <https://www.arbotravel.com/tour/vinska-tura/>

Денес оваа винарија располага со капацитет од милион литри, а производството е еднакво на капацитетот. Бовин во моментот поседува околу 60 хектари, а останатото потребно грозје го купуваат од проверени кооперанти со кои соработуваат години наназад. Погледнувајќи наназад, Бовин одигра огромна улога во трансформацијата на македонскиот вински пазар и во поместувањето на фокусот од квантитет кон квалитет. Тие беа првите кои почнаа да прават квалитетни вина и продолжуваат да го прават тоа и денес. Нивниот успех, без сомнение, инспирираше многумина да основаат свои винарии. Гастрономската анимација винаријата Бовин ја организира во своите вински подруми во кои се сместени 90 барик буриња изработени од македонски храст.

Од подрумите анимацијата продолжува во луксузната соба за дегустација и на крај завршува со посета на единствената во нашата земја Банка на виното во која се чуваат Бовиновите вина, но и приватни збирки на вина. Бовин извезува вино на пет континенти и се многу горди на својот извоз во земјите од стариот свет, Франција и Шпанија. Интересно е да се спомене дека нивното вино Александар е едно од вината избрани да се служат за венчавката на крунскиот принц Вилхем од Холандија, на 02 февруари 2002-та година. Бовин во моментот нуди дури 34 различни вина од кои 22 се едносортни, а останатите се блендови од различни сорти. Во својата гама на производи нудат и три вида на ракии како и шери бренди. За квалитетот на вината на Бовин говорат и многуте награди. Како најзначајни се: Grand Prix за Pinot Noir на Food and Wine Саемот во Копенхаген, Данска, неколку последователни Бронзени медали за виното Chardonnay на натпреварот во Бургундија-Chardonnay of the World и преку 67 останати награди на домашните и светските саеми и манифестации.

„Попова кула” Винарска визба. Со сигурност за Попова кула може да се каже дека нуди комплетна гастрономска анимација каде виното, храната, забавата, уживањето, релаксацијата и разонодата се главните причини поради кои голем број на туристи ја посетуваат оваа туристичка атракција. Винарската визба Попова Кула и лозовите насади се лоцирани на јужната падина на Велико Брдо, западно од прекрасното градче Демир Капија во близина на автопатот Е-75. Кралството на Кралот Александар Караѓорѓевиќ се протегало на територијата на денешните држави Македонија, Србија, Црна Гора, Босна, Хрватска и Словенија вклучувајќи ги и брегот на Јадранското Море и Панонската низина. Со тоа Кралот Александар имал бројни можности да избира локации за садење на лозовите насади низ целото кралство. Но следејќи ги препораките на

своите мудри советници тој ја донесува вистинската одлука и го избира микрорегионот на Демир Капија, а како идеална локација за своите лозови насади го избира истото место каде што денес е лоцирана оваа винарска визба.

Слика бр.66: Винарска визба „Попова кула“



Извор: <http://www.popovakula.com.mk/>

Изградбата на винарската визба е започната на 08 Октомври 2004, првата берба и обработка на грозје биле следната 2005 година, а додека винскиот туризам и гастрономската анимација во оваа туристичка атракција започнуваат на празникот Св.Трифун, 14 Февруари 2009 година. Од тогаш до денес оваа туристичка атракција се надоградува постојано и прераснува во елитен објект со комплетна гастрономска анимација која на домашните и странски туристи им ја нуди Демир Капија и Вардарскиот регион. Во винаријата се произведува вино од 11 различни сорти грозје: Станушина, Вранец, Прокупец, Кабернет Совињон, Мерлот, Совињон Бланк, Темјаника, Шардоне, Жилавка, Мускат, Отонел, Мускат и Хамбург. Во рамки на винарската визаба работи ресторанот на Попова кула со капацитет од 60 гости, а летната тераса има капацитет од 80 гости и прекрасен поглед на околината, кој нуди широк избор на специјалитети и грижливо селектирани комбинации, како и специјализирани менија од традиционална македонска и интернационална кујна во комбинација со квалитетните вина од визбата.

Слика бр.67: Ручек на отворено - Попова Кула



Извор: <http://www.popovakula.com.mk/>

За уживањето да биде комплетно винските дегустации се одржуваат на 17 метри високата кула која нуди 360о поглед на спектакуларната Демир Капијска долина. Главен елемент на оваа туситичка атракција е хотелот „Попова Кула“ кој нуди незаборавно искуство со своите 33 соби,

секоја именувана според сортите вина кои се произведуваат во Попова Кула и декорирана во склад со боите и нијансите на виното. Гастрономската анимација ја води професионален дегустатор на вино со чија помош туристите можат да направат избор на лична винска дегустација. Типичната дегустација вклучува 5 различни типови вино со соодветно сирење, пршут и десерт, а се нуди гастрономска винска дегустација од 5 различни типови вино со компатибилен целосен оброк. Богата палета на врвни вина овозможува туристот да има ралична винска дегустација секогаш кога и да се посети овој храм на виното. Овде посетителите имаат единствена можност да го пробаат вино произведено од автохтони македонски сорти на грозје, како што се: Станушина, Темјаника, Жилавка, Прокупец и Вранец.

Слика бр.68: Винарија „Вила Марија”



Извор: <https://wineryqueenmaria.com/>

„Вила Марија” Винарија. Еден дел од историјата која во едно место ги врзала виното и љубовта е во винарската визба „Еленов“ позната како „Вила Марија“ во Демир Капија. Изградена е на просторот каде што се спојуваат медитеранската и умерено континенталната клима и каде што има дури 280 сончеви дена во годината. Нејзината приказна започнала во 1928 година кога двајцата сопружници кралот и кралицата Александар и Марија Караѓорѓевиќ решиле да купат имот за винарска визба со добиениот мираз на невестата од татка си, романскиот крал Фердинанд. На три места во околината биле закопувани јагнешки глави за да се одреди вистинската локација, а токму таму каде што сега е винарската визба едната од нив по три години стоење во земја најмалку се распаднала. Најголем дел од објектите што постојат се изградени во тоа време, а денеска се реновирани. Дел од нив како индустриско културно наследство се ставени под заштита на државата, а раскошната „Вила Марија“ пред која стојат две керамички скулптури кои жителите ги нарекуваат „момички“ ставена е под заштита на УНЕСКО.

Во дворот на винарската визба може да се видат изложени стари машини, буриња, а низ облагородениот простор каде некогаш било развиено големо стопанство, шетаат и пауни. Забележано е дека кралицата дошла на посета дури два пати, а кралот ниту еднаш, иако го пиел виното што тука се правело во бочви кои и денес се користат. Кралицата Марија била ктитор на црквата „Пресвета Богородица“ во Демир Капија. Кога дошла на осветувањето на оваа црква која и денес се гледа од имотот, била пречекана на железничката станица со големи почести, со црвен килим и пајтон. Речиси еден век подоцна, винарската визба и имотот се во приватна сопственост, реновирани и модифицирани за висококвалитетен производ. Идејата е да се искombинира шармот на минатиот век со модерната едноставност. Кралската приказна која ја започнале кралот Александар и кралицата Марија Караѓорѓеви и ден денес успешно се раскажува, надоградува, а

преку нејзе се анимираат голем број на туристи кои одлучуваат да искушат едно кралско доживување на овој имот.

Гастрономската анимација во оваа винарска визба се случува на целиот имот, во дворот, околу имотот, на лозјата, во ресторанот на визабата, во винскиот бар, преку неколкуте вински дегустации. Ресторанот на оваа винарска визба е одличен спој на кралското, современото и традиционалното. Околната природа, елегантната, удобната и одлично осветлената просторија за јадење, креативната кујна, страста и професионализмот на персоналот, гордо го претставуваат угостителството во своите најситни детали. Овде кујна е многу повеќе од само листа со состојки.

Готвењето овде е емоционално - судир на техники, идеи и култури. Тоа е страст која може да се почувствува километри надалеку, таа е склоп на ултра свежи состојки внимателно измешани заедно со цел да се создаде еден прекрасен вкус кој ги задоволува и душата и телото. Кујната во овој ресторан е лабораторија на идеи инспирирана од културата, бидејќи културата е таа која што обезбедува знаење, а знаењето носи задоволства. Виното е срцето и душата на ова место, јасно изразена страст, а винскиот бар е местото каде што таа страст се споделува со остатокот од светот.

Слика бр.69: Вински бар - „Вила Марија”



Извор: <https://wineryqueenmaria.com/>

Гастрономките вински доживувања кои се дел од анимацијата на оваа кралска визба започнуваат со тура околу имотот. Оваа тура нуди можност да се истражи богатата историја на кралска винарија, уживајќи преку организирана прошетка низ убавините на ова место. Со вино во рака туристите ќе научат за историјата и естетиката на имотот, за виновите насади и производните техники. Прогресивно точејќи вино во чашите туристите ќе ги воочат сите оние детали кои ја прават оваа кралска визба најпосакувана дестинација на Балканот. Приватната тура нуди едно интимно истражување на кралската винарија. Уникатно дегустаторско искуство во една од приватните соби за дегустација на гостите ќе им нуди прилика да научат за долгата и одликувана историја на имотот како и уживање во прекрасните вкусови на сите вина од една од најдобрите берби по сопствен избор.

Ресторански сон е уникатна тура и дегустаторско искуство каде туристите имаат можност да научат за кралската визија да се створи место и вино со неверојатен квалитет. На почеток ќе уживаат во едно од најзначајните историски вина, за подоцна да пробаат четири вина по сопствен избор. За одличното искуство да биде уште подобро ќе биде понуден избор од неколку главни јадења кои што создаваат кулинарски мемории што долго траат. За сместување, одмор и релаксација, винарската визба нуди пет луксузни апартмани, хотел и луксузна вила каде што

спиела Кралицата Марија, објекти кои нудат повеќе од сместување. Зградите претставуваат физичка манифестација на заедничката визија на сопствениците за брак помеѓу два века кое овозможува уникатно искуство кое се врежува во сеќавањата.

Слика бр.70: Сместувачки капацитети во „Вила Марија”



Извор: <https://wineryqueenmaria.com/>

Музејот на виното во Демир Капија е единствен од ваков вид во нашата земја, еден од 5-те во Европа и 12-ти во светот. Музејот го слави виното и конзумната култура, а причината за неговото постоење меѓу другото е таа што Демир Капија е дел од областа Тиквеш каде што основната дејност на егзистенција на населението е земјоделието, т.е. одгледувањето на виновата лоза и производство на вино. Бидејќи Демир Капија е чиста еколошка средина, (нема погони со тешко - загадувачка индустрија), произведеното грозје е квалитетно и здраво. Лозјата се наводнуваат со чиста вода која што тече од трите реки, Бошава, Дошница и Вардар. Од таа причина во овој микровински регион егзистираат неколку винарии кои со своите високо сортни вина го нашле патот кон европските пазари.

Слика бр.71: Музеј на виното - Демир Капија



Извор: <https://museumdk.mk/>

Музејот во себе содржи три одделенија: археологија, винска галерија и галерија за изложби и презентации кои пак од своја страна располагаат со артефакти кои го отсликуваат историското минато на Демир Капија од праисторија до денес врзани со различни периоди на развојот на овој крај и многу експонати кои што зборуваат за богатата традиција на винската култура забележани преку многубројните прикази на богот Дионис - богот на виното и баханалиите, разни пехари за

пиење вино, антички садови за мешање на вино со потекло од Демир Капија, алатки за обработка на земјата и сл.

Во Демир Капија централна манифестација е празникот Св.Трифун заштитникот на лозарите и винарите кога во присуство на свештени лица со вино и закројување на лозјата се означува почетокот на лозарските активности. Ваквите музеи се од големо значење за Тиквешкиот регион, бидејќи се одлична туристичка понуда за анимација на туристите и нивно запознавање со лозарството како стопанска гранка и винарството како дел од македонскиот туризам.

2.2.3.3.2. Гастрономска анимација во хотелите

Од направените анкетни истражувања во овој регион, само еден од хотелите одговори дека гастрономската анимација е дел од нивната понуда, а тоа е хотелот „Романтик“ во Велес. Својата приказна овој хотел ја започнува уште од 2004 година. Сместен во живописната природа на Велешкото езеро „Младост“, низ годините *хотел „Романтик“* стана симбол за беспрекорна услуга во хотелското сместување, но, уште повеќе во ресторанското работење. Овој хотел стана задолжителен попатен транзитен ресторански центар каде туристите, особено странските кои минуваат по автопатот кој води за соседна Грција задолжително го посетуваат за да вкусат квалитетна храна подготвена со посебен гастрономски израз на врвните мајстори кои работат во кујната давајќи и посебна препознатливост и белег.

Она што го движи напред овој објект е посветеноста и грижата на вработените во остварување на најпрефинетите желби и барања на гостите. Хотелот располага со: 25 луксузно наместени соби, ресторан со капацитет од 190 седишта, аперитив бар во амбиент со камин, конференциска сала со капацитет од 45 гости, летна тераса со капацитет од 350 седишта, базен за релаксирање и забава со 140 седишта, пица бар со 140 седишта, паркинг со капацитет од 80 и повеќе возила и приватна плажа.

Слика бр.72: Десерти на шведска маса за доручек - хотел „Романтик“



Извор: <http://www.hotelromantik.com.mk/>

Гастрономската анимација е дел од ресторанот на овој хотел. Начинот на кој се сервира и послужува храна предизвикува восхит и уживање кај гостите. Овој ресторан располага со стручен персонал кој е спремен за фламбурање и доработка на храната пред самите гости. Од ресторанот, гастрономската анимација се организира на аперитив барот каде бармените секоја подготовка на коктел ја издигнуваат на спектакуларно шоу особено во летен период кога ваквите анимации се случуваат на барот кој работи на отворениот хотелски базен.

Од спроведеното интервју, управителот Славче Ефтовски како гастрономски анимации ги наведува и орагизирање на македонските вечери и организирање и свој меѓународен гастрономски фестивал. Целта на фестивалот била организирање на тематски вечери со презентација на храна и пијалок на земјите учеснички, кога сите готвачи заедно подготвувале храна од секоја земја по рецепти и координација на главниот шеф кој доаѓал од земјата учесник. Секоја вечер ја посветувале на различна земја, зависно од пријавените. На тој начин сите готвачи учесници се запознаваат со различните кујни и традиции и заминувале побогати со нови знаења и искуства. Овој фестивал привлекувал голем број на гости за време на тематските вечери, а голем интерес за фестивалот покажувале и амбасадите на сите земји учеснички во нашата држава.

Слика бр.73: Вечер на турска кујна - хотел „Романтик“



Слика бр.73: <http://www.hotelromantik.com.mk/>

2.2.3.3.3. Гастрономски манифестации

Во Вардарскиот регион имаме неколку гастрономски манифестации од кои најзастапена е манифестацијата во чест на Св.Трифун - заштитникот на лозарите и винарите и се прославува во трите најголеми вински града: Кавадарци, Неготино, Демир Капија. Покрај оваа манифестација во овој регион се организираат и други, како што се: Питијада во Велес, Тиквешки гроздобер во Кавадарци, Манастирска вечер на Св.Ѓорѓи во Неготино, Праскобер во Росоман, Саем на здрава храна и Компиријада во општина Чашка.

Св. Трифун. Прославувањето на верскиот празник во чест на Св.Трифун заштитникот на лозарите и винарите во Вардарскиот регион се прославува со големи почести, гастрономски и културни настани. Ова празнување прерасна во голема гастрономска манифестација која е значајна за трите најголеми вински градови во нашата држава, а тоа се: Кавадарци, Неготино, Демир Капија. Програмите се различни, но, концепцијата е иста во трите града. Овој регион живее за овие денови кога локалните жители заедно со многубројни туристи од целата држава го слават виното, уживаат во храната и се забавуваат со музика, песна и оро. Манифестацијата започнува со света литургија која се одржува во храмовите, потоа на плоштадите каде има поздравни обраќања на преставници од градот и државните институции кои го вршат и првото закројување кое е практично вовед во новата лозарска сезона, а по закројувањето се преминува на дегустација на вино и гастрономски специјалитети кои се поставени на многубројни штандови од разни винарии и угостителски објекти. Покрај понудата на овие штандови, во градот за сите посетители се презентираат и други видови на храна од тој регион како што се: разни сирења, мед, овошје,

зеленчук и се што нуди градот заедно со своите рурални општини. Заедно со виното и храната, луѓето се восхитуваат на богатата културно уметничка програма од страна на фолклорни ансамбли и етно групи, а на крај манифестацијата завршува со општо народна забава. Оваа манифестација нуди радосни чувства прво кај лозарите од овој регион, уште повеќе кај винарите, а туристите кои доаѓаат тие денови во овие градови уживаат во целокупниот амбиент и заминуваат со убави спомени и желба повторно да бидат таму на оваа гастрономска винска анимација и следната година.

Слика бр.74: Гастрономски натпревар на Св.Трифун - Демир Капија



Извор: <https://fibl.ugd.edu.mk/>

Фестивал на Велешката пита и виното. Цел на манифестацијата е да се придонесе кон поголема афирмација и промоција на питата пастрмалија, препознатлив велешки специјалитет, но истовремено да ја подигне работата на угостителите, винариите, малите и средните компании од прехранбениот сектор. Пастрмајлијата, по велешки - пита е јадење од меко печено тесто посипано со парчиња свинско месо, зачинето со пастрма и залеано со јајце. Пастрмата порано се подготвувала околу Митровден кога се колеле овци и кози. Поради немањето современи уреди за одржување на храната, месото се ставало во каче (буренце) со солило каде што стоело со месеци. Пред правењето на питите се миело со вода (се отсолува) и се редело на греди над огништето за да се суши. Тајната на тестото е во начинот на печењето: се пече во фурна, на многу висока температура, кратко време.

Слика бр.75: Велешка питајада



Извор: <https://arhiva.veles.gov.mk/>

Спаѓа во богатите зимски јадења и затоа порано било достапно само во зимскиот период. Бидејќи сега е туристичка атракција на градот, велешката пастрмајлија може да се добие во угостителските

објекти во секое време. Во чест на пастрмајлијата секоја година во организација на локалната самоуправа од Велес се одржува традиционалната манифестација „Велешка питијада”, на која можат да се дегустираат пити, вино и разни пекарски производи.

Тиквешки гроздобер – Кавадарци. Оваа манифестација спаѓа во редот на гастрономски манифестации, бидејќи е посветена на грозјето и виното. Секоја година се одржува во месец Септември и ја најавува официјалната берба на грозје од новата реколта. Манифестацијата започнува со свечено отворање и дегустација на вино на градскиот плоштад како и со претстава за процесот на берба до создавање на виното и производите од грозје во изведба на шумарско училиште.

Слика бр.76: Тиквешки гроздобер - Кавадарци



Извор: <https://www.novamakedonija.com.mk/>

Во рамки на оваа манифестација се одржуваа многубројни активности (презентации на гастрономски специјалитети, изложби, тркалезни маси, промоции на книги) на кои главната тема се грозјето и виното. Најголем дел од програмата отпаѓа на музичките содржини (концерти на забавни бендови, народни пејачи, фолклорни ансамбли), а најзабавниот дел е завршетокот на манифестацијата - големото карневалско дефиле каде многуборјни маскирани лица од земјава и странство уживаат со вино и песна во улогата што само тој ден можат да си ја дозволат, излегувајќи од себе и влегувајќи во сосема друг лик и свет на авантура, забава и уживање. Покрај виното, придружен елемент на манифестацијата се и гастрономските специјалитети од тиквешкијата кои се подготвуваат, презентираат и продаваат на штандови низ градот, во угостителските објекти и секако низ домовите на кавадарчани кои овие денови ги чувствуваат и им се радуваат како на свој домашен празник.

Праскобер во Росоман. Општина Росоман е една од помалите рурални општини која се наоѓа во централниот дел на Повардарието и во централниот дел на Тиквешката Котлина. Оваа општина е позната по тоа што е најголем производител на праски во нашата земја. Токму во чест на ова овошје од кое живее населението во оваа рурално место пред неколку години општината започна да ја организира гастрономската манифестација „Праскобер”. Оваа манифестација започнува на Духовден - слава на општината кога и традиционално започнува бербата на праските кои се заштитен знак на росоманска област. Таквиот спој на големиот верски празник, славата и почетокот за бербата на праските и овозможуваат на општина Росоман да се вброи во календарот на гастрономски манифестации во Македонија, а со тоа и да привлекува посетители во улога на туристи да уживаат во гастрономската анимација на берење праски како и подготовка на специјалитети од ова вкусно овоштие.

Саем на здрава храна и Компиријада во општина Чашка. Манифестацијата за прва пат е воспоставена во 2006 год во организација на ООУ „Петре Поп Арсов“ Богомила. Денес оваа манифестација на ООУ „Петер Поп Арсов“ Богомила е под покровителство на Општина Чашка. Настанот има за цел промовирање на храна од здрава и чиста еколошка средина. Манифестацијата се одржува секоја година во населените места на АЗОТ со цел да се промовираат сите населни места. Општина Чашка е исклучително чиста и еколошка здрава животна средина без чад од индустриски оцаци, редок сообраќај, но богата со чисти и ладни води, плодни ниви. Посетителите имаат можност да поминат еден ден во здрава чиста еколошка средина запознавајќи ги земјоделските производи од селата: Стариград, Теово, Согле, Богомила, Ореше, Нежилово, Извор, Мартолци и Оморани, при тоа дегустирајќи ги локалните специјалитети подготвени од вештите раце на мајките и бабите со цел запознавање на народната традиција карактеристична за овој крај, како и можност да бидат во контакт со локалните земјоделци кои ги произведуваат намирниците за овие специјалитети.

Слика бр.77: Саем на здрава храна - Богомила - о.Чашка



Извор: <https://faktor.mk/>

Овој саем на здрава храна во оваа мала рурална општина е пример за гастрономска анимација која треба да ја применат и поголеми општини со цел да ги промовираат своите земјоделски култури, да дадат значење и важност на земјоделието како стопанска дејност, но, и како туристичка атракција за развој на аграрниот туризам. Особено се важни ваквите манифестации во помалите рурални општини, бидејќи се одличен промотор на општината во туристички и други економски цели. Општината Чашка е покровител на уште една гастрономска манифестација во својот регион, а тоа е Компиријадата. Првата манифестација се одржала во 2010 година.

Секоја година во зависност од временските услови во месеците октомври-ноември се одржува манифестацијата во село Горно Јаболчиште. Имено манифестацијата е во организација на општина Чашка и ООУ „Лирија“ Горно Јаболчиште. Локалните производители на компири, овчо сирење, јаболка, дуњи, имаат можност своите производи да ги понудат на посетителите. Земјоделците своите производи најчесто ги носат на пазарите во Велес. Манифестацијата е само дел од имплементацијата на Стратегијата за локален економски развој на Општина Чашка во однос на промоција на општината.

2.2.3.3.4. Гастрономска анимација во рурални места

Од истражувањата направени за потребите на овој труд за гастрономската анимација во селските рурални места во Вардарскиот регион, како позитивен пример се истакнува туристичката понуда на селото Оморани. Селото се наоѓа во областа Азот, во јужниот дел на територијата на општина Чашка, во средното сливно подрачје на реката Бабуна. Селото е рамничарско. Од градот Велес,

селото е оддалечено 30 километри, а од општинското средиште Чашка е оддалечено 21 километар. Оморани се наоѓа во југоисточниот дел на областа Азот. Околни села се: Мартолци, Теово и Ореов Дол. Ова село нуди гастрономска анимација која заслужува особено внимание и која денес привлекува голем број на домашни и странски туристи, а како организатори се: селското домаќинство „Ранчо и Ванчо на Ката“ и „Рибник - ресторан Оморани“. Оваа туристичка понуда заслужува посебно внимание, бидејќи станува збор за сосема непознато село со отежнат пристап, но, сопствениците кои одлучиле да инвестираат во свој приватен бизнис не се обесхрабриле, туку напротив цврсто верувале во својата идеја и визија.

Слика бр.78: Село Оморани - о. Чашка



Извор: <https://caska.gov.mk/>

Денес Оморани е во фокусот на интерес на многу странски туристи кои преку социјалните канали за продажба: Booking, TripAdvisor доаѓаат до овој уникатен туристички македонски производ, а за возврат го наградуваат со многу силни позитивни коментари на нивните сајтови при што придонесуваат за силен маркетинг и промоција. Уживање во прекрасната природа на планината Јакупица, покрај реката Бабуна во прошетки на чист воздух и дегустација на домашна храна се убавините кои ги нуди селската куќа „Ранчо и Ванчо на Ката“. Домаќините, Катерина и Ванчо Георгиеви, кога пред 10 години решиле да купат куќа на село биле реализирани во своите дотогашни професии. Сепак, желбата да се биде поблиску до природата и да се живее на комплетно одржлив начин ги мотивирала да го напуштат големиот град и да се посветат на сосема поинаков повик, развој на руралниот туризам во Македонија.

Слика бр.79: Кујната во „Ранчо и Ванчо на Ката“



Извор: <https://www.facebook.com/VanchoiKata>

Тие во нивните две стари селски куќи во селото Оморани во општината Чашка го оформиле „Ранчо и Ванчо на Ката“ и во него денес се домаќини на туристи од целиот свет кои ги угостуваат со својата несекојдневна гостопримливост. Тие се дел и од иницијативата „Food for tomorrow“

основана од Шведскиот институт: Living Cities, WNEAT во соработка со Шведската амбасада во Скопје и Белград која има за цел да ги вмрежи визионерите и да помогне нивните идеи да прераснат во конкретни проекти за одржлива иднина на храната. Амбиентот на „Ранчо и Ванчо на Ката“ е автентичен за нашето поднебје. Куќите се изградени пред стотина години со стара камена архитектура карактеристична за времето пред повеќе од еден век. Сместени во прекрасната природа покрај реката Бабуна на туристите им нудат безброј можности за уживање во чист воздух, прошетки, планинарење, возење велосипед, но и во храната на Ката, спремена со свежи локални производи по традиционални рецепти. Гостите најчесто се од западните земји кои сакаат да дојдат во рурални предели и да истражуваат. Но, во последните години се забележува се поголем интерес и од домашните гости. Тоа се млади до 30 години кои сакаат да дојдат и да поминат викенд во село и да истражуваат. Сите што дошле во овој ранч, очекувале едно, а доживеале нешто сосема спротивно, бидејќи гостите не очекуваат во стара селска куќа да ги имаат сите придобивки на модерното време, телевизија, интернет, комплетно уредени бања и кујна и базен во дворот.

Слика бр.80: Печење домашни колбаси во кланик - „Ранчо и Ванчо на Ката“



Извор: <https://www.facebook.com/VanchoiKata>

На домаќините никогаш не им се случило на гостинот само да му го дадат клучот и да го остават сам, туку, напротив, гостинот добива специјален третман. Тие тука живеат и нивниот ангажман е целодневен со цел да им подготват храна, да ги упатат во околината и можностите што им се нудат. „Ранчо и Ванчо на Ката“ има дневен престој со телевизор и интернет и комплетно уредена кујна. Во куката гостите може да се сместат во 4 соби со три бањи. Во дворот има летна кујна со скара, летниковец и отворен базен. Сепак, иако ги има сите придобивки на модерното време, Ката и Ванчо на своите гости настојуваат да им понудат повеќе можности за уживање во природа.

Слика бр.81: Отворен базен - „Ранчо и Ванчо на Ката“



Извор: <https://www.facebook.com/VanchoiKata>

Покрај прошетките во природа, може да се ужива и во риболов, посета на водопадите на Бабуна, планинарење до Солунска глава, но и во гастрономскиот курс за суканици и традиционални колачи. Без разлика дали гостите доаѓаат дење или среде ноќ, домаќините секогаш ги пречекуваат гостите и веднаш подготвуваат супа од зеленчук за нивно „Добредојде“. Целиот концепт на

руралниот туризам е поинаков од оној на класичниот туризам. Тоа се огледа, не само во гостопримливоста и непосредноста на Ката и Ванчо, туку и во храната која се подготвува. Се користат исклучиво продукти од локални производители, свежи и произведени на органски начин. На тој начин тие ја поддржуваат локалната економија и го поттикнуваат одржливиот развој. Гостите се послужуваат со домашно подготвената храна, а доматиите од стари семиња кои растат во дворот гостите можат самите да си ги одберат за да им се подготват за појадок или за вечера. Во бавчата имаат и салата, рукола, блитва...., а од локалните производители купуваат јајца. Појадокот е дел од понудата за сите гости што ќе преспијат, а секогаш има и можност за вечера со две менија. Ако сакаат гостите можат и самите да си готват, бидејќи во кујната има се што е потребно.

Слика бр.82: Сувенири за продажба - „Ранчо и Ванчо на Ката”



Извор: <https://www.facebook.com/VanchoiKata>

„Рибник - Ресторан Оморани” се наоѓа на брегот на реката Бабуна која е една од најчистите македонски реки. Опкружен е со ридови, зеленило, свеж воздух, жубор на вода и претставува идеално место за дружба и изолирање од градското секојдневие. Рибник - ресторанот Оморани активно работи од 2014 год. Тука секојдневно, а особено во летниот период за викендите и за празниците доаѓаат гости од целата држава и пошироко, сите пречекани со топла и срдечна гостопримливост.

Слика бр.83: „Рибник - ресторан Оморани”



Извор: <http://ribnikrestoranomorani.mk>

Овој ресторан нуди повеќе видови на риба: крап, пастрмка, сом и ајкула која е најубава во овој ресторан затоа што секогаш се служи свежа. За дополнителна анимација на гостите секој викенд се организираат и музички програми. Капацитетот на гости е 350 седишта во летниот, а 100 седишта

во зимскиот период, Овој комплекс располага со детско игралиште и етно вила (апартмани за ноќевање). Покрај гастрономската анимација во ова село позитивен пример за овој вид анимација среќаваме и во село Немањици во Свети Николе.

Слика бр.84: Печење месо во фурна - ресторан „Мавровица - Кај Геро“



Извор: <https://www.facebook.com/mavrovicakajgero>

Ресторан „Мавровица - Кај Геро“ во с.Немањици - Свети Николе е сместено во пријатен амбиент и опкружување, далеку од градската бучава и претставува совршеното место за семеен ручек, дружба со пријатели како и за големи туристички групи. Како специјалитети на овој етно ресторан се издвојуваат: Мавровска тава, Ланин сон, Свинско печење во сос, Мавровска плескавица, Качамак со пржено месо. Гастрономската анимација во овој ресторан особено е изразена во летниот период кога во раскошната зелена бавча на ресторан се палат отворените печењари и скари каде се пече месо, а гостите заедно со готвачите го гледаат и уживаат во процесот на печење, чекајќи ја со нетрпение својата порција.

2.2.4. Гастрономска анимација во Југоисточен регион

2.2.4.1. Краток опис на регионот

Југоисточниот регион се протега на крајниот југоисточен дел на Република Северна Македонија и го опфаќа подрачјето на Струмичко - Радовишката и Гевгелиско - Валандовската котлина, односно долината на реката Струмица и долниот тек на реката Вардар.

Слика бр.85: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Географската поставеност на регионот ги опфаќа спомнатите котлини и масивите на планините Беласица на југ, Огражден на исток, Плачковица на север, Срта во централниот дел и источната страна на Кожуф планина. На југ граничи со Република Грција, на исток со Република Бугарија, а на север и запад со Источниот и Вардарскиот регион. Овој југоисточен регион на Македонија има 10 општини со 188 населени места и тоа: Општина Богданци, Општина Босилово, Општина Валандово, Општина Василево, Општина Гевгелија, Општина Дојран, Општина Конче, Општина Ново Село, Општина Радовиш и Општина Струмица, со вкупен број од 171.416 жители.

2.2.4.2. Туристичка понуда на регионот

Во изминатиот период регионот успеа да го привлече вниманието на туристите преку чистата и здрава околина со езера, планини, водопади, термални води, етно-села, манастири, но исто така и локалните манифестации, здравата и традиционална храна и гостопримството на жителите од југоистокот.

Слика бр.86: Дојранско езеро



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Југоисточниот плански регион има изобилство од убавини кои што овозможуваат сеопфатна туристичка понуда на регионот која е претставена во следната табела:

Табела бр.11: Туристичка понуда на регионот

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Езерски туризам	Природни езера: Дојранско езеро во Дојран Вештачки езера: Палурци во Богданци; Езеро „Мантово” во Конче; Водоча и Турија во Струмичко.
Бањски туризам	"Врела бања" и "Ладна бања" - Негорски Бањи во Гевгелија; „ Бања Банско ” во Струмица
Планински туризам	Ски центарот „Кожуф“ - Гевгелија;
Селски туризам	Природни атракции: Моноспитовско блато во Босилово; Кочулските Водопади и Прстенските Водопади во Валандово; Потпланинските села: Хума и Конско во Гевгелија; Мокрино и Мокрински извори во Ново село; Колешино и Колешински водопад во Ново село, Смоларе и Смоларски водопади во Ново село; рурални населби во регионот: Сермени, Габрово, Банско; село Смиљанци - Радовишко.
Алтернативен - Еко туризам	Природното лекувалиште Смрдливавода - Гевгелија; Рекреативната патека Дојран-Палурци и Рекреативна патека на езерско крајбрежје -Дојран; патека на железната завеса (Струмица, Босилово, Ново Село); 25 пешачки, велосипедски и планински патеки во Струмичкиот регион.
Културен туризам	Археолошки локалитети во Валандово: „Исар“ Марвинци- („Исар-Кале“) во с.Марвинци; Археолошки комплекс „Валандово“ ; „Идомена“; „Добер“; „Некрополата кај с.Дедели“; „Фосилите кај Башибос“; Археолошки локалитети во Гевгелија: Долновардарските некрополи; археолошкиот локалитет „Вардарски рид“; Археолошки локалитети во Ново Село: „Керамидарка “; Локалитет „Голема трпеза“; Археолошки локалитет „Црвено Поле“; Археолошки споменици во Струмица: Момин бунар, Струмин гроб, Доцноантичка урбана палата Мачук, Орта Џамија, Римска терма, Споменик Цареви кули; Локалитет во Дојран: „Мрдаја“; Радовиш: Локалитетот Пилав Тепе.
Верски туризам	Валандово: Манастир „Св.Ѓорѓи“; Струмица: „Св.Илија” на планината Еленица; „Св. Севастиски маченици” во с.Банско; „Св.Богородица Елеуса” во с.Вељуса; „Св. Леонтиј” во с.Водоча; „Свети 15 Тиверополски машеници”, Дојран: Црква „Св.Пророк Илија“; Гевгелија: Манастир: „Свети Спас“; Радовиш: Храм Света Троица, Црква Св.Илија, Конечки Манстир и Св.Стефан во Конче, Манастир Св. Ѓорѓи – Ораовица.
Манифестациски туризам	Валандово: Фолк Фест,„Валандово“, Фестивалот на пролетни веселби „Хид-Бах Шен Фест“ во с.Чалакли, Манифестација „Валандовска ракијада“; Гевгелија: „Ѓура Мара“, „Распеана чаршија“, „Смоквијада“; Ново Село: „Костенијада“; „Страчинарски ирги“; Радовиш: „Самун ем Татлија“, „Јуручки фестивал“, „Света Троица - Фолклорен фестивал Оро весело“, „Велигденски средби и Гајда фест“; Струмица: ФКТ„Ристо Шишков“, „Струмички карневал“, Василево: „Празијада”

Вински туризам	5 винарии во Валандово, Василево, Гевгелија и Босилово од кои три отворени за гости (Винарија: Далвина во Хамзали - Босилово; Винарија: Дехри - Богданци; Винарија: Риго Импекс и Визба „Валандово” - Валандово; Винарија,„Керем” - Гевгелија).
Ловен туризам	31 ловиште (18 за крупен дивеч и 13 за ситен дивеч)
Казино туризам	Хотел „Рамада Плаза“ и Казино „Принцес“ и Хотел -казино "Фламинго" – Гевгелија.

Извор: https://www.rdc.mk/southeastregion/images/JugoIstocenRegion_razvojnaPrograma

Направеното истражувањето спроведено по општини ни покажува дека овој регион располага со угостителско-туристички капацитети без кои развојот на туризмот би бил многу отежнат. Без ваквите објекти еден регион не може да се размислува за развој на туризмот како стопанска гранка. Овој регион располага со сериозни хотелски капацитети кои се наоѓаат во големите градски општини, особено тука се истакнуваат хотелите во Гевгелија, Струмица и Дојран, додека во помалите општини понудата е послаба, но, радува фактот што локалното население го препознава бенефитот од туризмот и вложува во отварање на приватни сместувачки капацитети и етно ресторани.

Слика бр.87: Принцес Хотел & Казино - Гевгелија



Извор: www.ramadaplazagevgelija.com

Ресторанската понуда во овој регион е доста широка и квалитетна. Токму во овој регион работат елитни ресторани кои нудат храна по вкус и изглед согласно сите европски стандарди, а и ентериерното уредување на рестораните е на завидно ниво. Туристичките агенции ги има во солиден број, но, за жал многу малку го вклучуваат својот регион со нивните туристички понуди. Овој регион располага и со други угостителско-туристички објекти како што се: апартмани, мотели, планинарски домови, пицерији, гостилници, кафеани, објекти за брза храна, млечни ресторани, кафе барови, но, во ова истражување опфатена е понудата на угостителско-туристички капацитети кои се организатори на гастрономската анимација, а тоа се: хотели, туристички агенции, ресторани. Како дел од гастрономската понуда на овој регион опфатени се и најпрепознатливите гастрономски специјалитети кои се наведени во следната табела:

Табела бр12.: Угостителско – туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Гевгелија: Аполонија, Вардар, Фламинго, Рамада Плаза и казино Принцес, Нар; Дојран: Истатов, Македонија, Полин, Романтик

	Плаза, Хит, Бетон; Струмица: Сириус, Вила Парк, Тивериопол, Цар Самоил; Василево: Мис Тон; Радовиш: Бел Камен с.Козбунар -планина: Плачковица, Дајмон, Маг-Марг.
Туристички агенции	Струмица: Лагуна џет плус, Атлантис, Нова травел, Олимпија, Тивер Травел ексклузив, Лагуна травел, Сани травел, Сафари, 404 Травел, Сандра травел, Балкан фан, Панорама; Гевгелија: Бест Балкан Травел, Патник-АЦ, Балкан травел турс, Амиго компани, Дори, Одеон, Путник, Буш травел - Негорци; Радовиш: Орбита турс, Атлантис Струмица, подружница Радовиш; Ново село: Лас Вегас.
Ресторани	Струмица: Пиликатник, Шалом, Дегусто, Центар, Маредо, Чамовски, Амор Палас, Под Оревчето, Дукат, Кај Баче; Гевгелија: Боко, Стек Хаус, Идила, Елени, Сариса, Гевгелиска куќа, Крем, Јавор-Агапи во Мрзенци, Јавор Џоко во Мрзенци; Дојран: Гранико, Фук-Так, Нота, Вавилон, Боџи, Казабланка, Калдрма; Валандово: Епи, Кларинго, Култа, Делта, Рико, Мисс Стон; Ново Село: Младост, Комплекс Лебедово езеро во Смоларе, Подгорски Ан во Колешино, Антика во Колешино, Атлантис на Смоларски водопад, Панорама во Мокрино; Богданци: Елита, Оаза во Ѓавато; Радовиш: Брацо, Леона лукс, Маг Мар, Амбасадор, Д-клуб, Маестрал, Беверли хилс, Караџос; Босилово: Парк, Кај Виктор, Дивино; Конче.
Препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Струмички: Полнети слезинки, Полнета плешка, Бобарник, Долма, Лангиди со сирење и локум, Баклава со сакс (зачин мастика), Сарлии, Пинирлии, Зерде, Погача со локум, Млеченик - солен и благ во исто време; Струмка, Струмичка мастика, Сончогледово масло за јадење Бисер, Љубеница на струмички начин, Струмички чалбур и Имам бајалди; Праз од Градошорци; Радовишки: Самун, Татлија, Саздрмата, Праз со суво месо, Палеж; Дојрански: Дојранска риба на трска, Дојрански крап во тепсија, Плескавица од икра; Гевгелиски: Гевгелиско слатко од зрели смокви, Гевгелиски млечник, Овчи грб на гевгелиски начин, Гевгелиски коктел „Белегзија”.

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

Слика бр.88: Струмичка Мاستика - македонски бренд од Југоисточниот регион



Извор: <https://strumicadenes.mk/>

2.2.4.3. Гастрономска анимација во регионот

Главните плански региони во земјата според својата географска карактеристика и уникатните содржини нудат можности за разновидност и уникатност во македонската туристичка понуда, а токму гастрономската анимација е уникатна содржина која може да биде бренд за одредена дестинација и фактор за развој на туризмот во одреден регион. Согласно ревизијата на Националната стратегија за туризам, најпогодни за развој на рурален туризам во која спаѓа и гастрономскиот туризам се: Полошкиот, Источниот, Југоисточниот, Пелагонискиот и Југозападниот Регион. Анализирајќи го југоисточниот регион според анктените прашалници спроведени во општините и според кабинетските истражувања на регионите, може да се заклучи дека овој регион има големи потенцијали за развој на гастрономскиот туризам при тоа развивајќи ја гастрономската анимација како клучен елемент во туристичката понуда на овој регион.

2.2.4.3.1. Гастрономска анимација во рурални места

Гастрономската анимација во овој регион може успешно да се организира во повеќе рурални населби кои развиваат селски туризам, а тоа се селата: Сермени, Габрово, Смоларе, Колешино, Банско. Сите овие места се лесно достапни за туристите што представува основен предуслов за развој на селскиот туризам. Регионот има добра патна мрежа, еден автопат и железничка пруга.

Слика бр.89: Декорација на селски двор - село Габрово



Извор: <http://www.findglocal.com/>

Габрово е пример за автентична уникатна понуда во која е вклучена гастрономската анимација. Секојдневно во ова местоа доаѓаат туристи од странство кои уживаат во убавините на Беласица, но нема каде да се сместат за да престојуваат повеќе денови. Овој тип на гости не преферираат хотели и ресторани, туку нивната цел е директно запознавање на селскиот живот, културата, традиционалната храна и пијалоци, локални преработки и сувенири.

Костадин Костадинов е еден од ретките луѓе во овој регион кој ја забележал користа од руралниот туризам. Неговиот двор во под беласичкото село Габрово речиси секоја недела е полн со гости од Холандија, Швајцарија, Белгија, Франција, па и од Бугарија и Грција. Доаѓаат во групи од по 10 до 20 туристи за кои готви локални специјалитети и прошетки по селото, до водопадите и низ природните убавини на Беласица. При истражувањето на овој регион, искористена е методата интервју при што од страна на Костадинов, човекот кој во права смисла ја развива гастрономската анимација беше изјавено: „...Потенцијал имаме, меѓутоа треба инвестиции во делот на инфраструктурата, поголема хигиена, но и ориентираност на самото локално наследство кон

туризмот. Кај нас последните 10 години туристи доаѓаат постојано и сакаат да видат на еден ден како се живее во Габрово. Сакаат да дознаат за нашата култура, ора, за локалната храна, кои се традициите овде. Јас можам да кажам дека ако се инвестира може да се живее од руралниот туризам, но треба време, посветеност, работа, иновативност...“ , вели Костадинов кој со своето семејство целосно се посветени да им угодат на гостите кои ги посетуваат, па дури ангажираат локални фолклорни ансамбли да им ги презентираат македонските ора и песни.

Слика бр.90: Анимација на туристи во селски двор - Габрово



Извор: <https://www.strumicanet.com/>

Освен по водопадите, Костадинови гостите ги шетаат и по засеаните овоштарници и во бавчите со зеленчук, им објаснуваат како се прават домашни конзервирани преработки кои потоа им ги продаваат. Странците кога го посетуваат домот на Костадинов најмногу сакаат да пробаат: тавче гравче, ориз со домашно пилешко, домашна супа, свежи салати и подлучени пиперки, да пијат домашни сокови и ракија. Таму на лице место им се спремаат и баници, зелници, слатки од страна на локалните жени.

Слика бр.91: Сукање пита пред гости во дворот на Костадинови



Извор: <http://kostadinovi-gabrovo.blogspot.com/>

На тој начин гостите се интересираат за начинот на подготовка, за состојките, за староста на рецептите, а се вклучуваат и во самото готвење. Од направените истражувања како слаба страна е неискористеноста на потенцијалот што го нуди Беласица од страна на локалното население за

развој на селскиот туризам, но, како цел во стратегијата на општина Ново Село во чии рамки припаѓа ова село е едукација на жителите од подбеласичкиот регион како да се ориентираат кон оваа гранка која може да биде дополнителен приход во текот на цела година, а најмногу во пролетта и летото.

Сермени изобилува со стара македонска архитектура која доста е сочувана. Селото претставува воздушна бања и е познато од дамнина дека воздухот е многу чист и уште за време турско на ова место ги носеле децата кои имале бронхијални и асматишни заболувања. Главен носител на гастрономскиот туризам во ова село е етно куќата „Серменински Чардак“. Таа се наоѓа во подножјето на планината Кожуф, 17 km одалечено од Гевгелија. Вилата располага со 2 фамилијарни апартмани со сопствена кујна и тоалет, една двокреветна и една трокреветна соба исто така со сопствен тоалет. Во склоп на Етно Куќа „Серменински Чардак“ има ресторан со доста ниски цени и во истиот се спрема исклучиво македонска традиционална храна од овој регион. Гастрономската анимација во оваа понуда е овозможена со тоа што етно куќата располага со сопствена органска бавча, сопствено производство на мед, домашни јајца, домашно сирење и кисело млеко каде гостите можат да учествуваат во процесот на подготовката на јадењата, а при тоа учејќи и некои тамошни специјалитети.

Слика бр.92: Традиционални колачи од мед - „Серменински чардак“



Извор: <https://apartmani.mk/listings/etno-kuka-sermeninski-cardak/>

Како најпознати природни убавини во југоисточниот регион за развој на руралниот туризам вклучувајќи ја и гастрономската анимација во својата понуда се издвојуваат: Мокринските извори, Колешински водопади, Смоларски водопади.

Смолари се наоѓа во северното подножје на планината Беласица во областа позната како Подгорие. Селото е одалечено 28 километри од градот Струмица во југоисточна насока и 6 километри од центарот на општината Ново Село на надморска височина од 382 метри. Јужно од селото се наоѓа реката Ломница на која е расположен познатиот Смоларски водопад до кој се пристигнува преку еко-патека. Главна атракција за во ова село, регион, а и туристичка атракција во македонскиот туризам се Смоларските водопади. Тие се наоѓаат над селото Смоларе на надморска височина од 630 метри, сместен длабоко во планината Беласица од кај што извира реката Ломница сокриена меѓу столетните букови дрвја. Смоларскиот водопад е единствен постојан водопад во Македонија и со највисок пад на водата од 39,5 метри. За да се дојде до

водопадот треба да се патува по тесен, кривулест пат со намалена брзина, бидејќи тракторите и запрежните возила се карактеристични за оваа област.

Овде главното занимање е земјоделството. На патот кон водопадот, туристите ќе најдат на мал пазар од каде може да се купат локални производи. Овој пазар е отворен во Јануари 2007 година каде локалното население е секогаш таму да понудат локални пиперки, јаболка, краставици и уште многу вкусни и здрави производи. Од врвот на водопадот водата паѓа во базен на дното при што ослободува освежителна пара која доаѓа до платформата од каде туристите го набљудуваат и се целосно опфатени со убавината која го одзема здивот. На враќање назад може да се застане за одмор, но и да се направи одличен ручек долж патеката, при тоа уживајќи во прекрасната шума на околу. Уште едно застанување е неопходно враќајќи се назад на пазарчето за да се купи дел од гастрономските производи од овој крај, домашно изработени слатка и свеж мед како и прекрасни сувенири.

Мокрино е село во општина Ново Село, источно од градот Струмица. Се наоѓа во подножјето на планината Беласица на надморска височина од 370 метри и до него се доаѓа по солиден асфалтен пат. Селото е познато по Мокринските извори кои имаат издашност од 40 литри вода во секунда. Старото име на Мокрино не е познато. До ден денешен се пренесува легендата дека селото името го добило по своето мокро поле и мочурливите места во својот атар, па така кога луѓето се доселиле на тоа место започнале местото, а подоцна и селото да го викаат Мокрино. Интересно е да се спомене дека во повеќе средновековни документи се споменуваат денешните имиња на повеќе струмички села меѓу кои и на Мокрино кој се споменува како посед на некој си Рудл кој живеел во Струмица. Познато е дека Мокрино и неколку други села уште пред Турското завладување биле дадени за посед на Хиландарскиот манастир.

Слика бр.93: Мокрински извори - с. Мокрино



Извор: <https://mk.wikipedia.org/>

Ова село е познато по својата природна туристичка атракција Мокринските извори. Изворите се наоѓаат во подножјето на планината Беласица на надморска височина од 330 метри во близина на селото Мокрино. За значењето и важноста на овие извори говори и фактот што на ова место секоја година на 2-ри Август се собираат жителите на Мокрино и сите околни села, доаѓаат луѓе од цела Македонија и се дава курбан, во чест на водата. Се коле вол и се врти на ражен. Обичај на давање курбан е многу стар. Не се знае од кога. Адетот никогаш не бил прекинат освен еднаш. Најверојатно се намало пари и не се истерал адетот. Само неколку денови потоа изворот секнал. Следната година на истиот празник мештаните пак се собрале, заклале вол го направиле обичајот. На 4-ти, како божјата рака да ја одврнала славината, вода од изворот повторно потекла. Оттогаш наваму ниту една година не е пресконат датумот. Давањето курбан, односно печењето на волот и

послужувањето на присутните преставува гастрономска анимација за ова место. Од трите Мокрински извори денес истекуваат 40 литри вода во секунда. Поради количеството и силината на овие води на времето околу нив имало многу воденици. Денес овие извори се опремени со видиковци за седење, маси столици и се одлично место за организирање на излети со традиционален ручек.

Колешино се наоѓа на југоисточниот дел од нашата држава во близина на границата со Грција и Бугарија. Од најблискиот град Струмица е одалечен 19 километри. Селото е познато по својот живописен Колешински водопад формиран на реката Баба и висок 19,5 метри. Колешинските водопади восхитуваат во секое годишно време - лете освежуваат, а зиме зачудуваат со својата замрзната убавина. Се наоѓаат на надморска височина од 610 метри на реката Баба во пазувите на планината Беласица над селото Колешино, меѓу јаворова шума и камени гребени.

Слика бр.94: Колешински водопади - с.Колешино



Извор: <https://travelers.mk/mk/patuvanje/koleshinski-vodopadi>

Општина Ново Село препознавајќи ја важноста и значењето на оваа природна атракција за развој на гастрономскиот туризам во овој регион во моментот работи на подобрување на оваа место со додатни пешачки патеки, пристапни патишта, но и долготрајни понуди како мотели и национални ресторани.

2.2.4.3.2. Гастрономски манифестации

Гастрономските манифестации се дел и од гастрономскиот туризам. Ако во минатото храната била надополнување на настаните, денес таа е главна причина за организирање на една гастрономска манифестација каде преку храната се анимираат голем број на луѓе кои присуствуваат со цел да се забавуваат и да уживаат. Токму тоа е гастрономска анимација која произлегува од гастрономските манифестации. Секој настан кој што е поврзан со било каква храна што се консумира од луѓето може да се смета во гастрономски настан. Најчесто кога станува збор за гастрономски настани, истите се поврзуваат со гастрономските фестивали т.е. фестивалите на храна.

Фестивал на храна е фестивал кој е поврзан директно со храна и кој нагласува регионални и локални специјалитети или фестивал чија тематика е храна и има активности и програма засновани на храна. Фестивал на храна е местото каде што заедниците се вклучуваат во јавната прослава и промоција на локална храна. Од истражувањата направени во југоисточниот регион, заклучокот е дека овој регион е богат со интересни гастрономски манифестации кои претставуваат промотор на тој регион во туристички цели, но, истите не се доволно ставени во функција за развој на македонскиот туризам. Во продолжение се објаснети најпознатите гастрономски манифестации

од овој регион кој воедно претставуваат интересни гастрономски анимации за сите домашни и странски гости кои ги посетуваат.

Ракијадата е манифестација што се одржува во Валандово од 2000 година. Од 2005 година се организира на градскиот базен во Валандово под покровителство на градоначалникот и советот на општина Валандово. Ракијадата има пред сè друштвен, а и натпреварувачки карактер. Учесниците на ракијадата се натпреваруваат во традиционалното варење ракија. Секоја година има учесници од општина Валандово и од други општини, а од година во година се појавуваат и учесници од други држави. Активностите се збогатени со: игри на табла, трка на келнери, натпревар во пиење вино, подготовка на коктейли со традиционални производи од Валандово, штандови со органски земјоделски производи од Валандово и специјалитети од Валандовското поднебје.

Ден на калинката. Целта на манифестацијата „Ден на калинката“ е да се подигне свеста за консумирање здрава храна кај децата и учениците. Кампањата се реализира во градинките и училиштата како дел од програмата „Интеграција на еколошката едукација во македонскиот образовен систем“ во соработка со министерството за образование и наука и здружението за едукација, комуникација и консалтинг „ОХО“. Кампањата се спроведува преку забава и дружба на ученици и возрасни на берба на калинки низ нивите во Валандово.

Слика бр.95: Манифестација „Смоквијада“ - Гевгелија



Извор: <https://gevgelijanet.com/>

Смоквијада. Традиционалната манифестација Смоквијада се одржува секоја година на крајот од август или во почетокот на септември во организација на Здружението на граѓани Тера од Гевгелија. Местото на одржување на смоквијадата е градскиот стадион каде што се натпреваруваат голем број екипи во подготвување слатко од зрели смокви. Манифестацијата започнува со дефиле на фолклорните групи и учесници, а додека учесниците го подготвуваат слаткото на сцената се одвива богата културно-уметничка програма. На крајот се оценува слаткото, а за најдобрите следуваат награди. Заради зачувување на традиционалните вредности на регионот и популаризација на истите, организаторот ја проширил манифестацијата со неколку програмски активности. Првиот ден започнува со дегустација на производи од зрели смокви со цел да се презентираат специјалитети што можат да бидат направени или содржат зрели смокви, веднаш потоа се одржува Смоквијада на зајдисонце - забава за млади поддржувачи на манифестацијата, а следниот ден се случува традиционално варење слатко од зрели смокви. Заради запазување, но и зачувување на стариот начин на готвење слатко од зрели смокви, натпреварувачките екипи се составени од по два члена, пред очите на публиката, на ракометното игралиште го варат слаткото од зрели смокви. Најдоброто слатко се прогласува последниот ден на денот на одржување на предавање за нутритивните својства на смоквата.

Самун ем татлија. Меѓународната манифестација „Самун ем татлија“ која се одржува на почеток на месец ноември секоја година во Радовиш се заснова на промоција на уникатните и препознатливи традиционални домашни специјалитети кои ги нудат угостителските објекти во општината. Целта на оваа меѓународна манифестација е промоција на локалните гастрономски специјалитети овозможено преку дегустација и продажба на истите како и богата културно-забавната програма со настап на естрадни уметници, домашни и странски изведувачи, бендови и фолклорни ансамбли.

Слика бр.96: Самун - традиционален Радовишки специјалитет



Извор: <http://radovisnews.mk/>

Струмичка ајверијада. Струмица како средиште на богатата струмичка котлина која е најголем производител на раноградинарски и земјоделски култури меѓу кои и на струмичката ајварка е организатор на манифестацијата „Струмичка Ајверијада“. Шеесетина натпреварувачи со однапред поставени критериуми учествуваат во изборот на највкусно приготвен ајвар. Присуствуваат ученици од средните училишта, а учествуваат и поединци-ентузијаста. Посетителите и гостите уживаат и во музичките и фолклорни изведби кои се неизоставен елемент на манифестацијата.

Слика бр.97: Манифестација „Костенијада“ - с. Смоларе



Извор: <https://strumicanet.com/>

Костенијада. Во подножјето на планината Беласица се наоѓа селото Смолари каде традиционално се одржува манифестацијата „Фестивал на смоларскиот костен“. Жителите на овој регион на манифестацијата ги печат надалеку познатите смоларски костени за гостите (над 1 тон), а домаќинките презентираат како костенот може да се употребува и во кулинарството подготвувајќи специјалитети од костен.

Празијада. Традиционално се одржува во општина Василево во селото Градашорци кое претставува и најголем производител на праз во Македонија. Преку оваа манифестација се

промовира празот како градинарска култура карактеристична за овој регион, се очекува да се зголеми бројот на производителите на праз и се врши промоција на оваа земјоделска култура како и на здравиот начин на исхрана. Се подготвуваат и наградуваат различни видови на јадења чија главна состојка е празот.

Слика бр.98: Манифестација „Празијада” - о. Василево



Извор: <http://opstinavasilevo.gov.mk/>

Дојранска автентика. Градската плажа во Дојран е идеална и пространа локација на која се презентира Дојранската автентика. Се применува ловењето риба на стариот дојрански начин со мрежа наречена ГРИП, специфично и значајно за Југоисточниот регион. Освен оваа активност се подготвуваат и дегустираат специјалитети од риба, чорби од риба, рибини специјалитети на трска и котлети. Манифестацијата е симболично езерски обоена, а дојранчани како и секогаш се вистински љубезни домаќини.

2.2.4.3.3. Гастрономска анимација во угостителските објекти

Туристот секогаш се враќа на места каде што има добра храна. Еден од главните мотиви е сеќавањето на еден добар оброк, специјални вкусови и врвни кулинарски презентации. Југоисточниот регион има богата гастрономска понуда која претставува спој на традиционалното и модерното. Традиционалните и автентични подготовки на храна како полнет крап, рибина чорба, кременадли од крап и многу други специфични гастрономски понуди за хотелите и рестораните во општина

Слика бр.99: Телешко филе - ресторан на хотел „Аполонија”



Извор: <https://macedonian-hotels.mk/>

Дојран и јадења кои се дел од интернационалната светска кујна подготвени од врвните готвачи во хотелите и рестораните во Гевгелија се главни носители на гастрономската понуда во овој регион.

Комбинација од традиционална храна и модерна храна имаме во понудата на хотелите и рестораните во другите општини од овој регион, но, најповеќе во угостителските објекти во Струмица. Традиционалните и автентични подготовки на храна како полнет крап, рибина чорба, кремнадли од крап и многу други специфични гастрономски понуди за хотелите и рестораните во општина Дојран и јадења кои се дел од интернационалната светска кујна подготвени од врвните готвачи во хотелите и рестораните во Гевгелија се главни носители на гастрономската понуда во овој регион. Комбинација од традиционална храна и модерна храна имаме во понудата на хотелите и рестораните во другите општини од овој регион, но, најповеќе во угостителските објекти во Струмица.

Поврзувањето на добрата и автентична подготовка на храна со природните ресурси кои ги нуди овој регион од една страна и одличната интернационална кујна во модерните луксузни хотели од друга страна се одличен предуслов за развој на гастрономската анимација како понуда која ќе допринесе за зголемување на туристичката понуда и ќе помогне во бреднирањето на овој регион како туристичка дестинација на македонската туристичка мапа.

Слика бр.100: Подгорски Ан во Колешино



Извор: <https://www.facebook.com/podgordki-an>

Од анктените прашалници спроведени во хотелите од овој регион, заклучокот е дека во моментот гастрономската анимација не е доволно застапена и истата се сведува само на организирање на македонски вечери и тоа не редовно, туку по потреба без предходна дефинирана програма и најава. Во неколку хотели застапена е гастрономската анимација преку подготовка на храна пред гости, но и тоа е ретка појава. Единствено поголема понуда во делот на гастрономската анимација во овој регион се јавува во етно рестораните, особено оние во руралните места каков што е примерот со рестораните во село Мрзенци - Гевгелиско и рестораните во Смоларе и Колешино, особено во мотел - ресторанот „Подгорски Ан“.

Во понудата на овие ресторани застапена е традиционална храна, особено јагнешко печење кое се подготвува пред самите гости, на располагање на гостите се и градинарски култури кои се одгледуваат во рамки на ресторанските комплекси, а гостите можат да си наберат од истите и да ги конзумираат како свежи салати додека уживаат во подготвувањето на печењето кое се врши пред нивни очи. Гастрономска анимација треба да биде нова насока за развој на туризмот и за привлекување на туристи во овој регион, бидејќи сите предуслови со кои располага регионот се исполнети.

2.2.5. Гастрономска анимација во Источен регион

2.2.5.1. Краток опис на регионот

Источниот плански регион се простира на површина од 3.537 км² или 14.2% од територијата на РС Македонија и географски е лоциран во сливното подрачје на реката Брегалница. Регионот е поделен на 11 општини (Берово, Винаца, Делчево, Зрновци, Карбинци, Кочани, Македонска Каменица, Пехчево, Пробиштип, Чешиново-Облешево и Штип.) кои во поглед на урбанизираноста се поделени на 217 населени места од кои 209 места се карактеризирани како рурални населби.

Слика бр.101: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Овој регион од источната страна се граничи со Р.Бугарија, а комуникацијата со соседната држава се остварува преку граничниот премин Делчево во општина Делчево. Вкупно, бројот на жители во регионот изнесува 181.858. Климатските услови во регионот се поволни за развој на земјоделството, а особено за производство на ориз. Оризовите ниви од Источниот регион покриваат околу 95% од вкупното производство на ориз во целата држава.

2.2.5.2. Туристичка понуда на регионот

Источниот плански регион на ниво на држава претставува една помалку туристички развиена територијална целина.

Слика бр.102: Лесновски Манстир - духовен, културен и туристички центар



Извор: <https://www.facebook.com/karadzatur>

Меѓутоа, со оглед на потенцијалите со кои располага овој регион, во перспектива слободно може да се предвиди развој на неколку респектабилни туристички дестинации чии производи ќе се

базираат врз природното и културното наследство на регионот и врз традицијата на луѓето што живеат тука, производи препознатливи по својот квалитет и целосно прилагодени кон барањата и потребите на современите туристи. Токму за ваквата цел и намерите за развој на туризмот во овој регион претставува и сериозниот пристап и работа во овој правец на центарот за развој на источен плански регион кој изработи и стратегија за развој на туризмот во источниот плански регион 2016-2025. Целта на оваа Стратегија е да даде насоки за искористување на потенцијалот кој постои во регионот за развој на туристичката индустрија, при тоа земајќи ги предвид сите ограничувања кои постојат во источниот плански регион. За развој на туризмот источниот плански регион располага со големи потенцијали кои се дадени во табела бр.13.

Табела бр.13: Туристичка понуда во регионот

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Планински и рекреативен туризам	(целогодишен, без оглед на сезоната) во: источен дел на Малешевски Планини околу Беровско Езеро и блиските локалитети, Огражден со Суви Лаки, повисокиот дел на Плачковица, средно-високиот планински предел на Осогово, највисокиот дел на планините Голак и Обозна
Летен спортско-рекреативен планински туризам	(трекинг, прошетки, планинарење, рекреација, вајлд и еко туризам): во претходно наведените локалитети.
Зимско-спортски планински туризам	рекреативен за почетници скијачи и деца: Пониква, над Беровско Езеро, Плачковица/Туртел-Чупино, највисокиот дел на Голак; (скијање, сноубординг и др.): Царев Врв со Китка и Калин Камен (о. Крива Паланка).
Алтернативен туризам	можности за трекинг, маунтбајкинг, џипсафари, параглајдинг, геотуризам, алпинизам, адреналински паркови и слични содржини. Посебно погодни локации се Лесновска купа и кратер со целиот палеовулкански простор, западните делови на Плачковица (од Штип до Вртешка со Камник, Радањска Река, Козјачка Река и др.), Голак, Бејаз Тепе, Осогово над Кочани, Оризари и Македонска Каменица.
Бањски - Спа-туризмот	Кежовица - Штип, с. Истибања - Веница и с. Долни Подлог - с. Бања. Сите наведени локалитети располагаат со многу квалитетни геотермални води, а покрај тоа имаат одлична положба и достапност.
Езерскиот туризам	Калиманско Езеро со одлична положба, транзитна локација, развиен брег, единствен и уникатен остров (Калата) и добар гравитациски опфат. Покрај тоа, потенцијалот на езерскиот туризам треба максимално да се искористи на Ез. Гратче кај Кочани.
Селски туризам	Лесново, Злетово, Блатец, Зрновци, Разловци, Владимирово, Русиново, Ново Село.
Гастрономско - манифестациски туризам	Пијанечко - малешевска свадба во Делчево, Пастрмајлијада во Штип, Етно фест во Берово, Истибањско здраво - живо во Веница, Денови на кочанскиот ориз во Кочани, Зелникот на баба во Пробиштип, Пехчевски Павловден во Пехчево, Бабина баница во Македонска Каменица, Пијанечки денови на сливата во Делчево.

<p>Манифестациски туризам</p>	<p>Штип: Четрсе, Макфест, Денови на модата, ДАФ (Драмски аматерски фестивал), Штипско културно лето; Пехчево: Фестивал на дувачки оркестри, Распеано Малешевче; Кочани: Влашки средби на Петровден, Меѓународна ликовна колонија „Св.Пантелејмон”, Светски ден на Ромите; Виница: Павловден, Ин Виница Верита, Тодорови трки; Делчево: Голачки фолклорни средби на планината Голак, Гоцеви Денови; Карбинци: Свети Спас во Карбинци; Македонска Каменица: Музичкиот фестивал „Тру саунд оф Каменица”, Каменичко културно лето; Берово: Велигденско јајце; Пробиштип: Профест, Фестивал „Радоста на градот“, Уметничка колонија во Лесново.</p>
<p>Верски туризам (цркви и манастири)</p>	<p>Штип:„Св.Ѓорѓи” до Баргала, Црква „Света Богородица” (Ново Село), „Св. Никола” - на пола пат; Штип - Кочани, Црква „Св. Никола”, Црква „Св. Спас”, Црква „Св. Архангел Михаил”, Црква „Св.Јован Крстител”; Берово: Црква „Св. Архангел Михаил”, Црква „Рождество на Пресвета Богородица”; Делчево: Црква „Свети цар Константин и царица Елена” во село Разловци, Манастир „Св. Богородица” - Балаклија, Црква „Успение на Пресвета Богородица“, Црква „Св. Петка“ с. Селник, Црква „Св. Архангел Михаил“ село Драмче, „Свети Јоаким Осоговски“ во Јакимово; Пробиштип: Лесновски манастир - Лесново, „Успение на Пресвета Богородица“ - Пирог, Женски манастир „Св. Спиридон Чудотворец“; Пехчево: Црква „Св. Апостоли Петар и Павле“; Зрновци: Црква „Св. Димитриј“, Манастир „Свети Симеон Столпник“ - Мородвис, Манастир „Света Петка“ во с. Видовиште, „Св Архангел Михаил“ во село Спанчево; Македонска Каменица: Црква „Успение на Пресвета Богородица“; Кочани: Манастир „Св. Пантелејмон“ во с. Пантелеј, Манастир „Св. Илија” во село Бели, Црква „Св. Ѓорѓи“, Манастир „Св. Спас“ во с. Полаки, Манастир „Св. Василиј Велики“ – Пониква; Карбинци: Црква „Св. Ѓорѓи” во Горни Козјак, Манастир „Св. Петка“ во близина на село Калаузија, Црква „Вознесение Христово“, и др.</p>
<p>Културен туризам</p>	<p>Археолошки локалитети: Исар - Штип, Грнчарица во близина на селото Крупиште, Пилаво кај Бурилчево - Чешиново -Облешево, Баргала во Штип, Црквиште во Мородвис, Локубија во Кочани (со доопремување), Виничко Кале во Виница, Стамер во Делчево, Градиште во с. Град - Делчево, археолошки локалитет Св. Петка во Пехчево, средновековен град Равен во Пехчево, Калата во Калиманци, село Таринци во општина Карбинци; Музеи: Градски музеј во Штип, Етно куќа во Мородвис - Зрновци, Етно куќа и градски музеј во Кочани, Музеј на Виница, Спомен костурница во село Цера - Македонска Каменица, Музеј на Делчево, Спомен дом на Разловечкото востание во Разловци - Делчево, Музеј на град Берово; Османлиска архитектура: Мостот на султанот Емир Кучук во Штип, Саат кула во Штип, Хусамедин Паша џамија во Штип, Кадин Ана џамија во Штип, Безистен во Штип, Џамија Султан Фатих Мехмед во Делчево; Културно историски знаменитости - споменици и спомен обележја: Споменик на депортираните Евреи - Штип, Споменик на загинатите борци во НОВ во Ново Село - Штип, Споменик на Даме Груев во село Русиново, Дом на АСНОМ во центарот на Делчево, Кукуље во Нов Иственик - Делчево, Кулата - средновековен локалитет во Делчево, Дом на култура во Пробиштип, Споменик на народниот</p>

	херој Вера Јоциќ во Македонска Каменица, Спомен биста на народниот херој Вера Јоциќ во Македонска Каменица, Спомен обележје на Никола Карев во Чешиново-Облешево, Последната воденица на Кочанска Река, Споменик на слободата Кочани, Средновековни кули Кочани.
Ловен Туризам	Од 40-тина ловишта во регионот само неколку се средени и подготвени за туристичка функција. Такви се двете оградени ловишта „Полаки“ и „Конче“ и ловиштето „Голак“.

Извор: Стратегија за развој на туризмот во источниот плански регион 2016-2025.

Концентрацијата на атрактивности на мал простор кои се согледуваат низ мноштвото природни атрактивности, присуството на термални води и културно и историското богатство, традицијата и природните убавини кои се прикажани во табелата, овозможуваат препознатливост на регионот (посебно на неговите субрегиони) кои успеале да изградат сопствен имиџ. Во регионот постојат препознатливи туристички локации. Овој имиџ, позиционираноста на регионот и неговите ресурси се солидна основа за започнување посериозни чекори за развој на туризмот. Здравата храна, прифатливите цени, гостољубивоста на луѓето од регионот како и новите уникатни производи додаваат вредност на постоечката туристичка понуда, но истовремено и обезбедуваат услови за развивање на нова и поконкурентна понуда. Но, за жал, не постои дефиниран стратешки правец за развој на туристички активности на локално и регионално ниво и постои маргинализација на помалку атрактивните општини. Во регионот не постои соработка со соседните региони за заеднички развој на туристичка понуда, додека туристичките агенции се незаинтересирани за носење туристи во регионот.

Состојбата со сместувачките капацитети е лоша во поголемиот дел на регионот, а некаде и воопшто ги нема. Поголем дел од постоечките сместувачки капацитети имаат потреба од подобрување на инфраструктурата, но и во делот на испораката на услугите. За разлика од сместувачките капацитети, ресторанската понуда во овој регион е прилично богата каде доминираат традиционалните специјалитети од регионот, а квалитетот на скалата во целиот регион е на високо ниво. Од овој регион можат да се издвојат и неколку туристички агенции кои успешно ја обавуваат туристичката дејност, а како доказ за тоа е нивното долгогодишно работење на македонскиот туристички пазар. Во делот на регионалната понуда на угостителско-туристички објекти ги издвојуваме објектите и гастрономските специјалитети кои се дадени во табелата подолу.

Табела бр.14: Угостителско-туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Берово: Аурора ресорт и спа, Манастир, Вип; Пехчево: Гогов; Виница: Централ, Центро-Бизнис; Пробиштип: Црешово Топче, Сент Никол; Кочани: Аледар, Ледер, Градче; Штип: Урбаниста, Изгрев, Оаза; Делчево: Македонија.
Туристички агенции	Штип: Феријал Кашиков, Медитеран агент, Америт, Еуро турс урбани спектакл, Гранд травел, Ви Травел, Црво експрес, Атлантик; Кочани: Вел-Јан, Исток турс, Даглас турс, Авто атом, Метфил, ВИП, Компац, Либеро травел; Виница: Вин Травел во с.Градец, Пепи; Берово: Зегин Трејд, Орбис турс; Пехчево: Маршал травел; Делчево: Соко травел.
Ресторани	Берово: МРС, Тина, Дионис; Виница: Кај Аце, Рустикана, Иво, Галија, Дисте, Мацово Меанче; Делчево: Панорама, Антика, Трла,

	Две лири, Вигор, Царевоселски, Воденица рибен ресторан; Зрновци: Аминта, Зрновка, Кај Мицката; Кочани: Паце, Софра, Амор, Филитеа, Два другара, Охрид, Огниште; Македонска Каменица: Осмица, Златина, Шизик, Елита, Иднина; Пехчево: Ристово Меанче, Тропик, Викторија; Пробиштип: Стек Хаус Орион, Кај Обрен, Симпле, Дачо Палас, Кај Зоки, Гане; Штип: Лонгуров, Мал Одмор, Верона, Нецко, Класик, Булевар, За мерак.
Препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Штипска пастрмалија, Кофтиња на штипски начин, Сончогледово масло Брилијант, Кочанска Лапа, Тава со ориз, Сутлијаш, Малешевско – Беровско сирење, Буламач, Малешевски зелник, Качамак, Клиси со праз, Манастирско сирење.

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија.

Слика бр.103: Хотел „Манастир“ – Берово



Извор: <http://www.visitberovo.mk/>

2.2.5.3. Гастрономска анимација во регионот

Иако планскиот регион претставува една помалку туристички развиена територијална целина во нашата држава, сепак концентрацијата на атрактивности на мал простор е толку голема што овозможуваат препознатливост на регионот. Таквата препознатливост се согледува низ мноштвото природни атрактивности, присуството на термални води и културно - историско богатство, традиција и природни убавини кои заедно успеале да изградат сопствен имиџ и на регионот да му дадат туристички предзнак. Таквиот предзнак, а и карактеристика за овој регион е руралниот туризам во чии развој учествуваат сите општини од овој регион заедно со своите села. Анализата на поединечните карактеристики и самото поимно толкување на селскиот туризам, еко-туризмот, винскиот туризам, гастрономијата како туристички производ, ловниот туризам, риболовниот туризам, туризам на фарма, туризам на земјоделска фарма, културен туризам и религиозен туризам, укажуваат на една заедничка компонента, а тоа е одвивање на активностите во рурална околина. Руралниот туризам претставува нов вид туризам со двојна корист и за туризмот и за руралниот простор. Заеднички клучни елементи на руралниот туризам се:

- руралниот простор;
- зачувана природа;
- сместување во традиционални селски домаќинства;
- ноќевање со појадок со можност за самостојна подготовка на храна;
- традиционална рурална гастрономија;

- комуникација со домаќините;
- запознавање и/или учество во земјоделски активности, традицијата и начинот на живеење на локалното население.

Сите овие заеднички елементи на руралниот туризам се и заеднички елементи на гастрономската анимација во источниот регион која треба да си го најде своето заслужено место во туристичките понуди и да помогне во развојот и дефинирањето на овој регион како препознатлива македонска туристичка дестинација. Според податоците од истражувањето, дел од гастрономските анимациони содржини во источниот регион се евидентирани скоро во сите општини и во некои нивни позначајни села каде е развиен руралниот туризам и истите ќе бидат презентирани во продолжение.

Берово се наоѓа во источниот дел на нашата држава. Општината се протега во историско-географската област Малешевска. На територијата на општината се протегаат надалеку прочуените Малешевски планини. Општината Берово на југ се граничи со општините Ново Село, Босилово и Василево, на запад со општините Радовиш и Винаца, на север со Делчево и со Пехчево, на исток со државната граница на Бугарија. Вкупната површина на општина Берово изнесува 595 км², а се наоѓа на 800 м просечна надморска висина. Берово и Малешевска се протегаат на мала територија, но во нив постои уникатна комбинација од извонредно зачувана природа, културно-историско наследство, етнографија, традиционална музика и ракотворби, што е од исклучително значење за развивање на овој тип туризам. Овие елементи многу вешто се вклучени во туристичката понуда на ова место.

Слика бр.104: Берово - најголема општина



Извор: <https://berovo.gov.mk/>

Авантура, планинарење, велосипедизам по планински патеки, лов и риболов, кајакарење на мирни води, излет со скара покрај езеро, оброк на бачило со тривековна традиција се дел од понудите на оваа туристичка дестинација. Низ Берово минува кислороден коридор, односно има максимална презаситеност на воздухот со кислород. Вакви места се реткост во светот, бидејќи се сметаат за природни феномени. Гастрономската анимација е застапена во туристичката понуда на Берово и истата ја сретнуваме во понудата на хотел „Манастир“, во гастрономските манифестации и за голема среќа на оваа туристичка дестинација, гастрономската анимација во моментот е и дел од нови идеи и проекти за развојот на туризмот каков што е проектот: заштита на феноменот колибарчење во Македонија и промовирање на традиционални малешевски специјалитети.

Хотелот „Манастир“ во Берово без сомнение е пример за добра инвестиција во која преку спој на модерното и традиционалното се негува духот на Малешевска. Лоциран до манастирот Свети Архангел Михаил, комплексот изобилува со етно елементи, рустичен стил, но и чардак во ориентален стил кои целосно нудат пријатен амбиент, а дополнување е традиционалната храна,

како и останатите можности за анимација на посетителите. Токму во делот на анимацијата, овој хотел нуди одлични гастрономски анимациони содржини и може да послужи како пример во регионот и пошироко за овој вид на услуга. Гастрономската анимација најпрво е застапена во ресторанот на овој хотел. Во ресторанот кој е уреден во традиционален македонски етно-стил со елементи на овој регион, посебно во знакот на војводата дедо Иљо Малешевски, се нудат најразлични специјалитети од традиционалната малешевска кујна која изобилува со локални специјалитети направени со еко-производи и производи од органско потекло, сервирани во традиционален етно инвентар.

Слика бр.105: Сервирање ручек во хотел „Манастир“



Извор: <http://maleshnet.mk/>

Така сервираните специјалитети и автентичниот начин на послужување од страна на келнерите облечени во униформа со традиционални етно-елементи кој се јавуваат и во улога на аниматори на гостите предизвикуваат задоволство и воодушевување кај гостите од гастрономската анимација која им ја приредуваат за време на нивниот престој во ресторанот. Покрај гастрономската анимација во хотелот менаџментот на овој објект организира и гастрономска анимација надвор од хотелот. Такви гастрономски анимативни содржини се излетите и пешачење по Малешевските планини со посета и ручек на бачилото „Клепало“. Пешачењето е оддалечено 12 км. Започнува од хотелот „Манастир“ на 860 м.нв. Прва пауза гостите ја прават на Беровското Езеро што е многу важна хидрографска атрактивност во оваа област, одлично место за кајакарење и риболов. Одејќи по шарените ливади, гостите можат да вкусат различни шумски плодови и да соберат многу различни билки за подготовка на чај. Прошетката ќе заврши на бачилото „Клепало“ на 1400 м.нв. каде ќе биде подготвен и послужен традиционален ручек со еко производи од околината, а гостите ќе можат да бидат вклучени во подготовката на ручекот со цел да научат и некој малешевски специјалитет. За гостите кои не сакаат да пешачат, хотелот организира трансфер до сите споменати места во програмата.

Следна гастрономска анимација која е дел од програмите на овој хотел е Винска тура и дегустација на вино. Ваквата гастрономска анимација е комбинација на авантура, култура и дегустација на вино и тоа во еден ден. Оваа турнеја ќе им овозможи на гостите да откријат 4 од најквалитетните вина направени во винаријата Далвина која се наоѓа во близина на градот Струмица. Гостите ќе имаат можност да слушнат и научат за производство на вино, за сортите на грозје и секако, да ги вкусат прекрасните вина. За оние кои се заинтересирани за коњи, програмата нуди и јавање на коњи, а на рибникот „Бела вода“ гостите ќе уживаат во печени пастрмки. Во рамки на оваа програма предвидена е и посета на црквите „Водоча“ и „Елеуса“ во Струмица. Гастрономската анимација во Берово нуди и манифестацијата **Етно фестивал Берово**. Секоја година на 27 и 28 август под покровителство на општина Берово се организира Етно фестивал, преку кој на посетителите од целиот свет им се презентираат богатите туристички потенцијали на Берово и Малешевијата. Во овие два дена Берово живее како вистински етно град кој преку

креативноста и трудот на Беровци низ низа интегрирани промотивни настани ја третира богатата традиција од овој регион. Традиционални производи, музички работилници, фолклор, културно наследство, здрава храна, локални специјалитети, ракотворби, сувенири се само мал дел од содржините на овој надалеку познат фестивал кој веќе има меѓународен карактер.

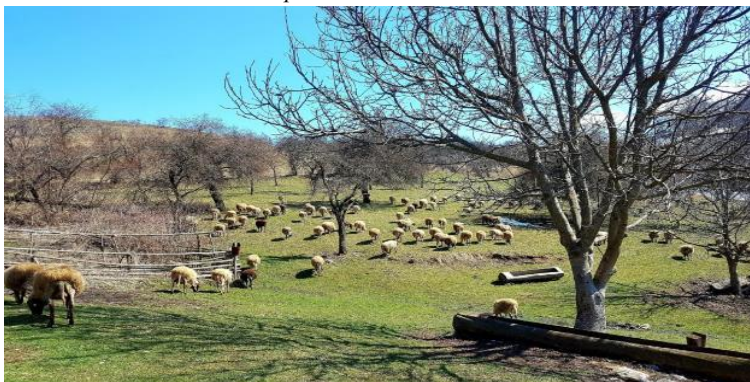
Слика бр.106: Етно фестивал - Берово



Извор: <https://berovo.gov.mk/>

Друга значајна туристичка атракција во овој регион, каде гостите можат да уживаат во гастрономската анимација и во природните убавини на Малешевските планини е туристичкиот комплекс **Бела Вода**. Поминувајќи покрај популарната викенд-населба Суви Лаки, по само 5 километри возење кон Берово, се открива овој центар кој е уште една од многуте убави македонски дестинации. Оваа туристичка населба Суви Лаки која веќе личи на мало гратче е на Беровска територија на 20-тина километри од Берово и на 30-тина километри од Струмица. За празниците таму е преполно, со мирис на скара и музика од сите страни. Во овој комплекс со неколку викенд-куќи за изнајмување, туристите може да уживаат и во јавање на неколкуте мустанзи кои се дел од понудата. Гастрономската анимација во овој туристички комплекс се состои во тоа што туристите можат сами да си ловат риба од рибниците и истата сами да ја печат на жар на скарите кои им се на располагање низ комплексот.

Слика бр.107: Малешевско бачило



Извор: <https://maleshevskivesnik.wordpress.com/>

Од досегашниве гастрономски анимации кои оваа туристичка дестинација ги нуди во источниот регион може да се заклучи дека Берово од мало анонимно градче стана голем туристички адут на нашата земја и пошироко. Но, уште повеќе радува фактот што Берово не се задоволува со моменталната гастрономска анимација, туку луѓето кои потекнуваат од овој крај се уште гледаат недоволна искористеност на потенцијалите на овој регион и се одлучуваат за сопствен бизнис и токму гастрономската анимација ја гледаат како основа и мотив за инвестирање и збогатување на туристичката понуда во Малешевијата.

Еден ваков проект кој заслужува внимание е проектот со кој се предлага *малешевските колиби и малешевското сирење* да се претворат во нова туристичка атракција на Берово. Оваа идеја беше една од наградените на организацијата АРНО (асоцијација за развој на нови опции) која подржува зелени претприемачки одржливи бизнис идеи. Зелената идеја е на Душица Крстевска која потекнува од Берово, а истата е резултат на кабинетското истражување за потенцијалите на овој регион. Оваа идеја е во насока на зачувување на еден од најстарите феномени во Малешевијата, а тоа е колибареењето. Во минатото скоро секое семејство во Берово одгледувало стока, најчесто овци и од млекото го правеле надалеку познатото беровско сирење, буламач, урда и други производи. Поради потребата од повеќе обработливо земјиште надвор од рамничарскиот регион настанало колибареењето. Се граделе колиби кои се всушност куќички од цврста градба и во нив летно време се собирало целото семејство со цел да помага во одгледувањето на стоката, правењето сирење, пасењето на стоката и собирањето на сено за зима. Зимно време во колибите најчесто останувале само најстарите за да ја пречуваат стоката до пролет кога се почнувало одново. Со оваа идеја авторот на проектот сака да го доближи колибареењето до луѓето, да ги запознае со начинот на кој што живееле нашите предци, да им ја доближи традиционалната храна и убавините на Малешевијата. Најважниот дел во проектот кој е во фокусот на истражувањето кое е направено за потребите на овој докторски труд е делот за воведување на гастронемски анимации за организирана група на посетители за кои е предвидено да се организира обука за правење сирење, обука за готвење со една од вредните малешевски баби со акцент на малешевските специјалитети, како и обука за ткаење на разбој. Со ваквите гастронемски анимации целта е Берово да стане дел од мапата на таканаречените foodie travellers, лица кои што патуваат со цел да доживуваат различни гастронемски искуства. Ваквата идеја заслужува внимание, бидејќи истата може да послужи како пример и за други планински рурални средини низ нашата држава.

Слика бр.108: Фолклорен фестивал „Истибањско Здравоживо“



Извор: <http://kultura.gov.mk/>

Виница се наоѓа во источниот дел на Македонија и го зафаќа југоисточниот дел од Виничко - Кочанската котлина. Таа од јужната страна е ограничена со северните падини на планината Плачковица и на исток со падините на планината Голак. Местоположбата на општината овозможува добра поврзаност со соседните општини во регионот. Кога станува збор за туризмот во оваа општина, од направените истражувања може да се заклучи дека културолошки, етно, гастронемски, рурален, бањски, спа, планински, рекреативен туризам - Виница има природни ресурси и потенцијали за развој на сите овие видови туризам, но неопходни се инфраструктура, инвестиции, стратегии, како и човечки капацитети кои професионално ќе ги валоризираат, користат и промовираат тие ресурси.

Единствена гастронемска анимација во моментот во оваа општина е гастронемската анимација во рамките на меѓународниот фолклорен фестивал „Истибањско здраво-живо“ во организација на

Фолклорниот ансамбал „Китка” од Истибања, а под покровителство на општина Веница. Фестивалот своето прво издание го направи во 1986 година по иницијатива на Стојко Митковски, претседател и уметнички директор на Ф.А. "КИТКА"- Истибања. По својот квалитет и програмски содржини се издвојува од останатите фестивали на Балканот и е член на Светските организации за фолклор и фестивали при УНЕСКО, И.О.В. и Ц.И.О.Ф.Ф. "Истибањско Здраво-живо" е фестивал што се одржува во првата половина на месец септември и трае 7 (седум) дена. Концептот на фестивалот е следен: отворањето на фестивалот во Истибања со прекрасно дефиле, церемонијал на свечено отворање настап на учесниците, преку т.н. "фолклорен караван", концерти се реализираат во Кочани, М. Каменица, Облешево, Делчево, Берово, финалниот настап е во Веница на плоштадот "Ангел Венички". Во рамките на фестивалот се одржува и обредот "традиционално зажневање на ориз" и се игра "големото оро" на прекрасниот плоштад во Веница и тоа под автентичните звуци од оркестарот при "Китка".

Овој фестивал е уникатен, бидејќи во рамки на програмата нуди и гастрономска анимација преку националните вечери каде се врши подготовка и презентација на храна од страна на домаќините, а исто така и од страна на сите земји учеснички на фестивалот. Првата вечер е македонска национална вечер на која што сите учесници се насладуваат од традиционалната македонска кујна, посебно од регионот: шопска салата, подлучени пиперки, тавче-гравче (боб), баница, боденик, зелник, лапа, пилав, сутлијаш и секако се играат македонски ора. Другите вечери се посветени на подготовка и презентација на храна од кујната на земјата од каде доаѓа фолклорниот ансамбал кој учествува на фестивалот кој со својот оркестар во рамки на вечерата приредуваат и музичка програма, танци, односно секоја вечер фестивалот нуди различно гастрономско шоу во кое уживаат посетителите, домаќините, самите земји учеснички, разменувајќи помеѓу себе песни, ора и гастрономски искуства. Овој фестивал е пример за тоа дека гастрономската анимација може да биде одлична содржина во рамки на културната понуда и позитивно да влијае врз квалитетот и развојот на културните манифестации, а од друга страна го потврдува и фактот дека храната е дел од традиционалната народна култура на еден народ.

Слика бр.109: Манифестација „Денови на Пијанечка слива”



Извор: <https://delcevo365.mk/>

Делчево се наоѓа во крајниот источен дел на нашата држава на границата со Бугарија. Сместен е по течението на реката Брегалница помеѓу планините Голак и Влаина, а истовремено се наоѓа на границата помеѓу Осоговските и Малешевските планини. Зафаќа вкупна површина од 423 km² на која живеат 17 500 жители. Градот го носи името на гордоста на македонскиот народ - Гоце Делчев и во него живеат 11 500 жители. Во минатото општината била позната и под името Царево Село. Општината Делчево со богатото природно и културно-историско наследство, села со зачувана селска архитектура, старите обичаи и манифестации во последните години прави исклучителни чекори на полето на туризмот. Ценејќи дека оваа гранка има реални потенцијали за развој и може да биде една од носечките во локалниот економски развој се вложува значителен напор за зголемување на туристичката понуда. Но, и

покрај ваквите чекори, сепак во моментот не е искористен потенцијалот кој го има оваа општина вклучувајќи ги и селата. Од истражувањата направени за оваа општина токму селата, еко-храната (органското производство на храна) и традиционалните специјалитети, богатата фолклорна традиција, живите традиционални фолклорни обичаи се нејзина силна страна. Ваквите елементи се одлична основа за креирање на гастрономска анимација како атрактивна туристичка понуда. Гастрономската анимација може да ги обедини природните убавини, богатото културно живо наследство, гастрономијата, археолошките вредности, манифестациите, угостителските објекти и да биде основата врз која ќе формира нов туристички автентичен пијанечки производ. Во моментот гастрономската анимација како дел од туристичка понуда во оваа општина е застапена преку следните манифестации: Денови на Пијанечката слива, Пијанечко-малешевска свадба и Обичај под маски - Свегорска сурва.

Денови на Пијанечката слива. Општина Делчево традиционално го организира настанот „Пијанечки денови на сливата“ со цел промоција на сливата како еден од најзастапените земјоделски производи во нашата земја. Учесници на настанот се ученици од општинските училишта, детската градинка, здруженија на граѓани, фирми и институции. Целта е да се промовира сливата и традиционалните производи од слива карактеристични за регионот. Во рамките на промотивниот дел на производи од сливи се доделуваат и награди за најдобрите производи и декорации.

Пијанечко - малешевска свадба. Оваа културна манифестација секоја година традиционално се одржува во Делчево. На овој настан преку традиционални обреди и обичаи својата љубов ја крунисуваат брачни парови кои се избираат преку конкурс во кој е предвидено најмалку едниот од двајцата да е од Малеш или Пијанец. Организатор на Пијанечко-Малешевската свадба е КУД „Гоце Делчев“ од Делчево. Во рамките на оваа манифестација се подготвуваат традиционални пијанечки и малешевски јадења и се служи домашен пијалок од овој регион.

Слика бр.110: Пијанечко-Малешевска свадба



Извор: <https://kudgocedelcevdelcevo.mk/>

Обичај под маски-Свегорска сурва. Живото културно наследство, обичајот под маски Сурова, во селото Свегор се одржува на денот Василица, односно на 14 јануари. Уникатен по многу нешта, овој локален вековен обичај етнолозите го нарекуваат и Пијанечко Вевчани. Традиционалните маски на суроваскарите симболизираат свадбена поворка со задолжителни ликови на невеста и младоженец, белаца, поп, стари баби и сл. Свегор се наоѓа во источниот дел на територијата на општина Делчево на западното подножје на планинат Влаина, а неговиот атар се допира со државната граница со Бугарија. Селото располага и со приватни сместувачки капацитети во рамки на селски домаќинства во кој туристите можат да вкусат традиционални специјалитети од овој

регион. Во близина на селото е познатиот туристички локалитет Илин Камен-карпа за која се врзани бројни преданија и верувања.

Зрновци. Во овој регион во подножјето на планината Плачковица на границата со кочанската котлина се наоѓа општина Зрновци. Убавата и чиста природа, културно-историско богатство и традицијата ги мотивирала тамошните жители да се организираат и да го понудат својот предел за селски туризам. Реката Зрновка тече низ Зрновци, има живописни водопади и е богата со пастрмка и речен рак. Таа е една од најчистите води во Македонија со 14 милиграми кислород на литар вода. Од направените истражувања преку анкетните прашалници, од општината наведуваат дека во делот на туризмот се организираат прошетки и планинарење по патеки на планината Плачковица која е богата со диви шумски плодови и лековити билки. Исто така се нуди и сместување во семејни куќи во селото и традиционална храна. Се нуди и посета на самото место каде што луѓето копаат, ораат или произведуваат нешто. Како дел од туристичката понуда на ова место е селото Мородвис во кој се наоѓа и археолошкиот локалитет Моробиздон каде има најдено црква од доцна античкиот период која датира од 4-5 век од нашата ера. На посетителите им се нудат домашни специјалитети на база на производите по кои е познат овој крај, а тоа се специјалитети-разни пите со праз, со афион и со сирење. Организирање на културни манифестации, печење ракија, правење на сувенири од волна, јавање на магариња, посета на трло со овци и рачно молзење, се дел од гастрономската анимација со која се збогатуваат содржините на селскиот туризам. За постигнување на оваа цел формирана е и првата задруга за селски туризам во нашата држава „Зрновци-туризам“ која има за цел координирање на активностите на членовите и кооперантите во понудата на услугите и делување преку тур-оператори и туристички агенции како и преку сопствена промоција за развој на селскиот туризам во овој регион.

Слика бр.111: Чествување на Св.Димитриј Солунски во Зрновци



Извор: <https://press24.mk/>

Кочани се наоѓа во источниот дел на нашата држава, 120 км оддалеченост од Скопје, на северната страна на Кочанската котлина и го зафаќа просторот од двете страни на Кочанската Река каде што таа ја напушта Осоговијата и ја проширува својата долина. Градот има јужна поставеност кон подножјето на Осоговските Планини. По 8 км. на југ плодната Кочанска котлина е затворена со планината Плачковица. Поради поволната географска местоположба и одличните природни карактеристики, територијата на денешниот град Кочани била населена од најстарите антички времиња, најпрво од Пајонците, Медите и Траките, а во 80-те години од VI век почнуваат да се населуваат Словените. До VII век припадници на племето Смолјани ја колонизираат Кочанската котлина и се населуваат во неа. Браќата Кирил и Методиј, основоположниците на словенската писменост од 845- 855 г. престојувајќи во Брегалничката област (Мородвиз) отпочнале со ширење на христијанството на словенски јазик. Заштитен знак за овој град е оризот. Оризот е најзначајна земјоделска култура со многувековна традиција, високи приноси и одличен квалитет. Годишно се

сеат околу 4000 хектари под ориз со принос од над 6000 кг/ха. Квалитетот на оризот е потврден на Еурека-2000 во Брисел со признание Гран-При „Најдоброто од Македонија”, со заштитен знак бр. 1- оризот, белото кочанско злато. Кочанскиот ориз е првиот заштитен производ со ознака на потеклото во Македонија. Општина Кочани има 28 населени места од кои 1 е градско и 27 селски.

Слика бр.112: Манифестација „Денови на Кочанскиот ориз”



Извор: <https://kocani.gov.mk/>

Во делот на туризмот, секторот за планирање и развој преку одделението за локален економски развој работи на развојот на туризмот и угостителството како стопанска гранка во општината. Изработени се визија и студија за развој на ски-центар на спортско-рекреативниот туристички центар (СРТЦ) Пониква на Осоговските Планини, стратегија за рурален развој на општина Кочани, мастер план за развој на туризмот во општина Кочани, програма за развој на концептот урбан активен туризам, стратегија за развој на туризмот во Источен плански регион со акционен план (2016-2025), стратегија за развој на туризмот во Осоговскиот прекуграничен регион, заштита на животната средина за одржлив развој на туризмот во СРТЦ Пониква на Осогово и други стратешки документи. Гастрономската анимација во одредена мера е дел од понудата на оваа рурална општина, но, секако дека има голем потенцијал за надоградување на истата.

Слика бр.113: Либеро Бар - Кочани



Извор: <http://events.mk/libero-cocktail-bar/>

Бидејќи Кочани располага со голем број на угостителски објекти (сместувачки капацитети, ресторани, кафани, пицерији, кафе барови) гастрономската анимација е застапена во нивната понуда преку храната, но, особено овде може да се истакне гастрономската анимација со пијалокот која за гостите ја приредуваат професионални бармени кои работат во модерните и лусузни ресторани и кафе барови. Пример за овој вид на гастрономска анимација во Кочани е **Либеро бар** во кој работат врвни коктел мајстори кои со своето мајсторство при подготовка на разни коктели ги воодушевуваат локалните гости и туристи. Покрај гастрономската анимација во

угостителските објекти во оваа општина гастрономска анимација и уживање на туристите нудат и манифестациите: „Денови на кочанскиот ориз“ и „Ѓурѓовден“ во село Оризари.

Деновите на кочанскиот ориз го слават оризот како симбол на кочанскиот регион. Манифестацијата го негува материјалното и духовното културно наследство поврзано со оризот како вековна земјоделска култура во Кочанско и неговиот пат од нива до трпеза. Таа ги прикажува културните вредности, природните и туристичките капацитети на Кочани, а со меѓународна соработка и присуството на делегации од различни страни на светот, се шири информацијата за квалитетот на кочанскиот ориз со што се бара поширок пазар и подобар пласман на оваа култура надвор од македонските граници.

Слика бр.114: Ручек на нива - Денови на кочански ориз



Извор: <http://discoverbg-mk.com/>

Централен настан претставува обичајот за жнејување и патот на оризот од нива до трпеза, со кој се прикажува традиционалната жетва на оризот со фолклорни елементи, стари алатки за жнеене - срп, вршење на оризот на гумно со коњи, носии, благослови, песни, јадења, зелници и сл. Манифестацијата се одржува во последната седмица од септември, а содржи фолклорни концерти и дефилеа, изложби и дегустација на традиционални јадења од ориз на која индивидуалци и ресторани подготвуваат карактеристични и традиционални јадења од кочански ориз. Во содржините се вклучени актери и уметници од различна возраст и од различни средини.

Ѓурѓовден е фолклорна манифестација која ја организира КУД „Љупчо Сантов“ од с.Оризари. Се одржува на ден Ѓурѓовден во село Оризари со симболично подстрижување на овците пред истерување во бачила на планина и сите придружни традиционални ѓурѓовденски обичаи, како што се лулање на јаже обесено на дрво, приготвување традиционална храна (баници и зелници), правење матеница на традиционален начин во бутими и сл.

Македонска Каменица се наоѓа во североисточниот дел на РС Македонија во подножјето на Осоговскиот масив. На исток граничи со општина Делчево, на југ со општина Веница на запад со општина Кочани, а на север со општина Крива Паланка и државната граница со Република Бугарија. Општината е составена од 9 населени места од кои 8 се рурални и тоа: Тодоровци, Луковица, Костин Дол, Косевица, Моштица, Дулица, Саса и Цера и градот Македонска Каменица како општински центар. По едно од овие рурални места, поточно по селото Цера, Македонска Каменица е позитивен пример за гастрономска анимација. Селото Цера е село во областа Осоговија на 12 км. од градот Македонска Каменица. Селото се наоѓа на илјада метри надморска височина и е поделено на Горна и Долна Цера. Токму во Горна Цера се наоѓа манастирско - туристичкиот комплекс Еленец.

Еленец, некаде познат како Горноцерски и само Церски Манастир е православен христијански манастирски комплекс кој се наоѓа длабоко во Осоговските планини на илјада метри надморска

височина. Манастирот Еленец потекнува уште од римско време. Врз темелите на стариот објект во 1880 година бил изграден сегашниот манастирски комплекс кој од забот на времето се руинирал, но, денес е возобновен со голема централна манастирска црква која е посветена на Покров на Пресвета Богородица каде секој октомври се одржува голем народен собир и многу луѓе ноќеваат во манастирот. Манастирот е изграден покрај една карпа на која во длабнатината имало икона, пред која се палеле свеќите. Покрај по овој голем верски народен собор, манастирско-туристичкиот комплекс Еленец во Цера е познат и по гастрономската анимација „Бабината баница”.

Слика бр.115: Манифестација „Бабината Баница” - Македонска Каменица



Извор: <https://makedonskakamenica.gov.mk/>

Бабина Баница е манифестација која традиционално се одржува во јуни. Оваа манифестацијата е во организација на Здружението на пензионери од Македонска Каменица со поддршка на локалната самоуправа и здружението КИЦ „Романса“. Оваа манифестација на едно место собира повеќе илјади пензионери од сите краишта на нашата држава и од соседна Бугарија кои се натпреваруваат во подготовка на баница под вршник на стар автентичен начин. Подготовката од месење, сукање и печење се случува на самото место, на отворено пред самите туристи кои имаат можност да уживаат во процесот на подготовка, но, многу од туристите доаѓаат со цел да научат како се подготвува баница на традиционален начин по рецептот на нашите баби.

Пехчево е погранична општина со 5517 жители која од исток граничи со општина Сандански (Република Бугарија), од север со општина Делчево и од југ и запад со Општина Берово. Регионот на Малеш и општина Пехчево надалеку се познати по недопрените природни убавини, чистиот воздух, производството на органска храна, археолошките локалитети, културата и традиционалните занаети и заедно со традиционалното гостопримство и љубезност, претставуваат идеални можности за развој на руралниот туризам. Иако мало, ова гратче има долга и богата историја. Археолошките артефакти говорат дека на овие простори постоела населба уште во римско време во која се топела железна руда која се експлоатирала од Буковик. Според жителите, гратчето топонимот го должи токму на тие печки, односно пешчи. Во средновековието населбата била важен стопански и административен центар.

На само 4 километри оддалеченост во месноста Света Петка кај населението позната како Манастир, се наоѓа археолошкиот локалитет со истото име. Тоа е старо христијанска базилика, односно манастирски комплекс со поголеми димензии кој покрај остатоците од црквата градена од камен и вар вклучува и придружни објекти во функција на манастирското стопанство. Легендата зборува дека се работи за импозантен комплекс со камбанарија чиј звук се слушал дури во соседните Берово и Царево село, денешно Делчево. Се верува и дека во близина на Пехчево се наоѓаат темелите на средновековниот книжевен центар Равен, каде што светите браќа Кирил и Методија ја создале глаголица, најстарото словенско писмо. Во непосредна близина на првите Пехчевски водопади во идиличен амбиент е распослана туристичката населба Равна река. Спојот

на традиционалното и модерното најповеќе се огледа во двата мотела кои располагаат со сопствени рибници и кои нудат сместувачки капацитети и вкусни специјалитети приготвени според бабините рецепти од овој крај. Овде е и излетничкото место „Бараки,, кое нуди простор за одмор и рекреација, дрвени летниковци и друга инфраструктура и опрема. Овој локалитет располага и со приватни вили за сместување, спортско игралиште за фудбал и кошарка, базен во рамките на мотелот „Идила”,место за пикник (летниковци),патеки за велосипеди и пешачки патеки.

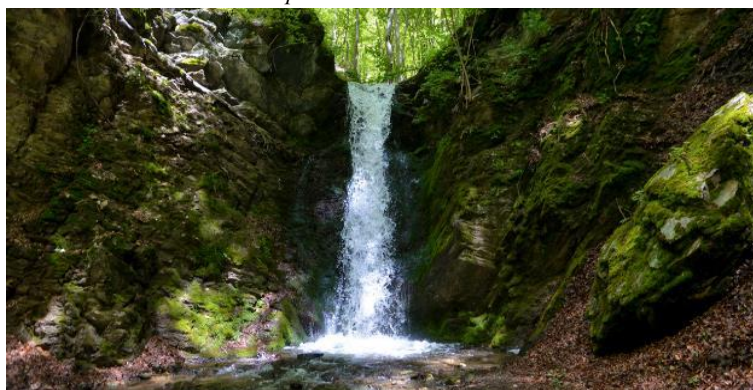
Слика бр.116: Туристичка информативна сигнализација низ Пехчево



Извор: <https://pehcevo.gov.mk/>

На територијата на Малешевијата има маркирано пет пешачки патеки. Дел од пешачките патеки може да се искористат и за планински велосипедизам. Во недопрените шумски предели на Малешевските планини, Буковик и Кадиница, низ горното течение на реката Брегалница, в гнезден е природен рај, под самиот изворишен дел на реката Брегалница, која овде го носи локалното име Љутачка река, на околу 17- тина километри од Пехчево, во близина на врвот Ченгино кале се наоѓа највисокиот од низата познати Пехчевски водопади.

Слика бр.117: Пехчевски водопади



Извор: <https://www.igeografija.mk/>

До водопадот води модерно уредена патека изработена од автохтон дрвен материјал и неколку клупи за одмор и уживање во несекојдневната глетка на надморска височина од над 1600 метри. На 7 км. од Пехчево, во пазувите на Буковик и врвот Орловец се наоѓа карпестата формација кај народот позната како Вртена Скала. Неколку стотина метри од природната зменитост постои природна чешма со вода која во себе содржи минарала на железо. Тоа е само уште една потврда за сеуште не експлоатирани резерви на железна руда на територијата на општината. Покрај тоа овој крај е богат и со неколку вида квалитетна глина и резерви на бакарна руда. Гастрономската анимација во оваа општина туристите најповеќе можат да ја почувствуваат и да уживаат од 10-ти до 13 јули на Петровден и Павловден, закрилникот на малото малешевско гратче кога пулсира во

ритамот на старите македонски ора, звукот на трубите, етно саемот и други културно-забавни манифестации. По градските улици тогаш дефилираат илјадници гости и учесници. Сите тие имаат можност да се запознаат со изработките од вештите раце на ракотворките и занаетчиите, да вкусат од на далеку прочуениот пехчевски кашкавал, сирењето, компирот, да се насладат на старите локални специјалитети. Овде тогаш туристите можат да слушнат и да научат за заборавените рецепти од народната медицина и за стотиците лековити билки кои сами можат да ги наберат во потесната и пошироката околина.

За развој на туризмот во овој град и регион голема улога има и единствениот хотел во овој град, **хотел „Гогов“**. Хотелот располага со капацитети за сместување до 50 гости во различен тип соби и апартмани. Покрај вообичаените содржини: ресторан и бар, летна тераса и опремена конференциска сала погодна за семинарски туризам, хотел Гогов располага и нуди дополнителни содржини и активности на гостите. Во склоп на самиот хотел се и СПА центарот со финска сауна, традиционалната парна бања, а за што поголемо уживање и препуштање на хедонистичките задоволства, релаксацијата може да продолжи во некоја од салите за масажа или во џакузи, додека пак за оние поенергичните гости и љубители на активниот живот, хотел Гогов располага и со комплетно опремен фитнес центар.

Слика бр.118: Излет и ручек во природа - хотел „Гогов“, Пехчево



Извор: <http://www.hotelgogov.mk/>

Хотел Гогов за своите гости обезбедува туристички водичи за рекреативните прошетки низ малешевските шуми или пак за тури до петте водопади на реката Брегалница, многубројните археолошки локалитети, туристичката населба Равна Река, а во делот на гастрономската анимација за своите гости организира излети со ручек во природа на атрактивни локации низ Малешевските планини.

Пробиштип. Гастрономската анимација во оваа општина е силна страна. Иако мала општина, ако се земе во предвид дека Пробиштип изобилува со природни убавини и реткости, надополнети со богатото културно наследство, традиција, солидни угостителски објекти и извонредната храна која се нуди, можност за забава во вечерните часови низ ноќните клубови, ирски пабови и убавите летни тераси, како и забавите во првиот Аква парк, тогаш може без никакво двоумење Пробиштип да биде посакувана дестинација за љубителите на алтернативниот туризам, но и на добрата забава. Покрај понудата и гастрономската анимација во угостителските објекти во градот, оваа општина го има едно од најубавите села во кое туристите доаѓаат по три основи: Лесново и Лесновскиот манастир како силен духовен и културен светилник, Лесново како геопарк и Лесново како гастрономска дестинација со одлична гастрономска анимација.

Лесново е единствена населба во земјава што лежи во јасно изразен и зачуван фосилен вулкански кратер и се вбројува меѓу најстарите села што не ја промениле својата положба со векови. На секој што ја видел убавината на овој крај му останува длабоко врежана во сеќавањето и едноставно го провоцира повторно да се врати и да ѝ се насладува. Секој што го посетил овој крај мора да помине низ старата рударска населба Злетово, по што се продолжува по асфалтен пат. Лесново лежи точно во централниот дел на кратерот наречен Лесновски, според името на самото село на околу 900 метри надморска висина. Поради таквата уникатна положба во однос на истакнатата вулканска крупа и кратерот селото е многу интересно и надалеку познато. Но, покрај геолошката убавина, кога ќе се дојде на ова место се отвора несекојдневна убавина од Лесновскиот манастир, од старите куќи како и многубројни патеки што водат во пештерските цркви. Надалеку познатиот Лесновски манастир денеска е главната причина поради која многу посетители од земјава и странство доаѓаат да го посетат Лесново. Но, покрај карпите и вулканските бомби, Лесново ги има и приказните за воденичките камења што се вадат од овие карпи, потоа за пештерските цркви како и за четворицата монаси, кои од овие пештерски цркви тргнале да го шират православието. Во него постоело едно од најстарите училишта во Македонија основано во XI век. Во Лесново е создадена големата Лесновска Лавра позната како најголема монашка република на Балканот. Според едно од житијата во средината на XI век во село Лесново живееле четворицата големи испосници: Свети Јован Рилски, Прохор Пчињски, Јоаким Осоговски и Гаврил Лесновски кои подоцна заминале и ги изградиле познатите манастири во земјава и на Балканот.

Слика бр.119: Ручек во дворот на тетка Весна во Лесново



Извор: <https://inovativnost.mk/>

Во моментот развојот на селскиот туризам со вклучена гастрономска анимација како дел од поудата, во Лесново го нудат приватни семејства кои одгледуваат стока и земјоделски производи, а на домашните туристи, особено на странските им нудат македонски специјалитети приготвени на традиционален македонски начин или по рецептите на старите Лесновски баби. При подготовката на специјалитетите, домаќините на гостите им нудат гастрономска анимација преку нивно вклучување во процесот на практично готвење на традиционална храна. Пример за ваква успешна гастрономска анимација во Лесново е селското домаќинство на тетка Весна „Етно Лесново“. Семејството Петрови започнало да нуди вакво уживање во својата селска куќа пред повеќе години. Најпрвин Зоран започнал со ваков тип на работа, нудејќи храна и сместување во Лесново. Подоцна, како што поминувале годините и домаќинката Весна која прво немала голема надеж во опстојување на еден ваков бизнис постепено препознала дека луѓето го сакаат природното, вкусното, домашно приготвеното јадење, сакаат да уживаат во природата и да најдат мир и спокој барем на неколку часа. Тоа ја охрабрило и започнала да го нуди тоа што најдобро знае да го прави во својот семеен двор. Овде таа одгледува зеленчук и домашни животни. Собира

плодови и лековитите билки од природата од кои приготвува слатка, сокови и компоти од диви плодови, рачно прави шарена сол, приготвува традиционални јадења што ги приготвувале бабите, за да ја продолжи традицијата, но и да придонесе за здрав живот на денешните генерации кои ја посетуваат.

Исто така, Лесново во својата понуда гастрономска анимација нуди за време на празникот „Мала Богородица“. На 21 Септември по повод верскиот празник: **Рождество на пресвета Богородица- Мала Богородица** во с.Лесново се одржува општонароден собор. На соборот доаѓаат луѓе од целата територија на нашата држава и на тој ден Лесново го посетуваат седум до осум илјади гости. Во манастирот се послужува манастирска чорба, а присутните можат да се освежат во некоја од импровизираните кафеани на отворено. Доколку сакаат, посетителите можат и да заиграат на музиката од свирачи и тајфи на народни инструменти за добро расположение на соборот.

Гастрономската манифестација „**Зелникот на баба**“ е одлична гастрономска анимација која од година во година се повеќе придонесува за привлекување на туристи во Пробиштип и полека но сигурно успева да му го завземе заслуженото место на овој град на македонската гастрономска туристичката мапа. На 21 март по повод доаѓањето на пролетта општина Пробиштип ја организира манифестацијата „Зелникот на баба“ која е традиционална манифестација во чест на македонскиот традиционален специјалитет-зелникот.

Слика 120: Манифестација „Зелникот на баба“, Пробиштип



Извор: <https://probistip.gov.mk/>

На градскиот плоштад секоја година има ревија на зелници изработени од вредните раце на домаќинките. На манифестацијата учествуваат, поединци и граѓански здруженија од Пробиштип, но и гости од голем број на градови ширум државата. Манифестацијата е од републички карактер, а освен вкусот на зелникот на истата може да се најдат и многу други специјалитети при што љубителите на традиционалната храна можат да уживаат во истата. Во импровизираната селска соба се демонстрира како се изработува овој специјалитет. Присутните можат да видат како се сука, мота во плек и се пече под вршник. Целото случување е проследено со богата културно-уметничка програма.

Штип е град во источниот дел на Македонија распространет по долината на реката Брегалница. Градот претставува најголем град во Источна Македонија, 7-ми град по големина и е еден од најстарите градови во нашата држава. Штип важи за центар на текстилната индустрија во Македонија. Штип е лоциран на бреговите на реките Брегалница и Отиња на ридестиот терен на тромеѓето меѓу Овчеполската, Кочанската и Лакавичката Котлина. Географската положба му

овозможува да има значајна сообраќајна функција и сообраќајно добро да комуницира со околните населби.

Поради поволната сообраќајна положба, сигурноста на патиштата, развиеното занаетчиство и аграрот, Штип доживува интензивен урбан и стопански развој. Со изградбата на Вардарската железница, стопанскиот развој на градот се засилува. Градот Штип има неколку туристички атракции значајни за развој на туризмот. Денес Штип е административно, образовно, културно, здравствено и друго средиште. Овде има добар потенцијал за развој на шопинг туризам (особено за текстил и обувки), културен туризам (верскиот и религиозниот туризам, музеите и археолошките локалитети), бањата Кежовица со својот потенцијал (но, првенствено да се инвестира во реконструкција, реновирање, проширување на објектите во бањата Кежовица, осовременување со спа содржини: џакузи, турска бања, парна бања, дополнителен базен, отворен базен, како и подобрување на сместувачките капацитети во бањата, како и нивото на услуги), ловниот туризам (ловиште Патрик и други во околината) и винскиот туризам со неколкуте винарии (Штип Езимит, Винал-Имако и Винарија Аневски заедно со повеќе винарии од околните општини).

Денеска Штип е модерна општина која се развива со брзо темпо, а ваквиот развој пред се се должи на приливот на млади луѓе-студенти од земјава и странство кој со отворањето на универзитетот „Гоце Делчев“ се одлучуваат да студираат во овој град, а со тоа влијаат на целокупниот општествен живот на градот кој пак се труди да излезе во пресрет за нивна забава и уживање преку услугите во угостителските објекти (ресторани, пицерији, кафе барови, кафетерии). Во тие објекти започнува гастрономската анимација која има за цел да го привлече вниманието на гостите, бидејќи конкуренцијата на угостителски објекти во Штип е голема.

Слика бр.121: Кафе бар „Ilusion” - Штип



Извор: <https://www.facebook.com/cafebarillusion/>

Позитивен пример за гастрономска анимација во Штип е **кафе барот „Илузијн“**, која ги помести границите во ентериерното уредување, ги врати младите на подиум, ги донесе најпопуларните артисти од земјава и регионот, ги ангажира најдобрите бармени за организирање на коктел партии и донесе резултат на урбано живеење и европски стандарди за работа. Гастрономската анимација во Штип може да се забележи и во некој од рестораните, но, не е толку изразена колку што се очекуваше пред да се спроведе истражувањето за потребите на овој докторски труд.

Најголем допринос за подигнување на стандардите во делот на угостителското работење преку воведување на нови стандарди и понуди како за градот и пошироко имаат образовните институции, средното училиште „Коле Нехтенин“ во чии рамки функционираат паралелки за готвачи, келнери, угостителски техничари, а уште поголем допринос дава Факултетот за туризам и бизнис логистика кој профилира кадри од областа на туризмот и угостителството. Согледувајќи ја

важноста од гастрономската анимација, факултетот за туризам и бизнис логистика кој работи во рамките на универзитетот „Гоце Делчев“ од Штип започна со реализација на проектот: **Гастрономски натпревар „Cook and serve“** на кој студенти и вработени во угостителските објекти од нашата земја и странство се натпреваруваат во подготовка на национални и интернационални јадења и тоа на отворено, пред очите на публиката која анимирана од нивните гастрономски вештини ужива во празникот на храната.

Слика бр.122: Студенти на ФТБЛ-Штип



Извор: <https://studenti.mk/>

Како најпозитивен пример за гастрономска анимација во овој град е манифестацијата **„Штипската пастрмалијада“**.

Слика бр.123: Манифестација „Штипска пастрмалијада“



Извор: [tps://24.mk/details/shtipska-pastrmajlija](https://24.mk/details/shtipska-pastrmajlija)

Пастрмалијата е македонски специјален, вид пита направен од тесто и месо. Традиционалната пастрмалија има долгнавеста форма со сечкано месо врз неа. Името потекнува од зборот пастрма, што значи солено и сушено месо од овца или јагне. Секоја година во Штип се организира еден од најпосетените настани во овој регион - Штипската пастрмалијада и во период од неколку дена посетителите имаат можност да бидат анимирани од угостителите кој во центарот на градот поставуваат штандови каде се подготвува и продава штипската пастрмалија заедно со црвено вино, а воедно туристите се забавуваат и со голем број естрадни уметници во делот на културно забавната програма.

2.2.6. Гастрономска анимација во Североисточен регион

2.2.6.1. Краток опис на регионот

Североисточен регион со својата локација го опфаќа крајниот североисточен дел на РС Македонија. Се простира по течението на реките Пчиња и Крива Река, а се протега долж границите со Република Косово, Република Србија и Република Бугарија. Просторот од север е ограничен со државната граница и планините Козјак и Герман, од исток со границата кон Бугарија, од југ со Осоговските Планини, а од запад со планината Скопска Црна Гора.

Слика бр.124 : Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Овде се истовремено и помаркантните релјефни форми во регионот. Меѓу нив се наоѓаат Кумановското Поле и Кривопаланечката Котлина со Славишко Поле. Неговата вкупна површина изнесува 2.310 km², односно 8,98% од вкупната територија на нашата земја. Во планскиот Североисточен регион живеат 172.787 жители во вкупно 192 населени места, 189 од нив рурални населени места и 3 урбани населби (Куманово, Крива Паланка и Кратово). Административен центар на Североисточен регион е Куманово. Североисточниот регион го сочинуваат 6 општини: Кратово, Крива Паланка, Куманово, Липково, Ранковце и Старо Нагоричане.

2.2.6.2. Туристичка понуда на регионот

Иако туризмот во Североисточниот плански регион не е доволно развиен, сепак овој регион располага со бројни природни и антропогени туристички ресурси за развој на туризмот како на пример: Астрономската опсерваторија Кокино, локалитетот Куклица, локалитетот Градиште, манастирот Св. Јоаким Осоговски, црквата Св. Богородица (XI век) с. Матејче, црквата Св. Ѓорѓи (XIV век) во Старо Нагоричане и други вредни манастири и цркви, старата градска архитектура, излетничко-туристички места на Осоговските планини и друго.

Туристичките трендови во Североисточниот регион претрпеле релативно големи промени последниве години. Потребите на туристите кои го посетуваат регионот се специфични и

сегментирани, а според нив се прилагодува и туристичката понуда. Се поголемо внимание се посветува на креирањето на развојни туристички планови, програми и стратегии за развој на овој регион како туристичка дестинација. Од истражувањата спроведени за потребите на овој труд, произлезе следнава угостителско-туристичка понуда која е прикажана во табелите бр.15 и 16.

Слика бр.125: Туристички локалитет Куклица - Кратово



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Табела бр.15: Туристичка понуда на регионот

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Планински туризам	Планини: Осоговските Планини со врвовите Руен (2252 м), Мал Руен (2205 м) и Царев Врв (2085 м), Лисец и Калин Камен; Скопска Црна Гора и Козјак.
Алтернативен туризам	Водопади: Станечките водопади се наоѓаат 9 км југоисточно од Крива Паланка, во селото Станци, на Козја Река; Реки: Пчиња и Крива Река, Кумановска Река, која настанува од Липковска и Којнарска Река, Слупчанска, Отљанска и Матејачка Река; Кратовска река; Клисуре: Бислимската клисура на реката Пчиња; клисурата на Злетовска Река, клисурите на Липковска со Гошинска Река; Пештери: Дуенички Пештер, Студен Пештер, Орловац, Лишков Пештер, Маркова Куќа; Базалтните плочи формирани пред околу 10 милиони години, во вид на 8 возвишенија кои наликуваат на вулкански купи зарамнети на врвот и покриени со цврсти базалтни карпи
Бањски туризмот	Термоминералните води Стрновац, со температура од 40°C и штедрост од 35 l/sek. Минералниот извор Визијана кај с. Клечовце, непосредно до коритото на реката Пчиња. Водата е многу богата со магнезиум, меѓу најбогатите на Балканскиот Полуостров. Кумановска бања во с.Проевци.
Езерскиот туризам	Вештачки езера: Липково и Глажња во о. Липково.
Рурален туризам	Крива Паланка (Во општината Крива Паланка најрепрезентативен е манастирскиот комплекс Св. Јоаким Осоговски со сместувачки капацитети, национален ресторан и услови за подготовка на специјалитети на скара; Излетнички места на Осоговските планини: Калин Камен, туристичко-рекреативен центар; Цепен Камен каде има рибници со пастрмки; Бела Вода каде што се одгледува органска храна;

	<p>Билино Планина; Врв Чупино Брдо; Студенец); Кратово (целокупната туристичка понуда на градот е во функција на руралниот туризам. Главни носители на туристичката понуда се Хотелот „Кратис“ заедно со угостителските објекти кои работат во рамки на истата компанија, а тоа се: национална кафана „Гурман“, англиски паб „Корнер“, Млечен ресторан „Фурна“. Атрактивна понуда нуди и етно-куќата: Шанчева куќа во чии рамки работи и музеј за карпеста уметност, а особена специфика на куќата е правањето на к’цана сол); Старо Нагоричане (Во општина Старо Нагоричане, националните ресторани “Етно Село” и “Фрателис - Визијана” покрај брегот на реката Пчиња нудат традиционални јадења во прекрасен амбиент. Исто така околината на објектите нуди рекреативни капацитети, како што е тениското игралиште во ресторанот “Фрателис” со осветлување за ноќно играње); Ранковце (Во општината Ранковце покрај патот има неколку рибни ресторани меѓу кои најголем и со најпрепознатливи етно-мотиви е ресторанот “Гиновце” во селото Гиновце, каде се подготвуваат специјалитети од риба, жаби и други јадења карактеристични за народната кујна од овој крај); Липково (Во општина Липково покрај многубројните ресторани може да се ужива во вкусната традиционална храна во ресторани Панорама и Кодра крај липковската брана); Куманово (Општина Куманово, иако спаѓа во урбани општини, сепак во делот на туризмот е многу поблиску до руралниот туризам. Во моментот, главно обележје на руралниот туризам во Куманово е гастрономската понуда на традиционални специјалитети во угостителски капацитети кои се препознати како национални ресторани се: “Батко Ѓорѓија”; “К’смет”; “Баба Цана”. Во рестораните се служи прочуениот кумановски мезел’к и кумановскиот суџук, како и други специјалитети од фурна и скара карактеристични за Куманово).</p>
<p>Манифестациски туризам</p>	<p>Копиријада во Кратово, Денот на културата во Кратово, Шопска софра во Крива Паланка, Шопска свадба во Куклица.</p>
<p>Верски туризам</p>	<p>Цркви и манастири: Крива Паланка (Манастирот „Св. Јоаким Осоговски“ и Црква на „Рождеството на Пресвета Богородица“ во дворот на манастирот, „Св. Димитрија“, „Св. Никола“ во с.Псача, „Воведение на Пресвета Богородица“ (манастир Карпино) с.Орах); Ранковце (Црквата „Св. Никола“ во с.Опила); Липково („Св. Богородица“ (XI век) во с. Матејче); Куманово (црквата „Св. Никола“, „Св.Троица“, манастир „Св.Троица“ с.Скачковце); Старо Нагоричане (црквата „Св. Ѓорѓи“ (XIV век), црквите „Св. Ѓорѓи Победоносец“ и „Св. Петка“ во с. Младо Нагоричане, манастирот „Забел“ и „Св. Богородица“ во с. Никуљане); Кратово (цркви: „Св.Јован Претеча“, „Св.Никола Чудотворец“ и „Св.Ѓорѓи Кратовски“). Муслимански верски објекти: Липково (цамијата во селото Слупчане); Куманово („Ески цамијата“ и „Татар Синан Бег цамија“).</p>
<p>Културен туризам</p>	<p>Старо Нагоричане (Астрономската опсерваторија „Кокино“, меморијалниот центар „АСНОМ“ во Пелинце, споменикот Зебрењак, Археолошки локалитет Костоперска карпа (Жеглиговски камен) во село Младо Нагоричане, Археолошки локалитет Кула село Челопек, Археолошки локалитет и археоастрономска опсерваторија Татиќев камен во село Кокино, Археолошки локалитет Градиште во село Пелинце); Кратово (локалитетот Куклица, Златен град, Големо Градиште – Ротонда, Коњух, Цоцев камен во с. Шопско Рударе, Археолошки локалитет Дупка во село Талашманце, Археолошки локалитет Кула - Здравчиј камен во село Приковци, Резерват за</p>

	<p>карпеста уметност во село Трновац, старата градска архитектура на Кратово, музеј на град Кратово, Домот на културата и градската библиотека, Средновековна Симиќева Кула, Средновековна саат кула (Кула “Асад”), Хаџи Костова кула и Крстева кула, Грофички, Чаршиски, Свински мост и Радин мост); Куманово (Музејот на Христијан Тодороски Карпош и Костурницата, Археолошки локалитет Голема Кулица во село Карабичане, Археолошки локалитет Црквиште – Рамниште во село Клечовце, Археолошки локалитет Калиште во село Орашац, Археолошки локалитет Градишки В’р, Археолошки локалитет Вукосија во село Пезов, Археолошки локалитет Костоперска карпа (Жеглиговски камен), Археолошки локалитет Калиште во село Орашац, Амам - “Стара Бања”); Липково (Археолошки локалитет Кисела Вода во село Липково и Археолошки локалитет Дрезга во село Лопате); Ранковце (Археолошки локалитет Градиште во село Опила).</p>
--	---

Извор: <https://northeastregion.gov.mk/>

Слика бр.126: Хотел манастир Св.Јоаким Осоговски



Извор: <http://tourguide.com.mk>

Табела бр.16: Угостителско - туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Хотели	Кратово: Кратис; Крива Паланка: Манастир „Св.Јоаким Осоговски”.
Туристички агенции	Куманово: Деби Турс, Делта Флај, Де Ма, Ари Тоурс-АН, Либерти Аир, Мар-Тео Травел, Талија Травел, Стефан Травел, Риниа, Арабела, Фљори Турс, Еди-Турс, Даро Компани, Ринори Травел, Атлас Травел Турс, Жулутравел, Арсеа Туризам, ЖД Турс Еден, Кан, Алпар-Интер, Риниа Реисен Два, Зулу Травел, Травел Гејт, Јони Травел, Мерион Травел Еден, Куфидо, Фљори Травел, Аисани Реисен, Деби Турс, Војаекспрес, Љони Турс, Еуро Тоурс АГ, Риниа Травел, Фикрет Туризам Еден, Данди Травел, ФлајХај 24, Мат Треавел Два, Делукс Травел Сервис, Импала Травел, Хрила Травел, Анамари.
Ресторани и препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Куманово: Ципси, Баба Цана, Корнер, Аркус, Помодоро, Кумановска Софра, Дома, Центропалас, Браво, Кај баба Цана, Да Алесандро, Центропалас градина, Гламур, Кумановски мерак, Грација, Деми ексклузив, Де Јадр, Кобра, Скара кај Жмара; Старо Нагоричане: Хавана, Визијана, Етно село Тимчевски; Ранковце: Парк Гиновци,

	<p>Дафина, Ранч етно ресторан; Кратово: Гурман, Кај Спиро, Корнер, Куклица Етно ресторан, Кузе, Кану, Александрија, Кратовски мерак; Крива Паланка: Осоговец, Облаче, Воденица, Елит пица ланч бар, Аквариум, Ас-соле.</p> <p>Гастрономски специјалитети: Кумановски мезалак, Кумановско зељанче, Туршија, Кратовска пастрмајка, К'цана сол, Мантии, Леб со компири, Кратовски зелници и баници, Паланечки симид, Кривоаланечки мед, Сарамсаклии, Бела тава, Мафиши.</p>
--	---

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методијески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

2.2.6.3. Гастрономска анимација во регионот

Туризмот во Североисточниот плански регион (СИПР) не е развиен. За разлика од другите плански региони во нашата земја во кои туризмот завзема значајно место во развојот на стопанството, препознатливата туристичка понуда на СИПР како што се локалитетите: Кокино, Куклица во близина на Кратово, богатото културно-историско наследство (цркви, манастири, стари архитектонски објекти) и другите ресурси (природните убавини, живописните пејзажи, органското производство на храна, локалните специјалитети, обичаи итн.) сè уште не е прилагодена на барањата на туристите. Анализирајќи ги добиените податоци во делот на туристичката понуда на овој регион можеме да заклучиме дека силна страна на овој регион е туристичката понуда за развој на руралниот и културниот туризам. Со голем процент во ваквата понуда учествува гастрономијата преку традиционалната храна која е на менито во сите угостителски објекти во североисточниот плански регион која се подготвува и послужува на традиционален начин, при тоа анимирајќи ги туристите и привлекувајќи ги повторно да се вратат.

Слика бр.127: Традиционални јадења во североисточен плански регион



Извор: <http://kumanovo.gov.mk>

Гастрономската анимација во овој регион е елаборирана на два начина: гастрономска анимација во Кратово и Друга гастрономска анимација во регионот. Ваквата поделба произлезе од резултатите при истражувањето кои покажуваат дека во Кратово гастрономската анимација е најповеќе застапена во туристичката понуда за разлика од другите места во регионот, а додека гастрономската анимација што се организира и нуди во сите други општини ќе се презентира под други видови на гастрономска анимација.

2.2.6.3.1. Гастрономска анимација во Кратово

Кратово е мал живописен град во Северо - источниот дел на Македонија, познат е како град-жив музеј, има блага и пријатна клима и лоциран е во кратерот на изгаснат вулкан од каде што

произлегува неговото име.Кратово за време на Римското царство бил познат под името Кратискара и бил богат град со неколку рудници на злато и многу дуќани каде што се продавало излеаното злато во форма на монети и златен накит. Кратово е град на кулите, мостовите, римските рудници, старата чаршија, град на прекрасни цркви и манастири изградени уште во 14 век, Кратово е град на Св.Горѓи Кратовски и е еден од најстарите градови во Македонија.Нечепнатата природа, чистиот воздух, старата архитектура, културно-историските знаменитости, гостопримството и посебната Кратовска кујна го вбројуваат оваа гратче во една од најпосакуваните и најпосетувани туристички дестинации во нашата земја.

Носител на туристичката понуда во Кратово е *хотел „Кратис“* кој претставува спој на традиционалното со модерното, спој на руралното со урбаното, спој на квалитетот со професионализмот.Гастрономската анимација во овој хотел се организира преку подготовка и послужување на традиционални специјалитети од овој регион,особено печењата(свинско, јагнешко, јарешко) во фурна и нивна презентација пред гостите со изнесување на богата традиционална кратовска софра пред гостите во овали како и многу домашни додатоци и салати од органски производи.На софрата доминираат и кратовските пите, кратовските мантии, а посебно место завзема кратовската пастрмајлија. Покрај гастрономските анимации внатре во ресторанот на објектот, хотелот организира и гастрономска анимација надвор од хотелот, а тоа е ручек и излет во природа во селото Трновац за што хотелот ја изработил оваа понуда:



Трновац - синоним за медот, млекото и сирењето во Кратовскиот регион

Престојот во Кратис би бил нецелосен без да ја почувствувате недопрената природа на Осоговските планини. Вкусната традиционална Кратовска храна сега можете да ја конзумирате на самото место кај што истата и се произведува.



Трновац - мајката на медот, млекото и сирењето во Кратовскиот регион е нашата специјална понуда за оваа сезона!

На околу 12 км од Хотел Кратис - Кратово се наоѓа селото Трновац, место кое изобилува со природна убавина и чист воздух. Место кое станало дом на Македонската војска која патувајќи за

Србија ги пронашла тамошните природни трнинки кои растеле само тука, со сласт ги јаделе и уживале во нивниот вкус, а во тоа време овие плодови биле многу вреднувани и на пазарот во Солун. Од тогаш местото го добива името Трновац.



Токму во Трновац се одгледуваат: најкусната сушена пиперка - везанка, криворечкиот домати, во Крива река која тече низ селото живее речна риба која може да биде дел од изборот на менито за ручек. Трновац од дамнина бил познат како сточарски крај, тука се произведувало надалеку познатото Кратовско сирење. Од друга страна Ливадскиот мед од Трновац и ден денеска е најценетиот мед.



Трновац избилува со богата историја која треба да се слушне автентично на самото место, шетајќи низ селото покрај специфичните уникатни градби од камен, кал и дрво - дело на шопските мајстори, градби кој ги има само во ова село од ваков вид. Во непосредна близина на Трновац се наоѓаат испосничките ќелии кои се сметаат најубави на овие простори, во нив некогаш монасите непрестајно се молеле на Бога. Пример за тој развиен монашки живот на овие предели е Маркова куќица која и ден денеска е зачувана и сведочи за богатото културно наследство во ова село како и уникатните праисториски уметности ценети на ниво на Балканот.

Ретко доживување е да се престојува во Кратово, а да се вкуси традиционален ручек во Трновац е неповторливо уживање!



За подетални информации околу оваа понуда и за резервација обратете се на рецепција.

Слика бр.128: Понуда до хотел Кратис на база гастрономска анимација

Гастрономска анимација во Кратово организира и **англискиот паб „Corner”** кој се наоѓа во непосредна близина на хотел Кратис и истовремено е во најстрогиот центар на Кратово. Овој по многу нешта уникатен објект ги спојува традицијата на старите Англиски пабови, со античкото минато на градот и архитектурата од камен, карактеристична за објектот во кој е сместен овој паб. Традиционалната македонска кујна, испреплетена и модифицирана со европски примеси, гарантира несекојдневна гастрономска анимација и уживање во овие специфични и избалансирани вкусови на храна која се конзумира во објектот. Надалеку познатата Кратовска пастремајлија се подготвува и сервира на неколку начини и претставува посебна атракција на пабот. Повеќе од 30 точени и флаширани пива, асортиман на вина и ракии и разновидни безалкохолни пијалоци само ја збогатуваат понудата на овој угостителски објект, кој што со својот прекрасен ентериер и врвна услуга им овозможува извонредни и незаборавни моменти на домашните и странски туристи при посетата на Кратово.

Автентичен и уникатен култен угостителски објект во Кратово, налик на некогашните градски кафани во кој амбиентот, ентериерот, храната и послужувањето, заедно соединети во еден угостителски производ претставуваат уникатна гастрономска анимација е градската **кафана „Гурман”**. Градската кафеана Гурман е лоцирана во познатата Ајдучка чаршија во Кратово која со својата позиција, ентериер, амбиент и традиција во целост ги пресликува во најпозитивна смисла познатите кратовски кафеани од минатиот век како: Д’цова кафеана, Тасева кафеана, кафеана Балкан и Мангова кафеана. Живописното Кратово во минатото бил познат град по богатите рудници, ковачници за пари и трговија, но истовремено важел за град со богата традиција на градски кафеани, Кратовски серенади и богата и вкусна национална кујна.

Многубројните фотографии на сидовите на Гурман ги водат туристите низ поблиското и подалечното минато на градот, преку кои фотографии туристите го чувствуваат духот на Кратовчани низ илјадагодишната историја на овој антички град. Надалеку познатите кратовски бодеми во тогашните кафеани со неодминливите тамбури и црвено вино уживале во домашните специјалитети карактеристични за овој крај. Кафеаната Гурман ги нуди истите кратовски специјалитети подготвени на домашен начин од зеленчук, месо и зарзават од локално потекло. Заради чистотата и еколошката средина во која се наоѓа кратовскиот регион, подготвените

супи, готвени јадења, скара, печени пилиња, како и зелникот и пастрмајлијата со гордост се нудат како здрава и еколошка храна, единствено само во овој кратовски угостителски објект. Кафаната Гурман е организатор на гастрономски анимативни содржини како што се: традиционални вечери со кратовски тамбураши и фолклор, подготовка и презентација на кратовски специјалитети за ТВ кујни и за групи на странски гости кои го посетуваат Кратово.

Слика бр.129:Кратовска пастрмајлија



Извор: <https://www.hotelkratis.mk/corner>

Посебно место во гастрономските анимации на Кратово заслужува атрактивната гастрономска содржина: **презентација на традиционален начин за подготовка на к'цана сол**. Ваквата презентација се врши во автентичен амбиент на етно куќата „Шанчева” од страна на нејзиниот сопственик Стевче Донески, туристички водич, хроничар на Кратово, пионер во развој на туризмот во овој град и голем ентузијаст за карпестата уметност кој со особена љубов ја презентира во неговиот приватен музеј. Шанчева куќа, една од најубавите староградски градби во Кратово стана првата етно-куќа во Осоговскиот регион. Сопственикот при реновирањето на ова архитектонско ремек дело старо повеќе од 300 години го задржал оригиналниот градителски стил и изглед на типична кратовска градска куќа.

Слика бр.130: Состојки за производство на к'цана сол



Извор: <https://slowfood.mk/>

Целта при престојот во оваа куќа е гостите да ја почувствуваат домашната атмосфера со можност сами да си приготват традиционални кратовски јадења. Покрај гастрономската анимација подготовка на јадења од страна на гостите при нивниот престој домаќинот врши презентација за подготовка на к'цана сол. Семејната традиција на подготвување к'цана сол во фамилијата

Доневски од селото Шлегово се практикувала неколку колена наназад. Таа е дел од свечената трпеза за верскиот празник Велигден, а многу често и за Света Троица. Се подготвува напролет кога јунските билки се највкусни. К'цаната сол е всушност готварска тајна на безмалку секое кратовско семејство. Некој става нешто плус, некој вади нешто од основниот рецепт и добива свој „бренд“. Потребни состојки за добивање на овој зачин се: румуруска (зрнасто растение - пченка што расте само во кратовскиот и кумановскиот регион), везенка пиперка, нане, ноктец, мајчина душица, чубрица, морска сол. К'цаната сол може да се употребува самостојно, но и како зачин во некои варени јадења. Секој турист после презентацијата за подготовка на овој кратовски гастрономски бренд, задолжително купува за да ја понесе дома како сувенир и секако, како храна.

Покрај гастрономската анимација во овие угостителски објекти, Кратово е организатор и на манифестациите: „Компиријада“ и „Денот на културата“, кои нудат гастрономската анимација за посетителите. Компиријадата има за цел презентација и промоција на кратовскиот природен компир како и на останатите земјоделски и гастрономски обележја на Кратово преку многубројните специјалитети кои се подготвени од вредните раце на домаќинките како и преку цртежи на тема „Компир-здрава храна за детство без маана“. На десетина штандови се презентираат повеќе видови компир, некои за пржење други за готвење, едни црвени, други жолти, одгледани во чистата еколошка планинска кратовска средина, што му дава посебен квалитет на компирот. Ваквата гастрономска анимација овозможува туристите да ја запознаат традицијата од блиску, непосредно преку контакт со мештаните и преку дегустација на традиционалните кратовски органски производи и специјалитети. Интересна гастрономска анимација која локалното население со нетрпение ја очекува, а последниве години привлекува и надворешни гости е подготовката на традиционални тиганици во рамки на одбележување на денот на културата. Во општина Кратово, традиционално секоја година во Јуни месец се одбележува „Денот на културата“. Додека трае програмата во дворот на музејот на град Кратово, кратовските домаќинки на традиционален начин подготвуваат тиганици, распоредени една до друга над распалените огнови, присутните, меѓу кои и туристи од државава и странство уживаат во дегустацијата, а потоа продолжуваат да уживаат во понудата на традиционална храна и пијалак низ автентичните кратовски угостителски објекти.

2.2.6.3.2. Друга гастрономска анимација во регионот

Во друга гастрономска анимација спаѓаат сите останати угостителски објекти кои при својата работа организираат и нудат гастрономски анимационски содржини. Како позитивни примери за гастрономска анимација во североисточниот регион се издвојуваат следниве објекти: туристичко-угостителскиот комплекс „Етно село“ во Старо Нагоричане, Ресторан „Фрателис Визиана“ во с. Клечковце-Куманово, хотел-ресторан „Манастир-Св. Јоаким Осоговски“ во Крива Паланка, Етно-гостилница „Воденица 3“, манифестацијата „Шопска софра“ и кебачилница „Ципси“ во Куманово.

Туристичко - угостителскиот комплекс „Етно село“ како туристичка атракција во овој регион е маркиран на мапата на општината Старо Нагоричане и претставува одличен спој на традицијата и модерното. Овој комплекс во близина на реката, располага со затворен ресторан со прекрасна летна бавча. Покрај ресторанскиот дел комплексот располага и со сместувачки капацитет од 35 соби за 85 лица. Во рамки на комплексот функционира забавен парк за деца, мини зоолошка градина за гостите кои сакаат да се релаксираат, спортски терени, две конференциски сали во кои се одржуваат разни семинари и сувенирница со забавни и свечени сувенири. Овој убаво организиран амбиент е надополнет со гастрономска анимација на вкусните традиционални македонски јадења подготвени во фурна, пред самите гости, а за поголеми групи се организира и подготовка и презентација на македонска храна заедно со гостите под водство на шефот на кујната на ресторанот. Во овој реномиран угостителски објект се случува и една од најпознатите гастрономски анимации во нашата земја, а тоа е телевизиското шоу „Вкусот на традицијата“ кое

има за цел промоција на традиционалните македонски специјалитети. Автор и водител на ова гастрономско шоу е Андријана Алачки познат и признат македонски естраден фолк уметник, а последниве години популарна како етно-гастроном која дава голем допринос за развој и промоција на македонската гастрономија не само преку нејзиното гастро-шоу, туку уште повеќе преку организирањето на гастрономската манифестација Гастро Мак.

Слика бр.131: Фурни за печење – Етно село



Извор: <https://visitkumanovomk./hoteli/etnoselo/>

Хотел „Манастир Св.Јоаким Осоговски“ нуди прекрасна амбиентална летна бавча, ресторанска услуга на отворено и во затворен простор во комплексот на истоименито манастир кој е рај за очи и душа. Меѓу објектите на овој имот се: ресторан, конференциска сала, 24-часовна услуга за сместување во едно, дво, три и четирикреветни соби. Гастрономската анимација во овој репрезентативен угостителски објект се состои во подготовка и послужување на традиционалните специјалитети од овој регион, а тука се подготвува и еден од најпознатите производи од бело брашно „Симитот“ по кој градот надалеку бил познат. Тој е еден вид „наутлија“ погача, но во посебна форма која ја има само тука како и надалеку познатите по вкус „сарамсаклии“, еден вид баница во посебна форма карактеристична за овој тип јадење. За да биде гастрономската анимација комплетна, келнерите во овој објект послужуваат облечени во униформа со традиционални етно-елементи, а се користи и прибор во етно стил.

Слика бр.132: Предјадење - ресторан „Воденица“



Извор: <https://www.foodyas.com/>

Етно-гостилница „Воденица 3“ се наоѓа на само 2.5 километри од центарот на Крива Паланка, во едно од најубавите и најраскошни села, богато со природни убавини, село Дурачка Река. Овој ресторан нуди пријатен, уникатен амбиент со сите свои содржини и претставува место за целосно опуштање, релаксација и уживање. Гастрономската анимација во овој објект се состои во беспрекорна услуга, уникатна кујна со извонредни специјалитети, во извонредната декорација како и начинот на послужување.

Гастрономска манифестација „Шопска софра“. Целта на манифестацијата „Шопска софра“ е да се сочува локалното гастрономско богатство. Во таа смисла посебна грижа се води за документирање на традиционалните рецепти и усвојување од страна на помладите генерации на кулинарски вештина подготовка на традиционални јадења од Осоговијата и пошироко од Шопскиот регион (кон кој гравитираат и делови од Бугарија и Србија).

Слика бр.133: Изложба на манифестацијата „Шопска софра“



Извор: <https://www.krivapalanka.gov.mk/>

Ќебапчилницата „Дзипси“ во Куманово е позитивен пример дека и малите угостителски објекти при вршење на својата угостителска дејност можат да бидат многу успешни во гастрономската анимација со што си обезбедуваат постојан пораст на бројот на клиенти. Гастрономската анимација во овој угостителски објект се состои во одлична презентација на разни видови на месо распоредени во стаклена витрина, убаво декорирана која го привлекува вниманието на минувачите покрај објектот, потоа во можноста купувачите сами да си го изберат парчето месо како и во уживањето додека месото се печење на скарата на кумур која дополнително анимира и привлекува ширејќи го мирисот на тазе печеното месо.

Слика бр.134: Ќебапчилница „Дзипси“



Извор: <https://www.facebook.com/Dzipsi.kebapcilnica/>

Ваков тип на гастрономска анимација е карактеристичен за верски празници кои се одбележуваат на отворено како патрон на градот или околу црквите и манастирите, за секаков вид на гастрономски манифестации, како и за одбележување на големи културни настани на отворено.

2.2.7. Гастрономска анимација во Скопски регион

2.2.7.1. Краток опис на регионот

Скопскиот плански регион го опфаќа басенот на Скопската котлина и зафаќа вкупна површина од 1812 км² или 7% од територијата на Македонија. Овој регион опфаќа 17 општини од кои 10 се дел од градот Скопје како посебна единица на локалната самоуправа. Градот Скопје е составен од следните општини: Аеродром, Бутел, Гази Баба, Ѓорче Петров, Карпош, Кисела Вода, Сарај, Центар, Чаир и Шуто Оризари. Во градот Скопје е концентрирано околу 88% од населението во регионот, односно 25,1% од вкупното население во земјата што укажува на огромната концентрација на населението во скопската агломерација.

Слика бр.135: Картографски приказ на регионот



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

2.2.7.2. Туристичка понуда на регионот

Градот Скопје е главен град на нашата држава, град со неколку милениумска историја од неолитот, преку антиката и средниот век до денес, над 7.000 години континуирана населба. Скопје и околината располагаат со познати културно-историски споменици, археолошки локалитети и спомен обележја. Скопскиот регион изобилува со голем број атракции и локалитети кои се интересни за туристите и кои вреди да се посетат.

Слика бр.136 : Камени мост - Скопје



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Во последниве 10 години покрај сите инвестиции во инфраструктурата и културата, македонската влада континуирано работи и на привлекување странски туристи и соработка со тур-оператори

преку нивно субвенционирање со цел развој на туризмот во нашата земја. Во ваква позитивна клима за туризмот најголем дел од инвестициите беа насочени во скопскиот регион со што се придонесе сликата за овој регион значително да се промени во позитивна смисла и бројот на странските туристи и ноќевања од година во година да расте при што овој регион се позиционира како неодминлива дестинација за старнските туристи. Имицот на Скопје како метропола расне во посакувана нагорна линија како резултат на богатото природно и културно-историско наследство, заради неговите добри ресторани, пабови и клубови како и поради многуте отворени хотели, хостели, бистроа и добрата клупска сцена. Според елементите кои ја сочинуваат оваа туристичка дестинација овозможуваат да се развиваат неколку видови на туризам, за кои регионот располага со следнава туристичка понуда која е прикажана во табелата бр.17

Табела бр.17: Туристичка понуда на регионот

Видови на туризам	Туристичка понуда на регионот
Алтернативен и еко туризам	Реки: Вардар(изворот Вруток до вливот во Егејско Море - 410,5 км); Треска (130 км); Лепенец (65 км);Пчиња (136,4 км);Кадина Река (33,3 км);Маркова Река (29 км);Патешка Река(понорница). Клисуре: Матка, Качаничка,Таорска,Жеденска,Дервенска и Бадарска; Пештери: во кањонот на р. Треска; неколку кај Н. Брезница; под Солунска Глава. Активности: Параглајдинг од планината Водно која нуди неверојатни можности за летање со параглајдери; Качување по кањонот на Матка (climbing) извонредна можност за оние кои не се плашат од висини и од предизвицина освојување на височини; Возење кајак по реката Треска на која се одржуваат напревари од европски и светски ранг; Возење велосипеди, спуштање со велосипед од падините на Водно, на терен кој е полн со камења, нерамен и стрмен терен, потоа возење велосипед на Скопска Црна Гора, како и на кањонот Матка; Истражување на подводните пештери на кањонот Матка и откривање на места кои досега воопшто не се откриени; Пешачење, планинарење или возење велосипед (mountain bike) на планината Китка каде највисокиот врв е Лисец, а истовремено може да се ужива и во откривањето на Драчевската Пештера која има ретка фауна.
Планински туризам	Планини: Водно со врвот Крстовар (1.066 м); Масивот Јакупица-Караџица со врвот Солунска Глава-Мокро (2.450 м) и Убава (2.533 м); Осој (1.506 м); Жеден (1.260 м); Скопска Црна Гора со врвот Рамно (1.561 м).
Културен и Верски туризам	Најпознати културно-историски објекти: Камениот мост на река Вардар; Православна црква Св.Спас и гробот на Гоце Делчев; Соборен храм Св.Климент Охридски; Старата скопска чаршија; Мустафа - пашина џамија; Феудална кула крај дом на АРМ; Саат кулата; Музеј на современа уметност на тврдината Кале; Градскиот сид - висина од 24 метри и кули од 45 метри, тврдина со модерна интерпретација кој е изграден во 1963 година од јапонскиот архитект Кензо Танге; Куршумли - ан во Старата чаршија; Милениумски крст на планината Водно;Местото на родната кука на светската хуманитарка Мајка Тереза-нејзиниот меморијален дом на улица Македонија;Споменикот на Александар Македонски во центарот на плоштадот со висина од 23 метри - вистинска атракција;Улица Македонија;Чифте-амам; Археолошк и локалитети: Таор-родното место на царот Јустинијан Први; Скупи; Гумба Маџари; Кисел Вир и Криви Дол во

	<p>о.Арачиново; Тврдина Марков град во Матка; Церје кај с.Говрлево Церје; Орловица во с.Ракотинци;Градиште во с.Бразда; Аквадукт, изграден од камен и тули со 55 лакови што се потпираат на масивни столбови и истиот служел за носење вода до античкиот град Скупи;Манастири:Св. Пантелејмон во с. Горно Нерези; Св. Никита на падините на Скопска Црна Гора, Св. Андреј во кањонот на реката Треска, Марков манастир и Св. Димитрија во околината на село Сушица;Цркви: Св. Димитрија во Скопје, Воведение на Св. Богородица на падините на Скопска Црна Гора во селото Кучевиште; Св. Архангел Михаил и Гаврил во непосредна близина на селото Кучевиште во долината на Кучевишка Река; Цамии: Султан - Муратова - Хјинќар цамија; Исхак - бегова (Шарена) цамија или Гази Иса - бегова; Јахја - пашина цамија; Даут-пашин амам; Етно -туристички комплекс: Македонско село.</p>
<p>Манифестациски туризам</p>	<p>Фестивал на виното Виноскоп; Гурмански викенд со пиво во Скопје – Пиволенд; Интернационална тортијада; Фестивал на органска храна; Појадок на мост; Баскерфест – интернационален уличен фестивал; Пролетен базар на домашни ракотворби кој се организира во рамките на настанот „Денови на занаетчиство“; Избор на најдобар угостителски објект на територијата на град Скопје; Избор на најдобар трговски објект на територијата на град Скопје; Скопско културно лето – најстар традиционален културен фестивал во Скопје; Бела ноќ – културен настан за презентација на современета македонска и меѓународна уметност низ сценска презентација на локации во Скопје и културни установи; Млад отворен театар – театарски фестивал кој се одржува во Скопје и има за цел промовирање на младата и алтернативна театарска сцена; Гласот на чаршијата –настан за презентирање на вредностите на општина Чаир каде се претставуваат културни друштва од општината; Станкови денови – настан во чест на народниот херој Александар Урдаревски – Станко во општина Чучер-Сандево; Културна манифестација Виниче – настан на кој учествуваат ученици од училиштата во општина Гази Баба и кој се состои од хорско пеење, моделирање со глина и сликање; Ривија на народни носии, песни, и инструменти – настан за негување на традицијата и пренесување на наредните поколенија во село Рашче; Културно лето „Три круши“ – настан за промоција и претставување на културните и народните обичаи од различни страни на светот во општина Кисела Вода; Детска ликовна колонија – настан за промоција на уметноста на кој учествуваат деца од различни делови на Македонија во општина Ѓорче Петров.</p>
<p>Вински туризам</p>	<p>Винарска визба „Камник“; Винарска визба „Сковин“</p>
<p>Ловен туризам</p>	<p>За љубителите на ловот, природниот резерват Јасен преставува одлично место каде можат да го реализираат своето хоби, а истовремено тоа да претставува и врвно задоволство. Резерватот се про-тега на вкупна површина од 6.980 ха, и од животинскиот свет таму е застапен крупниот дивеч како: срни, муфлони, диви свињи, дива коза, мечки, рис и друг дивеч, кој дел е под заштита, а дел на слобода.Ловиштето „Јасен“ се</p>

	протега на западните делови на планинските масиви Караџица и Сува Планина, а неговиот краен источен дел се допира со планинскиот венец Јакупица. Ловиштето меѓу ловциите и јавноста е препознатливо по дивата коза и по дивата свиња, а она што е посебно атрактивно за туристите/ловциите е тоа што ловиштето „Јасен“ се рангира меѓу првите три во светот, според пакет-услугите што ги нуди оваа локација. Истовремено ловиштето „Јасен“ е отворено само за организирани групи тоа претставува одлична можност, бидејќи турите се организираат само за групи, а не за поединци.
Бизнис туризам	Скопскиот регион располага со голем број хотели од светски ранг и синџири на хотели со што дополнително Скопскиот регион го ставија на туристичката мапа. Со новите хотели и центри кои се изградиле се зголеми понудата и можноста во Скопскиот регион да се развива конференцискиот и бизнис туризмот.
Езерски туризам	Вештачки езера: Матка и Треска; Глечерски езера: Салаковски езерца на планината Јакупица;
Бањски и Спа туризам	Катлановска Бања се наоѓа во дабова шума покрај реката Пчиња, во непосредна близина на Скопје и претставува одлична викенд дестинација за сите оние кои сакаат да се релаксираат, одморат со третмани за лице и тело, со масажи или едноставно да се искапат во базен, каде водата е полна со минерали и е со 30 степени топлина и нуди неверојатни можности. Покрај можностите за релаксација има и оддел за медицинска терапија, што им помага многу на луѓето кои имаат здравствени потреби
Медицински туризам	Ацибадем Систина; Систина онкологија; Европска болница; Санте плус болница; EYE hospital болница; Стоматолошки ординации
Шопинг туризам	Скопје станува препознатлива шопинг-дестинација за туристи од регионот, како и за домашните туристи од внатрешноста на Македонија со изградбата на голем број трговски центри (Сити мол, Градски трговски центар, Рамстор, Капитол) и изградбата на голем трговски центар во центарот на општината Ѓорче Петров. Потоа шопинг за туристи кои сакаат уникатни модели и предмети кои можат да ги купат во Старата чаршија.

Извор: <https://skopje.gov.mk/>

2.2.7.3. Угостителско - туристички капацитети и гастрономски специјалитети

Скопскиот регион располага со најбогата понуда на угостителски и туристички капацитети. Ваквата понуда е очекувана со оглед на тоа што станува забор за главниот град на нашата држава каде е сконцентрирано половина од вкупниот број на население. Од друга страна, целокупниот бизнис и економија се одвиваат во овој град како и сите политички и административни процеси, та затоа слободно може да се каже дека Скопје претставува административен, политички, стопански,

културен, образовен и научен центар. Со зголемениот број на странски туристи во нашата држава како резултат на туристички кружни тури со сигурност Скопје можеме да го наречеме и туристички центар. Токму заради предходно наведените аргументи во овој град се изградени и работат најголем дел од угостителските објекти (ресторански капацитети 1189 и хотелски капацитети 125) како и 190 туристички агенции. Ваквите бројки укажуваат на развиена угостителска и туристичка дејност, а од друга страна и покрај овие бројки истражувањата во овој труд покажуваат дека многу е мал бројот на угостителски и туристички објекти што организираат гастрономска анимација во својата работа. Во интерес на претставување на туристичката поуда на регионот во целост во табелата бр.18 се наведени хотелските капацитети со 4 и 5 ѕвезди, сите туристички агенции, најдобрите ресторански капацитети како и препознатливите гастрономски специјалитети и производи.

Слика бр.137: Хотел „Мериот” - Скопје



Извор: <https://faktor.mk/skopje-meriot-hotel>

Табела бр.19: Угостителско - туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Скопје: Парк, Белви, Карпош, Бест Вестерн, Турист, Холидеј Ин, Дувет, Сити Парк, Русиа, Стоне Бриџе, Континентал, Ибис, Влахо, Голд Делукс, Буши, Арка, Александар Палас, Султан, Хамбург, Њу Стар, Квинс, Сенигаллиа, Опера Хаус, ТЦЦ Гранд Плаза, Викторија, Солун, Панорамика, Камник, Ибис Стајлс, Цара, Премиер, Долче Ресорт, Мирор, Александар 2, Супер 8, Хилтон, Орка, Некст Дор Парк, Континентал.
Туристички агенции	Скопје: Зип Травел, Фтс Травел, Феникс, Кинисси, БТ Македонија, Скаут, Домино Лине, Колектива Нет, Травел Гроуп Интернационал, Ноа Травел, Арка-Г, Сивес Травел, Адриатик Маврово, Нет-Беј, Атлас Корпорейшн, Фибула Ер Травел, Камелија-Турс, Травел Солушн, Делфино Травел, Одема-Турс, Путник Алта Турс, Парадизо Флај, Сити Травел, Македонија Травел, Арбор, Скопје Турс, Мида-Рент-а-Кар-Турс, Савана, Скобул Интернационал, Ертурс, АМСМ Услуги-Турс, Терра Травел, Бадемтур, Папилон, Кон Тики Скај, Еуро-Турист Клуб, Висит Македонија, Магелан Травел Сервис, Бисер Пром, Далас Унион Тоурс, Стела Травел, АС Транс Ха, Фалкон Травел, Хисар Туризам, Малеко Турс, Холидеј, Намико, Војажер, Планет Травел, Долар Турс, Гуливер Милс, Ројал Стар Травел, Амбасадор, Авионет, Весна-Турс, Пилот Травел, Пет, Виор 2, Дипломатик Травел Сервис, Аурора Турс, Компас

	<p>Холидејс, Игуана Турс, Делфина Турс Еден, Оскар Травел Сервис, Акони Травел, Компас Скопје АД, Македонија Сообраќај, Атлас Турс, Авиотурс Травел Сервис, Бисер-Травел, ТЦС Аир Травел, Генералтурист, Никекс, Вардар Експрес, Тропикал, Интер-Конт, Екс Алек Травел, Транс Туризам, Ториа, Теабо, Делфина Турс, Зип Травел, Апекс Фор, Орфеј 1, Арт Оф Травел, Ин Травел, Јупитер Интернационал, Јсп Турс Јсп Скопје, Ел Мундо, Авангард, Но Лимит Травел, Кондор бр 1, Аиртурс, Инекс, Амбасадор-Мак, Гранда Турс, Башак Турс, Изи Травел, Флај Туризам-Сиј, Сара Травел, Меридијан Травел, Сава Турс, Делфино Травел Агенци, АБЦ Рент а Кар, Балкан Експрес Травел, Лени Травел, Македонија Холидејс Енд Турс, Албатролс Травелс, Рапсоди Травел, Урбан Травел, Караци Турс Балкан, Метрополтен Травел, Вебспот, Травел Сервис Ас Транс, Вардар Експрес, Кон Тики Травел, Теди Травел, Ноа Турс, Премиум Дизајн Травел, Јупитер, Парадизо Флај Балкан Фан, Ита Аир Травел, Вип Дентал Травел, Ок Травел, Њу Веј Травел, Кон Тики Травел, Нехар Травел, Ин Травел Сервис, Аса Туроператор, Гранд Травел, Стаф 2014, Мак Свис, Контекс Травел, Вас Тоур Оператор, Екп Травел, Терра Травел Скај, Максима Турс, Игуана Травел, Одмори се Травел, Виста Турс, Енџој Балканс Скопје, Конгрес Травел Сервис, Мак Травел Стору, Сава Тоурс МК, Холидејс, Путник Алтатурист Еден, Виптурс, Балкан Нет, Ас Транс Комерц, Ваикики Травел, Агентур, Маунтин Експириенс, Солвекс Травел, Гобалканс Травел, Глобал Травел Сервис Орфеј Тур Оператор, Тиме То Травел, Носталгија Травел, Ескејп Травел, Флај Туризам-Клуб, Олимпик Травел, Етц Травел, Далас Унион, Бест Травел, Балкан Фан Македонија, Идеал Травел, Викинг Травел, Ројал Стар Травел, Дрим Холидеј, Го Травел, Прае Туризам, Метрополитен Травел, Травити, Смарт Травел, Холидеј Травел, Туроператор Балкан Нет, Инекс Дооел Скопје, Супериор Травел Дооел Скопје, Голден Тур, Треавеликс, Долче Травел Скопје, Готхам X, Цел Свет, Инс Тур, Инфинити Травел.</p>
<p>Ресторани и препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи</p>	<p>Етно гостилница Гоце, Гостилница ДМ, Амор, Боемска улица, КА, Бисера Ив, Дома, Бисер, Воденица Мулино, Грош, Гранд Гарден, Баба Цана, Лира, Соул Кичен Бар, Бела Виста, Гоце, Гостилница Кафана, Фиш, Далиа, Грин Гарден, Маракана, Скопски Мерам, Буре, Свезден Океан, Амигос, Два Елена, Букеџ, Томче Софка, Старо Буре, Дукат, Национал, Дојрана, Бисера, Ореов Лад, капри, Биг Фиш, Light, Рибна Гостилница Бабе, Лангуста, Чардак, Рагуза 919, Дариа, Амика, Пивница Ан, Нобел Палас, Потковица, Four, Киндер Парк, Рагуза 360, Парк, Фиш - хотел Аристократ, Старо Буре, Идадија М, Спортска меана, Пастрмајлија и грил хаус, Сушико, Гоива Ексклузив, Т'га за Југ, Equilibrium, Ривер сајд гарден, Барбакам, Дебар маало, Стар град, Барик, Колектив, Старо буре – Кучково, Чардак – Скопска Црна Гора, Стара куќа.</p> <p>Гастрономски специјалитети: Симид погача, Бурек, Ајвар, Чорба, Скопски кебапи, Турли тава, Шопска салата, Сарма од кисела зелка, Селско месо, Свинска коленица, Полнети пиперки, Пита со јаболка, Боза, Пиво-Скопско</p>

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методујески, Д. и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

2.2.7.4. Гастрономска анимација во регионот

Храната сè повеќе станува важен елемент за развој на туризмот и токму во таа насока денеска туристичките оператори ги насочуваат своите понуди кон потенцијалните туристи во кои понуди кујната на дестинацијата или некоја гастрономска манифестација се главните мотиви. Овие понуди се наменети за туристи кои се во потрага по нови искуства како што се посета на локалните фарми, винарници, пивници, гастрономски тури и сл. Кога основните мотиви за патување ќе се искombинираат и со елементи на друг тип туризам, тогаш се добива содржаен туристички производ кој ќе привлече голем интерес кај туристите. Ваков е примерот со скопскиот регион каде гастрономската анимација во комбинација со културните вредности, урбаните и модерни елементи на градот, шопинг центрите и луксузните хотели дава еден уникатен туристички производ кој е прифатен од секој странски турист кој доаѓа во нашата држава. Гастрономската анимација во скопскиот плански регион е поделена на: гастрономска анимација во угостителски објекти, гастрономска анимација во рурални места, гастрономски манифестации и друга гастрономска анимација во Скопје.

Слика бр.138 : Македонска софра во ресторан „Македонска куќа”



Извор: <https://www.makedonskakuka.com/>

2.2.7.4.1. Гастрономска анимација во угостителски објекти

Главниот град на нашата држава - Скопје, во кој спојот на старото и новото се поврзани со елегантните аркади на Камениот Мост, можеби најдобро ја претставува Македонија во мало. Скопската чаршија со калдармисаните сокаци, златарите и традиционалните кафеани со традиционалната кујна наспроти стилските модерни кафичи, шопинг центри од другата страна на реката Вардар претставуваат одличен спој на минатото и сегашноста. Скопје нуди едно поинакво доживање за туристите со многу испреплетени чувства и сензации. За туристичката понуда да биде комплетна овој регион, особено главниот град Скопје располага со одлични хотелски сместувачки капацитети, разни типови на ресторански објекти, луксузни кафе барови, пицерији, ноќни клубови, односно во понудата на овој град се застапени сите видови на угостителски објекти кој му даваат посебна специфика на скопскиот туристички производ како составен дел на македонскиот. Гастрономската анимација во овој регион ја имаме на многу места, почнувајќи од хотелите, во етно рестораните, кафе баровите, рестораните за брза храна, кетеринг компаниите, па се до слаткарите и чајдилниците во старата скопска чаршија.

➤ *Гастрономска анимација во хотелите.*

Во Скопје работат хотели од сите категории, а според листата на најновата категоризација која ја објави Министерството за економија, 20 хотели во земјава се со 5 звездички, од кои половина,

односно 10 се во Скопје. Два од тие хотели со 5 звезди се од светски познатите ланци и тоа: Мериот и Хилтон кој се предводници на едно елитно угостителство со врвна услуга и квалитет. Од спроведеното анкетно истражување за гастрономската анимација во хотелите, токму овие два хотели се организатори на гастрономски анимациони содржини кои ги нудат на своите гости и обезбедуваат препознатливост пред другите. Гастрономска анимација во хотелот „Мериот“ е застапена во понудата на ресторанот „Дистрикт“ со која понуда буди посебно задоволство за посетителите преку отворената кујна на ресторанот околу која се сместени масите, а тоа создава амбиент на блискост, отвореност и лесна комуникација помеѓу професионалниот готвачки тим во кујната и присутните гости.

Слика бр.139: Отворена кујна на ресторанот „Дистрикт“



Извор: <https://lider.com.mk/>

Овој ресторан е единствен ресторан во градот што нуди мени за салати од каде гостите може по сопствен избор на состојките, самите да го изберат саканиот вкус, а умешноста на готвачите е дополнета од уникатната Хоспер (Josper) скара што секој оброк го прави посебен. Покрај овој вид на гастрономска анимација од одговорите на менаџментот во овој хотел посочуваат дека организираат и други видови на гастрономски анимациони содржини и тоа: организирање на национални вечери, организирање на излет и ручек во природа, гастрономски курсеви за гостите и спектакли на бармени при подготовка на коктели.

Друг позитивен пример на хотел кој организира гастрономски анимациони содржини за своите гости е Хотел Парк и СПА. Ваквите анимациони содржини ги организира во ресторанот „Фоур“ во склоп на хотелот кој се истакнува со модерен дизајн и иновативност во делот на подготовка и презентацијата на храната, а посебно интересни се понудите од интернационални кујни како на пр. Азиска, Грчка, Медитеранска проследени со целовечерни програми за кои вечери покануваат реномирани светски познати готвачи како и редовната гастрономска анимација „life cooking“ на летните ресторански тераси. Овој хотел организира гастрономски анимации и во својот ресторанот Маџо, тоа е отворената кујна каде гостите можат во секој момент да видат како се приготвува храната, а воедно се прават и настани каде што се спремаат рецепти пред гостите.

Гастрономските анимации се застапени и во работата на хотелите од групацијата Македонија турист, а тоа се хотелите: Holiday Inn, Карпош, Best Western Hotel Turist. Од анкетите направени во сите три хотели се гледа дека гастрономската анимација е застапена во нивната понуда, а како содржини од страна на менаџментот на хотелот се издвоени: тематски вечери со акцент на македонската национална кујна; подготвување на специјалитети пред гости: фламбирање на

јадења, татар бифтек, фламбирани палачинки,кошер; гастрономски манифестации; спектакли на бармени при подготовка на коктейли.

Слика 140: „Фламбирање”- хотел „Холидеј Ин”



Извор: <http://gotvi.mk/>

➤ **Гастрономска анимација во ресторани.**

Покрај гастрономската анимација во хотелите, во Скопје гастрономска анимација организираат и многу ресторани од кои во овој труд како позитивни примери се издвојуваат: Стара куќа-ресторан каде се служат традиционални јадења во етно амбиен со интересна и добра презентација и вкус;Дукат-ресторан со одлична кујна и специјалитет на ресторанот „рибја чорба” која се служи од бакарно котле и даска со разни додатоци за чорбата;

Слика бр.141 : Сервиран Лосос - ресторан „Carpe Diem”



Извор: <https://restaurantguru.com/Carpe-Diem,Skopje>

Ореов Лад-традиционален ресторан со отворена тераса особено погодна за групи на кои им се организираат ручеци со припрема на месо под сач пред гостите;Скопски Мерак и Дебар Маало-ресторани во таканаречената „скопската Скадарлија” каде има интересна презентација кога гостите можат да гледаат преку стакло како се пече и врти свинското печење на жар. Покрај овие ресторани во етно стил, гастрономска анимација во Скопје организираат и елитни и модерни ресторани, а како позитивни примери во овој труд се издвојуваат: Воденица-ексклузивен ресторан,најелитен во градот во кој се организираат разни видови на гастрономска анимација, особено за странски делелгации; Carpe Diem се наоѓа на кеј до ГТЦ; Пелистер кој се истакнува со одличната локација на самиот плоштад како и со добриот избор на италијанска интернационална и медитеранска храна како и со подготовката на разни коктейли;Трибека,Форца,Three kitchen Bar, Mosh се едни од поновите и модерни ресторани со скапа инвестиција во нив, популарни во Скопје и кој зрачат со иновативна енергија која може да се види и во гастрономската анимација при подготовката на храна,а особено во начините на послужување.Three kitchen Bar имаат интересен концепт, комбинација на диско и ресторан, а често за своите клиенти организираат и

гастрономска анимација во Маврово на Бачило каде ги повикуваат своите фанови на денска забава со бургери во старо бачило до кое се доаѓа со жичарница.

- **Гастрономска анимација во угостителски објекти во старата скопска чаршија.** Интересна и автентична гастрономска анимација во Скопје имаме и во старата скопска чаршија.

Слика бр.142 : Кебапчилница „Дестан” - Стара скопска чаршија



Извор: <https://destan.mk/>

Ваквата анимација во чаршијата ја организираат малите етно-ресторани и кебапчилници каде се печат кебапи на жар од кој се разлива мирис низ целата чаршија, ги буди сетилата за мирис и вкус кај странските туристи на кои чаршијата им е во задолжителната агенда за посета, притоа привлекувајќи ги да седнат и да уживаат во гастрономските специјалитети.

Слика бр.143:Послужување Турски чај - Стара Скопска чаршија



Извор: <https://skopjeinfo.mk/>

Во ваквата понуда се издвојуваат: **Пчела, Турист, Дестан**, карактеристични за овој дел од градот кој го подготвуваат и нудат најодбриот кебап во Скопје со посебен вкус. Покрај кебапчилниците како позитивен пример за гастрономска анимација во чаршијата се слаткарниците и чајдилниците кои нудејќи ги традиционалните безалкохолни пијалоци: боза, лимонада, традиционалните десерти, кафе и чај во објектите и низ дуќаните во чаршија, будат интерес кај туристите да застанат, да ја следат нивната подготовка, да уживаат во автентичниот начин на послужување и на крај, секако истите да ги вкусат. Како интересен угостителски објект во кој е застапена гастрономската анимација при работата во овој дел на Скопје е и **Пивница Ан**, лоциран во уникатно место во стариот Капан Ан кој нуди голем избор на точени пива и палета на македонски традиционални специјалитети.

➤ **Коктел - гастрономска анимација.**

Покрај гастрономската анимација во хотелите, рестораните и другите угостителски објекти погоре наведени, во овој регион е доста популарна и гастрономската анимација при подготовка и послужување на коктейли во кафе баровите во Скопје. Коктелот е мешан пијалок и најчесто содржи еден или повеќе алкохолни пијалоци и ликери и може да содржи и сокови, газирана вода и останати пијалоци кои додаваат вкус или боја. Најчесто се декорира со овошја или елементи кои не можат да се јадат, како чадорчиња и пластични цевки.

Слика бр.144: Гастрономска анимација на коктейл мајстор



Извор: <https://www.biznisvesti.mk/>

Денес, правењето и пиењето коктейли е дел од современата култура на развиените земји и израз на желба за забава, но и софистицираност. Скопје располага со професионални бармени кои на еден начин се обидуваат да ја издигнат „коктел-културата“ на повисоко ниво. За едни само освежителен пијалок, додека за други комбинација од рецепти, техники, декорација, жонглирање па дури и „начин на живот“. Покрај класичното спремање на коктейл малкумина од бармените во земјава се одлучуваат за „флер“.

Слика бр.145: Коктел „Јустинијан Први“ - Дистрикт Bar & Kitchen



Извор: <https://www.stylist.mk/distrikt-kokteli>

Егзибициите, триковите и различните „акробации“ со коктейлскиот прибор се составен дел од креирањето на пијалокот. Ваквиот начин на спремање на коктейлот, всушност е гастрономската анимација која нуди забава за гостите и поголем профит за објектот. Гастрономската анимација со коктейлите во Скопје веќе е издигната на ниво на манифестации. Таков е примерот со Скопската коктейл недела која прерасна во традиција - секоја година во месец Мај која има за цел едукација на вработените во баровите, подигнување на коктейл културата во градот и промоција на летните коктейли за новата сезона. Коктел - гастрономската анимација денеска во Скопје е развиена до степен што се поврзува и за културните знаменитости и со македонското културното наследство. Таков е примерот со „Дистрикт Bar & Kitchen“ кој во коктейл менито во 2019 година внесе 11 нови коктейли кои според составот или карактеристиките асоцираат на некои познати

градски локации или знаменитости, личности од историјата или од културно-социјалниот живот на градот низ вековите. Царот Јустинијан кој е веројатно последниот император кој говорел латински, познат како императорот кој никогаш не спие, кањонот Матка кој претставува една од најпопуларните туристички дестинации, Скопската Тврдина и многу други знаменитости претставуваа инспирација за најразновидните коктелски миксови во Дистрикт Bar & Kitchen. The Justinian Justice, The Arch of Life, The Champions River и Meet me in the Park се само дел од коктелите кои Дистрикт Bar & Kitchen ги подготвува и нуди со цел на еден поинаков начин преку одлична забава да ги запознае туристите со историјата на Скопје.

2.2.7.4.2. Гастрономска анимација во рурални места

Вистинска атракција за скопскиот регион во поглед на руралниот туризам е Скопска Црна Гора. Скопска Црна Гора е средно висока планина која се протега помеѓу Кумановската котлина на исток, Скопската котлина на југ и реката Лепенец на запад. На север, помал дел од неа продолжува кон Косово и кон Србија. Скопска Црна Гора според туристичко-географската положба и георографските карактеристики, прошарана со многу живописни долини и водотеци, буен растителен и животински свет, благопријатна клима, богата со селски населби што како венец се наредени едно до друго со автентична традиционална архитектура, убаво обработени лозја, овоштарници, ливади и бавчи, многубројни бачила и воденици, покрај кои се изградени нови и модерни станбени објекти, претставува простор што заслужува внимание.

Слика бр.146 : Послужување на чорба - Национален ресторан „Чардак”



Извор: /www.restorani.com.mk/

Според бројот на црквите и манастирите од кои некои имаат огромно значење и вредност многумина оваа планина ја нарекуваат Света Гора. Како позитивни примери кои во својата понуда организираат гастрономска анимација се: етно ресторанот „Старо буре” во село Кучково, националниот ресторан „Чардак” и Етно-гостилница „Вила Весница” во село Мирковци.

Етно ресторанот „Старо Буре” во Кучково се протега на 6000 м² и е изграден во традиционален македонски стил со убаво хортикултурно уредување. Се наоѓа на само 10 км од центарот на Скопје и е погоден за организирање на ручек за туристички групи, свадби, веселби, свечености и други слични настани кои ќе останат во длабоко позитивно сеќавање на гостите. Гастрономската анимација во овој етно-ресторан се состои во подготовка на разни национални специјалитети и скара на кумур пред самите гости, подготовка на пици и пастрмајлии во фурна на дрва, подготовка на специјалитетот на куќата ребро во фурна како и разни традиционални рибни специјалитети кои гостите ги избираат од базените во дворот на ресторанот. **Национален ресторан „Чардак”**. Во подножјето на Скопска Црна Гора се наоѓа еден од најстарите манастири на оваа планина. Во

дворот на манастирот Св. Илија се издигнуваат едни од најстарите конаци во Македонија. Автентично на овие конаци пред повеќе од 60 години е направен Националниот ресторан „Чардак“ што претставува и еден од постарите ресторани во Македонија. Македонската кујна: домашна вртена пита со кисело млеко, качамак и останатите македонски специјалитети кои се подготвуваат според рецепти стари десетици години и се послужуваат на автентичен македонски начин во традиционален инвентар, одличниот амбиент кој потсетува на некои минати времиња, претставуваат одлична гастрономска анимација на која туристите се восхитуваат и уживаат. **Етно-гостилница „Вила Весница“**. На само 17 километри од центарот на градот во магичното скопско Мирковци се крие местото каде што гурманите можат да уживаат со вистинска сласт во секое внимателно приготвено гастро-уживање во рустикалната Вила „Весница“. Гастрономската анимација на овој ресторан се состои во: мирисот на домашното месо, најубавите домашни колбаси и други специјалитети од месо и риба подготвени и послужени на традиционален начин преку поставување се на софрата; вкусот на врвното овчо сирење и домашна „вртена“ пита која станува уште повкусна кога ќе се „макне“ во макалото од лук; највкусниот ајвар како и неодоливи крем салати подготвени од македонски органски производи. Дебелите јаворови сенки, зелените површини каде гостите можат да лежат и да уживаат со најмилите, паркот со детски играчки, само го прават привлечен овој угостителски објект за домашни гости, а уште повеќе за странски туристи.

2.2.7.4.3. Гастрономски манифестации

Во Скопскиот регион, особено во градот Скопје во текот на годината се одржуваат бројни манифестации, но, само неколку спаѓаат во групата на гастрономски манифестации на кои се организираат гастрономски анимативни содржини при што гостите преку забава и разонода уживаат во храната и пијалокот која се подготвува, презентира и продава.

Слика бр.147 : Манифестација „Виноскоп“ 2019



Извор: <https://skopjeinfo.mk/>

Манифестации од ваков вид во овој регион се следните: Виноскоп, Винодонија, Гурмански викенд - Пиволенд во Скопје, Пифтијада и Вкусија Гази Баба, Тиквијада во о. Гази Баба, Слатка мистерија (тортијада) во о. Горче Петров.

Виноскоп. Во 2007 година во Скопје за првпат се одржал меѓународниот вински фестивал Виноскоп. Настанот бил организиран на кејот „13 Ноември“, а на манифестацијата се претставиле 20 македонски винарии. Во текот на фестивалот имало професионална дегустација, на која вината од македонските винарии биле оценувани од страна на тројца странски и двајца домашни судии. Оттогаш па до денес, секоја година, традиционално се одржува овој настан и тоа во два периоди: во лето и во зима. Настанот има богата уметничка и музичка програма која го придружува и трае неколку дена. Организиран е на најразлични локации низ градот, како плоштадот, Веро центар, сала Борис Трајковски и др. Виноскоп привлекува голем број посетители како од земјата, така и туристи од странство.

Винодонија. Винодонија претставува саем за вино каде се презентираат и дегустираат вина од македонски производители. Се одржува секоја година во х.Мериот во Скопје во организација на здружението на сомелиери од Македонија.

Пиволенд-Скопје. Првиот Гурмански викенд со пиво-Пиволенд се одржал во 2008-ма година и за вкупно четири дена го посетиле близу 60.000 љубители на овој дрвен пијалак. Од тогаш, секоја година оваа манифестација нуди разновидна гастрономско-пивска понуда и забавна програма на која учество земаат голем број артисти од најразлични музички жанрови.

Вкуси ја Гази Баба. Во 2018 година за прв пат на плоштадот „Коцка” во населбата Автокоманда во Скопје се одржа манифестацијата „Вкуси ја Гази Баба-вкус за сите генерации“. Манифестацијата е во организација на општина Гази Баба и Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ од Штип.

Слика бр.148: Манифестација „Вкуси ја Гази Баба 2019”



Извор: <https://fjbl.ugd.edu.mk/>

Манифестацијата има за цел да ја промовира локална храна и гастрономија, да допринесе во едукативната свера, позитивно да влијае врз развојот на култура и да го збогати забавното живеење преку музичките настани. На плоштадот Коцка се поставуваат штандови каде компаниите ги презентираат своите производи и гастрономското богатство на општина Гази Баба. На штандовите во соработка со компаниите, производите се презентирани од страна на студентите на ФТБЛ. Во рамки на манифестацијата од страна на студентите на ФТБЛ се прават две обуки и работилници за здрава исхрана на возрасни лица и пензионери и здрава исхрана кај деца од предучилишна и училишна возраст.

Покрај работилниците на манифестацијата се презентираат кулинарски вештини и специјалитети преку организација на три мастер класови од познати шефови на кујни. Ова манифестација е пропратена со богата музичка и културна програма.

Пифтијада-Гази Баба. Оваа манифестација се одвива на плоштадот во населба Автокоманда за време на големиот православен христијански празник Богојавление-Водици. Оваа манифестација има натпреварувачки, хуманитарен и забавен карактер со богата музичко-уметничка програма. Наградата ја носат оние што ќе имаат најдобро декорирана пивтија. Организатор е општина Гази Баба.

Тиквијада-Гази Баба. Оваа манифестација се одржува во општина Гази Баба. Се подготвува храна од тиква, тикварник, колачи, печена тиква. Подготвената храна, производи и изработки од

тквa се продаваат по симболични цени. Од 2012 година во организацијата на оваа манифестација со свое учество се вклучени и децата од градинката „Детска Радост“. Организатор на оваа манифестација е градинката „Детска Радост“.

Слика бр.149: Манифестација „Слатка мистерија“ во Ѓорче Петров



Извор: <http://opstinagpetrov.gov.mk/>

„Слатка мистерија (тортијада)“ - Ѓорче Петров. Оваа манифестација има за цел подготовка и изложба на торти подготвени од угостителски професионалци, но учество земаат и други граѓани кои имаат желба да се натпреваруваат и забавуваат. За првпат е одржана во 2007 година. Тортите се лицитираат, а собраните средства се донираат. Програмата е дополнета со културно-уметничка програма. Организатор е општина Ѓорче Петров.

2.2.7.4.4. Други гастрономски анимации во Скопје

➤ **Кетеринг-гастрономски анимации.**

Под други гастрономски анимации во Скопје заслужуваат да се напоменат и гастрономските анимации кои се во организација на приватни компании за кетеринг услуги.

Слика бр.150: Кетеринг услуга - СУГС „Лазар Танев“, Скопје



Извор: <https://lazartanev.edu.mk/ketering/>

Под други гастрономски анимации во Скопје заслужуваат да се напоменат и гастрономските анимации кои се во организација на приватни компании за кетеринг услуги. Во моментот оваа услуга е трнд во Скопје и се користи за секаков вид на свечености од приватен карактер како и

прослави во организација на државни владини, невладини институции и организации. Со ангажирање на кетеринг компаниите, клиентите добиваат сервирана, декорирана и свежо подготвена храна и пијалоци, комплетно поставување и декорирање на масите, чинии за гостите, потребен прибор за јадење како и сите придружни и потребни ацесоари, односно сервирање и декорирањето, доставата и служењето на храната и пијалоците.

Покрај класичното сервирање и послужување на храната, овие компании нудат и спектакуларни гастрономски анимации, а тоа се: чоколадните фонтани, подготовка на коктели и друго. Чоколадните фонтани ја претвораат секоја прилика во прекрасно, забавно и незаборавно место каде гостите ќе бидат маѓепсани не само визуелно туку и од прекрасниот мирис и вкус на белгиска топена чоколада (црна и бела) послужена со свежо овошје, пишкоти и кекси, manch-melows и останати соодветни крофнички.

➤ *Винска гастрономска анимација.*

Во последните години се развиваат нови концепти на туризам и постојано се збогатува туристичката понуда во Скопје. Во таа насока скопскиот регион може да понуди т.н винска гастрономска анимација за лица кои не се заинтересирани за класичен туризам, туку за нешто специфично, а истовремено имаат истенчен вкус и се подготвени да истражуваат и да запознаваат нови гастрономски специјалитети. Во Скопскиот регион постојат 2 големи винарски визби и неколку мали, фамилијарни винарски визби каде овие туристи можат да дојдат и да ги дегустираат вината и храната од ова поднебје.

Слика бр.151: Дегустација на вино - винарска визба „Камник”



Извор: <https://chateaukamnik.com/>

Вината од винарските визби во овој регион се исклучително квалитетни и тие имаат освоено престижни награди на винските фестивали и саеми во светот. Винарски визби кои нудат организирана дегустација на вина и вински тури во нивните подруми се: Винарска визба „Камник”, Винарска визба „Сковин”.

2.2.8. Гастрономска анимација во Полошки регион

2.2.8.1. Карактеристики на регионот

Полошкиот регион го сочинуваат: полошката котлина со планинските масиви кои ја заобиколуваат (Шар Планина, Жеден, Сува Гора); мавровската висорамнина; планинскиот масив Бистра и долината на реката Радика, со вкупна површина од 2.416 км² или 9,7 проценти од територијата на РС Македонија.

Слика бр.152 : Картографски приказ на Полошки регион



Извор: <https://macedonia-timeless.com/>

Регионот има 184 населени места од кои 182 се рурални и 2 урбани населби (Тетово и Гостивар). Полошки регион е поделен на девет општини и тоа: Боговиње, Брвеница, Врапчиште, Гостивар, Желино, Јегуновце, Маврово и Ростуше, Теарце и Тетово.

2.2.8.2. Туристичка понуда на регионот

Разновидноста на природните ресурси во комбинација со културни и историски атракции го прават овој регион атрактивен за организирани групи и индивидуални туристи кои се во потрага по интензивни авантури. Полошкиот регион според потенцијалите со кои поседува може да биде познат како водечка планинска дестинација на Балканот, еколошки бисер што ќе привлекува патници што ја сакаат природата и културата од нашата земја, Балканот и пошироко.

Слика бр.153: Шар Планина - Глацијално езеро



Извор: <https://www.moep.gov.mk/>

Зачуваните и ретки природни убавини, понудата на органска и на традиционална храна и разновидната култура можат да обезбедат богати искуства за туристите низ целата година. Во табелата бр.19 се дадени видовите на туризам кој можат да се развиваат во овој регион и понудата

на туристичките потенцијали, а во следната табелата е прикажана понудата на угостителско-туристички капацитети кој делуваат во полошкиот регион како и гастрономски специјалитети.

Табела бр.19: Туристичка понуда на регионот

Видови туризам	Туристичка понуда на регионот
Зимски туризам	Зимски скијачки центри: Попова Шапка, ски - центар; Заре Лазаревски, ски - центар во Маврово.
Алтернативен - еко туризам	Езера: Мавровското Езеро; Шар Планина има вкупно 39 глацијални езера од кои 27 во РСМ, а најпознати се: Караниколичко Езеро, Бело Езеро, Црно Езеро, Боговињско Езеро. Пештери: Убавица на планината Буковиќ, Алилица и Калина Дупка на планината Бистра. Клисуре и кањони: Дервенска клисура, Карпалак, Клисура Барик. Реки: (најзначајни): Вардар - извира од селото Вруток на 5 км западно од Гостивар, Пена - изворот на реката е во високите падини на Шар Планина или поточно на местото наречено Студена Вода, Маздрача - по Пена, втора река по должина во Полошкиот регион, се наоѓа во пределот на општина Врапчиште, Бистрица- оваа река минува низ селата Теарце и Пршовце, Ростушка Река и Радика - со своите природни карактеристики и местоположба во Националниот парк “Маврово”, Радика е река со посебна туристичка вредност. Водопади: Беловишки Водопади - три водопади на Беловишка Река извираат од утробата на Пирибег (Горна Скала, Долна Скала и Петочко Водиче), Геневишките Водопади или Водопадите на Геневица се живописен предел во РС Македонија во Општина Маврово - Ростуша, Дуфскиот водопад (тој е природна знаменитост по течението на Ростушка Река во близината на селото Ростуше. Водопадот е висок околу 28 м. Тој се смета за еден од најубавите водопади во РСМ), Корапскиот водопад (Пројфелски водопад) - водопад во горниот тек на Длабока Река на планината Кораб. Национални паркови: Национален парк Маврово; Заштитени подрачја: Заштитени зони на изворот Рашче.
Планински туризам	Планини: Шар Планина, Сува Гора, Жеден, Буковиќ и Бистра. Планински врвови: Љуботен (2.499м), Ливадица (2.491м), Езерска Чука (2.604м), Бистра (2.640 м), Црн Врв (2.584м), Кобилица (2.526м), Царево Гумно (2.502м), Кара Николица (2.106 м), Радеш (2.411м), Чубричево (2.410м), Црн Камен (2.302м), Расенгул (2.358м), Лера (2.197м), Морава (2.150м), Кожа (1.710м), Влаиница со врвот Кула (1.310м), Дијановец (1.290м). Можности за лоцирање на видиковци и алпинизам: Планина Буковиќ (јужна граница на полошкиот регион) со врвовите: Тепе (1.228м), Буковиќ (1.517м) Сува Гора (југоисточна и источна граница на Полошкиот плански регион) со врвовите: Кодра Таурли (1.852 м), Крива Осојница (1.682м), Буша (960м). Планината Жеден (на североисток) со врвовите: Грамада (1.111м), Кодрашајнца (1.150м), Мал (1.225м) и Голем Жеден (1.260м), Голем Камен (771м), Осој (1.029м) и Бел Камен (1.520м).
Селски туризам	Маврово, Леуново, Галичник, Ростуше, с.Варвара - Теарце, Тресонче, Селце, Лазарополе, Гари, Јанче, Брезно.
Културен туризам	Сакрална архитектура-Општина Брвеница: (Блаце - Цркви: Св. Константин и Елена, Св. Троица, Св. Георги; Брвеница-Цркви: Св. Атанасиј, Св. Архангел Михаил; Радиовце - Црква: Св. Атанасиј, Џамии: во Радиовце, во с. Горни Челопек, во с. Нови Челопек, во с. Челопек,

	<p>Цамија во с. Милетино, во с. Гургурница); Општина Боговиње: (Цамија, стара и нова во с. Боговиње); Општина Врапчиште: (Јени Цамија, Ески Цамија, Хаџи Ахмет Цамија); Општина Гостивар: (Цркви: Св. Велико маченик Димитрија, Св. Параскева, Св. Богородица, Св. Никола во село Балиндол, Св. Никола во село Беловиште, Св. Спас, Св. Анастасија и Св. Богородица во село Дебреше; Цамии: Саат цамија, Стара цамија во Чегране, во Балиндол, во Долна Бањица, во Равен; Саат кула); Општина Желино: (Цамија - горна и долна во с. Желино, цамија с. Седларево); Општина Јегуновце: (Цркви: Св. Архангел Михаил, Св. Атанасиј, Св. Ѓорѓи, Св. Дуси во Вратница, Св. Петка во Беловиште, Св. Богородица во Беловиште - оваа црква има најубав живопис од сите цркви во горни Полог, Св. Јован Крстител во Беловиште, Црквиште - Јажинце, средновековна црква и некропола); Општина Маврово - Ростуша (Светите Апостоли Петар и Павле во с. Тресонче) Општина Тетово: (Лешочки манастир - Црква Св. Анатасиј, Стара Цамија); Општина Тетово: (Конакот на Халил Дерала, Соборен храм Св.Кирил и Методиј, Црква „Св.Атанасиј”, Тетовското кале. Споменици на културата: Манастир „Свети Јован Бигорски” во општина Маврово - Ростуша; Шарена Цамија, Арабати Баба Теке и Стар турски Амам во Тетово; Мост „Елен Скок” и Стара цамија во с. Ростуше во општина Маврово - Ростуша. Археолошки локалитети: Археолошки локалитет „Св. Никола“ во с.Маврово, Тетовско кале - во непосредна близина до Тетово; Орашко кале во с. Собри и Јегуновска тврдина во општина Јегуновце; Долнолешничката тврдина или Кале во с.Долна Лешница - Тетово; Роглевска тврдина во село Рогле - Тетово; Стенчевска тврдина во село Стенче - подножје на Сува Гора. Музеи: Меморијален Музеј и Етнолошки музеј во Цепчиште; Музеј на Тетовскиот крај.</p>
<p>Спортски туризам</p>	<p>Ски - Центри: „Заре Лазаревски“ ски центар во Маврово (скијачки центри, спортски центри, објекти, игралишта и терени); Попова Шапка“ ски - центар. Спортскиот центар - Маврово нуди пристап до различни рекреативни активности: фудбалски игралишта, спортски терени, тениско игралиште, мини фудбал, одбојка, игралиште за кошарка, патеки за планинаски велосипедизам, патеки за пешачење. Спортски настани: Меѓународен турнир во параглајдерство – се одржува секоја година во летен период – месец јуни; Шарпланински скијачки куп „Шара Куп“; „Бека куп“ – скијање; Собир на планинари на Први и Втори август во планинарски дом Љуботен; Маврово - тура, велосипедска трка.</p>
<p>Ловен туризам</p>	<p>Ловен реон Тетово: Ловиште за крупен дивеч (Јеловљане, Лешница, Љуботен, Седларево), Ловишта за ситен дивеч (Милетино, Жеровјане , Групчин, Требош, Јанчиште, Орашје); Ловен реон Гостивар: Ловиште за крупен дивеч (Железна река, Симница, Јеловце, Маздрача), Ловишта за ситен дивеч (Врапчиште и Балин дол).</p>
<p>Риболовен туризам</p>	<p>Риболовни ревири: Вардар 1 - ги опфаќа водите од горното течение на реката Вардар и тоа од изворот на Вардар до вливот на Лакавичка Река вклучително со притоците на Вардар: Равенска Река, Лакавичка Река и Река Мелца, како и притоците на Лакавичка Река: Симничка Река, Бигорска Река, Падалишка Река и Трновска Река, како и сите мали и микроаккумуляции кои припаѓаат на овој ревер; Вардар 2 - ги опфаќа водите на реката Вардар од вливот на Лакавичка Река до вливот на Улеверичка Река вклучително и притоците Маздрача, Боговињска Река (со Боговињско Езеро), Улеверичка Река, Река Јахорка и водите од изворите во с. Чегране, како и сите мали и микроаккумуляции кои припаѓаат на овој ревер; Вардар 3 - ги опфаќа водите на реката Вардар и</p>

	тоа од вливот на Улеверичка Река до вливот на реката Бистрица вклучително и притоците: Пена, Лешочка Река и Бистрица, како и сите мали и микроаккумуляции кои припаѓаат на овој ревер; Национален парк Маврово-Мавровското Езеро со притоците: Мавровска Река, Никифоровска Река и Леуновска Река како и река Радика до Бошков Мост со притоците: Убав Поток, Штировичка Река, Рибничка река, Жировница, Лопушник, Требишка Река, Битушница, Ростушка Река како десни притоци како и Ацина Река, Бродечка Река, Богдевска Река, Мавровска Река, Галичка Река и Мала Река како леви притоци.
Манифестациски туризам	Колонија на ликовни уметници - меѓународна манифестација (се одржува секоја година, учесници од неколку земји) Гостивар; Госфест - Културна манифестација - Ликовни уметници, театар, модерен балет и современи видови на уметнички танцувања - Се одржува секоја година во Гостивар во месец јули; Тетовски фолк филигран - Тетово; „Денови на Наим“ - меѓународна манифестација на поезија - Тетово; „Техо“ - меѓународно хорско пеење, „Блетезат“ и „Тетовски јаболчиња“ - детски музички фестивали - Тетово; „Саем на книгата“ - Тетово; „Шара пее“ - фестивал на фолклор; Галичка свадба - се одржува секоја година на Петровден - 12 јули и е културна манифестација богата со многу оригинални, единствени и неповторливи свадбарски обичаи и ритуали; Галичка ликовна колонија - се организира секоја година во месец август; Реканско културно лето - манифестацијата се одржува со цел да ги претстави и промовира културните вредности, етнологијата, традиционалните занаети и традиционалната кујна на локалното население.
Гастрономски манифестациски туризам	„Ден на одгледувачи на овци и кози“ во месноста Смрдливи Вирови во близина на Галичник на само еден ден пред познатата галичка свадба; „Питијада - Маврово Ростуше“; Саем „Полог: природа, култура, авантура“; Галичката свадба; „Долно Реканска свадба“.

Извор: <https://rdcpolog.mk/>

Слика бр.154: Хотел „Бистра“ - Маврово



Извор: <https://www.tripadvisor.com/>

Табела бр.20: Угостителско - туристички објекти, гастрономски специјалитети и производи

Видови на објекти	Понуда на регионот
Хотели	Маврово и Ростуша: Макпетрол, Маврово, Алпина, Радика, Бистра, Спорт, Лоц, Тото, Неда. Тетово: Лирак, Скардус, Агрополог, Попова Шапка, Меркур. Гостивар: Грин Центар Гири, Хотел Барок.
Туристички агенции	Тетово: Пинета, Нит Мак, Лини Реисен, Арбеса Тур, Шар Експрес, Гастро, АдемТурс, Јета-Аир, Еуро-Турист, Арсими Трејд, Агим Турс, Еуро Спринг, Елида Реисебиро, Патник Вокер, Мимоза, Еуро-Фест, Еколог, Тетово Турист, Јета-Аир, Лим-Бус, Алба Туристфарт, Шарп Реисен, Еуро-Спринг, Полог Турист-Ииб, Еко-Тоурс Дооел, Степ Тоурс, Ескимо Спорт, Агим Турс, Алоха Травел. Гостивар: Лу Лу Професионал, Унион Травел, Соло Реисен, Монд-Комерц, Р.Б. Сулејмани, Еуропа Турист, Антигона-Травел Турс, Вива Травел Севис, Насир Туризам, Дурмо Турс, Ера Травел, Флајбазел 1, Њујорк. Јегуновце: Ферг-Атомик. Маврово и Ростуша: Балкан Тоурс. Врапчиште: Градец Тоурс.
Ресторани и препознатливи регионални гастрономски специјалитети и производи	Тетово: Шарри, Пунто Верде, Дриада, Дубровник, Делфин, ФС Куртиш пицерија, Белама, Нолис конак; Брвеница: Електра гарден, Бакал, Ивано; Боговиње: Дардани; Гостивар: Ла Тераса, Тивко Катче, Конак, Те Шари, Качамаку, Ројал Гарден, Панорама и Ресторан-Пицерија Пронто во с.Вруток; Јегуновце: Нов Жеден, Белојшки Бисер, Белостанска карпа, Чорбациски Ан; Маврово и Ростуше: Куката на Мијаците, Баба-Деде, Бранова Чешма, Бачило, Гламур, Кристијан, Два Сокола, Европа гарден, Панорама; Теарце: Кај Змија, Боми, Трио ресторан, Истанбул донер, Манастирски ресторан во с. Лешок. Гастрономски специјалитети: Тетовски граф, Тетовска салата до суви пиперки, Шарпланинска јагнешка чорба, Телешки шницли на шарпланински начин, Дроб на тетовски начин, Шарска плескавица, Гостиварска баклава, Бањички кромид, Галички кашкавал, Бакардан, Галичко мезе, Галичка шницла, Аландити (Валангии).

Извор: <https://economy.gov.mk/doc/2737>; <https://economy.gov.mk/doc/2697>; <https://www.restorani.com.mk/>; Методујески, Д.и други. 2019. Регионални карактеристики на македонската гастрономија

Но, и покрај горенаведените туристички потенцијали, сепак при истражувањето за овој регион во една од студиите за развој на регионот (план за развој на дестинацијата спроведена од ПЛРК, 2019), евидентирани се следните недостатоци: недостатоци во достапното сместување кое цели кон приоритетните пазари: Постои ограничена и невоедначена достапност на понуда на храна насочена кон вкусовите и потребите на приоритетни сегменти; Не постојат доволно производи и атракции кои се специјално насочени кон приоритетните сегменти; Да се збогати достапноста на кулинарски искуства надвор од услуги со стандарден оброк (одличната локална храна и традиции имаат огромен потенцијал за дизајн кулинарски искуства со високо додадена вредност кои може да вклучуваат демонстрации на подготовка на храна со локални специјалитети, часови за готвење, искуства на фарма, градинарски искуства со зачин и свежи производи итн); Диверзификацијата може да дојде и од формат во кој се нудат услуги на исхрана, на пример, преку воведување на искуство од фарма до вилушка или на излети на отворено наместо стандарден ручек во ресторан - овие може да се вградат и како компоненти на услуги на исхрана и како атракции; Непостојано е одржувањето на локалитети и атракции, што негативно влијае на искуството на посетителите; Постои јаз помеѓу нивото на понудените услуги и очекувањата на приоритетните пазари; Постои недостаток на соодветни капацитети и вештини на водичи за да се исполнат очекувањата на двата сегменти од пазарот; Ограничени се содржините на интернет за промоција и/или информации на ниво на дестинација-ова влијае на искуството на посетителите во смисла на пристап до навремени

информации; Постои недостаток на ознаки и попатни информации кои се неопходни како водичи за приоритетните сегменти од пазарот.

Слика бр.155: Традиционални специјалитети од Полошки регион



Извор: <https://rdcpolog.mk/>

2.2.8.3. Гастрономска анимација во регионот

Гастрономската анимација во полошкиот регион во овој труд е поделена на гастрономска анимација во Полог, гастрономска анимација во Реканскиот крај, гастрономска анимација во Маврово. Иако сите области спаѓаат во ист регион, сепак според истражувањата направени за овој труд, добиени се податоци кои укажуваат на тоа дека понудата е различна во сите три региони, автентична и специфична секоја за својата област.

2.2.8.3.1. Гастрономска анимација во Полог

По својот настанок, Полог е тектонска котлина, спуштена по должината на раседи помеѓу планините Шар Планина, Сува Гора и Буковиќ. Полог или Полошка Котлина е историско-географски регион во северозападниот дел на РС Македонија со површина од околу 400 км². Поделен е на два дела: Горен (Горни) Полог (во Гостиварско) и Долен Полог (во Тетовско) и се протега во меридијански правец север-југ. Во Полог живеат околу 304.125 жители од кои Македонци претставуваат околу 18,4%, мнозинството се Албанци (73,2%), а во помала мера се

Слика бр.166: Тетовско гравче, бренд на Полошкиот регион



Извор: <https://moirecepti.mk/>

застапени Турци, Роми и други. Тетово и Гостивар се најголемите населени места во Полог. Сите општини во овој регион (Боговиње, Брвеница, Врапчиште, Гостивар, Желино, Јегуновце, Тетово,

Теарце) го имаат идентификувано туристичкиот потенцијал како можност за економски развој. Развојот на туризмот се движи постепено и во различни фази во секоја од општините. Со оглед на тоа дека станува збор за регион каде од осумте општини само две се со урбан центар, Тетово и Гостивар, најголемиот дел од туристичките капацитети се лоцирани во овие општини, особено во општина Тетово. Општина Тетово постојано работи на промоција и развој на туризмот, фокусирана на најголемиот туристички потенцијал Попова Шапка (за зимски туризам и зимски спортови), но исто така и на останатите туристички атракции кои постојат во општината и тоа: историски, културни, археолошки, природни итн. Приватниот сектор во овој регион е најактивен и ја има препознато можноста за финансирање во туризмот. Тоа се гледа и од константните вложувања во објекти како сместувачки капацитети, ресторани, рибници и други услужни дејности. Бројот на ресторани и објекти за исхрана процентуално е убедливо највисок споредено со сите други региони во земјата, односно втор, веднаш после Скопскиот регион.

Тетово. Хотел „Меркур“ во Тетово е единствениот хотел во нашата држава од интернационално познатиот бренд на AccorHotels групацијата, светски лидер во областа на патувањето и лајфстајлот нудејќи единствено искуство во 4300 хотели и 100 земји во светот. Хотелот е сместен во центарот на градот во модерна висококатница со 13 спратови во која се сместени вкупно 101 удобни и просторни соби. Комплексот има одлична локација, нуди врвна хотелиерска услуга, широка гастрономска понуда и неспоредливо гостопримство. Покрај широкиот избор на стандардни и супериорни соби, делукс и семејни апартмани, хотелот поседува и 5 конференциски сали за состаноци опремени со најмодерна аудио-визуелна опрема и бесплатен интернет со капацитет за опслужување од 10 до 200 лица. Една од предностите на хотелот е ресторанот „Малабана“ чија кујна нуди совршена комбинација на најдоброто од меѓународната и локалната гастрономска понуда, притоа користејќи исклучиво локални органски производи.

Слика бр.167: Ресторан „Малабана“ - хотел Меркур



Извор: <https://all.accor.com/hotel/>

Атрактивна гастрономска анимација во овој ресторан е: печење и сервирање на телешко месо пред гостинот. Со предходна припрема во кујната се загреваат термо камења за печење на месо кои стојат на специјален држач, а паралелно се врши и припрема на парче чисто телешко месо во кујната. Припремата на месото содржи низок степен на печење со цел да не се изгуби внатрешната свежина. Така со загреаните термо камења и полуприготвеното месо келнерот се упатува кон гостите кои очекуваат директно печење и сервирање пред нив. Гастрономската анимација започнува кога келнерот ќе почне да го пече месото пред нив. Го пече по желба на гостинот, но најчесто „медиум“, односно среднопечено и потоа од термокаменот го сервира директно во

чинијата на гостинот. Ваквата гастрономска анимација предизвикува големо внимание и задоволство кај гостите.

Варвара во Теарце е најживописното место кое се наоѓа на шарпланинската падина, североисточно од Тетово, над селото Лешок и е со идеална надморска висина од 800 метри од каде се гледа цела Полошка котлина. Селото е иселено, но, мештаните се присутни за викендите, а сега веќе се створени услови и за туристи кои од година во година се повеќе го посетуваат селото. Туристите имаат можност да уживаат во природните убавини и архитектура на селото, а гастрономската анимација си ја организираат сами правјќи си скара и подготвувајќи си го ручекот во дворот на црквата Св. Петка каде мештаните инвестирале и го организирале просторот за излет и ручек во природа.

Исто така, сакајќи од излетничко место да развиваат и рурален туризам, го адаптирале старото школо во објект за сместување, а започнале и со своја манифестација. Ова потшарпланинското село Варвара кое избилува со костенови дрвја, првпат во Октомври, 2019 ја организирало манифестација со која се означува почетокот на бербата на костеновите плодови. „Варвара и костените“ е насловена манифестацијата во рамки на која се одржува црковна прослава, културно-уметничка програма и заедничко гоштевање на домаќините и гостите.

Слика бр.168: Излетничко место „Петочко водиче во с.Беловиште - Јегуновце



Извор: <https://infomax.mk/>

Беловиште во Јегуновце. Привлечно за туристите ова место го прават живописната природа, пред сè водопадите на Беловишка Река (заштитниот знак на Беловиште), месноста Петочко Водиче во која се наоѓаат угостителски објекти, базен, црквите „Света Петка“, „Свети Јован Крстител“. Тука е и Беловишка Река која извира од под врвот Пирибег на Шара. Месноста Петочко Водиче името го добила по лековитиот извор кој се наоѓа таму, а е прогласен и за најчист во Македонија. Во излетничкото место Петочко Водиче има поставено клупи за излет. Има и места за подготвување скара каде туристите можат самите да си го приготват оброкот и да уживаат во убавините.

Доколку туристите сакаат само да уживаат во гастрономската анимација на ова туристичко излетничко место можат да ги користат угостителските услуги на неколкуте ресторани во кои има вкусна традиционална храна и квалитетна услуга. Ова туристичко излетничко место е седиште и на манифестацијата за промоција на шарпланинскиот костен-Костенијада. Придобивките од оваа

манifestација се: заштита на костенот од негативни влијанија, а преку костенот се промовира и излетничкото место „Петачко водиче“, во туристички цели.

Слика бр.169: Поселски специјалитети од Јегуновце



Извор: М.Блажевска

Вратница во Јегуновце. Во ова село се наоѓа еден од репрезентативните објекти во овој крај, а тоа е етно куќа „Чорбацки Ан“ во село Вратница. Гастрономската анимација во овој објект се организира преку отворената летна кујна која содржи сушара за месо, вршник, сидана фурна која се користи за печење на месо, а во летната кујна пред очите на туристите се припрема и витленик кој што се пече под вршник. Во сушарата се сушат селски колбаси, свинска сланина, свински врат од кои гостите може сами да си го изберат парчето и количината која сакаат да им се подготви.

Седларево во Желино. Општина Желино ја сочинуваат село Желино и 17 други рурални населени места, со вкупно 24.390 жители. Според морфолошката структура, територијата на општината се карактеризира со рамни полиња и ридско-планински населби. Оваа локална единица е позната поради својата поволна географска положба, нејзиното културно наследство и природните убавини, особено во селата. Едно од живописните села на оваа општина е селото Седларево кое може да се пофали со интересна гастрономска анимација во рамки на манифестацијата „Софра фест“. Во 2018-та година, од 18 до 22 јули, општината за првпат го организираше Фестивалот за културно наследство на албанската етничка заедница во нашата земја, гастрономска понуда, манифестација со социален, фолклорен и културен карактер на кој учествуваат сите села што и припаѓаат на општина Желино, вклучувајќи и околу 5.000 (пет илјади) гости од земјава и од соседните земји.

Слика бр.170: Изложба на стари кујнски предмети за јадење од Полог



Извор: <http://mkd.zhelina.gov.mk/>

Оваа саемска манифестација ја истакнува културната и народната традиција на секое село. Токму затоа како место на одржување е избран живописниот планински предел на село Седларево каде се собираат многу туристи од сите села на општината, од регионот и државата, а последниве години

и од странство за да уживаат во специјалитетите од овој регион кој се подготвуваат на самото место како и да уживаат во богатата културно-уметничка програма на фолклорни ансамбли, уметници, ликовни сликари и во пеливанската борба.

Гостивар - село Вруток. Вруток е село каде се спојуваат минатото и традицијата, прекрасната храна и бројните специјалитети, неверојатната природа, изворот на р.Вардар и чистата вода, архитектурата, рибниците,но и гостопримството на населението,спој кој привлекува се повеќе посетители да уживаат и да го истражуваат природното богатство на селото и околните места.Вруток претставува вистински избор за одмор и рекреација.На крајниот југозападен дел од Полошката котлина на само 7 километри од Гостивар, во подножјето на прекрасната Шар Планина е распослано селото Вруток каде чистата вода и рибата се дел од секојдневната исхрана на населението.Природните услови и одгледувањето на риба овозможило во Вруток да има повеќе угостителски објекти кои секоја година привлекуваат се повеќе посетители од нашата земја и од соседните балкански држави.

Слика бр.171: Рибен ресторан - село Вруток, Гостивар



Извор: <https://www.igeografija.mk/>

Гастрономската анимација во ова село е дел од понудата на сите угостителски објекти, особено рибните ресторани кои располагаат со големи рибници од каде туристите сами си ловат риба,а подготовката е на скара пред нив. Покрај рибата, рестораните нудат и печење под сач, а пред главното јадење, туристите оброкот го започнуваат со вкусните сирења и со зелените салати од овој крај кој можат сами да си ги наберат во градините околку рестораните.

2.2.8.3.2. Гастрономска анимација во Реканскиот крај

Неповторлив по својата убавина е Реканскиот регион, сместен во западниот дел на земјата, меѓу Маврово и Дебар од едната и помеѓу границата со Албанија и кичевската област од другата страна.Реканскиот регион своето име го добил од реката Радика и по нејзината притока Мала Река.Реканците од секогаш биле познати фреско-живописци, копаничари, сидари, мозаичари и се едни од најбараните во Италија и Европа.Овој регион денес е позната туристичка атракција која изобилива со голема природна убавина,пејсажни живи слики кој нема да го остават рамнодушен денешниот турист, а силна страна е гастрономијата-традиционални производи и специјалитети од овој крај кој денеска се и една од главните причини за туристите да го посетат овој регион.

Галичкиот кашкавал,галичкото сирење,речка пита,грв кораник,мазница,бајрамско месо и многу други рекански специјалитети кој ги готват вредните домаќинки од овој крај можат да се вкусат во угостителските објекти од овој регион. Гастрономската анимација во реканскиот крај е само дополние на целокупната природна, културна и архитектонска убавина на сите селата, а од

направените истражувања како највпечатлива гастрономска анимација имаме во: Трница, Јанче, Галичник и Гари како и во репрезентативниот угостителски објект, „Куката на Мијаците”.

Слика бр.172: Галички кашкавал, бренд на Реканскиот регион



Извор: <https://twitter.com/>

Кораб-Трница е дел од гастрономската понуда во реканскиот крај во кој комплекс гастрономската анимација е застапена во понудата преку: подготовка и послужување на традиционалните рекански специјалитети како и преку ловењето и подготовка на риба од рибниците кои течат низ терасите на самиот објект. На патот кон Дебар, на само 5 километри од Мавровското Езеро, на совршена локација во густата зимзелена шума се наоѓа добропознатиот комплекс „Кораб Трница“. Комплексот нуди одлична можност за одмор во два објекта за престој кои се состојат од апартмани и соби со прекрасен поглед кон падините на Кораб, Шара и Бистра. Исто така, располага со рецепција, лоби и сопствена продавница за: млечни и месни производи, слатко, мед, шумски плодови, вино, тестенини, чај и друго. За авантуристите, во близина на овие објекти постои и посебен простор за кампување и за шатори кој е опремен со комплетна инфраструктура. Овој комплекс освен со сместувачките капацитети, располага и со простории за деловни состаноци. За гостите кои го посетуваат овој објект се нуди бесплатно користење на велосипедите и риболовна опрема. Располага и со сопствени коњи и организира тури за јавање за почетници. Во склоп на комплексот „Кораб Трница“ се наоѓа целосно реставрираниот ресторан со автентичен изглед и градба од 1974 год. Ресторанот го има задржано оригиналниот надворешен и внатрешен изглед, но за да се овозможи прием на поголем број гости, изградени се летни тераси низ кои тече рибник со речна пастрмка, како и фонтани што се прелеваат во него. Ресторанот го има задржано и оригиналниот ентериер, кој се состои од масивни дрвени столбови, внатрешна тераса, камин, лустери и мермер, а сето тоа е одлика на одлучноста во едно поинакво и тешко време во планински предел да се направи нешто модерно, а тоа истовремено да претставува и традиционално катче за уживање. Во ресторанот се служи традиционална храна, а најпознат е качамакот, кој е симбол на овој ресторан и кој се приготвува по стариот рецепт на овчарите од Кораб Трница. Истиот се служи со овчото кисело млеко или со „кораб кашкавал“ и „трничко сирење“ и претставува вистинско кулинарско задоволство. Се служат и традиционални рекански питу со зелка, праз, спанаќ и со тиква, потоа одлично приготвено јагнешко, јарешко, телешко и пилешко месо, риба, разни макала и многу други јадења. За десерт, освен стандардните, неизбежни се традиционалните специјалитети: сутлијач, баклава, печена тиква.

Јанче. Живописното село Јанче е сместено во срцето на Националниот парк Маврово во општина Маврово-Ростуше. Кога се патува од Гостивар кон Дебар, од левата страна на патот под Бистра не може, а да не се забележи селото со својата прекрасна архитектура. Туристите можат да берат овошје и зеленчук, да јаваат коњи, да пробуваат медови, да учат за виното, да купуваат во

продавници за подароци и тезги за локални или регионални земјоделски производи или рачно изработени подароци и многу друго. Ваквата понуда на ова село, збогатена со природната убавина и автентичната архитектура дава еден уникатен туристички производ со одлична гастрономска анимација за туристите. Предводник на ваквата понуда во Јанче е хотелот Туто. Во овој угостителски објект гостите седат на трножни столчиња, оброкот им се сервира во садови од глина, приборот за јадење е направен од дрво, храната се готви во садови од глина и се послужува на традиционална софра. Тука се е автентично и исконско што е белег на цивилизацијата на народот кој со векови живеел на овие простори. Храната се приготвува во тави и се пече во фурна пред самите гости, во грне се готви вариво на оган во каминот, а исклучив на ресторанското мени се специјалитети од регионот: качамак и пита со овчо кисело млеко, овчо сирење, урда, цедено млеко, галички кашкавал, гравче варено во грне, јагне и јаре печени на ражен или во фурна, леб печен под сач, радичка пастрмка на селски начин и друго.

Слика бр.173: Подготовка јадење во фурна



Извор <http://www.istracijamakedonija.com.mk/>:

Галичник се наоѓа во западниот дел на Македонија, на југоисточните падини на планината Бистра, во центарот на мијачкиот регион. Лежи на надморска височина од 1300-1600 м. под карпестите сртови на врвот Говедарник кој е со височина од 2011м. Туристите во овој регион имаат можност да уживаат во прекрасната природа во околината на националниот парк Маврово и да научат за уникатната архитектура и култура на Мијачкиот регион. Галичник е вистинското место за запознавање со традиционалните занаети од регионот и секојдневниот живот кој ја задржал традицијата од минатото, место за запознавање со начинот на живот и секојдневните активности во бачилото, место каде што се прави познатото „телеме“ кое секое утро со познатите Галички коњи се носи до старата фабрика каде се добива познатиот Галички кашкавал. Сето ова претставува автентична гастрономска анимација која може да се доживее само во Галичник. Одличен пример за организирање на гастрономска анимација е и Шерпа ранчот во Галичник. Јавање коњи, преспивање во планина, молзење кози, уживање во недопрената природа на Националниот парк „Маврово“ е уникатното искуство кое го нуди Sherpa ranch лоциран на само еден километар пред влезот на селото Галичник, а го координира и управува и коњичкиот клуб „Бистра“ од Галичник.

Палетата на активности на Sherpa horse riding е доста широка. Таа опфаќа: активности кои се наменети за клиенти кои немаат предходно јавачко искуство, а и за оние кои веќе знаат да јаваат. На понудата се еднодневни дестинациски тури кои траат од 2 до 5 или 6 часа, на кои можат да се пријават сите кои се заинтересирани. Луѓето кои немаат јавачко искуство поминуваат обука за јавање коњи и за безбедност при јавање, а на останатите им се презентира само обуката за безбедност. Во рамките на турите, гостите на ранчот секогаш се гостат со традиционално галичко сирење и домашни питу. Се организираат и групни тим билдинг активности со многу активности и игри како: јавање, тимарење, подседлување и зауздување коњи, молзење кози, обработка на млекото

и други игри кои имаат натпреварувачки и забавен карактер. Со овие пакети секогаш има и традиционален ручек подготвен на самиот ранч со еколошки продукти кои тука се одгледуваат, како домашно месо, млеко и млечни производи. Гастрономската анимација во Галичник е дел од понудата и во хотелот „Неда“ кој нуди гастрономски специјалитети подготвени и сервирани на традиционален начин, а исто така гастрономската анимација ја организираат и неколкуте домаќинства кои даваат услуги за сместување, подготовка на традиционална храна заедно со гостите и организираат посета и ручек на бачилата во Галичник.

Слика бр.174: Учество во правење сирење на бачило



Извор: <http://www.bbc.co.uk/>

Како дел од туристичката понуда на ова место е и селскиот музеј „Вила Доста“ каде туристите имаат можност да го почувствуваат минатото на луѓето чија животна приказна е поврзана со создавањето на уметноста и духовноста, а тоа се: сидарите, резбарите, фреско сликарите и занаетчиите од Мијачкиот регион, далеку познати мајстори на својот занает. Дел од туристичката понуда е и турата со јавање коњи до црквата Света Петка, а како најзначајна туристичка атракција по која е препознатливо ова село е манифестацијата: Галичка свадба. Оваа свадба се одржува на Петровден, празникот посветен на Свети Петар и Павле и претставува најстарата свадбена традиција сочувана во нашата земја до ден денешен. На оваа свадба може да се види целокупното материјално и духовно наследство изразено преку најубавата народна носија во нашата земја, преку обичаите, песните и ората, звуците на мијачките зурлации како и преку традиционалните јадења и пијалоци од овој регион кои се послужуваат на тој ден.

Гари е родното место на Петре Филиповски-Гарката еден од најпознатите копаничари чии врвни дела и денес ги красат иконостасите во „Св. Јован Бигорски“, „Св. Спас“ во Скопје, „Св. Благовештение“ во Прилеп и други. За жал, делото во црквата „Св. Никола“ во Крушево е спалено во текот на Илинденското востание. Гари се наоѓа на падините на Стогово па оттука евентуалниот неколкудневен престој во селото од неодамна и во новите сместувачки капацитети што се нудат на туристите, задолжително треба да се искористи и за искачување на некој од неговите врвови како Стогово (2.328 метри надморска височина), Голем Рид (2.268 метри надморска височина). Гари е опкружено со бачила кои на старински начин го прават сирењето. Токму тука на бачилата се организира гастрономската анимација која ја нуди ова место. Посета на бачилата и ручек послужен од тамошните мајстори-сирење и овчјо млеко со тазе леб под сач е вистинско гастрономско уживање и анимација за туристите кои долго ќе ја паметат.

Куќа на Мијациите или Бигорски Анови е првиот етно-ресторан направен по идеја на Бигорскиот манастир кој има за цел развој на верскиот и селски туризам во мијачкиот крај на западна Македонија. Овој етно ресторан посветен на мијачката култура и традиција се наоѓа на аголот од

патот кој води кон Манастирот, непосредно на регионалниот пат кон Дебар. Претставува нешто повеќе од етно-ресторан, а тоа е всушност еден своевиден ресторан-музеј на мијачката култура, изграден целосно во духот на мијачката неимарска традиција. „Куката на Мијаците“ е составена од приземје и два ката. Има четири гостински соби за преноќување. Другите две ката со површина од околу 500 м² се наменети за ресторанот со повеќе простории, украсени со традиционални дрвени таваници и розети, камини, мозаици, складно разиграна орнаментика во преродбенски стил, карактеристична за мијачките простори од 19 век, старински лустери и ламби, дрвени миндери и паравани. Дополнителен принос за автентичноста на амбиентот е и тоа што келнерите и останатите вработени се облечени во стилизирани мијачки носии.

Посебна убавина на „Куката на Мијаците“ ѝ даваат двата пространи отворени чардаци, едниот на приземјето, а другиот на првиот кат кои се одликуваат со прекрасен поглед кон реката Радика и кон зелената горска шума. Исто така, пријатно и спокојно место за седење е и широката летна бавча која се наоѓа во дворот на „Куката“. Освен прекрасната орнаментика, сидовите на „Куката на Мијаците“ ги красат и црнобели фотографии од истакнати мијачки духовници, војводи, преродбеници, учители, општественици, уметници, но и од сегменти на секојдневниот мијачки живот, обичаи, носии и т.н.

Слика бр.175: Вареење на кафе - Куката на мијаците



Извор: <http://kukjanamijacite.mk/>

Традиционалната мијачка храна која е на менито во овој ресторан, препознатлива по гурманскиот префинет вкус, почнувајќи од начинот на готвење, а особено начинот на послужување представува одлична гастрономската анимација во која туристите уживаат и целосно се препуштаат и враќаат во минатото, влегуваат во животот на Мијаците, а излегуваат восхитени и среќни, побогати за едно ново незаборвано гастрономско доживување.

2.2.8.3.3. Гастрономска анимација во Маврово

Сместен во истоимениот национален парк, Маврово плени со својата убавина. Со високите планински врвови високи над 2000 метри надморска височина, чистиот воздух, чистата и здрава природна околина во поголемиот дел недопрена со човечка рака го прави Маврово мало парче рај како во Македонија така и на Балканскиот Полуостров. Маврово ги има најубавите ски-центри во Македонија целосно опремени со жичари, ски-лифтови и можност за деноноќно користење на ски-патеите. Туристите и посетителите на располагање имаат многу хотели, вили, апартмани, ресторани. Вистинско доживување за туристите се посетата на бачилата каде можат да пробаат и вкусат од здравиот планински чај, домашна ракија, сирење, туршија. Посебно доживување за посетителите и туристите е тоа што можат да погледнат многу од ретките и заштитени видови

диви животни како што се сивиот сокол, орелот крстач, златниот орел, шумскиот ут, мечката, рисот, дивите кози и дивата мачка. Мавровското Езеро и реката Радика се омилен за риболовците. Реката и езерото се богати со пастрмка, мрена, клен, плашица и крап. Препознатлив симбол на Маврово е црквата Свети Никола за која карактеристично е тоа што речиси цело време е под вода.

Слика: Подготовка на јагнешко во фурна - Старо бачило во Маврово



Извор: <https://nrmavrovo.org.mk/>

Маврово располага со одлични сместувачки хотелски капацитети, вили, апартмани кои се дел од една успешна македонска туристичка приказна. Сите сместувачки капацитети работат согласно стандардите на категоријата која ја поседуваат и нудат високо квалитетна услуга. Иако Маврово се класифицира во зимска туристичка дестинација, сепак Маврово е интересен и прифатлив за туристите и во другите годишни времиња, особено во лето. Ваква стратегија почнаа да развиваат поголемите хотелски капацитети, а за реализација на истата почнаа да ја збогатуваат нивната понуда со дополнителни содржини. Една од тие содржини е гастрономската анимација која е дел од понудата на поголемите хотели, а особено со ваква понуда се истакнува резортот Маврово, под чиј бренд се вклучени и хотелите Бистра, Спорт, Лоц и Спортскиот центар Маврово.

Во богатата и разновидна понуда на Резорт Маврово влегуваат гастрономските анимациони содржини како: Галичко бачило, Старо бачило, Трифкова колиба, Клуб Ратрак и пицеријата Ски-школа. Овој резорт со својата работа отвори уште едно ново поглавје за развојот на туризмот во Маврово со цел оваа дестинација да биде прв избор за туристичка дестинација, место за прошетка, излет или спортување на сите во државава, независно дали се љубители на зимските спортови или попривлечни им се летните авантури. Гастрономската анимација е застапена во самите хотели во делот на подготовка и послужување на храна, надвор од хотелот преку организирање на излети во природа и посета со ручек на бачилата, а особено е атрактивна гастрономската анимација во зима, кога во ладните зимски вечери, надвор во дворовите на хотелите покрај голем оган, гостите уживаат во скара, топла ракија, варено вино и акустична музика.

3. Перспективи за развој на гастрономската анимација во македонскиот туризам

Гастрономската анимација може и треба да ја има една од клучните улоги во нашата туристичка понуда бидејќи еден од пиларите или адутите на истата е македонската гастрономија. Денес македонската гастрономија е ризница на ароми и вкусови за гурманите и вљубениците на домашната добра храна. Нејзиното учење треба да се заснова на интегрирано проучување на односот меѓу културата и храната, уметноста и вештините во готвењето и сите гурмански принципи и активности кои вклучуваат: презентација, проба, креирање впечаток, истражување на вкусови, познавање и пишување за храната.

Со промена на навиките на луѓето и зголемувањето на нивната слобода на движење и избор, рестораните и другите угостителски објекти претставуваат места за нивна забава, дружење, размена на искуства, склучување бизнис зделки и други важни активности. Многу луѓе тврдат дека посетата на ресторани претставува и единствена можност за семејно дружење на современиот човек во секојдневието. Токму затоа денес гастрономијата треба да се развива, презентира и нуди на туристите како една комплексна активност во која храната се приготвува и послужува заедно со други активности како што се: танцот, драматизирањето, вајарството, читањето поезија, архитектонско осмислување на ентериерот на рестораните, музика, односно, кажано со други зборови-на ниво на уметност која ќе ги анимира и восхити корисниците, а воедно во одредени моменти и ќе ги привлече на нивна активност.

Ваквиот пристап кон храната претставува еден нов правец во гастрономијата кој го открива овој докторски труд, а тоа е гастрономската анимација. Голема е потребата од посветена анализа и работа во правец на унапредување и инкорпорирање на гастрономската анимација која ќе ја оплемени и софистицира туристичката понуда, но истата мора да биде поставена на сериозни основи земајќи ги во предвид глобалните практики на ова поле. Тоа не значи дека треба од некогаш да пресликуваме кога е во прашање гастрономијата, бидејќи самите имаме уникатна кујна и богатство на традиционални и автентични рецепти за подготовка, туку ние треба да се фокусираме во правец да научиме како оптимално да ги искористиме ресурсите со кои располагаме со цел да се оплемени понудата (искуството), секако, по финансиски и организациски прифатливи услови.

Нашата земја има осум региони и сите располагаат со автентични природни и културни убавини како и различна гастрономска понуда. На пример, во вардарскиот регион, Велес е познат по своите скарациски специјалитети, а Тиквешката е позната по најдобрите вина и виновата лоза. На истокот, Штип е надалеку познат по штипската пастрмајлија, Кочани по оризот, а Радовишани по нивниот сомун, леб и баклави испечени на фурна на жар. На запад, Тетово е мултикултурен град, препознатлив по тавче - гравче, додека Гостивар е град на гостопримството, прочуен по баклавата и специјалитетите кои се под влијание на ориенталната кујна. Во Дојран, подготовката на риба преминала во уметност и ја има во секакви варијанти, а во Охрид кој привлекува со прекрасното езеро, културно историските знаменитости, охридската пастрмка и ѓомлезето се само дел од врвните специјалитети на неговата гастрономска понуда. Уникатното Крушево кое е највисокиот град на Балканот, познато е по својата традиционална архитектура, крушевскиот локум и колбасот, а селото Галичник каде атракција е Галичката свадба е познато по галичкиот кашкавал кој се смета за единствен по неговиот квалитет и мирис. Берово за кое е специфична планинската клима, препознатлив е по преубавите млечни производи и домашниот мед, а скопскиот регион кој изобилува со природни и културно - историски убавини, препознатлив е по скопските кебапи и бозата. Само од предходно наведените примери веднаш може да се забележи разноликоста на гастрономската понуда со која изобилува нашата земја. При ваква богата и различна гастрономска понуда на секој регион, зарем не е голема штета за македонскиот туризам еднолична ресторанска

понуда која се повторува и пресликува низ целата наша држава. Гастрономската понуда во нашата земја се уште е во сивило, нема своја препознатливост. Сите понуди на рестораните се слични, наликуваат една на друга. Она што е потребно е да се издвојат, да станат препознатливи и конкурентни на туристичкиот пазар. Тоа значи дека ако еден ресторан е успешен, другиот не треба да го отслика истото мени, туку секој да има своја понуда и да разработува своја таргетна група.

За жал, ваквата ситуација е најизразита онаму каде што најмалку треба, а тоа е во главните туристички центри: Охрид, Струга, Преспа. Различно од ваквата ситуација во позитивна насока е понудата во угостителските објекти во Скопје, секако, разбирливо за главен град каде се отвараат угостителски објекти од висока категорија, а од друга страна и најквалитетната работна сила е сконцентрирана во овој град мигрирајќи за живот од помалите места кон главниот град.

Гастрономската анимација може многу да помогне во класификација и препознатливост на угостителските објекти, во нивно брендирање и конкурентност на пазарот и не само на угостителските објекти, гастрономската анимација може да помогне во развојот и на цела туристичка регија и дестинација. Токму заради нејзината важна улога во туризмот, треба перманентно да се работи врз развојот на гастрономската анимација и нејзино инкорпорирање во македонската туристичка понуда. Перспективите за развој на гастрономската анимација треба да се одвиваат системски и организирано.

➤ *Изучување на гастрономската анимација во образовните институции*

Од спроведените анкетни истражувања на кој одговараа менаџери од областа на туризмот, хотелиерството и гастрономијата, од нивните одговори јасно се гледа потребата за нејзино научно третирање во образовните институции (средни и високи) од областа на туризмот и угостителството. Ваквата потреба произлегува од недоволните познавања на овој термин како поим, а уште помалку како наука. Менаџерите од областа на туризмот и угостителството јасно укажуваат дека за овој поим слушнале на телевизија, го сретнале овој процес на интернет или при патување во странство, додека во образовните програми и во практичното работење во нашата земја гастрономската анимација е многу малку застапена. Од тука се поставува прашањето: како да се развива овој вид на анимација ако доволно, односно, воопшто не се познава?

Токму затоа изучувањето на гастрономската анимација како специфичен сегмент во рамките на научната дисциплина Анимации во туризмот и угостителството во образовните институции е исклучително важно, но уште поважен е пристапот кон учениците, односно студентите од областа на гастрономијата од страна на образовниот кадар кој има одговорна задача во нивното образование, мотивирање и правилно учење за гастрономијата како наука, занает, уметност која може да им обезбеди пристојни финансиски примања за живот како и значаен углед и статус во општеството како професионалци и ценети личности.

➤ *Поголема вклученост на гастрономската анимација во хотелската понуда*

Одамна хотелската индустрија се соочува со низа предизвици, а таквите предизвици денес се многу изразени. Денешниот турист е навистина пребирлив, голем е бројот на туристи со истенчени вкусови кои покрај основните услуги изискуваат поголемо внимание, односно, имаат потреба од дополнителни услуги кои се јавуваат како проширување на основните. Оваа денешна потреба на современиот турист укажува на тоа дека хотелиерите се ставени во позиција да иновираат и да нудат многу поголем спектар на услуги и случувања во своите хотели. Една од дополнителните услуги со кои се комплетира целокупната хотелска понуда е анимацијата. Анимацијата е составен дел на туристичката и угостителската понуда која помага туристите да го поминат своето слободно време и одмор на активен начин со забава и разонода каде би земале учество во програмата или би биле само публика уживајќи во различните анимационски изедби.

Хотелската анимација во македонскиот туризам е во иницијална фаза и недоволно развиена. И покрај тоа што туризмот во последниве години се развива по нагорна линија, сепак анимацијата како понуда е многу малку застапена. За жал во нашата држава постојат хотели кои воопшто не се запознаени со поимот анимација. Ова е поразителен факт за земја која се промовира како европска туристичка дестинација. Токму затоа менаџерите на хотелите се исправени пред сериозен предизвик за воведување на анимацијата како составен дел на хотелската понуда и тоа уште поважно, воведување на нови форми на анимација кои денес се тренд во светот.

Една од таквите форми на анимација е гастрономската анимација. Гастрономската анимација во хотелите претставува анимирање на гостите преку приготвување и послужување на храната и пијалоците пред самите гости внатре во хотелот или пак во организација на хотелот и надвор од него. Од спроведените истражувања, резултатите покажуваат дека овој тип на анимација е многу малку застапен во хотелската понуда во нашата земја. Единствено од овој тип на анимација најзастапени се: македонските национални вечери во хотелите и тоа со големи пропусти во организацијата, а додека другите видови се појавуваат многу ретко во различни објекти. Како препораки за развој на гастрономската анимација во хотелите можат да послужат следниве аспекти и примери:

- **Организацијата на македонските национални вечери.** Оваа гастрономска анимација мора да се одвива по одреден протокол кој е јасно дефиниран во овој труд, бидејќи преку гастрономската понуда и преку сите други дополнителни етно-елементи на овие национални вечери се презентира културното наследство на нашата земја, а тоа е многу одговорна работа, особено што се презентира на странски туристи.
- **Македонски регионални тематски вечери.** Нашата земја е поделена на 8 плански региони што дава можност за организирање на тематски вечери за туристите со презентација на гастрономијата и културното наследство од секој регион. Различните гастрономски специјалитети, разноликоста на етно-културните обележја по региони, дава можност за автентична, а во исто време и различна понуда на туристите преку која ќе имаат прилика да ја запознаат целата наша земја. Преку ваквата гастрономска анимација, туристите кои престојуваат во источниот дел на нашата земја ќе имаат можност да се запознаат со западниот дел на нашата држава и обратно. Ваквите тематски вечери се особено важни за нашите главни туристички дестинации каде гостите престојуваат по 7, 10 или 15 дена во место. Особено е важно за овој тип на туристи да се овозможи запознавање на државата во која престојуваат преку храната како етно-културен елемент. Поразителен е фактот ако се знае дека во охридските хотели не е забележана гастрономска анимација со организирање на тематска „Охридска вечер“. Туристите 15 дена престојуваат во Охрид, а за жал немаат можност да се запознаат со културата на овој град. Туристите имаат можност тоа да го сторат доколку патуваат на одредени екскурзии кои се нудат од туристичките агенции или доколку сами одлучат да ја запознаат околината, но, доколку одморот го поминуваат во место со престој во хотелот, многу е важно да им се овозможи активен и забавен одмор.

Гастрономската анимација го овозможува токму тоа и затоа треба истата да се стави во функција на хотелската понуда. Како пример за една ваква тематска вечер во интерес на перспективен развој на гастрономската анимација е следнава предлог програма: на отворено, најдобро покрај плажа да се подготвува охридска рибна чорба во голем котел, а гостите да го следат процесот на подготовка. Шефот на кујна во текот на подготовката да ги запознае гостите со намирниците од кои се прави чорбата, а од секторот за маркетинг или уште подобро од секторот за анимација да ги запознаваат гостите со карактеристики на Охридското езеро и Охридската пастрмка и белвица, а преку белвицата и за Охридскиот бисер.

Откако ќе се подготви чорбата, истата да се послужи на гостите за вечера како топло предјадење, а порција пржена белвица за главно јадење со додаток на фил од кромид и друг зеленчук на охридски начин. Послужувањето на вечерата да биде на летни бавчански маси сервирани на плажата. Келнерите да служат облечени во елементи на староградска носија, а да музицира охридски староградски бенд во живо исто така облечени во староградска облека. За време на вечерата како дополние на таквиот амбиент пожелно е да се изведе програма во живо од страна на фолклорен ансамбал кој ќе презентира исклучиво староградски фолклор. Ваквите тематски вечери можат да се организираат и врз база на други гастрономски специјалитети од охридското поднебје, односно од регионот каде се наоѓа хотелот-организатор на ваквата гастрономска анимација.

- **Учиме да сучиме.** За време на доручек или вечера внатре во рестораните на хотелите да се врши презентација за подготовка на македонска пита која директно ќе се сучи и ќе се виткаат питите пред самите гости, потоа ќе се печат во кујната и ќе се послужуваат на шведски стол за вечера. Подготовката да се врши во еден агол од ресторанот кој може да биде анимиран со етно елементи. Во текот на процесот на подготовка на сите гости кои имаат интерес да пробаат како се сучи питата, да им биде дозволено на посебна маса тоа да го направат.
- **Гастрономски натпревар.** Овој вид на анимација треба да биде од забавен карактер во кој ќе се забавуваат и уживаат натпреварувачите заедно и со гледачите. За време на вечерите на отворено или во ресторан, може да се организира овој гастро-натпревар во кој ќе учествуваат две екипи составени од туристите кои ќе имаат желба сами да се пријават под менторство на двајца готвачи од кујната. Екипите ќе подготвуваат некои јадења, секако поедноствани за кој има услови да се подготват, за точно утврдено време, а публика ќе бидат гостите во хотелот кои на крајот ќе гласаат за подобрата екипа за која ќе биде обезбедена симболична награда од страна на хотелот.
- **Натпревар со пијалоци.** Овие натпревари исто така можат да бидат многу забавни за туристите, слично како што се организираат професионални натпревари за вработените од овој сектор. Зависно од капацитетите со кои располага хотелот овие натпревари можат да се организираат внатре во ресторан, но, уште подобра на базен или на плажа. Овие натпревари можат да бидат организирани во брзо носење пијалоци (кригли пиво, чаши вино...) на послужавник, брза подготовка на коктейли, брзо пиење на одредена количина на пијалак. За ваквите натпревари предходно треба да се дефинираат критериуми за организирање и реализирање, учесниците ќе бидат гостите кои имаат натпреварувачки дух, а публика останатите гостити во хотелот кој преку навивачка атмосфера за натпреварувачите ќе создадат забавен амбиент во кој сите заедно подеднакво ќе уживаат.

Овие неколку примери се само насока за менаџерите во хотелите за развој на гастрономската анимација која овозможува преку разни форми и содржини врз база на храна и пијалок гостите да се едуцираат, забавуваат, уживаат, а на крај истите да заминат со позитивни впечатоци од нивниот престој кој ќе резултира со позитивни коментари, препораки и повторно враќање на туристите следната година. Ваквите примери за гастрономска анимација се наменети најповеќе за хотелите во главните македонски туристички центри, но, истите можат да се применат во секој хотел и во секој град на нашата држава, независно од должината на престој на гостите како и од сезоната.

Покрај овие примери како перспективи за развој на гастрономската анимација можат да се извлечат и од самите видови на гастрономска анимација во организација на хотели кој се образложени во првото поглавје од третиот дел во оваа докторска дисертација, а уште повеќе перспективи за развој на овој вид анимација можат да се извлечат од позитивните примери за гастрономска анимација во хотелите кој се резултат од истражувањето по региони и се презентирани во првото поглавје од четвртиот дел во овој труд.

➤ **Развој на гастрономската анимација во организација на туристички агенции**

Од резултатите добиени на анкетите спроведени во туристичките агенции, јасно се гледа дека гастрономската анимација е многу малку застапена во нивните понуди, а од друга страна сите анкетирани се едногласни за потребата од ваков тип на анимација што ќе значи освежување на туристичката понуда во нашата земја. Иако нашата држава изобилува со богата гастрономска понуда, различна за секој регион, сепак истата е многу малку искористена како елемент за креирање на агенциски туристички производ. За развој на гастрономската анимација од аспект на туристичките агенции како организатори, во овој труд се предлагаат следните чекори:

- **Детално запознавање на сите осум плански региони во нашата држава.** Иако се чини дека добро ја познаваме државата, сепак многу е важно за туристичките работници детално да се запознаени со туристичката понуда, особено со гастрономската понуда во руралните места со цел креирање на понуди во кој ќе биде застапена гастрономската анимација. Една од целите на оваа докторска дисертација е токму тоа, да даде дополнителен научен материјал врз база на истражувањето по региони кој ќе помогне во стекнување на нови информации за регионалната туристичка понуда со цел да можат полесно да се креираат нови туристички производи, наспроти стандардните понуди кои се повторуваат, односно копираат од една во друга туристичка агенција.
- **Мотивирање и подучување** на селски домаќинства во интересни рурални места кои имаат соодветни услови да ги адаптираат и прилагодат нивните дворови и селски куќи за давање угостителска услуга која ќе се темели на подготовка и служење на традиционални специјалитети од самите домаќини, пред самите гости како и вклучување на туристите во процесот на готвење. Вакви селски домаќинства кој организираат гастрономска анимација имаме по неколку во сите региони на нашата држава, но, мал е нивниот број и затоа потребно е охрабрување и мотивирање на што поголем број луѓе кој имаат претприемачки дух и гостољубиви карактерни особини, а позитивните примери кој се дадени во овој труд ја имаат токму таа цел.
- **Понуда на својот регион.** Од голема важност за македонскиот туризам е да се развива подеднакво во сите региони. Секако дека носители на туризмот се главните туристички центри кои се наоѓаат во југозападниот регион, но и другите плански региони располагаат со интересни содржини од кои можат да се креираат автентични туристички производи. Зачудува податокот кој е резултат на спроведените кабинетски истражувања дека одредени туристички агенции кои работат во региони кои имаат интересна гастрономска туристичка понуда воопшто немаат креирано програми со елементи на тој град, односно регион. Гастрономската анимација може да претставува одлична база врз која ќе се надоградат и други туристички елементи на регионот во интерес на нов туристички производ. Ваков пример имаме во југоисточниот регион, во селото Габрово со едно селско домаќинство кое организира подготовка и послужување на ручек во двор пред самите гости со фолклорна програма, кое може да се комбинира со природните атрактивности како што се Колешинските и Смоларските водопади и со културните и духовни вредности на манастирските комплекси во Струмица и на тој начин да се збогати туристичката понуда на нашата земја со еден нов автентичен туристички производ за овој регион. Зачудува фактот што ниту една туристичка агенција од овој регион не го нуди својот регион, не само преку гастрономскиот туризам, туку и преку кој било друг вид на туризам. Вакви примери со неискористена регионална туристичка понуда во функција на туризмот низ нашата држава имаме во сите региони.

- **Правете и пијте вино.** Иако нашата земја е прогласена за земја на виното која често пати во специјализирани интернет сајтови, особено странски се препорачува за посета и се класифицира високо на листата заедно со добропознатите вински реони како Напа во САД и Бургунди во Франција, сепак гастрономската винска понуда на нашата земја се сведува на класични елементи: посета на винарии, дегустација на вино и храна. Затоа, водејќи се од богатата квалитетна винска понуда на нашата земја, туристичките агенции треба да размислуваат за воведување на гастрономската анимација врз која ќе креираат нови интересни содржини. Пример за една нова гастрономска анимација може да биде посетата на винските полиња, односно лозовите насади каде со соодветен експерт на гостите ќе им се презентираат разликите меѓу неколку видови на грозје, начинот на садење и одржување, берење и обработка. На крај, пред ручекот за гостите може да им се организира своевиден перформанс каде ќе биде прикажан стариот начин на гмечење на грозјето со нозе. Во ваквиот перформанс пожелно е да се поканат да земат учество и самите туристите. Оваа гастрономска анимација може да биде проширена со винска работилница и дегустација на вина по која гостите би добиле диплома за сомелије, секако само со експонатско значење. Ова е само еден пример кој има за цел да ги мотивира туристичките работници да размислуваат за нови форми и понуди врз база на гастрономската анимација во интерес на развојот на македонскиот туризам.
- **Гастрономски тури.** Иако гастрономијата е силна страна на нашата земја, сепак истата не е доволно искористена и ставена во функција на туристичката понуда. Резултатите од истражувањата спроведени во македонските туристички агенции покажуваат дека гастрономските тури не се воопшто застапени на нивната понуда. Овој вид на гастрономска анимација овозможува туристите да посетат различни региони во нашата држава кои преку учење да готват специјалитети од поднебјето каде патуваат, се запознаваат и со природните и културните убавини, се забавуваат и уживаат во секој момент од нивниот престој. Ако се земе во предвид фактот дека нашата земја располага со живи планински сточарски предели богати со пасишта и бачила полни со стада овци каков што е примерот со бачилата на Малешевските планини, бачилата на Кораб и Бистра планина, тогаш со сигурност може да се предложи на нашите туристички агенции вклучување на гастрономската анимација во нивните програми преку креирање на гастрономски тури кои покрај учење да готват македонски јадења може да содржат и учење на молзење млеко, подготовка на сирење во еден автентичен природен амбиент.

Овие неколку примери за развој на гастрономската анимација во македонскиот туризам се само насока за менаџерите на туристичките агенции кои имаат за цел да ги поттикнат и мотивираат на размислување за воведување на нови програми во својата понуда кои ќе се темелат на гастрономската анимација која овозможува преку разни форми и содржини врз база на храна и пијалок да привлече што поголем број на туристи да ја посетат нашата земја. Покрај овие примери, како перспективи за развој на гастрономската анимација можат да се извлечат и од самите видови на гастрономска анимација во организација на туристички агенции кој се образложени во првото поглавје од третиот дел на оваа докторска дисертација како и од позитивните примери дадени во четвртиот дел кој се резултат на истражувањето за гастрономска анимација во сите региони на нашата земја.

➤ *Перспективи за развој на гастрономската анимација по региони*

РС Македонија има големи компаративни предности кога станува збор за активниот туризам кој ментално е еден од водечките трендови во туризмот во светски рамки. Природните ресурси, гастрономската понуда, културните вредности што ги поседува нашата земја распространети низ сите нејзини региони се исклучителни. Ваквата понуда на нашата земја и дава одлични можности за развој на активен туризам во кој гастрономската анимација може да има клучна улога за него

развој. Овој вид туризам не бара особени инфраструктурни услови, што е поволност за привлекување поголем број туристи на кои убавата природа и вкусната храна им се најважни при изборот на дестинацијата. Од анкетите спроведени по општините во сите региони како и од кабинетското истражување за потребите на оваа докторска дисертација, се собра драгоцен материјал преку кој е претставена целокупната туристичка понуда со која располагаат регионите секако со посебен осврт на гастрономската анимација која преку различни програмски содржини е дел од таа понуда. Ваквата анализа и истражување по региони има за цел на едно место да се евидентираат сите елементи кои ја сочинуваат туристичката понуда, да се евидентира целокупната гастрономска понуда како и сите видови на гастрономска анимација со кои располагаат регионите се со цел истите да помогнат во креирање на нови туристички производи од страна на туристичките агенции со кои ќе конкурираат на странски туристички берзи за привлекување на туристи во нашата земја.

Во предходното поглавје од четвртиот дел во оваа докторска дисертација се опишани сите осум плански региони на нашата држава преку нивните основни општи карактеристики, во табели е евидентирана угостителско-туристичка понуда со која располага регионот, а преку угостителски објекти, руралните места и гастрономските манифестации претставена е гастрономска анимација на регионално ниво. Ова поглавје е одлична база за креирање на нови туристички производи или пак за понатамошни истражувања во функција на развој на македонскиот туризам. И покрај богатата и разнолика понуда со која располагаат регионите, сепак гастрономската анимација не е доволно или воопшто искористена за развој на македонскиот туризам. Туристичката понуда која ќе се базира на гастрономската анимација во регионите низ нашата држава, покрај угостителските објекти и туристичките агенции, може да биде организирана и од страна на општините, владини и невладини организации и здруженија кои делуваат во рамките на општината. Ваков вид на гастрономска анимација се: гастрономските манифестации, гастрономски натпревари, музеи на вино и храна и друго.

За овој вид на гастрономски анимации овие институции се директни организатори, а за секаков друг вид на гастрономска анимација за која регионот има можности и потенцијали, овие институции треба да се посредници за нивно доближување до креаторите на туристичките програми, промотори пред потенцијалните клиенти како и мотиватори на локалното население за вклучување во туристичките текови. Од тие причини како перспективи за развој на гастрономската анимација со која располагаат регионите низ државата, а во функција на развојот на македонскиот туризам, во овој труд се предлагаат следните чекори:

- **Институционална посветеност за развој на туризмот.** Ангажирање на стручни кадри и вработување во секторите за локален економски развој во рамки на општината професионален стручно образован кадар од областа на угостителството и туризмот укажува на фактот за професионален и одговорен институционален пристап за развој на туризмот. Иако некоја општина не спаѓа во редот на развиени туристички дестинации, сепак, бидејќи нашата земја се дефинира како Балканска туристичка дестинација, потребно е секоја општина да има стручно лице-туризмолог кој професионално ќе се посвети на извршување на работни задачи поврзани со туризмот и угостителството. На тој начин секаков потенцијал за развој на било кој вид туризам на општинско или регионално ниво ќе биде предмет на разни проекти кои со тек на време ќе дадат и одредени резултати. Само со уважување на оваа дејност и посветеност од страна на општината ќе се развива свеста за туризмот кај населението како можност за бизнис и егзистенција кое иако егзистира од вршење други дејности, со текот на времето можеби својата основна дејност ќе ја стави во функција на туризмот што ќе значи дополнителен приход.

Во контекст на предходно изнесено, пример е југоисточниот регион каде земјоделството е основна дејност. Квалитетното и обемно производство на раноградинарски култури, свеж зеленчук и овошје, како и индустриски земјоделски култури, овозможува развој на конзервно-преработувачката индустрија на земјоделски производи, по што овој регион е препознатлив. Во вакви услови каде населението е сконцентрирано во извршување на својата примарна дејност, во ниту еден момент не размислува на вршење дополнителни дејности, особено не на туризмот, а дури и да размислува за нив туристичка дејност во нивниот регион изгледа невозможна. Затоа е важно општината преку стручен кадар да превзема иницијативи со цел сопствениот потенцијал со кој располага да го стави во функција на туризмот, особено денеска кога на светско ниво се развиени различни видови на туризам што дава можност и предност секој регион да биде туристички валоризиран.

Гастрономијата како силна страна на нашата земја е клучен фактор во сите региони да биде базата врз која ќе се надоградат и други елементи и ќе се создаде автентичен туристички производ. Посета на земјоделски насади во струмичките села каде се одгледува пиперката од која се произведува гастрономскиот македонски бренд-ајварот, нејзина берба и учество во правање на ајвар, може да биде интересна гастрономска анимација која збогатена со сите други природни и културни елементи од регионот претставува основа за развој на гастрономски туризам во овој регион. Ова е само еден пример, а во сите региони гастрономската анимација може да биде основа која ќе допринесе за развој на македонскиот туризам.

- **Подигање на туристичка свест кај населението.** Овој е многу важен чекор за секоја општина која има за задача да влијае врз свеста кај локалното население за важноста и значењето на туристичките потенцијали кои ги има општината и да ги мотивира да размислуваат за превземање на бизнис чекори во областа на туризмот. Ваквото влијание може да се постигне преку работилници, средби, достава на флаери и друг пропаганден туристички материјал и слично.
- **Соработка со невладини организации.** Соработката од страна на општината со невладини организации и целосна поддршка во нивната работа се цел креирање на проекти за развој на културата и туризмот во општината е од исклучителна важност. Ваквата соработка особено е важна за оние општини кои немаат одделенија за локален економски развој и посебно вработени лица кои работат на оваа проблематика, но и да имаат, сепак невладините организации се многу важен субјект за развој на општината, бидејќи организацијата на многу културни настани и манифестации меѓу кои и гастрономските се од страна на невладини организации и здруженија.
- **Соработка со туристички агенции.** Покана и средби со туристички агенции на кои ќе им бидат презентирани туристичките потенцијали на општината. Овој чекор е особено важен, бидејќи општината е таа која има потреба да превзема иницијативи за развој и токму затоа иницирање на вакви средби се особено важни. Ваквите средби можат да бидат многу мотивирачки за туристичките агенции да размислуваат за нови туристички понуди, се разбира доколку општината успее да ги разубеди преку стручна и професионална презентација на своите потенцијали и можности.
- **Регионална меѓу општинска соработка.** Ваква соработка е особено важна за општините каде туризмот не е примарна дејност, а од друга страна сите тие општини располагаат со одредени туристички потенцијали. Токму затоа е потребна нивна заедничка и меѓусебна соработка со цел инкорпорирање на сите потенцијали во еден туристички производ кој ќе го промовираат на пазарот. Овој чекор подразбира и основање на регионални туристички

информативни центри кои ќе работат на промоција и маркетинг на регионалниот туристички производ во земјава и надвор од неа.

- **Организирање на гастрономски манифестации.** Гастрономските манифестации се одлична можност за привлекување на гости кои можат да бидат домашни и странски во зависност од големината и начинот на организирање на манифестацијата. Основниот мотив за организирање на ваквите манифестации се одредени гастрономски специјалитети или продукти од редот на зеленчукот или овошјето кои се специфични за тој регион и од кои за време на манифестацијата се подготвува и послужува храна по традиционални рецепти специфична за општината која го организира настанот.

Бидејќи ваквите манифестации привлекуваат и анимираат голем број на туристи, спаѓаат во редот на гастрономска анимација. Ваков тип на гастрономска анимација организираат и општини каде пијалокот(виното, ракијата, пивото, коктелите...)се мотивот за организирање на гастрономски настани. Општините во сите плански региони треба да организираат ваков тип на гастрономска анимација, бидејќи ваквите манифестации можат да допринесат за развој на туризмот или пак да ја поттикнат општината да размислува во тој правец. Во Македонија во неколку општини традиционално се организираат гастрономски манифестации кои од година во година привлекуваат се поголем број на туристи, но, со организирање на вакви гастрономски анимации во што поголем број на општини, позитивно ќе влијаат на развој на македонскиот туризам.

Улогата на општините како институции е клучна за развој на туризмот воопшто, а секако и за развој на гастрономската анимација како туристичка понуда и содржина. Погоре изнесените чекори се само неколку од многуте кои една општина треба да ги превземе за да овозможи услови за развој на туризмот,но,сите тие чекори се исплатливи на долгорочно ниво, бидејќи овозможуваат економски раст и развој на самата општина и регионот каде припаѓа.

ЗАВРШНИ СОГЛЕДУВАЊА

Светската организација за туризам (UNWTO) според нејзините истражувања укажува на фактот, дека повеќе од една третина од трошењето на туристите е посветено на храната. Гастрономијата стана една од главните причини за патување. Храната до неодамна беше составен дел од туристичката понуда само како физиолошка потреба за исхрана на туристите, иако претставува многу важен елемент во целокупното туристичко доживување.

Последниве години со менувањето на туристичките трендови во светски рамки на храната и се посветува се поголемо внимание и таа полека станува статусен симбол, стил и култура на живеење или со други зборови кажано, храната од „епизодна“ презема „водечка“ улога во туристичките доживувања. Денеска, со брзиот раст и развој на туризмот секој ден се појавуваат нови модели на искуства и активности поврзани со храна.

Во науката постојат различни гледишта во поглед на храната, а едно од нив е гледиштето на храната како атракција. Тоа значи да се понудат искуства што ќе ја користат храна како средство за забава, разонода, релаксација, едукација и поврзување со локалната култура и биолошката разновидност на дестинацијата. Овие се искуства на гастрономијата што отвораат врати за ново учење и ги стимулираат деловните субјекти во туристичкото стопанство како и локалните жители и приватната бизнис заедница да го зачувуваат и зајакнуваат своето природно и културно материјално и духовно наследство.

Целта на овој труд е да даде допринос во таквото ново учење за активностите поврзани со храната и пијалокот од аспект на атракција, забава, задоволство и уживање, што всушност се нарекува гастрономска анимација. Гастрономската анимација ја збогатува туристичката понуда и овозможува преку туристички и забавни активности, покрај гастрономијата, да се вреднува и врската помеѓу храната и општеството како столб на регионалниот идентитет и културното наследство.

Гастрономската анимација создава можност луѓето да пристапат кон храната на различни нивоа на синцирот на вредности и да учат директно од луѓето кои работат со неа. На овој начин, можно е да се постигне економски развој во различни слоеви на општеството и да се обезбеди повеќе лично и автентично искуство на патникот. Бидејќи во македонската стручна литература гастрономската анимација не е воопшто до сега научно обработувана од голема важност за овој труд беше да се тргне почетнички од основното хипотетичко прашање: Дали сме запознаени со терминот гастрономска анимација, колку истата е застапена во туристичката понуда, какво е нејзиното влијание за развој на македонскиот туризам?

При вака дефинираното прашање, на самиот почеток од оваа научно-истражувачка работа се извлекоа неколку одговори. Како заклучок на оваа докторска дисертација ќе се направи осврт на поставените хипотези кои во целост се потврдија преку добиените резултати од спроведеното истражување во текот на изработката на овој докторски труд

Според првата хипотеза: *Гастрономската анимација не е доволно научно третирана и за нејзе нема доволни познавања*, за нејзина потврда или отфрлање се применети методот на анкета на која одговарија вкупно 104 угостителско - туристички работници од хотели, туристички агенции и кујни во угостителски објекти од чии одговори јасно се гледа дека за овој поим нема доволни познавања, а додека над 90% од испитаниците потврдија дека гастрономската анимација не е доволно научно третирана. Испитаниците како извори на информација за запознавање со овој термин до сега ги наведуваат ТВ емисиите, интернетот и патувањата во странство. Но, оваа

докторска дисертација покрај научното докажување на поставените хипотези има за цел да придонесе и во изнаоѓање соодветни решенија.

Решенијата започнуваат во вториот дел од овој труд во 4 поглавје од каде почнува дефинирањето на гастрономската анимација, нејзиното значењето за развој на туризмот и нејзината поделба. Дефинирањето на овој поим претставува одговорна работа и затоа многу важно беше да произлезе како резултат на истражувањето, а за таа цел испитаниците имаа можност да изберат една од понудените четири дефиниции која според нив е најблиску до поимот гастрономска анимација. Според нивните одговори и со интервенција на авторот се доби следната дефиниција: гастрономска анимација е процес на подготовка и послужување на храна и пијалок во и надвор од угостителските објекти на атрактивен начин пред самите гости и нивно вклучување во процесот со цел задоволство, уживање, релаксација и едукација на туристите.

Втората поставена хипотеза во овој докторски труд: *Гастрономската анимација е многу малку застапена во туристичката понуда било да е од аспект на хотел или друг угостителски објект, а и пошироко од аспект на туристичка дестинација* беше со цел да се истражи понудата во хотели и туристички агенции кои се јавуваат како организатори на гастрономската анимација како и мислењето на вработените во кујни-готвачи и шефови на кујна за застапеноста на овој вид анимација во објектите каде што работат. Нивните одговори јасно ја потврдуваат оваа хипотеза дека гастрономската анимација е многу малку застапена во туристичката понуда на нашата земја, а во објектите каде што е застапена се сведува само на неколку содржини и тоа: македонски национални вечери за кој при истражувањето се утврдени многу пропусти во организацијата, посета на селски домаќинства и ручек во природа.

Со цел подобрување на ваквата ситуација во нашиот туризам во третиот дел се обработени неколку видови на гастрономска анимација кои произлегуваат од практичните искуства и видувања на авторот со цел мотивирање и поттик на туристичките субјекти за збогатување на туристичката понуда. За согледување на застапеноста на гастрономската анимација во туристичката понуда од аспект на дестинација во четвртиот дел спроведено е истражување во сите општини на нашата земја и резултатите се презентирани преку осумте плански региони на кои е поделена РС Македонија.

Токму во интерес на остварување економски цели преку развој на дестинацијата со збогатување на туристичката понуда со атрактивни понуди како што е гастрономската анимација спроведено е ова истражување користејќи ги методите на анкета и кабинетска работа. Ваквото истражување е спроведено со цел на едно место да се евидентираат сите туристички потенцијали (природни и антропогени мотиви, како и комуникативните и рецептивните елементи) и истите да бидат лесно достапни за корисниците во иднина, особено за туристичките субјекти кои користејќи ги како дополнителен мотив на гастрономската анимација ќе можат лесно да креираат нови туристички производи во интерес за развој на дестинацијата и економијата воопшто.

Како дополнителен мотив и поттик за вакви туристички понуди се и сите позитивни примери за гастрономска анимација кои се забележани низ нашата земја како дел од македонскиот туризам и се евидентирани во првото поглавје од четвртиот дел. Гастрономската анимација во овој труд е поделена и обработена според субјектите кои можат да се јават како организатори на истата, а тоа се: хотели и други угостителски објекти, туристички агенции и општински организации и здруженија и по истиот критериум е обработена и евидентирана во четвртиот дел и тоа: гастрономска анимација во угостителски објекти, гастрономска анимација во рурални места и гастрономски манифестации.

Третата хипотеза: *Гастрономската анимација е атрактивна анимациска содржина која може да придонесе за привлекување на поголем број туристи и да даде голем допринос за развој на*

македонскиот туризам, е потврдена од сите испитаници кои беа опфатени со истражувањето. Но, покрај одговорите на испитаниците, во прилог на докажување на оваа хипотеза во третиот дел се дадени светски практики за гастрономска анимација кои укажуваат на фактот за зголемување на бројот на туристи и помагаат за развој на дестинацијата каде истите се применуваат. Во контекст на истово во четвртиот дел се наведени домашни позитивни примери за гастрономска анимација во сите осум региони кој имаат за цел да послужат како пример и урник за понатамошен развој и надоградување на овој вид на анимација во македонската туристичка понуда.

Гастрономската анимација има големо значење за развој на туризмот. Таа ја збогатува туристичката понуда во хотелите и во други видови на угостителски објекти, го подржува и помага развојот на гастрономскиот туризам во руралните места, има силно влијание врз откривањето и промоцијата на нови дестинации, го помага развојот на малите бизниси, привлекува поголем број на туристи, делува на имиџот на дестинацијата, го промовира културното наследство, го збогатува општественото живеење преку гастрономски настани и фестивали.

Токму, важноста и значењето што го има гастрономската анимација за развој на туризмот претставува мотив за нејзино научно третирање и изработка на оваа докторска дисертација. Иако прво, а воедно и пионерско дело за проблематика која воопшто не е научно третирана, сепак во науката се ставаат на располагање нови резултати за користење на заинтересираните страни со што се обезбедува теоретска и практична применливост во туристичката дејност.

Овој труд дава препораки за внесување иновативни содржини во македонската туристичка понуда во смисла на подобрување на користењето на расположливите ресурси како и нивна надоградба во нов туристички поризвод каде гастрономската анимација ќе биде основата и мотивот за привлекување на поголем број туристи во сите региони на нашата земја, кој со сигурност според потенцијалот со кој располагаат треба да се развиваат во македонски туристички дестинации.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА:

- Аврамоски, М. 1997. *Економика на туризмот и угостителството*
- Аврамоски, М. 2002. *Хотелиерство*
- Аврамоски, М. 2005. *Хотелиерство – организација и техника на работење*
- Ацковски, Н., Ацковска М. 2003. *Економика и организација на угостителството*
- Бакиќ, О. 2002. *Агенцијско и хотелијерско пословање*
- Бунташески, Б. 2001. *Анимацијата во туристичката понуда*
- Василевска, А. 2009. *Диететика*
- Влахова, К., Тодоровиќ Е. 2013. *Економија на туризмот*
- Димитров, Н., Велјанов, Т. 2017. *Од Анови до Хотели - Од Меани до Ресторани*
- Димитров, Н., Методијевски Д. 2012. *Ресторански менаџмент*
- Закон за угостителска дејност <https://economy.gov.mk/zakon>
- Илиќ, Н. 2017. *Утицај гастрономије на развој туризма у региону јужне и источне Србије*
- Манчев, И. 2017. *Мечти и кошмари*
- Мариноски, Н. 2006. *Туристичка Географија*
- Мариноски, Н. 2008. *Туристички агенции*
- Маркус, А. 2005. *Исхраната на древните македонци*
- Мариноска, С. 2003. *Менаџмент на производство на храна во угостителство*
- Мариноска, С. 2006. *Ресторански менаџмент*
- Методијески, Д., Филипоски, О., Ташков, Н., Митрева, Е. 2018. *„Менаџмент на мени во ресторанското работење*
- Методијески, Д., Голаков К. 2013. *Толковник на поими, термини и имиња од областа на туризмот*
- Методијески, Д., Филипоски, О., Цуцулески, Н., Ташков, Н., Мичев, Г., Димовски, Ч., Тодоровиќ, Е. 2018. *Гастрономски туризам: современи светски тенденции и перспективи за развој во Македонија*
- Методијески, Д., Цуцулески, Н. 2015. *Меѓународен туризам*
- Микуновиќ, Љ. 1990. *Современ лексикон на странски зборови и изрази*

- Мицевски, М. 2019. *Анимации во туризмот: хотелска анимација-примери и практики*
- Нестороска, И. 2008. *Анимации во туризмот*
- Оливър, Д. 2012. *Моето меню за 30 минути*
- Петревска, Б. 2013. *Економика и организација на угостителство и туризам*
- Петревска, Б. 2013. *Економика на угостителство и туризам*
- Петровска-Речкоска, Г., Василевска, А. 2009. *Нутриционизам*
- Петрушевски, И. 1984. *Ановите и карвансараите во Македонија, Историја).*
- Рамзи, Г. 2017. *Рецепти от ресторанта на Гордън Рамзи – Bread Street Kitchen*
- Славейков, П.Р. 1870. *Готварската книга или наставления за всякаквы гостбы споредъ както гы правятъ въ Цариградъ и разны домашни sprawy*
- Стерјовски, А. 2009. *Реката Драгор*
- Ташков, Н., Вељанов Н. 2009. *Технологија на послужувањет*
- Тодоровиќ, Е. 2010. *Агенциско работење*
- Тројановић, С. 1896. *Старинска српска јела и пића*
- Тунтев, З. 2007. *Хотелски лексикон*
- Цуцулески, В. 2009. *Интернационална гастрологија*
- Batu, A., Batu, H. 2018. *Historical background of Turkish gastronomy from ancient times until today*
- Benoit, C.F., Gayler B. 2003. *Animation im Urlaub*
- Cerovic, Z. 1999. *Osobine animatora u turizmu*
- Cerović, Z. 2008. *Animacija u turizmu*
- Corigliano, M.A. 2000. *Food for tourists – determinants of an image*
- Dikas, A. 2016. *Recnik zaljubljenika u kulinarstvo*
- Finger, C. 2001. *Animation im Urlaub*
- Gagic, S. 2013. *Osnovi na ugostitelstvoto*
- Gosch, S., Stearns P. 2008. *Premodern Travel in World History*
- Hall & Mitchell 2001. *Gastronomic Tourism*
- Henderson, J.C. 2000. *Food hawkers and tourism in Singapor*
- Hjlager, A.M. 2002. *A typology of gastronomy tourism*
- Hrvatska enciklopedia, <https://enciklopedija.hr>

- Ivanovski, A. 2014. *Animacija programina rekreativnih aktivnosti u turizmu*” - doktorska disertacija
- Jafari, J. 1977. *Annals of Tourism Research*; Wall A. 1982. *Tourism: economic, physical and social impacts*
- Jafari, J. 2000. *Encyclopedia of tourism*
- Kobasic, A. 1977. *Organizacija i poslovanje OUR-a u ugostiteljstvo*
- Kosar, L. 2002. *Hotelijerstvo - teorija i praksa*
- LaCombe, M. 2012. *Political Gastronom*
- Landman, P. 2015. *Hospitality industry*
- McIntosh, E.N. 1995. *American food habits in historical perspectiv*
- Morgan, J. 2006. *Culinary Creation*
- Nejkov, D. 1973. *Ekonomika i organizacija ugostiteljstva*
- Notaker, H. 2017. *A History of Cookbook*
- OECD 2012. *Food and the Tourism Experience*
- Ottenbacher, M., Harrington R, 2007. *The innovation development process of Michelin-starred chefs*
- Pacione, M. 2009. *Urban geography*
- Petrini, C. 2001. *Slow Food: The Case for Taste*
- Ravkin, R. 1989. *Animacije u turizmu*
- Redzepi, R. 2013. *A Work in Progress - Journal, Recipes and Snapshot*
- Savarin, B. 1954. *Transcendental Gastronomy*
- Theobald, W.F. 1994. *Global tourism*
- This, H. 2006. *Molecular Gastronomy*
- Tikkanen, I. 2007. *Maslow hierarchy and food tourism in Finland*
- Towner, J. 1985. *The grand tour a key phase in the history of tourism*
- UNWTO 2017. *Global Report on food Tourism*
- UNWTO 2017. *Global Report on Gastronomy Tourism*
- Wearing, S., Neil J. 2009. *Ecotourism: Impacts, potentials and possibilitie*
- Williams, S. 2009. *Tourism geography*
- WTO, Madrid, 1995. *Koncepts, definitions and classifications for tourism statistics – A technical Manual*

- [*https://medium.com/*](https://medium.com/)
- [*https://www.animajobs.com/*](https://www.animajobs.com/)
- [*https://www.cruisemapper.com/ship*](https://www.cruisemapper.com/ship)
- [*https://www.medplaya.com/*](https://www.medplaya.com/)
- [*https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/allure-of-the-seas*](https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/allure-of-the-seas)
- [*https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/harmony-of-the-seas*](https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/harmony-of-the-seas)
- [*https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/oasis-of-the-seas*](https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/oasis-of-the-seas)
- [*https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/symphony-of-the-seas*](https://www.royalcaribbean.com/cruise-ships/symphony-of-the-seas)