

УДК: 338.488.2:640.4]:303.025(497.75)

## ВОНПАНСИОНСКАТА ТУРИСТИЧКА ПОНУДА НА УГОСТИТЕЛСКИТЕ ОБЈЕКТИ ВО ПОЛОШКИОТ РЕГИОН

*Агим Асани<sup>1</sup>, Јулијана Саздова<sup>2</sup>, Горан Антониевски<sup>3</sup>*

<sup>1</sup>Д-р, Универзитет во Тетово, e-mail: [agim.asani@unite.edu.mk](mailto:agim.asani@unite.edu.mk)

<sup>2</sup>Д-р, Универзитет „Гоце Делчев“ Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,  
e-mail: [julijana.sazdova@ugd.edu.mk](mailto:julijana.sazdova@ugd.edu.mk)

<sup>3</sup>Д-р, СОУ „Коле Нехтегин“ Штип, e-mail [goran.antonievski@yahoo.com](mailto:goran.antonievski@yahoo.com)

### Апстракт

Туристичката понуда во угостителството се состои од пансионската и вонпансионската понуда. За да има позитивни економски ефекти туристичката понуда и пансионската и вонпансионската треба да имаат квалитетна содржина со која ќе ги задоволат потребите на клиентите. Угостителските објекти се директни носители туристичката понуда на одредена туристичка дестинација или регион, токму од тој аспект ја истражуваме туристичката понуда на угостителските објекти во Полошкиот регион. На изглед, Полошкиот регион претставува регион кој има многу богата лепеза во својата угостителска и туристичка понуда, но за да ја потврдиме таа теза, треба да видиме колку таа понуда е конкурентна и одржлива.

Не само во Полошкиот регион туку во секое туристичко место, потребите и побарувањата на туристите се големи и разновидни, тоа е карактеристика во туризмот, па често пати угостителските објекти не се во можност да ги задоволат сите тие потреби преку своите пансионски понуди и се јавува потреба од вонпансионска понуда, која е многу поширока и која во поголема мера ги задоволува различните потреби, желби и побарувања на туристите.

Вонпансионската понуда во угостителството претставува голем број на активности и потреби на туристите кои не се вклучени во пансионската понуда на угостителскиот објект. Тука се мисли на голем број услуги, сервиси, занаети, престојот и секако исхраната. Токму овие елементи на вонпансионската понуда, а со посебен осврт на исхраната, се дел од нашето истражување.

По емпириското истражување во овој труд, ќе имаме податоци за квалитетот и содржината на вонпансионската понуда на угостителските објекти во Полошкиот регион со посебен акцент на исхраната.

**Клучни зборови:** *вонпансионска понуда, туристички побарувања, исхрана, Полошки регион*

### Вовед

Угостителските објекти се директни носители на туристичката понуда, додека индиректни носители се сметаат сите други кои во соработка со угостителските објекти ја сочинуваат туристичката понуда. Кога зборуваме за туристичката понуда, една од карактеристиките е дали таа е пансионска или вонпансионска. Пансионската туристичка понуда на угостителските објекти е полесно за дефиниција, бидејќи е поврзана за конкретен угостителски објект и спрема капацитетот и можностите на објектот се формира и понудата. Додека вонпансионската туристичка понуда на угостителските објекти е многу поширока и разновидна и затоа е потешко да се дефинира и формира. Но токму затоа ние одлучивме во нашиот труд да ја анализираме и истражуваме вонпансионската туристичка понуда на угостителските објекти во Полошкиот регион, со цел да ги истакнеме предностите и слабостите на едната и на другата понуда.

Кога зборуваме за туристичка понуда на угостителските објекти, било да се пансионски или вонпансионски ориентирани, веднаш се мисли на исхраната како најважен фактор во составувањето на понудата. Тоа ќе биде и проблемот на истражувањето во нашиот труд. Полошкиот регион, во кој спаѓаат градовите Тетово и Гостивар со околните населени места, располага со голем потенцијал на угостителски објекти кои ја сочинуваат туристичката понуда од аспект на угостителството. Целта на нашето истражување е да ја анализираме таа понуда на угостителските објекти која се смета како вонпансионска. Истражувањето се фокусира на квалитетот на услугата на исхраната на одреден број познати угостителски објекти кои према понудата се сметаат како вонпансионски.

### **Проблем и цел на истражувањето**

Туристичката понуда во угостителството е комплексна и претставува широка лепеза на услуги. Имајќи во предвид дека пансионската угостителска понуда се однесува на субјектите кои своите услуги ги нудат во вид на пансион и се ограничени во својата понуда за исхраната, додека другата група ја сочинуваат угостителските субјекти кои се надвор од пансионската понуда и изборот за исхрана е многу поголем, токму субјектите од втората група се проблем на истражувањето во овој труд. Конкретно, ќе се истражува работата на неколку угостителски објекти, односно ресторани, чевапцилници и слаткарници во Тетово и Гостивар, преку која се доаѓа до целта на истражувањето, а тоа е квалитетот на услугата и задоволството на клиентите од вонпансионските објекти.

### **Методологија на истражувањето**

За постигнување на целта во нашето истражување ќе користиме адекватна литература и извори на податоци од познати автори и институции поврзани со угостителската понуда воопшто и посебно за Полошкиот регион. Во емпирискиот дел од трудот ќе се користат и податоци од реномирани и познати веб страници за промоција и соработка со угостителството, додека за поблиску запознавање со реалната ситуација во врска со вонпансионската понуда на исхраната во Полошкиот регион ќе користиме метод на анкетање каде се вклучени десет угостителски објекти од кои пет во Тетово и пет во Гостивар.

### **Преглед на литературата**

Во делот преглед на литературата, кој се смета и како теоретски дел, ќе ги објасниме поимите *Туристичка понуда*, *Вонпансионска туристичка потрошувачка* и *храната во вонпансионската туристичка понуда*.

*Туристичката понуда* се дефинира на различни начини и од различни автори, една од дефинициите, која е општа, гласи: Туристичката понуда претставува количество на добра и услуги кои сакаат да се пласираат по одредени цени на домашниот и странскиот пазар, туристичката понуда се интерпретира со големина на капацитетите кои ги задоволуваат туристичките потреби (Josip S., Boris V., 1997).

*Вонпансионската туристичка потрошувачка* има значително директно и индиректно влијание врз деловниот успех на носителите на туристичката понуда и врз вкупните економски ефекти во местото, регионот и земјата. Со зголемената вонпансионска потрошувачка не само што поголем број дејности се ставаат во функција на задоволување на туристичките потреби, туку во многу се зајакнуваат и сите други ефекти кои ги има и збирната туристичка потрошувачка (Бранко Б., Митре А., 2008).

*Храната во вонпансионската понуда* - Вонпансионската туристичка понуда треба да е застапена во соодветна широчина без оглед за кој од видовите туризам се работи. Голем дел од компаниите на вонпансионската понуда можат и да прераснат и во посебен вид туризам во местото (Бранко Б., Митре А., 2008). Храната е основен елемент на составувањето на

угостителската понуда, токму затоа на квалитетот и разновидноста на храната и се дава голем приоритет.

Според професор Методијески, пак „Гастрономијата во основа, најголемиот дел од луѓето ја поврзуваат со подготовка на храната, сепак треба да се истакне дека гастрономијата како наука опфаќа многу аспекти поврзани со храната како општествени, економски, културни, историски, природни и др., а не само подготовка на храна – готварство и кулинарски вештини„ (Дејан М., 2018).

Тука се гледа и темпото на развој на угостителството воопшто, а секако со понудата на храната, во голема мера на вонпансионската понуда, се идентификуваат и туристичките места и региони. На исто мислење е и професор Цуцулески, кој вели: „Кога станува збор за дефинирање на гастрономијата, може да се каже дека таа претставува и уметност и наука, а на неа влијаат низа социјални, културни, општествено – економски т.е. антрополошки фактори„ (Васко Ц., 2009)

### **Резултати од истражувањето**

Како што истакнавме погоре во трудот, вонпансионската туристичка понуда ги вклучува сите услуги кои се нудат надвор од пансионот. Таквата понуда е многу опширна и во Полошкиот регион. Во делот на емпириското истражување во овој труд ќе се фокусираме на вонпансионската понуда на храната. Бројот на угостителски објекти, конкретно на ресторани, кебапцилници и слаткарници во овој регион е многу голем. Полошкиот регион традиционално е познат по своето гостопримство и по гастрономските вештини. Уште во минатиот век жителите на овој регион се движеле низ различни градови и земји од светот, посебно во европските земји од каде ги научиле кулинарските вештини и стекнале знаење за водење бизнис во сферата на гастрономијата. Голем број од нив се вратиле во татковината и започнале свои бизниси во угостителската сфера, со што во овој регион ги пренеле најдобрите искуства од другите земји.

Во поновото време во Полошкиот регион се отворени и работат многу угостителски објекти, посебно ресторани кои се изградени во модерен стил и кои служат многу квалитетна храна. Истотака има голем број на кебапцилници кои низ години ја чуваат традицијата и претставуваат синоним на градот. Кога сме кај гастрономијата во Полошкиот регион, не може а да не се спомнува слаткарството. Големиот број на слаткарници, и традиционални и модерни, ни укажува на тоа колку овој регион го сака и колку вложил во слаткарството.

Поради фактот што во овој труд се истражува вонпансионската туристичка понуда, со посебен акцент на понудата на храната, истражувањето беше насочено кон туристите, односно странските туристи кои ги користат пансионските услуги а со тоа и вонпансионските услуги на храната. Како најдобар показател за нивото и состојбата на вонпансионската понуда на храната го зедовме познатиот туристички интернет портал TripAdvisor<sup>1</sup>, преку кој се промовираат најдобрите угостителски објекти ширум светот.

За вонпансионската понуда на храна, односно понудата на рестораните во Тетово и околината TripAdvisor<sup>2</sup> ги презентира околу триесет угостителски објекти, каде се вклучени рестораните, кебапцилниците и слаткарниците.

Истата листа на TripAdvisor<sup>3</sup> на угостителски објекти во Гостивар и околината брои 16 објекти, каде исто така се вклучени ресторани, кебапцилници и слаткарници.

---

<sup>1</sup> <https://www.tripadvisor.com/>

<sup>2</sup> [https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g674832-Tetovo\\_Polog\\_Region.html](https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g674832-Tetovo_Polog_Region.html)

<sup>3</sup> [https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g775316-Gostivar\\_Polog\\_Region.html](https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g775316-Gostivar_Polog_Region.html)

Неслучајно се базираме на промоцијата на ова интернет страница, бидејќи странските туристи кои го посетуваат Полошкиот регион и кои престојуваат во некој од хотелите во овој регион, за да ги задоволат нивните потреби надвор од пансионот што го имаат резервирано, секогаш бараат дополнителни услуги кои се нудат токму во овие угостителски објекти за храна и пијалоци.

Пистата на истражувањето е насочено токму во правец на оваа вонпансионска понуда, квалитетот на понудата и колку ова понуда и помага на целокупниот развој на туризмот во Полошкиот регион.

Емпириското истражување вклучува десет (10) угостителски објекти, ресторани, кебапцилници и слаткарници, од кои пет (5) во Тетово и околината и пет (5) во Гостивар и околината. Во неможност да ги анкетираме сите угостителски објекти во Полошкиот регион, за да бидеме коректни кон сите, се одлучивме по случаен избор на угостителски објекти кои беа на листата на TripAdvisor.

Анкетираните беа раководни лица од угостителските објекти со кои се договоривме анкетирањето да биде анонимно поради две причини, едната беше да не се чувствуваат запоставени тие што нема да учествуваат во анкетирањето и другата причина беше да се стигне до што по точни и искрени одговори и без промоција од наша страна на само одреден број на угостителски објекти, кога сметаме дека сите работат добро и имаат многу добра услуга.

Анкетирањето беше спроведено во периодот Јануари – Фебруари 2023 година, со директна комуникација со поставените лица.

Вреди да се потенцира добрата и коректна соработка на сите анкетираните лица. За да се обезбедат што по јасни одговори, прашалникот беше составен од девет (9) прашања и еден (1) коментар. Секоја од прашањата имаше по два или три одговори во форма на а), б) или в).

Анкетниот прашалник беше под наслов: „**Вонпансионската понуда на угостителските објекти во Полошкиот регион**„.

1. Првото прашање гласеше: Дали вашата понуда на јадењата што ги спремате, ја промовирате за странските туристи?

- а). Да, преку интернет страници – 4 одговори
- б). Да, преку социјалните мрежи – 6 одговори
- в). Не – 0 одговори

Табела бр.1



Според добиените резултати од првото прашање може да се заклучи дека угостителските објекти во Полошкиот регион не сите се фокусирани на промоцијата на нивниот локал во разни интернет страници (А).4), во овој случај TripAdvisor, туку поголемиот дел од нив ја

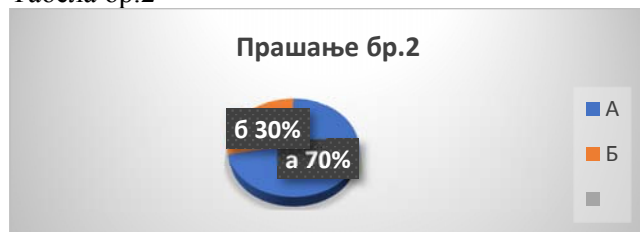
промовираат својата понуда преку социјалните мрежи (Б. 6), што значи не промоцијата ја прават и за странски и за домашни туристи.

2. Второто прашање беше: Дали меѓу вашите клиенти имате странски туристи?

а). Да – 7 одговори

б). Не – 3 одговори

Табела бр.2



Добиените одговори од второто прашање ни укажуваат на фактот дека угостителските објекти во Полошкиот регион во својата клиентела имаат странски туристи, преку 70% од нив се изјаснија со Да. Другите одговори беа Не, иако во разговорот со нив кажаа дека понекогаш имаат и странски туристи.

3. Третото прашање: Дали имате соработка со хотелите и мотелите кои гравитираат во Полошкиот регион?, ги добивме следните одговори:

а). Да – 3 одговори

б). Не – 1 одговор

в). Повремено – 6 одговори

Табела бр.3



Од добиените одговори на третото прашање може да заклучиме дека угостителските објекти во Полошкиот регион имаат соработка со хотелите и мотелите, иако поголемиот број од одговорите е дека повремено имаат соработка. Со оваа соработка се укажува на фактот дека хотелите и мотелите, освен интернет промоцијата, имаат придонес во насочувањето на туристите кон вонпансионската понуда во регионот.

4. На четвртото прашање: Зошто туристите кои имаат резервација во одреден хотел, би доаѓале да јадат во вашиот угостителски објект?, одговориле:

а). Поради традиционалната храна што ја нудиме – 5 одговори

б). Поголемиот избор на храна – 4 одговори

в). Поради промена на амбиентот – 1 одговор

Табела бр.4



Според дадените одговори може да заклучиме дека туристите бараат нешто поразлично од стандардната понуда од пансионот, односно сакаат да вкусат традиционална храна и да пробаат што по различна храна.

5. Во кој дел од денот имате поголем број на клиенти, за кои сметате дека се странски туристи? Беше прашањето под број пет, каде ги добивме следните резултати:

- а). Претпладне – 0 одговори
- б). напладне – 7 одговори
- в). Навечер – 3 одговори

Табела бр.5



Од горенаведените одговори се гледа дека странските туристи во пансионската понуда ја користат во најголема мера напладне и многу малку навечер. Тоа ни укажува дека туристите освен што го користат својот пансион за доручек и вечера, сакаат да јадат храна и за време на прошетките и слободното време, односно преку ден.

6. Колку цените влијаат на странските туристи да се одлучат да се хранат во вашиот угостителски објект? Е шестото прашање, каде ги добивме овие резултати:

- а). Да, ниските цени ги привлекуваат странските туристи – 5 одговори
- б). Не, не им се битни цените, бараат само квалитет – 5 одговори

Табела бр.6

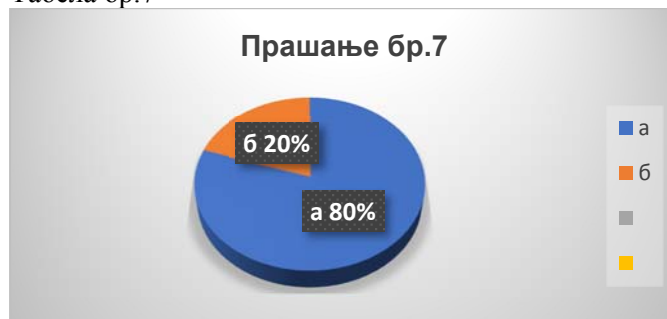


Резултатите од шетото прашање беа изедначени, но сепак од овие одговори успеавме да извлечеме дека цените се битни за група туристи додека за друга група не се многу битни ако се зема предвид квалитетот на храната и услугата.

7. Седмото прашање гласеше: Дали мислите дека вашата понуда на храна и убавиот амбиент, придонесуваат во целокупната туристичка понуда на Полошкиот регион? Одговорите беа следни:

- а). Да, секако дека угостителството е многу битен фактор за туристичката понуда – 8 одговори
- б). Не, немаме влијание на туристичката понуда во регионот – 2 одговори

Табела бр.7



Добиените одговори јасно ни укажуваат дека угостителските објекти во Полошкиот регион се вклучени во целокупната туристичка понуда и имаат големо влијание.

8. Кои од јадењата од вашата понуда се повеќе барани од страна на странските туристи? Беше осмото прашање, каде ги добивме следните одговори:

- а). Традиционалните јадења – 4 одговори
- б). интернационалните јадења – 0 одговори
- в). Без разлика, бараат нешто што не пробале (вкусиле) до сега – 6 одговори

Табела бр.8



Од добиените одговори се гледа дека традиционалните јадења се доста барани но повеќе странските туристи бараат нешто ново и интересно да јадат.

9. Деветото прашање беше: Дали мислите дека ги задоволуваат очекувањата на странските туристи со вашата услуга и квалитет? Одговорите беа следни:

- Во голема мера ги задоволуваме нивните очекувања – 4 одговори
- просечно ги задоволуваме нивните очекувања – 5 одговори
- Нивните барања се преголеми, ние не можеме да ги задоволуваме целосно – 1 одговор

Табела бр.9



Од добиените одговори се гледа дека угостителските објекти во Полошкиот регион со својата услуга и квалитет се трудат што повеќе да ги задоволуваат очекувањата на странските туристи.

10. Десетото прашање беше поставено во вид на разговор, односно изјаснување со неколку слободни одговори, а тоа гласаше: Наведете неколку причини поради кои странските туристи, наместо во хотелот или мотелот каде се сместени, да доаѓаат кај вас да јадат.

Од наведените причини најчести беа следните: убавиот амбиент, отворен амбиент, цените, различните вкусови на јадења што ги нудиме, традиционалните јадења, и др.

Од кои може да заклучиме дека вонпансионската понуда за странските туристи е привлечна поради повеќе причини.

### Заклучок

Од целокупниот ангажман во овој истражувачки труд, секако многу битен е заклучокот што ние како автори го даваме. На патот додека истражувавме на оваа тема секако откривме доста интересни причини за тоа колку е битна вонпансионската угостителска понуда во Полошкиот регион. Од оваа истражување меѓу другото заклучивме дека туристите во Полошкиот регион а поготово странските туристи се многу заинтересирани за туристичката понуда надвор од нивниот престој во хотел или мотел. Тоа се утврди и од промоцијата на TripAdvisor, каде ако се прочитаат коментарите и пораките на странските туристи кои ги посетувале дел од рестораните, се гледа дека во голема мера ги посетуваат угостителските објекти кои не се



поврзани со нивниот престој. Секако важноста на темата вонпансионска понуда се потврди со анкетањето на раководните лица на угостителските објекти, кои уште еднаш го потврдија ставот дека туристичката понуда на одредена дестинација не е комплетна ако во неа не е вклучена и вонпансионската понуда.

Остануваме со надеж дека нашиот труд ќе придонесе за зајакнување и проширување на целокупната туристичка понуда на Полошкиот регион со што поголема соработка со угостителските објекти кои ја сочинуваат вонпансионската понуда

### **Референци**

1. Josip Senečić, Boris Vukonić, „Marketing u turizmu“, Zagreb, 1997
2. Бранко Б., Митре А., „Вонпансионската понуда и потрошувачка во езерските туристички места во Македонија“, Охрид, април 2008
3. Цуцулески, В.(2009) Интернационална гастрономија.Охрид:УКЛО.
4. Методијески, Д., Филиповски, О., Цуцулески, Н., Ташков, Н., Мичев, Г., Димовски, Ч., Тодоровиќ, Е. (2018) Гастрономски туризам: Современи светски тенденции и перспективи за развој во Македонија. Скопје: Туристика.

Интернет:  
[www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com)