



Универзитет “Св. Климент Охридски” – Битола  
Факултет за Туризам и Угостителство - Охрид

Докторска дисертација

**РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО КОСОВО ПРЕКУ ЕФЕКТИВНА  
ПРИМЕНА НА ПРАВНАТА РЕГУЛАТИВА ЗА СТАНДАРДИЗАЦИЈА И  
КАТЕГОРИЗАЦИЈАТА НА ХОТЕЛИТЕ**

**Кандидат**

**М-р Фатмире Шала Дрешај**

**Ментор**

**Проф. Д-р Ристо Речкоски**

**Охрид**

## АПСТРАКТ

Туристите денес имаат се поголеми барања, а целта на секоја индустрија, па секако и туристичката индустрија е да ги задоволат нивните потреби и очекувања. Подобрувањето на квалитетот води кон развој на туризмот кој ги задоволува туристите и давателите на услуги, истовремено зачувувајќи ги природните и културните ресурси и стимулирајќи го економскиот развој на Косово. Квалитетот мора да биде основна насока на стратегијата за развој на туризмот на Косово. За секој туристички производ и услуга треба да ги пропише стандардите за квалитет како гаранција за вкупниот квалитет.

Целта на оваа дисертација е да го утврдиме правниот аспект на угостителските објекти, со посебен осврт на хотелите како фактор за развој на туризмот во Косово. Имено, развојот на туризмот би донел не само економски развој, туку исто така би придонел и за општествено-политички развој на Косово. Затоа е мошне важно да се укаже на позитивното влијание од примена на стандардите за категоризација на угостителските објекти кои во голема мера произлегуваат од стандардите на Европската Унија.

За да ја реализираме целта на дисертацијата ќе направиме анализа на случаи, преку спроведени претходни анкети на одговорните лица за примена на категоризацијата со цел добивање на информации и податоци за потенцијалното влијание и ефектите од примена на законите, правилниците поврзани со категоризацијата.

Како генерален заклучок можеме да кажеме дека оваа дисертација овозможува за научно збогатување на влијанието на правната регулатива врз категоризацијата на угостителските објекти во Косово, давајќи акцент на угостителството и категоризацијата преку нивно дефинирање. Анализата ни покажа дека спроведувањето на категоризацијата се основа за хотелите и останатите угостителски објекти кои ги задоволуваат високите светски барања кон кои се стреми Косово и кои нудат големи бенефити за целата држава. Тргувајќи од предметот и целите на истражување, преку примена на соодветни методи на истражување, се доби јасен позитивен одговор на поставената хипотеза дека правниот аспект на критериумите за категоризација на хотелите влијае врз развој на туризмот

**Клучни зборови:** хотелска индустрија, правна регулатива, класификација, стандарди, Косово

## ABSTRACT

Tourists today are increasingly demanding, and the goal of every industry, and of course the tourism industry, is to meet their needs and expectations. Improving quality leads to tourism development that satisfies tourism service providers, while preserving natural and cultural resources and stimulating Kosovo's economic development. Quality must be at the core of Kosovo's tourism development strategy. For each tourist product and service it should prescribe quality standards as a guarantee of total quality.

The purpose of this dissertation is to establish the legal aspect of catering facilities, with particular reference to hotels as a factor for tourism development in Kosovo. Namely, the development of tourism would bring not only economic development but also contribute to the socio-political development of Kosovo. Therefore it is very important to point out the positive impact of applying the categorization standards of catering establishments which largely derive from European Union standards.

To accomplish the purpose of the dissertation we will conduct a case analysis, through previous surveys of those responsible for applying the categorization in order to obtain information and data on the potential impact and effects of applying the laws, the categorization rulebooks. As a general conclusion we can say that this dissertation provides for scientific enrichment of the impact of legal regulation on categorization of catering establishments in Kosovo, with emphasis on catering and categorization through their definition. The analysis has shown us that the implementation of the categorization is the basis for hotels and other catering facilities that satisfy the high world demands that Kosovo strives for and that offer great benefits for the whole country. Starting from the subject and the objectives of the research, by applying appropriate research methods, a clear positive response was obtained to the hypothesis that the legal aspect of the criteria for the categorization of hotels affects the development of tourism.

**Key words:** hotel industry, legislation, classification, standards, Kosovo

## Содржина

---

Вовед.....	1
Предмет цел и задачи на истражувањето .....	6
Задачи на истражување.....	7
Методологија на истражување.....	8
Основна и помошни хипотези.....	9
Очекувани резултати.....	9
<b>I. ПОИМ, ЗНАЧЕЊЕ И СПЕЦИФИЧНОСТИ НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО.....</b>	<b>11</b>
1. Историски развој на хотелиерството .....	11
2. Поим за хотел и хотелиерството.....	14
3. Значење на хотелиерството.....	17
4. Специфичности на хотелиерството.....	18
5. Хотелот како деловна единица.....	20
6. Функции на хотелите.....	27
7. Хотелски услуги и хотелско работење.....	30
7.1 <i>Карактеристики на хотелските услуги.....</i>	<i>30</i>
7.2 <i>Комплементарност на хотелските услуги.....</i>	<i>33</i>
7.3 <i>Нестабилност на побарувачката за хотелски услуги.....</i>	<i>36</i>
7.4 <i>Робусност на капацитетите на хотелската понуда.....</i>	<i>37</i>
8. Развој на хотелските синџири во светот.....	38

9. Стратегија за работниот процес и модалитетите на договорните форми на поврзување на хотелските синцири.....	42
--	----

## **II. СТАНДАРДИЗАЦИЈА ВО ХОТЕЛИЕРСТВОТО.....47**

1. Поим и дефинирање на стандардизацијата и нејзина примена во угостителството.....	47
2. Видови стандарди во хотелиерството.....	52
3. Примена на стандардите и стандардизацијата во хотелиерството .....	52
4. Стандардизираната услуга во хотелското работење како основа за квалитет.....	53
4.1. <i>Интерни стандарди</i> .....	54
4.2. <i>Екстерни стандарди</i> .....	56
5. Примена на меѓународни стандарди за квалитет.....	58
5.1. <i>Меѓународен стандард за управување и обезбедување на квалитет ISO 9000.....</i>	58
5.2. <i>Најзначајни стандарди за квалитет ISO 9000.....</i>	62
5.3. <i>Меѓународен стандард за управување со животната средина ISO 14000.....</i>	65
5.4. <i>Меѓународен стандард за управување со безбедност на храната ISO 22000.....</i>	67
5.5. <i>HASSP стандарди</i> .....	69

**III. КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ХОТЕЛИТЕ ЕЛЕМЕНТИ И НИВНА РЕГУЛАТИВА.....72**

1. Поим за категоризација.....	72
2. Критериуми за категоризацијана хотели.....	74
3. Елементи на категоризацијата.....	76
3.1 Задолжителни елементи за категоризација.....	76
3.2 Изборни елементи за категоризација.....	77
4. Правна регулатива при категоризација на објектите за вршење на угостителска дејност.....	77

**IV. КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ОБЈЕКТИ ЗА ВРШЕЊЕ НА УГОСТИТЕЛСКА ДЕЈНОСТ ВО ЗЕМЈИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПСКАТА ХОТЕЛСТАРС УНИЈА И БАЛКАНСКИТЕ ЗЕМЈИ.....79**

1. Европски систем на класификација и категоризација на хотели.....	79
2. Европска Хотелстарс унија.....	80
3. Категоризација на објекти за вршење на угостителската дејност во избрани земји членки на Европската Хотелстарс Унија.....	83
3.1 Австрија.....	83
3.2 Чешка.....	84
3.3 Германија.....	85
3.4 Грција.....	85
3.5 Унгарија.....	86
3.6 Малта.....	87
3.7 Холандија.....	88
4. Категоризација на објекти за вршење угостителска дејност во Балканските земји.....	88
4.1 Албанија.....	88
4.2 Босна и Херцеговина.....	90
4.3 Бугарија.....	91

4.4 Македонија.....	92
4.5 Словенија.....	97
4.6 Србија.....	98
4.7 Хрватска.....	104
4.8 Црна Гора.....	106

## **V. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА НА ТУРИЗМОТ ВО КОСОВО.....114**

1. Карактеристики на Косово како туристичка дестинација.....	114
2.Институционална рамка.....	116
3.Тековна состојба со туризмот.....	118
4.Анализа на различните видови на туризам на Косово.....	121
5.Приходи од областа на туризмот.....	127
6. Закони и нормативни акти во областа на туризмот и угостителството во Косово.....	130
7.Специфични цели на Законот за туризам.....	134
8. Опции за подобрување на состојбата со туризмот во Косово.....	135

## **VI. ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЗА ВРШЕЊЕ НА УГОСТИТЕЛСКА ДЕЈНОСТ ВО КОСОВО.....141**

1. Вршители на угостителска дејност.....	141
2. Предмет и начин за вршење на дејноста.....	141
3. Видови на угостителски објекти и нивна категоризација.....	144
4. Издавање на дозвола за работа на угостителските објекти.....	146
5. Надзор над спроведување на Законот за туризам во Косово.....	150
6. Административни санкции.....	153

<b>VII. ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЗА КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ХОТЕЛИТЕ ВО КОСОВО.....</b>	<b>158</b>
1. Карактеристики на хотелската индустрија во Косово.....	158
2. Критериуми за стандардизација и класификација на хотелите во Косово.....	162
3. Постапка за категоризација на угостителските објекти во Косово.....	168
4. Потенцијали за развој на хотелиерството во Косово – SWOT анализ.....	190
5. Влијанието на квалитетот на категоризација на хотелите врз развојот на туризмот во Косово.....	193
<b>Заклучок.....</b>	<b>198</b>
<b>Литература.....</b>	<b>201</b>



## ВОВЕД

Туризмот денес е меѓу некои од најголемите индустрии во светот, создавајќи повеќе работни места отколку во повеќето други сектори. Земјите во рана фаза на развој на туризмот, како Косово, имаат шанса да добијат многу придобивки од туризмот, како што е намалување на сиромаштијата и зголемување на економскиот развој. За да се развие туризмот, јавните институции треба да обезбедат поддршка на законодавството, и институционална рамка која е повољна за развој на приватниот сектор и доволен квалитет за туристи. Ова ја опфаќа соодветната инфраструктура, промоција на туристички потенцијали, добар превоз, виза олеснување и соодветни политики за зголемување на растот побарувачка. Оданочувањето е дополнителен услов за тоа може да им помогне на инвестициите без да ставаат премногу товар на приватниот сектор, бидејќи без тоа може да предизвика неформалност и / или зголемување на цените што води кон неконкурентност во споредба со другите земји во регион. Понатаму, едукација на кадри во туризмот и угостителството има директно влијание врз конкурентноста на туристички производи. Во моментов, универзитетите во Косово не нудат сеопфатни студии за туризам и угостителство. Иако јавните институции ја препознаваат важноста на економскиот ефект на туризмот, овој сектор страда од недостатокот на механизам за координација, кој ќе се развива дијалог меѓу засегнатите страни во различни министерства, одделенија, агенции, академски институции, приватнисекторот, граѓанските организации и донаторот заедница. Сегашниот процес на донесување одлуки во Косово може да резултира со конфликтни политички одлуки, како што е визниот режим на Косово, даноци на заминување на патниците и недостатокот на стратешки цели. Понатаму, недостатокот на инклузивна стратегија за туризмот промоцијата и развој е дополнителна пречка за координирање на интерните агенции.

Според Светската туристичка организација, Европа добива 41% од вкупните приходи од меѓународниот туризам, што ја прави Југоисточна Европа една од најбрзо растечките региони. Туризам е рангиран како шестиот највисок извор на размена во меѓународната трговија за земјите во развој. Со оглед на тоа, Косово може да има корист од тоа како дел од турнеите на Балканот. Туристичката индустрија во Косово е зародиш во

многу рана фаза на развој во споредба со другите земји во Југоисточна Европа. Ова главно се должи на недостатокот на инвестиција за многу децении, лоши туристички програми понуден од приватниот сектор, недостатокот на едуциран туристички персонал, непријателски политики за инвеститорите и недостаток на координација меѓу приватните засегнати страни и владини агенции. Иако бројот на туристите и должината на нивните патувања во Косово значително се зголеми во последните десет години, бројот на меѓународни посетители годишно е далеку под регионалниот просек. На најголем број туристи го посетуваат Косово во текот на летото.

Во моментов, Косово нема сеопфатна стратегија за туризам и сегашниот Закон за Туризмот не е целосно имплементиран. Мандатот за развојот на туризмот во Косово се дели помеѓу двете на локално и централно ниво. Сепак, централната владата има најголем авторитет да дејствува поради тоа што има поголем буџет од локалните власти и со тоа што има овластување да подготвува закони и да развива стратегии. Меѓу другите работи, со централната власт е воспоставување правно и институционални туристички рамки, олеснување на стратешките инвестиции, и координирање на дијалогот меѓу засегнатите страни.

Хотелската индустрија е составен дел на туристичката индустрија. Главните области во хотелската индустрија вклучуваат сместување, ресторани, планирање на настани, тематски паркови, линија за крстарење и др. Индустријата за угостителството е индустрија со повеќе милијарди долари, која најмногу зависи од достапноста на слободното време и расположливиот доход. Гостопримство како во ресторан, хотел, па дури и забавен парк се состои од различни групи во него, вклучувајќи и одржување на објектите, директни операции (сервери, домаќинки, вратари, кујнски работници, бармени итн.),

Глобалната хотелска индустрија е просперитетна индустрија и според извештајот објавен од Report by Global Industry Analysts, Inc во 2020 година, глобалната хотелска индустрија се очекува да достигне до 600 милијарди долари.

Хотелската индустрија во Косово се карактеризира со недоволно ниво на квалитет на услугите, неповолната структура и ниско користење на нивниот капацитет. Во хотелите во Косово задоволување на потребите на масовниот туризам е главна задача, додека

квалитетот на услугата е на мошне ниско ниво пред се поради несоодветни стандарди за проектирање, изградба и опремување на објектите. Имајќи го тоа во предвид капацитетите на хотелите во Косово стануваат се понекоконкурентни во меѓународниот пазар. Квалитетот на хотелските услуги, исто така, зависи од одржувањето на самите објекти, нивото на удобност особено, од мотивација и компетентноста на вработените. Така гостинот може го занемари понекоквалитетното ниво на опременост на хотелот, но тоа што не го простува е неуреденоста на објектот и непријатениот персонал.

Затоа, сите туристички и угостителски за вршење на нивната дејност треба да бидат категоризирани и стандардизирани бидејќи припадноста кон одредена категорија и нивна стандардизација претставува гаранција за квалитетот на услугите во поглед кон асортиманот кој е утврден со припадноста кон видот. Квалитетот кој се гарантира со соодветна категорија подразбира формирање соодветна цена за тие услуги, која расте напоредно со подобрувањето на квалитетот на услугите и категоријата.

Стандардизацијата е утврдување на еднакви карактеристики и својства на материјалите, услугите, деловите или елементите на системите и крајните производи во поглед на: димензиите, формата, квалитетот, т.е. во поглед на физичките или хемиските својства што може тој материјал, услуга, дел, систем или производ да ги содржи. Стандардизацијата е постапка на донесување и примена на стандарди, технички нормативи и норми за квалитет. Стандардот е резултат на процесот на стандардизација, кој процес претставува специфично утврдување на исти својства на услугите во целост и на елементите од кои се состои услугата.

Материјалот кој се обработува во оваа дисертација со наслов Развој на туризмот на Косово преку ефективна примена на правната регулатива за стандардизација и категоризација на хотелите е составен од вовед и шест делови кои се однесуваат на посебни аспекти од наведената истражувачка област.

Во воведот се опфатени методологијата на истражување, дефинирани се предметот и целите на истражување, поставени се хипотезите на истражување. Во рамките на овој дел се дефинирани задачите и планот на оваа дисертација. Покрај тоа, во рамките на овој дел се елаборирани и методите и методолошките принципи на истражувањето.

Во рамките на првиот дел се осврнавме на поимите хотел и хотелиерство. Објаснето е значењето и специфичностите на хотелиерството. Во овој дел исто така се објаснети функциите на хотелите и специфичностите на хотелскиот производ. Овој дел ќе го заокружине со анализа на големите хотелски ланци и ќе се осврнеме на договорните облици на нивно поврзување.

Вториот дел на дисертацијата се однесува на поимот стандардизација. Направен е осврт на стандардите и стандардизацијата во угостителството, како и на стандардизираната услуга во хотелското работење како основа за квалитет. Во тој контекст се опишани нормативите, правилата и задолжителните мерки кон кои треба да се придржуваат угостителските објекти. Освен нив, се опишуваат и критериумите за поделба на угостителските стандарди во хотелиерството, давајќи посебен акцент на стандардите за внатрешно уредување и опремување на хотелот. На крајот од главата се презентираат стандардите и нормативите од системот за Меѓународната организација за стандардизација, ISO 9000 – стандарди за управување и обезбедување на квалитет со насоки за избор и употреба и ISO 14000 – стандарди за управување со животната средина.

Во третиот дел од дисертацијата се анализираат критериумите за класификација и категоризација на хотелите, нејзините елементи и правната регулатива. Така најпрво е прикажан поимот категоризација, како и општите и посебните услови за категоризација се со цел нејзино подобро дефинирање и анализирање. Понатаму се разгледани и задолжителните и изборните елементи на категоризацијата. Во последниот дел од оваа глава е објаснета правната регулатива при категоризација на објектите кои вршат угостителска дејност.

Во четвртиот дел од дисертацијата е опфатен Европскиот систем на категоризација на објектите преку анализа на Европската хотелстарс унија. Понатаму во овој дел се посочени се примери за категоризација од неколку земји во Европа. Во вториот дел од главата се разработува категоризацијата во земјите од Балканскиот Полуостров. Во прилог на тоа се изработува преглед на структура на категоризираните хотели според бројот на ѕвезди, како и преглед на начинот на означување на видот и категоријата на угостителскиот објект. Анализата во овој дел ќе се обидеме да ја искористиме за примена

на најдобрите искуства во Косово, кои се добрите и лошите страни на правната регулатива во Косово и во која насока може таа да се подобрува.

Во петтиот дел се дефинира правната регулатива за вршење угостителска дејност во Косово. Во рамките на оваа глава детално се анализираат општите одредби, вршителите на угостителска дејност, како и условите и начините за вршење на таа дејност. Исто така во овој дел се дефинирани должностите на угостителот при вршење на угостителската дејност, надзорот кој го вршат државните органи, во рамките на своите надлежности утврдени со закон. Овој дел се завршува со елаборација на прекршочните одредби кои произлегуваат од Законот за туризам, се со цел поголема и правилна примена на Административното упатство за категоризација на објектите.

Во рамките на шестиот дел од оваа дисертација е прикажана правната регулатива за категоризација на угостителските објекти во Косово. Преку детална анализа е прикажана постапката, начинот и методите на категоризација, условите за категоризација на угостителските објекти. Во рамките на овој дел објаснет е Административниот правилник на техничките услови за вршење на угостителска и туристичка дејност кој во себе ги содржи општите и посебните услови за категоризација. Покрај тоа во овој дел е објаснето и влијанието на категоризацијата на угостителските објекти врз развојот на туризмот.

Во последниот дел направен е осврт на начин и методите и условите на категоризација на угостителските објекти во Косово. Понатаму во овој дел е направена анализа на постојните состојби со категоризација на хотелите. Направен е осврт на постапката за продолжување на решението за извршената категоризација како и на категоризираните угостителски објекти во Косово. Овој дел ќе го завршиме со согледување на влијанието на квалитетот на категоризација на хотелите врз развојот на туризмот во Косово.

### **Предмет и цели на истражувањето**

Анализата на категоризацијата од правен аспект како предмет на истражување подразбира дефинирање на поимот, односно реализација на процесот на рангирање на

истородни објекти<sup>1</sup>. Целта на истражувањето е да го утврдиме правниот аспект на угостителските објекти, со посебен осврт на хотелите како фактор за развој на туризмот во Косово. Развојот на туризмот би донел не само економски развој, туку исто така би придонел и за општествено-политички развој на Косово. Затоа е мошне важно да се укаже на позитивното влијание од примена на стандардите за категоризација на угостителските објекти кои во голема мера произлегуваат од стандардите на Европската Унија.

Со истражување на предметот, во истиот момент се наметнува и полето на научен интерес. Од тоа произлегоа и целите на оваа дисертација кои преставуваат насока при истражувањето. При тоа целите ќе се согледаат од теориска и практична гледна точка.

**Теоретската цел** на оваа дисертација е да се утврдат правните аспекти на категоризација на угостителските објекти, со посебен осврт на хотелите како фактор за развој на туризмот во Косово. Со други зборови ќе ја анализираме правната регулатива која е поврзана со вршењето на угостителската дејност. Ќе ги анализираме поимот за класификација, елементите и правната регулатива на категоризација, како и нејзините критериуми. Во тој контекст е и целта да го одредиме повратното влијание за развој на туризмот од исправната и соодветна примена на категоризацијата на угостителските објекти. Втора важна цел е да се анализираат предностите од примена на европските правила за категоризација и истите да се применат во Косово, со што би се отстраниле недостатоците на системот на класификација во Косово.

**Практична цел** на дисертацијата ќе ја согледаме преку анализа на случаи, спроведени претходни анкети на одговорните лица за примена на категоризацијата со цел добивање на информации и податоци за потенцијалното влијание и ефектите од примена на законите, правилниците поврзани со категоризацијата. Доколку правилно се применуваат законите тоа несомнено вклучува и многу напори, бидејќи е потребно да се вложи едукација и знаење на раководниот кадар.

---

<sup>1</sup> Baker, S., Huyton, J. and Pradley, P (2000) "Principles of hotel front office operation", 2 nd ed, New York, US:Continuum

## **Задачи на истражувањето**

Врз основа на дефинираниот предмет и цел на истражувањето, би можеле да се идентификуваат следнива задачи на кои се очекува да одговори ова истражување:

- Согледување на правниот аспект на категоризацијата на угостителските објекти и нивно влијание врз развојот на туризмот
- Согледување на кој начин се категоризирани угостителските објекти во Косово
- Согледување на начините на категоризација на угостителските објекти членки на хотелстарс унијата
- Согледување на начините на категоризација на угостителските објекти на земјите од Балканот
- Анализа на влијанието на категоризацијата на хотелите врз развојот на туризмот

## **Методологија на истражување**

За реализација на целта која сме ја поставиле при конципирањето на овој предмет на истражување, која претставува недоволно обработена тема во Косово, поаѓавме од општите законитости и принципи ги откривавме посебните, односно го применувавме дедуктивниот метод

При разработката се презентираат официјални податоци изнесени во сите видови на документи како што се законите, прописите и други правни акти, Заводот за статистика на Косово, извештаите на хотелите, односно ќе ги анализираме најрелевантните податоци и информации за потврда на реалните слики за состојбите во хотелството во Косово. Врз основа на тие податоци ќе конструираме соодветни заклучоци.

Исто така во трудот ќе користиме и литература од познати експерти и научници од правото, туризмот како и дефиниции кои се коментираат, објаснуваат и дополнуваат.

Појавите за кои нема официјални информации, а кои се важни за согледување на состојбите и тенденциите во областа на патничките агенции и туристичките дестинации ќе бидат квалитативно анализирани односно од добиените сознанија ќе ги изведеме оние карактеристики кои најмногу ја детерминираат анализираната појава.

Понатаму оваа дисертација ќе се темели претежно на користење на кабинетско истражување (desk research) и со користење на емпириски податоци и показатели кои стручната литература ги познава. Одредени теренски истражувања (field research) ќе ги направиме со користење на Интернетот како медиум кој содржи голем број на секундарни податоци.

### **Основна и помошни хипотези**

Основната хипотеза, од кои започна оваа дисертација е тврдењето дека квалитетот на категоризацијата на угостителските објекти, односно на хотелите имаат ќе влијае врз развојот на туризмот на Косово. Во прилог на овие хипотези беа поставени и одредени помошни хипотези:

- Квалитетот на категоризација на хотелите е клучен фактор за задржување на постојните и привлекување на нови туристи;
- Угостителските објекти треба да се обезбедат континуирано подобрување на своите услуги, организација, а со тоа и подобра категоризација;
- Постои јаз помеѓу европскиот систем на категоризација и категоризацијата на угостителските објекти во Косово;
- Угостителските објекти треба да ја разберат важноста на концептот на "доживотно учење" преку континуирана едукација и обука на своите вработени.



## Очекувани резултати

Имајќи ги во предвид предметот и целта на докторската дисертација, како и досегашните истражувања, би можеле да се наведат следните резултати кои истражувањето треба да ги понуди:

Имајќи во предвид дека спроведувањето на категоризацијата во Косово е преку правната регулатива и тоа преку примена на Законот за туризам, Закон за данокот на сместување во хотелски и туристички капацитети и другите закони поврзани со туризмот и угостителството како и Административните упатства за категоризација на угостителските објекти, на целокупната туристичка дејност се дава големо значење и сигурност. Бидејќи во рамките на хотелството, продолжува дебатата дали е неопходна формална класификација, а во исто време постојат обиди за оспоставување на европски хармонизиран систем, резултатите од оваа дисертација се очекува да дадат одговор на ова прашање.

Овој труд дава можност за научно објаснување за категоризација на угостителските објекти, ставајќи акцент на хотелската класификација и нејзино дефинирање. Преку сеопфатна анализа може да се заклучи дека спроведувањето на категоризација се основа за сите угостителски објекти кои ги задоволуваат високите европски и светски стандарди кон кои се стреми Косово и кои нудат големи привилгии и бенфиции.

Врз основа на заклучните согледувања, анализите и заклучоците, програмите кои се прикажани во оваа дисертација, овој труд ќе нуди можност за сите заинтересирани страни и ќе предизвика интерес и потреба за пишување на слични трудови кои ја тангираат оваа проблематика.

# I. ПОИМ, ЗНАЧЕЊЕ И СПЕЦИФИЧНОСТИ НА ХОТЕЛИЕРСТВОТО

## 1. Историски развој на хотелиерството

Туризмот преставува една од најмасовните појави во современото општество, без оглед дали станува збор за патување за рекреација, одмор или бизнис цели. 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“. Туристите од страна на Светската туристичка организација се дефинирани како луѓе кои патуваат и остануваат во места надвор од нивната вообичаена околина повеќе од дваесет и четири часа и не повеќе од една последователна година за одмор, бизнис и други цели кои не се поврзани со извршување активност платена во местото кое се посетува(World Tourism Organization). Доколку гледаме туризмот како комплексна појава, во неговиот историски развој, се диференцираат етапите на развојна скала според бројот на учесниците во патувањата, од патувања на привилегирани класи до исклучителна масовност во патувањето. Во литературата има различнитолкувања дали туризмот постоел пред средината на XIX век, односно пред современиот туризам. Според некои теоретичари туризам не постоел пред XIX век, бидејќи патувањата кои биле заради одмор и рекреација во тоа време не се гледале како туристички, пред се заради малиот број на учесници. За разлика од претходните тврдења друга група на теоретичари тврдат дека за појавите кои имаат карактеристики на современиот туризам, може да се користи терминот туризам. Доколку се анализираат двете главни обележја во основата на дефинирањето на туризмот: промената на постојаното место на живеење и целта на промената на престојот (одмор, рекреација, бизнис, култура и друго), тогаш неопходно е да се каже за значењето на хотелите кои се примарни сместувачки капацитети. Доколку се надоврзе хотелиерството како потреба за туризмот, мора да се поврзе историскиот развој на туризмот со развојот на хотелиерството. Докази за сместувањето се забележани во антички времиња кога Марија и Јосиф пристигнале во Витлеем за време на пописот на

населението. По записите во Библијата, на Марија и Јосиф им било одбиено престојувањето бидејќи „немало слободно место во гостилницата“. Зборот „гостопримство“ има латинскиот корен што значи „пречек“ или „дом“. Потребата од патување иницира неопходност од објекти за престој кои приближно ги нудат условите во домот. Фазите кои го следат развојот на хотелиерството се Фаза на бесплатно гостопримство, Фаза на првобитно хотелиерство и Фаза на современото хотелиерство. Иако почетоците на хотелиерството не можат точно да се определат, неспорно е дека се развива во зависност од развојот на производните и општествените односи.

#### *Фаза на бесплатно гостопримство*

За почетоците на угостителската дејност можеме да зборуваме уште во првобитното општество. Уште од самиот постанок на луѓето без оглед на мотивот, кој најчесто се поврзувал со трговијата. Имено заедница која произведувала или доаѓала до вишок на добра, имала потреба тој вишок на добра да го размени со добра кои и недостигале. Имајќи го сето тоа во предвид, се појавувала потреба од одење од една област во друга, кои области честопати биле далечни и барале сместување. При тоа сместувањето и храната не ја плаќале, па затоа оваа фаза од развојот на хотелиерството се нарекува и Фаза на бесплатно гостопримство. Понатаму како, причини за патувањата на луѓето би можеле да ги наведеме и посета на бањи, посета на религиозни места, музички настани и друго. Бесплатното гостопримство било морална обврска и била развиена речиси кај сите нации. Особено во тоа се истакнала црквата која во средниот век ја презела улогата за гостопримство на верниците и другите патници.

#### *Фаза на првобитно хотелиерство*

Првобитното хотелиерство, поточно негоиот развој започнува со наплаќањето на гостопримството. Имено, во самите почетоци на оваа фаза, услугите за храна и сместување се заменуваат во натура, а подоцна за пари. Она што е специфично за оваа фаза е масовност на патувањата, а исто така и тоа што започнале да функционираат посебни

објекти кои нуделе услуги за сместување и храна. Она што е карактеристично за овие објекти е тоа што тие имале едноставна конструкција и опременост. Голем дел од нив биле лоцирани во близина на патиштата или во поголемите населби. Гоститете кои преноќувале биле сместувани во една соба и биле служени во садови од глина. Шталите за запрежните коли и животните биле важен дел од градбите и биле одвоени од просториите за сместување на гостите. Во античка Грција имало развиени вакви објекти за сместување, кои нуделе услуги за храна и пијалаци и најчесто биле градени до храмовите, до термални извори, а голем број од нив постоеле во Олимпија, каде се одржувале Олимписките игри. Во нив имало музичари, а некои објектите имале и сцената за изведување на театарски претстави. Понатаму во Римската Империја рестораните претежно биле градени до важни патишта и во градовите. Во тој период се развиваат голем број различни видови објекти за угостителски услуги познати како „мансиони“, „таверни“, „стационаси“ и други. Во Персија и Османлиската Империја постоеле објекти за сместување наречени каравани-сарии и анови кои биле лоцирани покрај главните патишта.

#### *Фаза на современо хотелиерство*

Општиот развој на општество, особено пронаоѓањето на парната машина, а подоцна и на парабродот, железницата, автомобилот, авионот придонесоа за напредок на угостителството. Развојот на транспортот отвори можности за дотогаш незамисливи масовни патувања. Патувањето било поттикнато преку основањето и работење на туристички друштва, туристички агенции и со националните организации за туризам. Особено голем интензитет во современото хотелиерство се јавил во периодот после Втората светска војна. Масовноста на патувањата, зголемување на далечината на патувањето како и временскиот престој на патувањето се јавуваат како причина за поголема удобност, подобар квалитет и поголем избор на хотелските услуги. Организацијата на хотелите станува сè покомплексна, пофункционална, понудата опфаќала поширок асортиман и квалитет на услугите. Понатаму започнале да се донесуваат прописи за изградба, опремување и работење. Друга појава карактеристична во современото хотелиерство е поврзувањето и здружувањето. Имено, хотелите од ист вид се

поврзуваат во големи хотелски ланци каде се придржуваат кон заеднички стандарди. Покрај овој вид здружување, постои облик на поврзување на хотелите со фирми од различни дејности кои меѓусебно не си конкурираат, а делат ист потрошувач (авионска компанија- rent a car – хотел). Како прва гостилница се споменува гостилницата лоцирана во Америка во 1607. Понатаму првиот јавен хотел, Сити хотел, бил отворен во Њујорк во 1792, додека првиот модерен хотел, Тремонт, бил основан во Бостон во 1809, а првиот бизнис хотел, Буфало Статлер, бил отворен во 1908. Од тој период, се отвориле голем број хотели како Радисон, Мариот и Хилтон кои како еден од видовите објекти за престој се поделени според услугите и комфорот што го нудат. Овие два фактори, заедно со локацијата на хотелот, придонесуваат за висината на цената.

## **2. Поим за хотел и хотелиерството**

Примарна функција на хотелиерство е задоволување на потребата на гостите за сместување и исхрана. Секторот за исхрана го поистоветува и процесот на производство за послужување на храна и пијалок, додека секторот за сместување подразбира работен процес од услужен карактер. При тоа во хотелиерството како услуга се подразбира обединување на услугите за сместување и исхрана, и има дуален карактер, услужно – производствен карактер. Меѓутоа, не секој објект во која се обезбедува услугата за сместување и исхрана не е и не може да биде хотел. Иако, поимот „хотел“, не ретко се користи како синоним за сите видови објекти од тип на сместување, на кои му се препишуваат општите значења. Тоа значи дека се однесува на одреден вид на објекти во кои има задолжителни стандарди, односно одредено ниво на удобност и асортиман на услуги.

Поимот хотел доаѓа од латинскиот збор *hospes*, што значи гостин, односно од францускиот збор *hôte* што значи домаќин. Угостителскиот објект кој во основа е репрезент на хотелската индустрија е хотелот. Тоа претставува угостителски објект во кој се даваат услуги за сместување и останати услуги на хотелски начин, што е основно самото поимање на хотелот, како објект во кој се даваат хотелски услуги

При дефинирањето на поимот хотел, во различните држави се користат определени критериуми кои се однесуваат на: намената, минималниот број на соби со кои треба да располага, постоење на санитарни јазли и други удобности за престој. Прашањето за професионалното определување на поимот „хотел“ е поставено повеќекратно на различни форуми на Меѓународниот сојуз на хотелиерите (Будимпешта-1926г., Рим-1929г., Лондон и др.). На конгресот во Луцерн (1953г.), Сојузот решава во својата дејност да се занимава само со „туристички хотел“ и ја нуди следнава дефиниција: „Туристичкиот хотел е објект за сместување, чија цел е да прима гости кои имаат намера да престојуваат таму временски и кон кој се додава објект за исхрана во помалку или повеќе развиена форма. Туристичкиот хотел треба да одговара на сè поприбирливите цивилизирани луѓе, како и на прогресот постигнат во областа на начинот на живот и хигиената на хранење“.

Според СТО хотелот е сместувачки објект во кој услугите за сместување се даваат во одреден број на соби (во број поголем од утврдениот минимум), кој обезбедува одредени услуги, вклучувајќи и послужување во собата (room service) секојдневно чистење на просториите и простории за лична хигиена на гостите, кои се категоризирани според опремата и услугите кои ги нуди, и кој е управуван од страна на единствена управа (која важи и за големите хотелски синџири).

Од големиот број дефиниции може да се дојде до една заедничка: Хотелот е објект за престој на гости за кратко време, кој обезбедува цивилизирани услови за престој и ноќевање, може да нуди исхрана и други услуги и стоки поврзани со потребите на оние кои престојуваат во него.

Хотели обезбедуваат сместување во соби, и во хотелски апартмани. Иако, хотелите вообичаено нудат двокреветни соби, тие исто така, обезбедуваат можност за употреба на дополнителен, помошен или детски кревет. Хотелот претставува угостителски објект, кои ги обединува сите посебности на угостителските процес на производство. Негова основна цел е постигнување на задоволителен профит со задоволување на желбите и потребите на потрошувачите. Имено тој претставува деловна организација која е во сопственост на субјекти, кои ги вложиле своите парични средства и очекуваат враќање на инвестицијата, па затоа и основната цел на хотелот е остварување на профит. Во денешно време хотелите, имаат тенденција да бидат позитивна сила во општествената и животната

средина каде што тие работат. Можноста за генерирање на профит зависи од ориентацијата на хотелот на пазарот, што значи дека хотелот треба преку својата понуда да се обезбеди одредена услуга(корисност) на клиенти за време на нивниот престој во хотелот.

Под поимот хотелиерство се опфатени сите угостителски објекти чија основна дејност е давање услуги на сместување. Хотелиерството е дејност која на гостите им дава услуги на сместување, храна, точење на пијалоци, рекреации и други услуги. Значи хотелиерството како основна дејност го има вршењето на услуги на сместување но може да врши и други угостителски дејности како што е припремање и услужување храна и пијалоци и слично, кои зависат од видот и намената на објектите. Како темел на туристичкиот рецептив, хотелиерството поради својот огромен обем да работеше и влијанието на општеството во одредена земја, денес веќе и се нарекува хотелска индустрија.

Хотелиерството можеме да го анализираме во потесна и поширока смисла на зборот.

Така, во потесна смисла хотелиерството е дејност која своите услуги им ги пружа само на туристите, додека во поширока смисла на зборот хотелиерството своите услуги им ги пружа и на домицилното население.

Имено тоа за време на привремениот престој во хотелските објекти на туристите во избраната дестинација им овозможува одмор и релаксација, на деловните луѓе остварување на деловни контакти, овозможува одржување на конференции, семинари и разни другистручни, научни и политички средби каде создава услови за конструктивна работа, на излетниците им ги приближува природните убавини и културно-историските споменици, додека на локалците им овозможува услуги на храна и пијалаци, и различни содржини.

Како резултат на економскиот развој на една земја и хотелиерството доживува експанзија, особено на терцијалниот сектор, што стимулира домашното население да патува од деловни и туристички причини, т.е растот на глобалниот туристички пазар односно зголемување на меѓународните туристички патувања.

Со обезбедување на хотелските услуги на туристите хотелиертвото остварува значителен дел од туристичката потрошувачка. Затоа, оваа дејност често и се нарекува рецептив на туристичката дејност.

### 3. Значење на хотелиертвото

Секоја стопанска гранка, па секако тоа е и кај хотелиертвото има повеќекратно општествено и економско значење во една земја. Имајќи го тоа во предвид во продолжение се наведени најзначајните придобивки на хотелиертвото.

Така според група автори хотелиертвото има повеќекратно општествено и економско значење<sup>2</sup>:

- Задоволување на потребите од сместувачки и други услуги што се даваат во хотелските објекти;
- На учесниците на политички, стручни и научни собири хотелиертвото им овозможува услуги и услови за деловорна работа;
- На излетниците им овозможува користење на услуги заради запознавање со природните убавини, историското, културното наследство и стопанските достигнувања во туристичкото место и дестинацијата;
- На домицилното население хотелиертвото му овозможува користење на услугите на храна и пијалоци како и на забавните содржини;
- Хотелиертвото го овозможува и поттикнува развитокот на сите видови туризам. Тоа во најголем дел го претставува т.н туристичко угостителство кое има големо значење во развојот на туризмот, а и обратно;
- Давајќи им одмор и разонода на туристите тоа овозможува обновување на менталните и телесните способности кои се нарушени од секојдневниот живот;
- На деловните луѓе хотелиертвото им овозможува користење на услуги кои се потребни за остварување на деловни контакти;
- Со остварените приходи особено девизните, хотелиертвото придонесува за стопански развој и подмирување на дел од финансиските потреби на државата;

---

<sup>2</sup> Група автори, Организација рада у хотелу, Хотелиерски факултет, Загреб, 1994 г, стр 1



- Хотелиерството е потрошувач на производите од голем број стопански гранки со што се јавува како учесник во стоковиот промет помеѓу произведувачите и потрошувачите. Со тоа хотелиерството придонесува за побрз вкупен стопански и општествен развој во регионот во кој делува;

- Со оглед на тоа што во хотелските објекти престојуваат и комуницираат гости од разни краеве и земји доаѓа до нивно меѓусебно запознавање и зближување, а со тоа јакне и мирот во светот;

- Со програмите за разонода на гостите кои се проткаени со обичаи од крајот каде што е лоциран хотелот, хотелиерството придонесува и за посодржаен престој на гостите, а со тоа и за проширување на сознанијата за крајот, луѓето и нивната култура и традиција;

- Хотелиерството вработува значителен број на млади стручни и други соработници со што придонесува за ублажување на невработеноста.

Како што видовме, хотелиерството во општествениот и економскиот живот на една земја има големо значење. Иако, на оваа тема може уште многу да се пишува, меѓутоа имајќи предвид дека предмет на интерес на овој труд не е да правиме осврт на значењето на хотелиерството во една земја, во продолжение на оваа глава исто така накратко ќе се осврнеме на неговите специфичности.

#### **4. Специфичности на хотелиерството**

Хотелиерството како дејностима разновидност на услугите и производите преку кои ги исполнуваат желбите и потребите на потрошувачите. И покрај фактот што дел од деловната активност во хотелиерството има карактер на материјалното производство (снабдување на храна и пијалоци), сепак услужниот карактер е онашто во суштина ја одредува оваа активност и ја прави специфична<sup>3</sup>:

- Во хотелските објекти на клиентите им обезбедува сместување, храна и пијалок и надвор од пансионските услуги;

- Треба постојано да се прилагодува на нивните барања

---

<sup>3</sup>Dani B. (2006). Turističko ugostiteljstvo, Zadar.

- Во работно време на хотелот еластична;
  - Тешко да се планира и се координираат потребите на вработените со капацитетот на вработување;
  - Постојана подготвеноста на вработените да се обезбедат услуги;
  - Нееднаков интензитетот на работење во текот на денот и во текот на годината ги одредува специфичните;услови за работа - сезонска работа со долго стоене, одење или работапри високите температури;
  - Нефлексибилност на трошоцитеи ангажирање на средствата;
  - Потребата од директен контакт со гостите, бидејќи услугите не можат да се обезбедат, каде што нема гости;
  - Во процесот на производство се користи релативно скапи подготовка, материјали (за подготовка на храна и пијалоци);
  - Хотелскиот пазар е заситен со понудата, што им овозможува на корисниците постојано да имаат на располагање се поширока понуда во рамките на исто ниво на цени.
- Цицкоски наведува други специфичности по кои хотелиерството се одликува<sup>4</sup>.
- Хетерогеноста се огледува во тоа што хотелиерската понуда опфаќа разни видови на туристички услуги. Стоки и добра, односно вклучува широка лепеза на стопански и вонстопански дејности.
- Не постои транспорт на услугите како кај другите дејности (трговија) туку купувачот (гостинот) мора да дојде на местото на потрошувачката, односно користењето на услугите. Креветот не се продава, туку со многу други дополнителни услуги се изнајмува наместен. Значи теркот е обратен, се транспортираат потрошувачите, а не производите и услугите.
- Хотелската понуда е комплексна категорија составена од различни фактори врзани со доаѓањето и престојот на гостите.
- Услугата не може да се испрати на испитување како стоков примерок (мостра).
- Високата застапеност на основните средства ( згради, опрема, хортикултура ) предизвикува висока застапеност на фиксните трошоци на цената на услугите.
- Периодичност во работењето (100-150 дена во текот на годината)

---

<sup>4</sup> Цицкоски А. (1994). Организација и техника на хотелско работење, Универзитет во Битола

-Периодично работење со пониски цени (вон сезона) предизвикува и пониска индивидуална рентабилност. Тоа се компензира со општествена рентабилност што е и причина туризмот да се стимулира со одредени мерки од страна на општеството

-Наспроти еластичноста на побарувачката, хотелиерството е доста нееластично како во поглед на време и простор така и во поглед на ценовно и друго прилагодување. Крутоста на понудата е предизвикана со релативно високите инвестициони вложувања за рецептивниот капацитет (хотели и сл) и високиот степен на учество на личниот труд во вршењето на хотелските услуги.

-Освен тоа, некои дејности (туристичкото посредување, спортската рекреација, здравството) со своето вклучување во туризмот некогаш се на страната на понудата, а некогаш на страната на побарувачката, додека хотелиерството е констатен компонент на понудата.

-Услугите не можат да се складираат за подоцнежна продажба

-За разлика од другите дејности кои делумно се вклопуваат во туристичката понуда, хотелиерството скоро целосно припаѓа на туристичката понуда

-Хотелиерството е целосно зависно од туристичката потрошувачка. Сите други дејности во недостиг на туристи се вртат кон домашното население со своите услуги.

-Интензитетот на трудот не е рамномерен туку е поголем токму во време кое во општеството се смета за слободно, главно за рекреација, разонода и сл. што предизвикува одредени пречки во семејниот општествен живот.

-Основните компоненти на хотелиерската понуда (сместувањето и исхраната не се основна цел на доаѓањето на корисниците, туку тие се појавуваат како последица на други желби и мотиви што значи дека хотелиерството во туристичките места мора да води сметка за сите други чинители на туристичката понуда.

-Во хотелиерството е ограничена можноста за примена на механизација и автоматизација во работењето бидејќи услугите имаат повеќе личен карактер, а тоа ги смалува можностите за зголемување на продуктивноста на трудот.

## 5. Хотелот како деловна единица

Хотелот, како основен репрезент на хотелиерството, независно од неговата организациона положба, може да се карактеризира како систем. Хотелот како деловна единица мора да има разработени постапки на информациските активности која можат да ги обавуваат луѓето со помош на информатичката технологија. Информациите во хотелот се добиваат од различни извори, внатрешни и надворешни, а информациониот систем ги обработува во нови и корисни информации. Информациониот систем на хотелот има за цел да го обезбеди деловниот систем со сите на него потребни информации за

- Изведување на деловниот процес;
- Управување со деловниот процес;
- Одлучување :

Хотелот како деловна единица се состои од мноштво на меѓусебно поврзани елементи, кои остваруваат некои деловни и општествени цели. Хотелот е деловна единица која припаѓа во сферата на општествени состави и се разликува од природните и технички состави во општеството бидејќи е:

- Сложен;
- Отворен;
- Организациски.
- Динамичен;
- Стохастичен;

Хотелот е сложен систем, бидејќи се состои од повеќе елементи (подсостави), кои и самите по себе ги имаат сите обележја на составот. Доколку се гледа таа сложеност од аспект на функционалноста, во хотелот на пример може да бидат и следните подсостави:

- Набавка;
- Управување со човечките потенцијали;
- Маркетинг и продажба на сместувачките капацитети;
- Припрема и давање на сметувачки услуги;
- Одржување на хотелот;
- Финансии и сметководство.

- Припрема и давање на услуги за храна и точење на пијалоци;
- Припрема и давање на дополнителни (вонпаснионски) услуги;

Кога хотелот ќе се расчлени на факторите на процесот на негово функционирање, тогаш како подсостави се јавуваат:

Од економско-социолошки аспекти хотелот се расчленува на подсостави како

- Организациони единици;
- Економски единици;
- Деловни единици;
- Предметите за работа;
- Услугите кои се даваат во хотелот
- Менаџментот;
- Профитни единици;
- Трошковни единици;
- Средствата за работа;
- Производно-услужниот персонал ;
- Инвестициски единици;

Доколку пак хотелот го гледаме од аспект на неговото функционирање, како подсостави се јавуваат:

- Управување;
- Извршување;
- Формирање на информации;
- Раководење;

Хотелот е динамичен систем, бидејќи му е својствено постојано движење и развој. Статичноста во хотелот може да постои само во еден момент и тоа како одредена точка на континуираната линија на динамичното движење. Динамичноста и развојот на хотелот како деловна единица претставуваат услов за негово опстојување како систем. Доколку хотелот не ги остварува зададените и планираните цели (давање на квалитетни услуги преку остварување на добивка од работењето) тогаш може да дојде до негово деловно назадување и во краен случај до негово банкротирање.

Хотелот е стохастички состав, што подразбира значителна несигурност, односно многу веројатности во неговото функционирање. Имено, внатре во хотелот како систем но исто така и од неговата околина, можно е голем степен на изненадувања, бидејќи хотелот не е систем кој сам се регулира, туку систем со кој треба да се управува за да би можел успешно да функционира.

Хотелот е отворен систем, лоциран во одредена средина (околина). Околината на некој хотел ја сочинуваат и други хотели во одредена туристичка дестинација (конкуренција), други угостителски објекти за давање на сместувачки услуги, храна и точење на пијалоци, патничките агенции, останати деловни субјекти од други дејности. Од таа околина, хотелот добива материјал, енергија, луѓето и информациите, а на околината им го доставува својот производ (материјални и нематеријални услуги) и за тоа добива (или не добива) соодветни признанија во облик на посетители и корисници на своите услуги. Околината на хотелот има големо влијание преку цената, пазарот, даночната и кредитната политика и други инструменти а непознавањето на околината може да има тешки последици на хотелот како деловна единица,.

Хотелот е организациски систем, бидејќи е творба на човекот, а се состои од природни и технички елементи. Во организационен смисол, работниците ја преуредуваат природата користејќи се со природни законитости, создавајќи средства за работа и средства за трошење и со тоа ја реализираат целта на своето постоење. Во современите услови, средствата за работа се повеќе го добиваат обликот на технички особености, од што произлегува дека работниците во хотелот во својата активност мораат да ги почитуваат законите на природата и во однос кон самата природа така и во однос на техничкиот состав кои го изградиле и вградиле во својот организациски систем. Со оглед дека станува збор за организациски состав на подрачјето на економиката во областа на односите човек кон човекот, тие субјекти мораат да се однесуваат според одредени начела на економијата. Секој посложен систем, па така и хотелот како деловен систем се карактеризира со неколку обележја од кој според (Turk, 1977), најзначајни се:

- Цели
- Процеси
- Правила на однесување

- Влезови
- Излези
- Функции
- Структура
- Резултат
- Околина
- Информации

Наведените обележја меѓусебно и така поврзани да сочинуваат своевиден апстрактен состав кој може да служи како помош при проектирањето, организирањето и усовршувањето на хотелот како деловна единица.

1. Целта е она по што се насочува во извршувањето на своите задачи, што е цел на негово постоење и делување

2. Функцијата на составот се сметаат задачите или група на задачи што го сочинува дејноста на системот додека функцијата во хотелот се состои од многу подфункции, а секоја од нив пак е група на меѓусебно поврзани задачи во одредено време, простор, облик по носител и начин на извршување. На структурата на системот упатува баш таа поврзаност.

3. Структура значи состав од повеќе делови кои ја сочинуваат целината. Меѓутоа структурата не е само распоред на делови на некоја целина туку и самата целина како таква, која како целина ги прима квалитетите, кои инаку не мораат да ги имаат нејзините делови. Имено, исти елементи меѓусебно различно поврзани даваат соодветна структура.

Менувањето на елементите и нивните меѓусебни врски и односи ја менува и структурата. Во хотелот како деловена структура постојано влегуваат едни, излегуваат други елементи. Така на пример застарената опрема и уреди, информациската технологија, квалификационата структура на вработените, се заменува со нова техника, технологија, ново знаење и вештина на вработените од суровина до изработката на нови производи итн. Токму со такво менување на елементите на составот, се менуваат и задачите на поедини функции во хотелот, се менува и структурата на производно-услужниот деловен состав.

Влезови и излези се два взаемно поврзани обележја на секој состав па така и на хотелот како деловна единица, Влезовите се одредени величини кои влегуваат во составот од неговата околина, а тоа во хотелот ќе биде материјалот, енергијата, луѓето со својата работна способност, парите, информациите и др.

Излезите се одреден величини што излегуваат од составот во неговата околина. Во хотелот тоа се материјалните и нематеријалните услуги, остварениот профит, излезни информации и др

Процесот во хотелот претставува трансформација на влезовите и излезите. Анализирајќи ги влезовите и излезите на деловната единица може да се утврди дека имаат поинаква содржина од влезот: додека влезот е почеток, излезот е завршеток на еден деловен кружен тек. Помеѓу влезот и излезот внатре во деловната единица доаѓа до трансформација на влезните и излезните големини. Материјалот со помош на средствата за работа, енергијата и работата на човекот се трансформира во производи или материјални услуги додека влезните податоци ги претвора во информации, резултати и др. Токму таа трансформација е битна во процесот, како една од темелните обележја на системот.

Секоја систем па така и хотелот како деловна единица, се однесува, односно во него се одвива процес по одредени правила на однесување и законитости. Тоа пред се се правила на технологијата, организација и законодавството. Доколку не се однесува по тие законитости, односно правила, значи дека системот не е уравнотежен, а последица е неефикасност, која во случаи на долготрајност може да доеде до пропаѓање на деловната единица

Резултатот на хотелот е учинок на процесот што се обавува од поставувањето до реализација на целите на хотелот. Тој резултат се изразува преку различни показатели, како што е искористеност на сместувањето, бројот на оставрени ноќевања, обемот на дадени услуги на прехрана точење на пијалоци и останати услуги во хотелот, висината на остварениот бруто и нето приход, платите на вработените и сл.

Околината е обележје на секој, па така и на деловниот состав, односно хотел. Помеѓу околината и составот постои тесна меѓузависност и интеракција помеѓу подсоставот и составот.



Информација, претставува десето обележие на хотелот. Хотелот е деловна единица со која мора да се управува, а за тоа треба да биде остварена претпоставка која се состои во тоа што носителите на менаџерските функции бидат квалитетно информирани во прав момент и на соодветен начин за сите битни работи од околината како и за се друго што е неопходно за успешна работа и управување со деловната единица.

Во исто време целите на хотелот се одржување на континуитет и квалитет на услугата преку зголемување на добивката и задоволство на своите гости. Со оглед на тоа што желбата на гостите е максимална, преку што поповолна цена, хотелиерството не може да си дозволи зголемување на цените, што значи поголема добивка мора да се оствари преку намалување на трошоците. Конфорот, топлината и мирисите, односно техничка и економска лагодност, се основни елементи за водење на хотелот. Менаџментот на хотелот мора да ги осигура сите наведени фактори поради задоволството на гостите и профитабилност на хотелот. Концепцијата на сите четири фактори во сите делови од хотелот како и комбинација на топлинско-техничкиот конфор во самите хотелски соби, довела до пристап кој нагласува поврзаност помеѓу очекувањата на гостите во хотелот и финансиските можности на хотелот.

Во пракса угодноста на топлината претставува чувството на задоволство, кој е резултат на заедничките настојувања на архитектите, инженерите консултанти и работниците на климатизацијата во греењето и ладењето. Ова задоволство може да се постигне со користење на централно надзорно управувачи состав во смисла пополнување на амбиенталните барања, а тоа се температурата, влагата и брзината на струење на воздухот. На задоволството на топлината исто така влијаат и активностите на гостите во различни делови од хотелот (фитнес ноќни клубови ) како начинот на кој се облечени.

Задоволството со мирисот е поврзано со задоволство на топлината каде е присутна голема променливост на бројот на луѓе во просторот на пример во угостителските создржини во хотелот, салите за состаноци, шопинг центрите. Задоволството од мирисот претставува уверување на гостинот дека цело време ќе дише најквалитетен воздух. Чадот и мирисот од кујната можат да бидат мошне непријатни.

Техничкото задоволство претставува лесно и едноставно управување со целокупната техничка опрема во хотелот, од термостатот во хотелската соба па се до

оперативниот терминал на рецепцијата во центарот за надзор и управување. Доколку ракувањето со софистицираната модерна опрема е комплицирано, како за техничкиот персонал така и за гостите, се доаѓа до незадоволство на луѓето. Хотелиерите мораат да имаат моментална и јасна претстава за тоа што се случува во секој дел од телото како би се избегнале можните поплаки. Воедно, мораат да ги решат и разните видови на управување со хотелот (сигурноста, комуникацијата, задоволството и надзорот на собите), пожелно би било тоа да биде интегриран систем. Денешните модерни подсостави ја интегрираат контролата на пристапот во собата, телевизијата, собниот аларм, заштеда на енергијата и регулација на температурата. Таквите целосни пакети на надзор драстично го зголемуваат нивото на комфор на хотелот и ги намалуваат трошоците за енергија.

Економското задоволство е задоволство (како за хотелскиот менаџмент така и за гостите) кое е последица на добивање на претходно наведените задоволства (топлина, мирис и технологија) со најмал можен трошок.

Во овој дел накратко се обидовме да го објасниме хотелот како деловна единица. Тоа понатаму во дисертацијата ќе ни помогне да го сватиме хотелот како деловна единица, по што тој се разликува од останатите субјекти, кои карактеристики ги има и слично.

## **6. Функции на хотелите**

Хотелот е околина чија цел е да им обезбеди на своите гости корисна и ефикасна услуга, односно удобен престој. Гостите на хотелот очекуваат гостопримство и различни бенефиции кој хотелскиот менаџмент треба да им овозможи целосна задоволството поради нивната благосостојба, туку исто така и профитабилност на хотелите<sup>5</sup>.

Хотелот е во карактеристична позиција со оглед на осцилирачка побарувачката, и се спротиставува на релативно нееластична понуда поради крутиот капацитет, особено во областа на сместувањето. Врз основа на потребата за постојана деловна, односно услужна подготвеност, во хотелската индустрија се појавува тенденција кон прекумерна

---

<sup>5</sup> Jaković, B. (2012). Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, Praktični menadžment, Vol.4, br.1.

прекапацираност, при што вистинската и можната искористеност ретко се совпаѓаат и тоа во кратки периоди на врвот на побарувачката. Поради оваа ригидност на понудата, на стратегиското планирање во хотелската индустрија треба да му се обрне посебно значење.

Ако благовремено се увидат промените во опкружувањето, би можело навремено да се воведат соодветен механизам кој долгорочно ќе придонесе за егзистенција на организацијата. Менаџментот во хотелите може да се дефинира како систем на создавањето, насочување и координирање на сите фактори кои влијаат на понудата на хотелите. Цел на хотелскиот менаџмент е да се постигнат што поголеми деловни и финансиски резултати со минимални инвестиции. Основна карактеристика на хотелот вклучуваат сместување и исхрана, а со тоа се наведени услугите од нематеријална природа. Услугите кои се нудат од страна на хотелите се резултат на комбинација на материјални добра (хотелски соби, храна, пијалоци) со различно давање на услуги.

Сепак, треба да се земе во предвид дека побарувачката за хотелски услуги не е ограничена само на физиолошките потреби за храна и сместување, туку, исто така, и на дополнителни услуги, како што се гостољубивоста, учтивоста, или создавање на пријатна атмосферата, која, всушност, добива како резултат на социјални потреби, потребата за признавање или за себе-реализација.

Во овој контекст треба да се забележи на индивидуалната ориентација на желбите на гостите, бидејќи секој клиент има индивидуални потреби, карактеристични различни мотиви, кои ја наметнуваат потребата услугите од случај до случај сосема поинаку да се комбинираат.

На Сликата бр. 1, покрај основните функции, се прикажани некои помошни функции на хотелот. Како што можеме да забележиме, различните нематеријални услуги, и внатрешните фактори се користат и материјалните добра (храна и пијалоци, хотелски соби), но тука има само ограничена можност за складирање, заштеда. Така за прехранбениот сектор во хотелот има само мала можност за складирање на храната и пијалоците, бидејќи тие можат да се чуваат само ограничено време.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Grgona, J. and Supić, A. (2007). Uloga marketinške koncepcije u hotelskom poslovanju, *Ekonomika misao* br.1.

**Слика бр. 1** Функции на хотелското работење



**Извор :** Ingram, H., Ransley, J.: *Developing Hospitality Properties and Facilities*, Butterworth-Heinemann, Oxford 2000., str. 65.

Хотелските услуги може да се реализира само преку директен, личен контакт меѓу оној кој ја нуди и нуди на оној што ја добива услугата. Надворешениот фактор во лицето на гостинот го одредува моментот и обемот на услугите. Услугата во хотелот може да се дејности која се однесуваат на луѓе, а тоа е условено од присуството на гостите, и употребата на материјални и нематеријални внатрешни фактори обезбедува директни услуги на трети лица, кои како надворешен фактор влегуваат во процесот на услугата.

Управувањето на хотелот е многу специфична и комплексна работа. За да може управување на хотелот да биде успешно, не е доволно само да се имаат претприемачки идеи и желби, но туку тоа бара многу менаџерски и деловни знаења и вештини во областа на:

- Деловно комуницирање.

- Хотелското работење - туризмот;
- Продажбата и рецепцијата на хотелот;
- Маркетинг во туризмот;
- Претприемништво (бизнис план);
- Менаџментот;

## **7. Хотелски услуги и хотелско работење**

Секоја деловна активност има свои специфики за кои несомнено се рефлектира во работата на претпријатието и во него. Ова е случај и со хотелската индустрија. Една од основните карактеристики на хотелската индустрија е вид на доброто што хотелот нуди, во вид на услуги. Услугите се специфични чие "производство", односно обезбедување и размена, поставува голем број на посебни барања при што секој хотел мора да внимава на тоа. Некомпатибилениот карактер, неможност за чување, истовременост на производството и потрошувачката, неопходноста од директен контакт со клиентите - сето ова се елементи кои повикуваат на посебни барања за хотелски менаџмент.

Друг важен елемент е врската на хотелските услуги со други елементи на туристичкиот систем, кои го прават зависен хотелот со елементи со кои е без директна врска. Конечно, неизбежен фактор на хотелот се спецификите на понудата и побарувачката во хотелската индустрија, кои се многу различни од тие во други, особено производствени активности.

Сите овие елементи се во организација и систематизација на деловните функции на хотелски активности. Затоа целта на овој дел од трудот е да се идентификува и да се објасни специфичноста на едена хотелска "услуга" и бизниси и ви покаже на какви притисоци го ставаат во управувањето со хотелот.

## 7.1 Карактеристики на хотелските услуги

Главната активност на хотелот е да обезбеди разновидни услуги. Услугите, како хотелските така и сите други, со своите суштински карактеристики се разликуваат во голема мера од производот кој поставува низа специфично хотелската дејност. Иако вообичаено е предметот на хотелската понуда да ја нарекуваме хотелска услуга, имајќи ги предвид нејзините примарни карактеристики, хотелската услуга ги исполнува условите да се карактеризира со:

1. Неопипливост;
2. Производство и потрошувачка на истовремена употреба;
3. Директен контакт на производителите и корисниците;
4. Важноста на човечкиот фактор<sup>7</sup>.

Една од најважните карактеристики на услугата е нематеријалноста. Во хотелската услуга се рефлектира фактот дека гостинот не може да ги тестира, обидите со сместување пред купувањето. Преку разни медиумитој може да го види понудениот сместувачки објект и она што го нуди, но атмосферата на местото, искуството и услугатанема да може да се пренесе. Поради оваа причина, гостинот мора да верува во зборот на давателот на услугата, односно хотелот изложен на ризик од неисполнување на ветувањата. Овој ризик води до зголемени трошоците за пребарување. Тоа е причината зошто сите фактори кои работат за намалување на трошоците за да се подигне нивотона довербата на гостинот во давателот на услуги што значително влијае на конечниот избор на гостинот. Таквите фактори на пример, сликата и ознаката како ориентација во потрага и довербата. Од таа гледна точка соработката исто така може да се почитува. Имено, независните хотели воспоставуваат бренд и слика со цел да се намалат трошоците за пребарување, често е многу тешка задача, како што нуди кооперативната способност заеднички да влезат на пазарот и да развијат заеднички "покривни марки". Покрај тоа, по пат на соработка, самостојните хотели можат да се интегрираат во интегрирани сервисни системи и исто така да работат позитивно за да ги

---

<sup>7</sup> Rispoli, M., Tamma, M., *Le imprese alberghiere nell'industria dei viaggi e del turismo*, CEDAM, Padova, 1996, str.153-154.

намалат трошоците за пребарување и да ја зголемат веројатноста за изборстрана на гостинот.

Процесот на производство, односно обезбедувањето на потрошувачката на услугата, се одвива во исто време, со други зборови, постои просторна и временска врска помеѓу понудата и побарувачката. Тоа значи дека е можно да се оддели моментот на услугата и моментот на нејзината потрошувачка, што е условнеможност за чување на услугите, односно нивниот премин. Имено, непродадените капацитети на хотелот може на кој било начин да ги складира за подоцнежна продажба, на пример, соба која не е изнајмена денес "Зачувај ја" за утре. Како резултат на тоа, падот на побарувачката за хотелски услуги има значителни негативни ефективни дејноста, бидејќи високите фиксни трошоци секако треба да ги покријат, додека пак, од друга страна, сезоната на хотелот нема да биде во можност да ја апсорбира целата нова побарувачка и така се споменуваат загубите кои се компензираат. Очигледно, неможност за складирање на услуги го прави хотелскиот бизнис исклучително не еластичен за промените во побарувачката и потребата за внимателно планирање на капацитетот.

Покрај тоа, времето на производство и потрошувачка исто така ги прави неделни хотелски услуги од локацијата на хотелот. Имено, хотелските услуги не се можни да се транспортаат од едно до друго место, бидејќи размената и извршувањето на услугата се случуваат на местонеговото производство, односно во самиот хотел. Истовремено производство и потрошувачка на хотелските услуги ја повлекува потребата од директен контакт меѓу "производителите" на хотелот и хотелските услуги корисникот - гостин. Едноставно кажано, гостинот мора да биде физички присутен во текот на производството на услуги. Директен контакт не го зема само физичкото присуство на гостинот за време на "производство" услуги. Спротивно на тоа, клиентот игра активна улога во процесот. Затоа искусен квалитетна услугата е субјективна категорија, односно зависи не само од нејзиниот провајдер, туку и од сегашното психолошко и физичко расположение на клиентот, односно хотелот. Тоа е, истата услуга, која може како резултат на промената на психичката и / или физичката состојба, исто така, да доживее искуство во повторната потрошувачка и да се оцени сосема поинаку од претходниот пат.

Карактеристиката на услужните дејности, како и хотелската дејност, е важноста на човекотфактор, бидејќи повеќето од услугите што ги нуди гостинот содржат елементи на личен контакт. Преку контактитеможе да се задоволат посебните, социјални потреби на повисок ранг. Затоа квалитетотна услугите обезбедени во хотелот во голема мера зависи од квалитетот на вработените и особено од тој делврши т.н. пред-фазни активности<sup>8</sup>. Всушност, тие се оние со која влегува со гостите во директен контакт и преку чие дејство оценува надлежности, експертиза и гостопримството на целиот хотел. Затоа човечките ресурси и управување со човечките ресурси се клучни елементи за коираководството на секој хотел мора да внимава на тоа.

## *7.2. Комплементарност на хотелските услуги*

Хотелските услуги се комплементарен елемент на вкупната туристичка понуда и се повеќекратноповрзан со другите учесници во туристичкиот систем. Затоа лоцираниот хотелскиот бизнисе под влијание на низа фактори со кои тој не е во директен контакт. Имено, побарувачката за хотелипроизлегува од севкупната туристичка побарувачка, бидејќи патувањето на туристите обично не емотивирано од желбата да останат во одреден хотел, наместо желбата да останат во одреденадестинација или за работни места или деловни причини. Значи, основната понуда го прави природнодатиран од географска положба, климата, пејзаж, вегетација; социокултурни услови како култура,традиција, говор, менталитет, гостопримство и општа инфраструктура. Во повеќето случаи ова е основната понуда за гостите и е најважниот и решителен елемент во изборот на дестинација за патување.

Секој гостин, во реалноста, креира сопствена услуга која е автентична и неповторлива. Се работи за просторно и временска обединетост за настанувањето и реализацијата на одредени услуги кои се интегрални компоненти на хотелскиот производ. Значи, завршниот процес на хотелската услуга е препуштен на гостите и трае колку и неговиот престој во објектот. Меѓутоа, оттука произлегува и комплексноста на хотелската услуга, каде неговото интегрирање на различни компоненти во еден производ го

---

<sup>8</sup> Bouncken, R.B., Integrierte Kundensegmentierung in der Hotellerie, Dissertation Nr. 2042, Universität St. Gallen, Wiesbaden, 1997, str. 90



извршуваат, покрај носителите на хотелската понуда, и самите негови потрошувачи. А токму самата хотелската услуга, мора да биде комплексна, односно да поседува повеќе елементи, за да може да задоволува повеќе човечки потреби. Затоа понудата на хотелската услуга на хотелите во Косово, неможе веднаш да се трансформира или поправа од веќе долгогодишната стагнација и непроменета понуда, но анализирајќи ги реакциите на гостите, во одреден временски период хотелската услуга може да биде обликувана, збогатена и унапредена со нови содржини и иновации, со цел да го направат привремениот престој на гостите, подобар, поудобен и побогат.

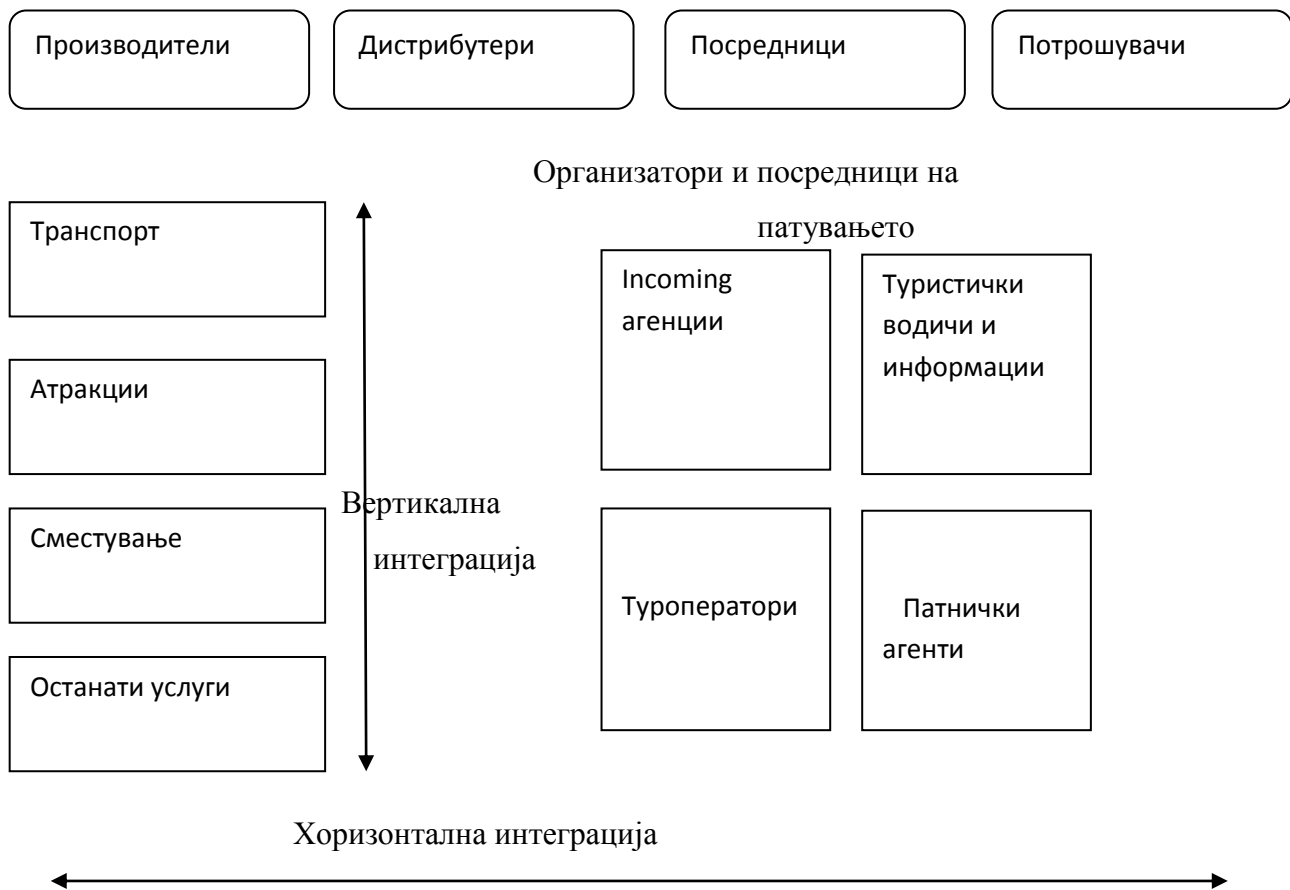
Според ова, ваквото сфаќање се поистоветува со општоприфатените теоретски ставови кои се однесуваат на суштината на хотелскиот производ, каде улогата на неговите потрошувачи апострофира во креирањето, односно во феноменот „пазарно монтирање“ на хотелскиот производ, каде, за жал, нашите хотели имаат извршено многу мал број на истражувања за позиционирање на производот. Со неговата поголема пазарна вредност, гостинот би имал поголем избор за „амалгирање“ на композиција на свој сопствен производ надвор од целосната понуда, што би резултирало со поголем број на услуги и поголеми потенцијали на пазарот. Но, сепак, таквата логика е ограничена од економското однесување кое не дозволува широк спектар на активност без цврста и потврдена економска оправданост за нивно извршување. Затоа, се создава алтернативна политика кој се насочува со соодветна маркетинг ориентација и сегментирање на потрошувачите, и резултира со креирање на адекватна хотелската услуга.

Покрај тоа, хотелските услуги се во комплементарна врска со услугите и бизнисот на другите провајдери. Ова е првенствено за патните и туристички агенции и други туристички брокери; туристички организации, канцеларии и здруженија; резервација системи, маркетинг организации, онлајн услуги; даватели на карго услуги (воздух, железница, море, река, градски превоз, патнички терминали); специфични дестинации; услуги обезбедени од страна на храна и гастрономија компании; транспортната инфра-и супер-инфраструктура и претпријатијата во служба на туризмот; изграден турист атракции (спортски објекти, пешачење и пешачки патеки), забавни објекти, конгресните центри, услуги и информативни услуги. Сите овие фактори директно и / или индиректно влијаат на хотелската дејност, бидејќи хотелот е само еден од многуте елементи кои го

прават тој туристички систем и туристичка услуга и е само еден од елементите на туристичкиот производ.

Горенаведената меѓузависност на даватели на туристички услуги е евидентна од долу прикажаниот модел.

**Слика бр.2** Модел на туристичкиот сектор



**Извор:** Pricewaterhouse Coopers, 2001., prema European Commission, Structure, performance and competitiveness of european tourism and its enterprises, Luxembourg, 2003, str. 7 .

На сликата се прикажани субјектите на туристичкиот систем кои произведуваат, односно нудат индивидуални, делумни, нокомплементарни услуги, кои, со конзумирање на купувачите, се спојуваат во туристички производ. Комплементарноста на наведените услуги произлегува од меѓузависноста на туристичките субјекти, а корелацијата на оваа

зависност е соработката. Имено, со соработка во одредени областите можат да обезбедат континуитет во синџирот на вредност и да обезбедат подобар пристап до пазарот перформанси и бизнис резултат, да обезбеди сместување и појадок услуги, и други угостителски услуги, исто така, може да се обезбеди<sup>9</sup>.

### *7.3. Нестабилност на побарувачката за хотелски услуги*

Побарувачката во хотелската индустрија се карактеризира со висока стапка на нестабилност. Како што побарувачката за хотелски услуги е произлезена од туристичката побарувачка на дестинацијата, флукуациите на побарувачката во голема мера зависи од карактеристиките на просторот во кој се наоѓа хотелот. Проблемот со сезонската концентрација на побарувачката е особено изразен во хотелите каде што работат области каде што главниот мотив за добивање на одмор е сонцето и морето. Нешто по благи концентрации на туристички сообраќај имаат сообраќајот, културни и други економски центри каде мотивите за патување се претежно деловни или манифестирани, иако тие се во кодекс, тие можат да забележат врвови на побарувачката во одредени периоди од годината<sup>10</sup>.

Освен на годишно ниво, може да се направат и флукуации на побарувањата за хотелско сместување, може да се гледаат на неделно ниво. Така, хотелите имаат повисоки стапки на зафатеност за време на неделата, додека во текот на викендот имаат пад на побарувачката. Во хотелите кои служат за одмор ситуацијата е во обратна насока. Конечно, побарувачката за храна услуги, како суштински елемент на хотелот, може да се набљудува дури и на дневна основа и забележливо е дека е во корелација со вообичаеното време на оброк и локација / локација на хотелот.

---

<sup>9</sup> Vrtiprah, V., Pavlic, I., Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2005, str. 41.

<sup>10</sup> Vrtiprah, V., Pavlic, I., Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu, Sveučilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2005, str. 42

#### 7.4. Робусност на капацитетите на хотелската понуда

Лесното барање за хотелски услуги се соочува со дополнителен проблем – релативнонепропустливи капацитети за снабдување. Поточно, понудата на хотелски капацитети на краток рок е целосно не-еластична за зголемување на побарувачката. Причината е, од една страна, неможностскладирање на хотелски услуги и, од друга страна, големо учество на фиксни средства во вкупната вредност на имототили поточно високото учество на фиксни трошоци во вкупните трошоци. Постојаните средства сочинуваат околу 80%вредноста на вкупните средства во кои преовладуваат градежни објекти (околу 90%).

Зголемувањето на сместувачкиот капацитет значи долготрајна и капитално интензивна градба, дела кои доведуваат до зголемување на фиксната цена на единица на изведба честопати не се економичнооправдани да се задоволи краткорочниот сезонски пораст на побарувачката. Затоа како еден од основните задачи на хотелски менаџмент се поставува внимателно планирање на капацитетот имаркетинг напори насочени кон побалансирана побарувачка. Специфичните карактеристики на хотелската услуга поставија посебни барања за хотелски менаџментшто може да се сумираат во форма на следната табела.

**Табела бр.1** Специјалност на хотелските услуги

Карактеристики на хотелските услуги	Посебности	Барања кои се поставуваат на хотелскиот менаџмент
Неопипливост	Нетранспарентност Високи трошоци за пребарување	Важноста на имиџот и брендот Важноста на интегрираните сервисни системи
Истовременост на производството и потрошувачката	Неможностза складирање Неделивост на локацијата Гостинот како елемент за оценка на квалитетот	Важноста на управувањето со капацитетот Важноста на маркетинг и маркетинг микс Важноста на вмрежувањето и обезбедувањето на локацијата Важноста на стратешкото позиционирање (избор на гости,концентрација на моќ)
Личен контакт	Важноста на човечкиот фактор	Важноста на бизнис-ориентирана култура Важноста на развојот на знаење и компетенции
Комплементарност	Зависност	Важноста на мрежното поврзување
Нестабилност на побарувачката	Висока нестабилност	Важноста на маркетингот Важноста на управувањето со информациите (менаџмент, информатички систем, истражување на пазарот, прогнозирање, системи за рано предупредување)
Неприлагодливост на понудата	Висок удел на недвижностите	Важноста на планирањето на хотелскиот капацитет

## 8. Развој на хотелските синџири во светот

Глобализацијата, економската глобализација и интернационализацијата на туристичките услуги, исто така, го создадоа глобалниот туристички пазар, односно меѓународните трговски услуги. ИТ технологијата го олесни овој процес и придонесе за дизајн на успешни хотелски производи и услуги, зголемување на продуктивноста, конкурентноста, инвестициите и се создаваат заеднички потреби (глобални) потреби на потрошувачите, каналите на дистрибуција, маркетинг и менаџмент. Ова главно се гледа во т.н. туристичка индустрија, одморот и зимските центри, компании за крстарење, хотелски брендови. Оваа хомогенизација на пазарот го доближи човечкиот вкус, желби и потреби, без оглед на оригиналната потрошувачка култура.

Маркетингот исто така стана глобален, гледано од препознатливите брендови, но и со воведување на иновации во промоциите. Сепак, учеството на услугите во вкупниот извоз на стоки и услуги се уште е релативно ниско (околу 20%), но постојано се зголемува при што туризмот е водечка гранка<sup>11</sup>. Предностите на формирање на хотелски ланци се: полесно поставување на понуди од целиот свет, употребата на глобалниот систем за дистрибуција, поголема профитабилност и продуктивност на бизнисот, полесно вработување, итн.

Чачиќ смета дека терминот "синџири" во хотелот и го објаснува функционирањето и организационата структура, како што е и самиот концепт на "ланец" е асоцијација, која дава објаснување на силата и стабилноста на организацијата. "Секоја алка во ланецот е подеднакво важна за целиот ланец и тоа ја означува организација како целина и го прикажува учеството на секој од нејзините области или на единството на управување врз основа на стандарди кои се обврзувачки за сите органи. Ова ги вклучува оние хотели лоцирани во синџирот на хотели ", заклучува Чачиќ<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Ljubojević, Č. (2002). *Marketing turističkih usluga*. Beograd: Zavod za udžbenike. Str. 37

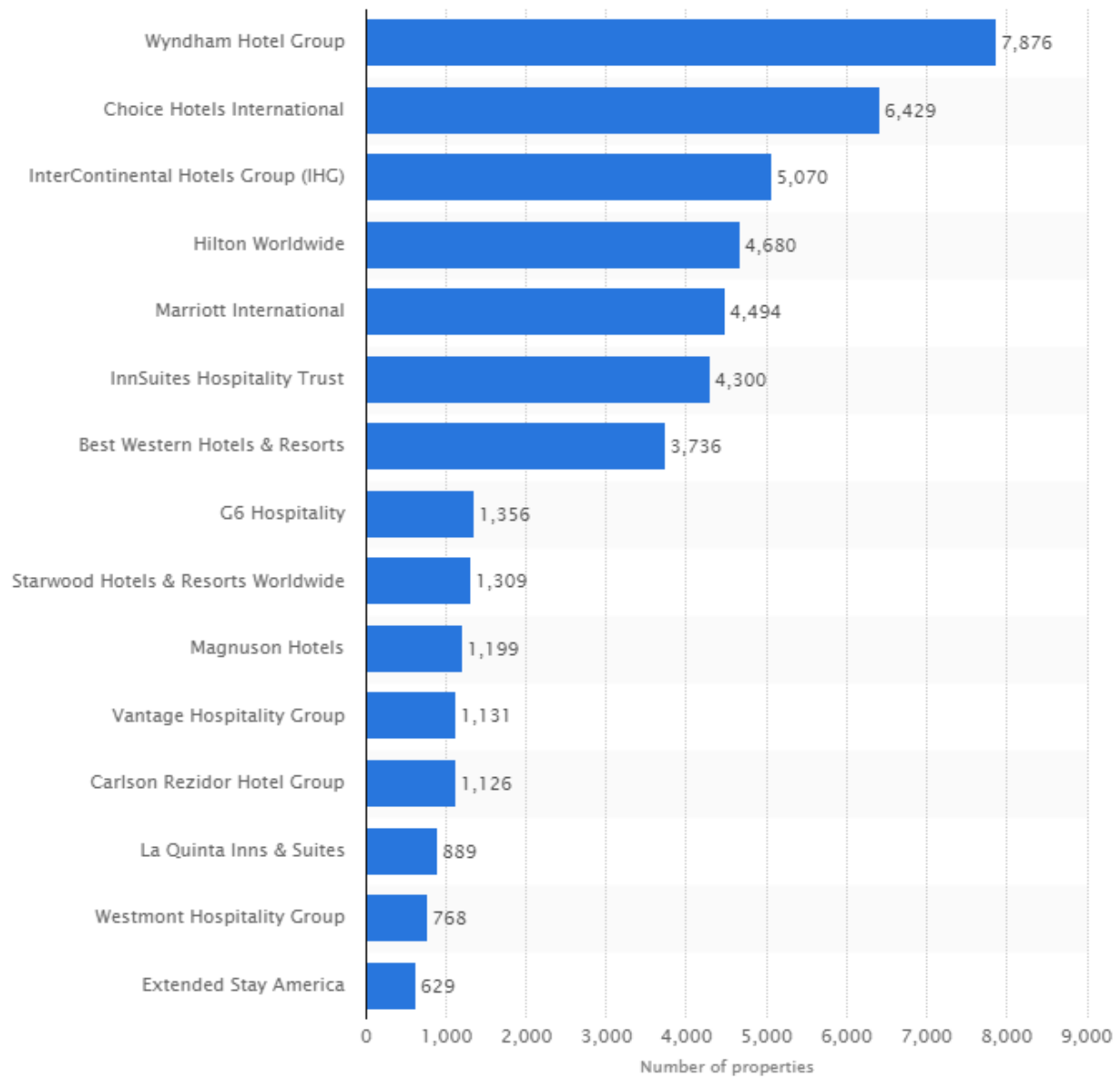
<sup>12</sup> Čačić, K. (2013). *Poslovanje hotelskih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum. Str. 39

Хотелски ланци обезбедуваат стандард за квалитет на услугата, задоволството и лојалноста на туристите, за нив обезбедува намалување на оперативните трошоци, добро позиционирање и конкурентноста во хотелот. Нивното постојано зголемување на понудата, исто така, ги намалува цените на услугите и ги загрозува малите и средните туристички компании. Првиот ланец на хотели, од средината на минатиот век, е хотелот Холидеј Ин во САД, изграден по должината на американските автопати, а денес разликуваме неколку форми на ова здружение: сопственост на компанијата, хотелски менаџмент компании, хотел ски конзорциуми, маркетинг сојузи. Капиталот компании најмногу инвестираат во хотелско сместување, друштвото за управување во бизнис стандарди, хотелски конзорциуми и маркетинг алијансата да се создаде слика, бренд и марки од хотелските производи и услуги.

Кога станува збор за дизајнот, има повеќе толеранција и отстапувања од стандардите за градба и опрема поради психолошки причини се почитувани и дополнителни елементи на локалната култура и традиции. Најдобриот хотелски развој во изминатата деценија е постигнат од Hilton, Marriott i Assoc. Успехот на нивниот бизнис, исто така, се гледа во успешното брендирање на нивните зделки во кој доминира конзистентноста во квалитетот на услугата, разбирање на потрошувачите, добри пораки и идентификација на креативност и бренд.

Големите хотелски ланци се својствени за глобалната експанзија, т.е. ориентација кон меѓународно лидерство. Следствено, следната слика ги прикажува најголемите хотелски ланци во светот и бројот на нивните објекти:

**График бр. 1** Најголемите хотелски ланци во светот и бројот на нивните објекти



**Извор:** Statista *Leading hotel companies worldwide as of June 2016, by number of properties.*

Кога станува збор за поврзување на објектот со ланецот на хотели, каде што носител на стандардни во работењето е сопственик (индивидуалниот или колективниот), однос. Договорниот однос е еден вид на целосна сопственост, за сите цели, стратегии, бизнис, позиционирање, како и реструктурирање и редицајн, одговорен е

единствен сопственик. Договорите за франшиза<sup>13</sup> ги поврзуваат хотелите во ланецот на хотели, и тука постојат две страни: франшизер, давател на франшизата (овластување да го користат неговото име, продажба на своите стоки и услуги, односно своето знаење, слика, успех, маркетинг, производство, или за надомест. ) и франшизат, корисник на франшиза. Прво, со право на користење на франшизата мора да ги прифати хотелските стандарди, дизајн, резервацијата и продажбата на системот, логото итн. за сума од прометот или нето добивката. Најважно во франшизата е употребата на имиња, стандарди, знаење и стручна помош, и обично се одвива во период од 2 до 10 години. Основата на овој однос може да се види во пракса во најголемата туристичка компанија во светот (Cedant Corporation), која работи во 24 земји и повеќето во САД.

Договорите за наем<sup>14</sup> произлегуваат од постојано зголемување на поврзаноста на хотелот и потребата за единствен, високо квалификуван тим на менаџери во една компанија за да им служи на ланецот на хотели. Овие друштва за управување ги наплаќаат своите услуги на сопствениците на хотели во месечен износ од 1-5% од хотелот, независно од деловните резултати. Обично, овие друштва за управување се во потрага по "ризици времиња" или кога хотелите се послаби. Некои познати хотели (Hyatt, Hilton, Sheraton) се водени од овие хотели и некои хотели Summit Hotel Management, American General Hospitality, Winegardner and Hammons) ги водат овие компании за заштита на нивните франшиза. Не е невообичаено овие партнерства да завршат на суд поради конфликт на интереси и лош бизнис. Кога станува збор за дизајнот, раководството на компанијата има свое биро за дизајн, кое го редизајнира хотелот.

Договори за наем значат дека хотелот му препушта на новиот ланец управување, работење, употреба на брендот, но ризикот во бизнисот, со гарантиран кирија, но ваков договор малку се практикува во туризмот. Системите за резервација на хотели, или конзорциуми, се маркетинг сојузи, најчесто независни хотели. Овие конзорциуми доведуваат до маркетинг, промоција, резервација на брендови. Во САД доминираат, а во Европа, само една третина од хотелите се толку поврзани. Претежно тоа се поголеми хотели. Тие се атрактивни на пазарот, имаат добар преглед на целните групи. Најголемиот хотел корпорација во конзорциум е во Соединетите Американски Држави (Pegasus

<sup>13</sup> Čačić, K. (2013). *Poslovanje hotelskih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum. Str. 83

<sup>14</sup> Čačić, K. (2013). *Poslovanje hotelskih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum. Str. 92



Solutions) претставува 6.381 хотели со својата технологија, бизнис и туристичката индустрија, како и во Европа Австрија Trend Hotels & Resorts, Greccotel Hotels & Resorts во Грција, Corinthia на Малта, TUI- Германија итн. Овие хотелски синцири за главниот тек на развој го користат т.н. внатрешен развој, при што значително ја реинвестираат добивката, го зголемува капацитетот и вредноста на капиталот на работното место и го намалува ризикот за туристичкиот пазар.

Механизмите за надворешен раст (спојувања и превземања - M & A) ги поврзуваат повеќе партнери, честопати нееднакви, но овие интеграции се условени од условите на пазарот. Тие се фокусирани на нови пазари, подобро позиционирање, заштита на брендови, нови хотелски производи и услуги, дизајн, продуктивност, ценовна политика, стратешки сојузи (заеднички цели).

## **9. Стратегија за работниот процес и модалитетите на договорните форми на поврзување на хотелските синцири**

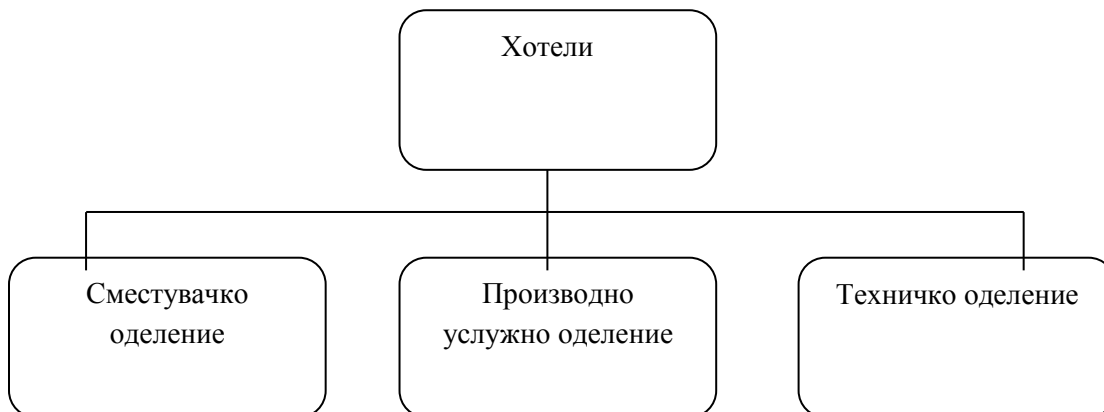
Оваа стратегија потекнува од САД во минатиот век, феноменот на ланецот на хотели заживеа во целиот свет, бидејќи тоа носи повеќе сопственост, менаџмент и маркетинг синергии. Хотелските ланаци е хотелски систем заснован на одредени интереси, може да се заклучи<sup>15</sup>. Првиот хотелски ланец потекнува од САД од педесеттите години на 20-от век со воведувањето на хотелот Холидеј Ин на пазарот, мрежата на мотели, кои се изградени по автопатите.

Генов верува дека работата на хотелски услуги е поделена во различни области на хотелот, од кои најважната област е сместување и гастрономија.Преглед на организацијата на хотелот може да се види во следната табела:

---

<sup>15</sup> Čačić, K. (2013). *Poslovanje hotelskih preduzeća*. Beograd: Univerzitet Singidunum. Str. 71

Слика бр. 3 Организација на хотелот



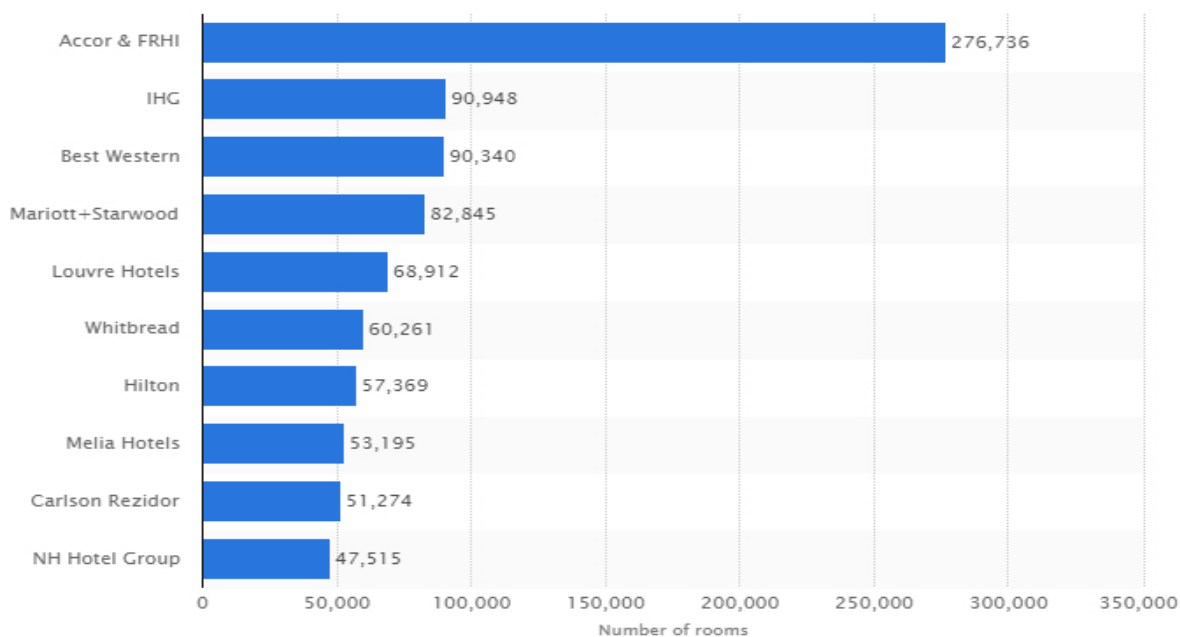
Извор: Genov, G. (2013). Menadžment hotelskih preduzeća. Beograd: VTŠ. Str. 159-160

Неколку основни видови хотелски ланци се разликуваат според интересот на развојот и спојувањето. Такви можат да бидат компании за управување со имот, хотелски менаџмент компании, како и хотелски конзорциуми, односно маркетинг сојузи. Повеќето хотелски ланци поставува некој вид на стандарди, со што хотелските ланци имаат многу поголем квалитет за управување со интегритет со што на посетителот му се гарантира дека тие ќе добијат исто ниво на услуга во сите хотели и хотелски мрежи, особено кога станува збор за хотелски бренд кој има дефинирано стандардни оперативни процедури работа, стандарди за изградба на објекти и уредување на сместување, засолниште и др<sup>16</sup>. Хотелскиот бренд не секогаш се однесува на внесување во дизајнот, бидејќи тоа се должи на барањата на пазарот голем број на ланци во голема мера ги започна своите објекти, кој додаваат елементи на локалната култура и животната средина, што придонесе хотелите да започнат да се земаат тематски карактер. Еден пример на бренд за квалитет е Хилтон, почнувајќи меѓународен ланец на хотел раководен од страна на компанијата наречен Hilton Worldwide, и се состои од повеќе од 4.000 хотели во повеќе од 90 земји од светот. Во овој синџир има 12 светски познати брендови: Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Hampton Inn, Homewood Suites Hilton, Canopy, DoubleTree, Hilton Hotels & Resorts,,

<sup>16</sup> Pavićević, M. (2010). *Uslovi ulaska stranih hotelskih kompanija na tržište Srbije*. Beograd: Univerzitet Singidunum. Str. 11

Сопственичките компании се компании кои го имаат хотелот во нивна сопственост. Овие компании го максимизираат враќањето на нивната инвестиција во хотелот, а раководството во голема мера е управувано преку друштвата за управување. До хотелот се доаѓа преку трансакции на пазарот или сопствен развој. Пример за вакква компанија е американскиот инвестиционен фонд CNLHotels&Resorts кој е сопственик на 136 хотели со 33.000 соби, и сите хотели се луксузни и со висока класа. Хотелски менаџмент на друштво управува со хотелите во интерес на сопственикот според договорот кои се одговорни за професионалноста на хотелски менаџмент, обезбедување на квалитет, остварување на приходи, и ситанати деловни цели. Една од најголемите компании во хотелот е InterContinental Hotels со над 5.000 хотели. UzInterContinental Hotels & Resortssu: HolidayInn Hotels &Resorts, HolidayInn Express, Crowne PlazaHotels & Resorts, Candelwood Suits, Staybridge Suits Hotel, HotelIndigo, EVEN Hotel i Hualuxe Hotels &Resorts. Се почестата практика на поделба на управувачката од сопственичката функција со цел да се избегне судир на сопственичкиот интерес на повраток на инвестицијата со менаџерскиот интерес на заработка од управувањето. Еден пример е Marriott, кој работи исклучиво како менаџмент компанија франшизер. InterContinental хотелскиот синџир го поделил на четири региони, Америка, Европа, Азија, Блискиот Исток и Африка, како и Кина. На следната слика можеме да видиме кои се најзастапените хотелски брендови во Европа во 2016 година и бројот на нивните соби :

**График бр. 2:**Најзастапени хотелски синцири во Европа во 2016



**Извор:** Statista *Leading 10 hotel groups in Europe in 2016, ranked by number of rooms.*

За да би биле хотелските ланци успешни на пазарот треба да се користи стратегиска анализа, избор и промени кои користат различни техники за анализа и добивање удел на пазарот. Односно, потрошувачот се користат за управување, најчесто, концептот на портфолиото, методи, сценарија, анализа на трошоци, SWOT и TWOS с матрица, PIMS програма, анализа на јадро, лажни започнува, концептот на животниот циклус на различни софтверски програми на организацијата и друго. Портфолио матрица дава увид во позицијата на одредени производи или услуги на пазарот и врз основа на податоци, тогаш се вели дека одредена деловна стратегија (BCG матрица го испитува раст на пазарот, GE матрица студија квалитативно информатички пример на конкурентна сила, SHELL матрица ги оценува изгледите на бизнис сектори и позициите на компаниите, итн.). Исто така се применуваат и други докажани техники во туризмот.

Начинот на договарање за регулирање на односите помеѓу давателите на стандардот (брендот) и примателот, зависи од различни фактори, повеќето од интересите и целите на засегнатите страни во партнерство, која има за цел да се зголеми квалитетот на услугите, профитот и да го прошират своето влијание во нови пазари. Хотелските ланци

се формираат врз основа на договор на засегнатите страни, така што може да се поврзат хотелите врз наведените основи: целосна сопственост, договор за закуп, договор за франшиза, управување со договорот и хотелски резервации системски конзорциумот. Потполната сопственост ја објаснивме претходно. Договорот за франшиза е договор кој го поврзува хотелот со ланец на хотели во кои постојат две договорни страни, односно франшизер и франшизант (на пример франшиза хотелски синџири како (Hilton, InterContinental, Sheraton). Договорот за управување значи дека управувањето може да ги споделите со друштвото за управување со изготвување на договорот и тоа не е дури партнер, но не и сопственикот на хотелот со кој се управува.

Сопственици на хотелот кои ќе изберат афирмирана компанија за управување, која управува со нивниот хотел може од него да има многу предности: подобро управување на хотелот, достапноста на експертиза, платежни услуги кои можат да бидат поврзани со успехот на бизнисот и да ги поттикне партнерствата. И покрај многуте бенефиции за сопствениците ваквиот избор носи одредени недостатоци: сопственикот не влијаат на изборот на хотелските директори и други директори, менаџери за квалитет често ги менуваат нивните работни места. Интересите на сопственикот на компанијата и тие кои се ангажираат за управување на компаниите понекогаш се во конфликт, цената на погрешните деловни одлуки на компанија се на товар на сопственикот на хотелот, преносот на сопственоста може да се комплицира и слично. Кога станува збор за закуп, тој се поврзува на хотелите во ланецот на хотели, двете страни меѓусебно ги согласуваат нивните односи, но во споредба со други начини дополнително се регулира и изнајмувањето на хотелот.

И за крај, можеме да објасниме кои системи за хотелски резервации ги претставуваат. Тие најчесто се маркетинг сојузи на независни хотели и ги здружуваат силите со цел за зголемување на пазарната атрактивност и пристапот на потенцијални клиенти. Пример е најголеата хотелска корпорација во конзорциумот на почетокот на 21-от век е Regaz, што претставува 6.381 хотели со над еден милион соби.

## II. СТАНДАРДИЗАЦИЈА ВО ХОТЕЛИЕРСТВОТО

### 2. Поим и дефинирање на стандардизацијата и нејзина примена во угостителството

Под поимот стандардизацијата се подразбира донесување и примена на стандарди, технички нормативи и норми за квалитет. Како резултат на притисок и растечките трошоци како и зголемувањето на барањата за ефикасно работење на домашниот и странскиот пазар може да се констатира дека без пропишани стандарди како основа за оценка на квалитетот на услугата, не е возможно задоволување на гоститете и рентабилно работење во хотелиерството. Самото воведување и имплементирање на меѓународни стандарди во хотелите води кон зголемување на конкурентноста и деловната успешност на хотелот. Стандардот дефинира однапред пропишана квалитативна и квантитативна големина<sup>17</sup>.

Стандардот вообичаено се утврдува со консензус кој се донесува од признато тело, преку кое тело се утврдуваат правилата, насоките или карактеристики за активности или нивните резултати, со цел постигање на оптимално ниво на уреденост во дадена област. Тие се документирани договори чија содржина сочинуваат техничките спецификации и други критериуми кои би се употребувале како правила, упатства или дефиниција на карактеристиките за да би можело материјалите, производите, процесите и услугите во потполност да ја задоволуваат својата намена.

Стандардите кои се пропишани се нормативи или правила, и преставуваат обврзни мерки кон кои треба да се придржуваат субјектите за кои важат и чии критериуми се однапред одредени од страна на соодветни стручни институции во таа област на работење<sup>18</sup>. Стандардите што резултираат од стандардизацијата се манифестираат во соодветни документи што содржат норми, нормативи и прописи коишто ги регулираат мерките на однесување и односите кон кои треба да се придржува секој учесник во

---

<sup>17</sup> Pirija D. (2003).Standardi u turisticom ugustiteljstvu. Visoka skola za turizam – Sibenik.

<sup>18</sup> Pirija D. (2003).Standardi u turisticom ugustiteljstvu. Visoka skola za turizam – Sibenik.

процесот за создавање на производи и услуги како за посакуваниот квалитет, така и за економските и социјалните ефекти коишто се очекуваат<sup>19</sup> (Vizijak, 1997..

При примена на стандардите задолжително се тргнува од тоа дали со стандардот се одразува одреден квалитет. Стандардите во угостителството, пред сè, треба да бидат одраз на современите трендови, чија примена мора позитивно да се одразува во економичноста и сè поголемата ефикасност во работењето. Примената на стандардите со себе носи и рационален пристап во планирањето и дефинирањето на проектот наменет за одредена задача. Инвестирањето, изградбата, опремувањето на угостителските објекти, организацијата и одредувањето на нивото на стандардите зависат од категоријата, видот и големината на угостителскиот објект, без разлика дали е само сместувачки објект, ресторан или комбиниран вид на угостителски објекти. Барањата за квалитет во Европа, за попривлечна цена, помали трошоци и висок степен на употребливост придонесеза усвојување на задолжителни заеднички стандарди за хотелите во земјите на Европската унија. Имено од квалитетот на хотелот, неговата опременост и реноме зависи бројот и структурата на гости и целосните економски ефекти од туризмот пошироко или потесно во туристичката дестинацијата. За да им се овозможат што поквалитетни услуги на гостите треба во работењето да им се дадат соодветни услуги, согласно стандардите коишто ги имаат странските туристи во земјите од каде што доаѓаат, а тоа значи минимум пропишани квалитети. Одржувањето на стабилно ниво на угостителските стандарди е подлога за ефикасно работење.

Проблемите со кои се соочува угостителството уште долго време ќе го привлекуваат влијанието на стручњациите и институциите во секоја држава во светот. За проблемите во угостителството се водени многу расправи, конференции и се напишани многу стручни трудови кои прават обид да ги отстранат проблемите во работењето. При тоа своето внимание институциите и лицата кои се занимаваат со проблемите во туризмот ги насочуваат кон анализа на сегашната состојба и проценка на идните развојни можности на угостителското работење. Во овој контекст многу ретко се застапени согледувањата од искуствата во изминатиот период во врска со создавањето, развојот и примената на

---

<sup>19</sup> Vizijak, A.: Hrvatski turizam u europskoj i svetskoj turistickoj razmjeni, Sveuciliste u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija, 1997, str.67

стандардите и процесот на стандардизација во туризмот и угостителството. Во деншниот свет на глобализација –е процес што го менува правилото за развој, организација и работење на хотелските компании. Имајќи го во предвид тоа „квалитетот во туристичкото угостителство претставува основен показател за успешноста на работењето и средство за конкурентска борба на туристичкиот пазар. Затоа, за квалитетот на угостителската услуга може да се каже дека претставува степен на задоволување на очекувањата и потребите на барателот на услугите. Квалитетот го следи секоја туристичка услуга, односно денеска се е подредно на квалитетот. Затоа може со сигурност да се каже дека секоја европска туристичка земја којашто не сака да се откаже од насоката кон туристички развој треба постојано критички да ги преиспитува своите сопствени организации и состојби, да го насочи својот напор кон унапредување и воведување на стандарди за соодветно достигнување како во конкурентските земји. Потребно е постојано да се приспособува кон барањата коишто произлегуваат од пазарните туристички трендови, за да се овозможи примената на стандардите на повисоко ниво, да се создаде квалитет, а „квалитетот“ е ниво на задоволување на потребите и побарувањата на потрошувачите, односно усогласување со нивните се поголеми барања и очекувања. Она што е особено значајно е доближување на производот и услугата на ниво на очекувањата на потрошувачите.

Во Косово, иако тоа оди мошне споро, се вложуваат напори, хотелите да применуваат барем дел од стандардите од земјите во Европската унија, каде што веќе постојат усогласени и усвоени заеднички стандарди и критериуми за утврдување на стандардите за квалитет. Приспособувањето и усвојувањето на стандардите е со цел да се постигнат исти карактеристики на производите и услугите кои се истакнуваат по својот квалитет во Европа и светот. Со цел да се постигне одредено ниво на квалитет, секој угостителски објект треба да се придржува кон одредени прописи кои ги регулираат содржината, начинот и својствата на туристичките услуги и производи. Стандардот е резултат на процесот на стандардизација, кој процес претставува специфично утврдување на исти својства на услугите во целост и на елементите од кои се состои услугата. Кога стандардизацијата е спроведена во еден хотел, корисникот на услугите во хотелот е сигурен дека секогаш ќе добие производ или услуга со еднакви својства на промовираните. Суштината на примената на стандардите во угостителството произлегува



од сè поголемата побарувачка за квалитетна услуга и посовршен туристички производ. Стандардите ја одредуваат конкурентската способност на хотелиерството на странските пазари и го пропишуваат начинот и условите под кои се задоволуваат потребите и барањата на гостите. Затоа, сите туристички работници во еден хотел мора да ги извршуваат услугите професионално, а самите хотелски менаџери да знаат да управуваат со квалитетот, бидејќи воведувањето на меѓународни стандарди (норми) во хотелот придонесува за зголемување на конкурентноста и деловната успешност на хотелското работење.

Со помош на стандардизацијата, можат да се утврдат истит карактеристики и својства на материјалите, услугите, деловите или елементите на системите и крајните производи во поглед на: димензиите, формата, квалитетот, т.е. во поглед на физичките или хемиските својства, што може тој материјал, услуга, дел, систем или производ да ги содржи. Со други зборови стандардизацијата е постапка на донесување и примена на стандарди, технички нормативи и норми за квалитет<sup>20</sup>. Со нивна примена во хотелиерството ќе дојде до зголемување на квалитетот, со што кај гостинот би се оозвозможило чувство на задоволство, сигурност, заштита. Процесот на стандардизацијата минува низ неколку фази:

1. Пропишување на стандардот;
2. Обука на вработените во хотелот;
3. Реализација и имплементација на стандардот;
4. Контрола за почитување на стандардите и мерење на отстапувањето и
5. Унапредување на стандардите и континуирана обука на персоналот и менаџерот.

Успешноста на работењето на еден хотел е поврзана со стандардите, бидејќи стандардите претставуваат основна вредност за споредување или нормала при оценување на персоналот, сопственоста, деловниот резултат и успешноста во работењето. Одржако ќе се воведат стандардите, хотелот ќе може да ја истакне специфичноста и да стане препознатлив, додека гостинот добива гаранција дека ќе го добие соодветниот квалитет на производите и услугите. Затоа се смета дека стандардите претставуваат основа на деловната успешност во хотелот, придонесувајќи за намалување на трошоците по единица

---

<sup>20</sup> Pirija D. (2003).Standardi u turisticom ugustiteljstvu. Visoka skola za turizam – Sibenik.

производ (по ноќевање или оброк), правејќи го гостинот позадоволен и стимулирајќи го рационалното работење, т.е. остварување на профит. Како резултат на поголеме трошоци и заострувањето на барањата за ефикасно работење на странскиот и домашниот пазар, се дошло до сознание дека без пропишани стандарди како индикатор на квалитетот на услугата, оптималното задоволување на гостинот и рационалното работење не се можни. Од наведената причина, многу хотелски ланци, со примена на стандардизацијата и стандардите во изградбата, опремувањето, организацијата, набавките, давањето услуги и раководењето со човечките ресурси, оствариле задоволителни резултати во своето работење. Во тој контекст Дујаниќ наведува: „При примена на задолжителните мерки коишто обликуваат успешен квалитет, треба да се применат четири постапки врз коишто се темели квалитетот:

а) квалитетот има за цел задоволување на сите сложени оправдани барања на купувачот и другите корисници, во овој случај купување на туристичката услуга, а тоа треба да биде задоволено при првото купување.

б) квалитетот треба да биде присутен како активна превенција, а не само при отстранување на грешки и воочени недостатоци.

в) посакуваните стандарди за квалитет при давање на туристичка услуга ќе бидат остварени во моментот кога не постојат поголеми недостатоци во содржината и структурата на услугите, како ни во процесот на самото услужување.

г) задолжителните воведени мерки за квалитет се гледаат како цена од незадоволените барања на туристите како корисници на услугата .

Согласно наведеното, во Косово примената на стандардите за квалитет се потребни и тоа на ниво како што тоа го остваруваат за нас европските туристички земји. Тоа се:

- Воведување и сертификација на составот за квалитет според ISO 9000.
- Воведување и сертификација на составот за заштита на околината според ISO 14001.
- Воведување на норми (стандарди) според составот HACCP ( Hazard Analysis and Critical Control Points - Анализа за опасност на клучните постапки во производство на намирници)

### 3. Видови стандарди во хотелиерството

Стандардите во хотелиерството, односно нивната класификација е различна во земјите од светот. Имено анализирајќи ги различните аспекти, стандардите се присутни од самата изградбата на хотелот, неговото опремувањето, уредувањето, па се до оперативното работење на хотелот. Една од општите поделби на видовите стандарди во хотелиерството се<sup>21</sup>:

- Просторни стандарди;
- Стандарди за обука и развој на човечките ресурси;
- Стандарди за изградба на угостителските објекти;
- Стандарди за внатрешно уредување и опремување на објектите;
- Стандарди за ситен инвентар;
- Стандарди за информирање на гостите;
- Стандарди за деловната етика;
- Стандарди за успешност во работењето;
- ISO-група стандарди;
- HACCP-систем на стандарди;
- Организациски стандарди;
- Други останати стандарди.

### 4. Примена на стандардите и стандардизацијата во хотелиерството

Создавање и примена на стандардите хотелските ланци започнале во почетокот на минатиот век и тоа најпрво во САД, а потоа и во Европа. Како резултат на растечките трошоци и се поголемото заострување за потребата од поефикасно работење на странскиот и домашниот пазар, се дошло до констатација дека без пропишани и општоприфатени стандарди како индикатори за квалитетот на услугата и не е можно оптимално задоволување на гостите и рационално работење<sup>3</sup>.

---

<sup>21</sup> Pirija D. (2003). Standardi u turistickom ugostiteljstvu. Visoka skola za turizam – Sibenik.

Висината на цената содржана е во категоријата на хотелот, односно квалитетот на услуга којашто е означена со бројот на ѕвездите. Кога гостинот бара хотел поаѓа од својата платежна способност и ја бира онаа висина и категорија на хотел чишто услуги може да ги користи и да ги плати. Во светот категориите на хотелите воглавно се изедначени според квалитетот на услуга, меѓутоа не и по цените, а во тоа првенство имаат меѓународните хотелски ланци. Кај хотелите од ист ланец е загарантиран стандардот на квалитетот, без разлика на земјата во којашто истиот се наоѓа. Доколку пак станува збор за хотел под франшиза, непочитувањето на стандардите и организациската структура на хотелскиот ланец со себе повлекува губење на франшизата и исклучување од ланецот на хотели. Квалитетот на услугата е строго контролиран, а гостите знаат што ги чека во тие хотели и за која цена. Доколку хотелите сакаат да бидат успешни стандардите се нивна основа бидејќи обезбедуваат голем број на гости, а со тоа и деловен успех на хотелот. Хотелите од висока категорија (пет ѕвезди) имаат стандарди и нудат најквалитетна услуга со највисока цена. Доколку хотелот нуди е пониската категорија тој нуди помал асортиман на угостителски производи и услуги, понизок степен на техничка опременост со пониска цена.

Јасно е дека висината на квалитетот на услугата и цената во хотелите ја означува основната конкурентност. Затоа е потребно нивото на квалитетот на услугата непрекинато да се одржува и усовршува. Висината на стандардите зависи од целокупниот квалитет од дадените услуги коишто мора да бидат соодветни за категоријата на хотелот, додека категоријата на угостителскиот објект (бројот на ѕвезди) е пропишан стандард.

## **5. Стандардизираната услуга во хотелското работење како основа за квалитет**

Меѓународната организација за стандардизација (ISO) целите за воведување на стандарди, односно стандардизација ги дефинирала во шест точки<sup>22</sup>:

- поедноставување на поголем број варијанти и постапки во животот на човекот,
- отстранување на пречките во трговијата.
- договарање,

---

<sup>22</sup> www.iso.org

- сигурност за здравјето и заштита на човекот,
- заштита на интересите на потрошувачот и друштвото
- општа економичност,

Стандардите во зависност дали се дефинирани како општи норми или се работи за стандарди во рамките на едно претпријатие се поделени на екстерни и интерни.

Екстерните стандарди ги пропишуваат надлежни институции и претставуваат обврска на хотелот да ги исполнува. Како пример можем да ја наведем категоризацијата на објектот којшто опфаќа голем број на елементи и претставува многу важен параметар при донесувањето на одлуки за избор на објектот за сместување, а особено ако потрошувачот не располага со доволна количина на информации за самиот хотел. Од друга страна, категоризацијата на угостителските и сместувачките објекти се разликува од земја до земја.

#### *4.1. Интерни стандарди*

Интерните стандарди ги пропишуваат претпријатијата за одделни области од работењето. Тие се појавуваат во вид на акт со којшто се уредуваат одделни сегменти од работењето на претпријатието. Преку нив можат да се одредат задачите и работите што хотелот ги утврдува како задолжителни за извршување на работни операции за да се овозможи услужниот процес да заврши во согласност со утврдените цели. Во зависност од тоа како се применуваат стандардите воопшто, зависи квалитетот на производот, односно ефикасноста на вкупното работење на хотелот. Поради тоа интерните стандарди претставуваат составен дел од менаџирањето со хотелите што бара целосна примена на стандардите, како за вработените, така и за производите и услугите.

Започнувајќи од вкупната опременост на хотелот продолжувајќи со проектираниот надворешен изглед, па се до ентериерот и опремата за гости и вработени мора да биде стандардизирана бидејќи тоа е она што објектот го прави препознатлив. Понатаму мора да бидат стандардизирани и распоредот и големината на просторијата, како и вкупните трошоци за работење. Интерните стандарди содржат: техничко-технолошка и персонална компонента.

-Техничко-технолошката компонента на интерните стандарди опфаќа пропишани обврски на извршителот дека во рамките на работното време ќе ги изврши операциите од одреден обем и според утврдена технологија. Така на пример собарката која има просечен интензитет на работа притоа примнувајќи стандардна опрема и потрошен материјал чисти 400м<sup>2</sup> или соодветен број на соби во хотелот; при спремањето на храната да се потрошат точно одредени количини на потрошен материјал (месо, зејтин, брашно) според пропишани нормативи за подготвување на одделни видови на храна; за потребниот број на столици во хотелскиот ресторан во една смена да се ангажира точно одреден број на келнери и други извршители. Глобалните хотелски ланци имаат пропишани интерни стандарди за работните операции врз база на детални студии и извршени мерења. Врз основа на обезбедните информации од студиите за прецизниот број на извршители што претставува основа за нивно ангажирање и преку тоа постигнување на висока продуктивност во работењето.

-Персоналната компонента ги опфаќа оние елементи што хотелското претпријатие ги пропишува во поглед на статусот на вработените (Правилник за систематизација, Правилник за наградување, Правилник за однесувањето на вработените и др.). Со помош на тие акти се дефинираат условите за извршување на работите и задачите на одделно работно место, потоа обврските на вработените во поглед на образование, работно искуство и однесување во комуникацијата со гостите и др.

Покрај тоа, хотелите имаат пропишано и други правила за однесување коишто вработените и гостите на хотелот треба да ги почитуваат. Такви се на пример: Куќниот ред за вработените, Куќниот ред за гостите, Постапките за решавање на приговори од гостите и сл. Со правилата за однесување на вработените се кажува дека: вработените мора да користат посебни влезови, комуникации и простории во хотелот што се предвидени за нив за да се избегне непосреден контакт со гостите; вработените имаат обврска по истекот на работното време да ги напуштат просториите во хотелот, особено ресторанот, аперитив барот и другите услуги простории што се наменети за гостите; вработените во слободното време не смеат да ги користат услугите на хотелот во којшто работат. Исклучок се оние што тоа го работат исклучително од деловни обврски (дочек на

гости, домаќини на одреден собир, контрола и слично); вработените не смеат да имаат приватни посети во просторите наменети за гостите.

Имајќи го во предвид горенаведеното вработените мораат да покажат максимална услужливост, коректност и љубезност при контактот со гостите. Со примена на интерните стандарди во хотелиерството се овозможува унифицирање на одредени деловни операции. Како соодветен пример за унифицирање на операциите се хотелските групации кои на своите гости им обезбедуваат ист квалитет на услуги во рамките на сопствениот ланец, независно од тоа каде хотелот се наоѓа. Овие хотелски групации, како и големите хотелски компании пред појавата на стандардот за квалитет развиле сопствени интерни норми според коишто и се препознатливи. Предност на системот за квалитет на хотелските групации е во тоа што тие развиваат лојалност кај туристите врзани за марка, односно име што претставува синоним за одреден квалитет.

#### *4.2. Екстерни стандарди*

За разлика од интерните стандарди коишто самостојно ги носат хотелските претпријатија, односно хотелските групации, екстерните стандарди ги пропишуваат надлежни национални или меѓународни организации или други институции. Карактеристичен пример за екстерни стандарди е класификација на дејноста и категоризација на угостителските објекти. Класификацијата (распределување) како елемент на статистичкиот информативен систем (статистички стандард) е во надлежност на државните институции и претставува основа за категоризација.

Категоризацијата претставува рангирање на угостителските објекти во рамките на ист вид во одреден број групи според нивото на квалитет. Таа е продолжение на процесот за распределување на објектите и се базира на дефинирање, односно утврдување на општи и посебни услови што мора да бидат исполнети за да може да се пристапи кон процесот на категоризација на објектот. Стандардите утврдени со класификацијата и категоризацијата се најчесто пресуден фактор за конкурентноста на хотелскиот објект и неговата вкупна понуда. Основната цел на категоризацијата е заштита на корисникот на услуга и гаранција за квалитет. Таа претставува посебно важен параметар при определувањето на туристите за

одреден хотел, особено кога туристот не располага со други информации за хотелот во којшто има намера да престојува. Не постојат единствени решенија во поглед на задолжителната категоризација на угостителските објекти.

Во одделни земји таа е доброволна, а во некои задолжителна со различен опфат на објектот. Кај некои земји државата пропишува услови за категоризација, кај други асоцијација или комора. На пример, во Велика Британија категоризацијата не е задолжителна. Во Франција, Италија и Шпанија таа е во надлежност на државата, додека во некои земји како што се Австрија и Швајцарија е во надлежност на стопански асоцијации. Категоризацијата на угостителските објекти за сместување во Србија е во надлежност на државата, односно надлежното министерство. Со акт за категоризација (правилник за условите и начинот на извршување на угостителската дејност, начинот на давање на угостителските услуги, распределување на угостителските објекти иминималните технички услови за уредување и опремување на угостителските објекти) се утврдуваат задолжителните и изборните елементи.

Задолжителните елементи опфаќаат: минимални техничко-технолошки услови во поглед на изградбата, опременоста и уредувањето; посебни услови за секоја категорија во поглед на квалитетот на уредување и опременост на собата и другите простори и простории; квалитет на услугата што хотелот или другиот сместувачки објект треба да им го овозможи на гостите; положбата и изгледот на објектот. Општите услови се пропишуваат за сите објекти во коишто се извршува оваа дејност, додека посебните се однесуваат на објекти коишто подлежат на обврската за категоризација. Повисоко ниво на квалитет може да биде регулирано со интерни стандарди што ги пропишува само претпријатието (групацијата) или екстерни што ги пропишуваат институциите за доделување на награди за квалитет. Изборните елементи опфаќаат положба, сообраќајна пристапност, локација и изглед на објектот.

Вообичаена пракса е дека категоријата на хотелот се обележува со ѕвездички или категории. Намерата на Европската унија е преку хармонизација на прописите од оваа област да се создадат услови за изедначување на квалитетот на хотелските услуги. Во екстерните стандарди, покрај класификацијата и категоризацијата спаѓаат меѓународните стандарди за воспоставување на системот за управување (менаџмент системи): квалитет,



животна средина, безбедност на вработените, безбедност на туристите, безбедна храна и модели на деловна извонредност<sup>23</sup>.

## **6. Примена на меѓународни стандарди за квалитет**

Како што видовме во претходните точки стандардот е дефиниран со однапред пропишана квалитативна или квантитативна големина. Во литературата се наведуваат четиринаесет видови на стандарди: темелна, за услуга, за испорака, планска, употребна, сигурносна, продуктивна, за мерење, за материјали, за процедури, за симболи, за испитување, изразна и декларациона. Секоја од нив има строго дефинирана цел и намена и тоа:

- Темелната норма опишува подрачја и модели за примена.
- Продуктивните норми го одредуваат начинот на производство.
- Нормите за мерење строго пропишуваат мерни единици и начин на мерење.
- Норми за материјали - строго го пропишуваат составот на материјалот.
- Нормите за процедура пропишуваат збир на постапки кон коишто мораме да се придржуваме, во текот на реализацијата и извршувањето на одредени активности.
- Норма за симболи ги толкува одредените ознаки на производите.
- Планската норма содржи елементи и процеси за изработка на некој план.
- Употребната норма ги опишува начините и методите за користење на одреден производ и услуга.
- Исказните норми објаснуваат термини што се користат во одредени подрачја за работа.
- Сигурносната норма ги пропишува постапките кон коишто корисникот мора задолжително да се придржува.
- Нормата за услуга одредува и опишува каква мора да биде.
- Нормата за испорака пропишува начини и услови за испорака на сировини, производи и услуги.

---

<sup>23</sup> Bajraktarovic, D., 2013, Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, Univerzitet Singidunum, Beograd, Str.7-10

- Испитните норми одредуваат и опишуваат постапки и начин на испрашување и тестирање.

- Декларациски норми го одредуваат обемот на информации коишто мора да содржат декларација на одреден производ. Изградбата на меѓународните стандарди и признаениот состав за осигурување и управување со квалитетот дава серија норми: ISO 8402, ISO 9000FF, ISO 10000FF, ISO 14000FF, EN 45000FF и останати норми чиј што број се зголемува. Постапката со којашто ISO (International Organization for Standardization) ги развива и воведува нормите се темели на консензус на земјите членки. Кон крајот на 1997 година Меѓународната организација за норми имала 120 редовни и 72 придружни членки. Нацртот на стандардите или нормите пред неговото извршување мора да го усвои 75% од земјите членки. Серија на меѓународни стандарди за квалитет по прв пат е објавена во 1987 година, а во 1994 година е објавен со изменета и дополнета низа на норми ISO 9000 коишто и денес се во сила.

Во нормите ISO9000FF се одредува модел на состав за осигурување на квалитетот (ISO 9001, 9002 и 9003), потоа со упатства за дополнување на моделот (ISO 9000-1 и ISO 9000-2, ISO 9000-3 и ISO 9000-4) и упатство за објаснување на моделот за обезбедување на квалитет и тоа:

- ISO 9000-4-1 Општи упатства за објаснување за управување со квалитетот и елементите за обезбедување на квалитет.

- ISO 9004-2 Упатство за состав во којшто се даваат услуги.

- ISO 9004-3 Упатство за масовно производство

- ISO 9004-4 Упатства за подобрување на квалитетот

- ISO 9004-8 Основни принципи за квалитет и упатство за нивна примена.

Сепак, посебно треба да се нагласи дека серијата на Норми ISO 14000FF спаѓа во најголемите цивилизациски придонеси што одредуваат подрачје за управување со човековата околина . Од оваа серија (во 1997 година) се појавиле следните норми:

- ISO 14001 - Спецификација и упатство за заштита и управување со околината,

- ISO 14004 - Општо упатство за деловни состави и помошни техники,

- ISO 14010 - Упатство за аудитање на околината

- ISO 14012 - Критериум за аудитирае (контрола и ревизија), ISO 14021 - Ознаки за квалитет на околината,
- ISO 14040 - Животен циклус на производите,
- ISO 14050 - Речник за управување со околината.

Серијата на EN 45000 ја сочинуваат критериуми што се однесуваат на испитните лаборатории и сертификација (EN 45001 - EN 45003, како и EN 45004, 45005, 45010-45013)<sup>24</sup>.

### *6.1. Меѓународен стандард за управување и обезбедување на квалитет ISO 9000*

Меѓународен стандард за управување и обезбедување на квалитет ISO 9000 е во групата на стандарди управување со квалитетот. ISO 9000 е пронајден и составен од организацијата ISO (International Organization for Standardization) која е управувана од луѓе кои се квалификувани во областа за управување со квалитетот.

Хотелот во кој е извршен надзор (преглед во работата) може да носи назив дека тој работи според стандарди, односно неговата работа е стандардизирана со ISO 9000, и дека ISO 9000 стандардот гарантира дека во тој хотел се применуваат одредени постапки кои ќе ѝ помогнат на таа организација да стане најдобра во својата класа. Се разбира потребно е константно да го унапредува нејзиниот систем за менаџмент со квалитетот. Погрешно е да се мисли дека за квалитетот на услугите на таа организација гарантира ISO 9000 стандардот. Првите ISO-9000 стандарди се остварени во 1987 година, додека нивна ревизијата се врши на секои три години.

Меѓународните стандарди од ISO-стандарди се признати системи за обезбедување и управување со квалитетот, а тоа го овозможуваат нормите на ISO 9000 FF, ISO 8402, ISO 10000 FF, ISO 14000, EN 45000 FF и останатите норми. Воведувањето на стандардите и нормите на ISO ги развиваат и темелат на консензус на сите земји членки на оваа меѓународна организација. Во 1997 г. оваа организација броела 120 редовни и 72 придружни држави – членки. За да биде објавен одреден нацрт – стандард и тој да биде

---

<sup>24</sup> Ignac M.: Mala enciklopedija kvalitete, I dio, Oskar, Zagreb, 1998/dr.Vidoje Vujic, zbornik radova "Hotelska kusa 98", Opatija, 1998, str.973-974

важечки за сите земји, треба да се усвојат од страна на 75% од земјите членки на организацијата. Како што претходно кажавме првата серија на меѓународни стандарди за квалитет е објавена во 1987, додека во 1994 година се објавени и дополнителни низа норми ISO 9000 кои важат до денес.

Кратенката „ISO“ во поширока смисла на зборот означува меѓународна (светска) федерација на национални организации. Во ISO-стандардите влегуваат и следниве стандарди<sup>25</sup>:

- ISO 9000 – стандарди за управување и обезбедување на квалитет, односно насоки за избор и употреба;
- ISO 9001 – стандарди кои се однесуваат на квалитетот на системите што се составени од елементи, т.е. модел кој гарантира квалитет во развојот, конструкцијата, производството, инсталацијата и сервисирањето. Се користи како модел на стандардите ISO 9000. Во поглед на елементите на системите, овој стандард е најцелосен;
- ISO 9002 – се однесува на постигнување на квалитет на системите или зборовите од елементи, а неговиот модел гарантира квалитет во производството и инсталацијата. Се користи како модел за стандардите ISO 9000. Овој стандард се разликува од ISO 9001 по тоа што не поставува услови за развој и сервисирање и се користи кога купувачот, т.е. потрошувачот не е вклучен во процесот на производство и развој;
- ISO 9003 е стандард за квалитет (модел) кој гарантира квалитет во завршната контрола и испитување. Како модел се користи стандардот ISO9000. Овој стандард поставува најмалку барања во однос на претходните два и се применува кога претпријатието набавува производи со непознато потекло;
- ISO 9004 дава насоки за управување со квалитетот. Овој стандард содржи насоки за примена на организациски, технички, административни, персонални фактори кои влијаат на квалитетот на производство и давање услуги.

Доколку хотелот има ISO-сертификат, значи дека ги има применето ISO-стандардите во своето работење. Доколку хотелот го поседува ISO-сертификатот тоа значи голема маркетиншка предност за објектот затоа што кога гостинот ќе забележи дека хотелот го имаат усогласено својот угостителски производ и услуги со ISO-стандардите,

---

<sup>25</sup> [http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso\\_9000.htm](http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm)

тоа за него значи дека може да има доверба во понудата и дека нејзиниот квалитет е проверен од овластена институција и усогласен со пропишаните стандарди на институцијата која го гарантира квалитетот. Во хотелиерството овие стандарди можат да се применат во услугите за:

- сместување (издавање хотелски соби и апартмани);
- приготвувањето и послужувањето храна, пијалаци и напивки и
- однесувањето на персоналот и гостите.

Стандардите за услугите за сместување се полесни за примена отколку стандардите за производство и издавање на јадења од кујната (каде што постојат прецизно дефинирани нормативи). Бидејќи кога станува збор за услугите за храна и точење пијалаци кои се чувствителни производи и кои мораат да ги задоволат точно поставените нутриционистички и очекувани (гастрономски) задоволства на гостите.

Во фазата на приготвување на јадењата (во кујната на хотелот) се создава еден проблем. Имено, проблемот лежи во тоа што колку и да се настојува точно да се одреди квалитетот на приготвеното јадење во согласност со пропишаниот стандард, традицијата управувана од волјата на главниот готвач или менаџерот на ресторанот ги тера на автентичност според обичаите на тој крај во кој е лоциран самиот објект, а што не е за отфрлање. Според тоа, придржувањето кон стандардот како одраз на квалитетот на одредено јадење, рецепт и норматив за прехранбени продукти (доколку не се работи за индустриско производство или полузготвен производ), секогаш е оставено на индивидуалната проценка на хотелскиот/ресторанскиот менаџер или главниот готвач.

## *6.2. Најзначајни стандарди за квалитет ISO 9000*

Помеѓу стандардите со меѓународен карактер најистакнатото место и припаѓа на серијата стандарди ISO 9000, коишто првенствено се насочени кон управување со квалитетот (менаџмент квалитет). 59 стандарди од оваа серија долго време се подготвувани и усогласувани и брзо се прифатени како пазарни барања. Тие претставуваат збир од меѓузависни комплементарни идеи, намери, правила и принципи

што се одвиваат во организациите што со соодветен сертификат потврдуваат дека го воспоставиле системот за квалитет според утврдените стандарди. Со други зборови, стандардите од оваа серија претставуваат меѓународен консензус за најдобрите искуства при управување со квалитетот. ISO 9000 стандардите за прв пат се донесени во 1987 година. Во согласност со тенденциите на меѓународниот пазар тие постојано се усовршуваат и дополнуваат, така што стандардите од серијата од 1987 година се модифицирани во 1994, за да во 2000 година биде усвоена нивна нова верзија. Стандардите на серијата ISO 9000:1994 ја обврзувале организацијата којашто ги применува тоа документирано да го докажат, што значи дека тие претставуваат гаранција дека стандардите се испочитувани, но не и гаранција за квалитет што тогаш било предмет на бројни полемики и критики.

Овие стандарди во текот на 2000 година доживеале целосна ревизија, така што е создадена нова серија на стандарди ISO 9000:2000. Оттогаш сите стандарди од оваа серија го добиваат суфиксот „2000“. Како клучни стандарди од серијата ISO 9000 од 1994 година кои се обединети во еден стандард којшто претставува основно јадро на верзијата стандарди е ISO 9000:2000 . Стандардите ISO 9002 и ISO 9003 се обединети во еден стандард ISO 9001, а воведени се нови стандарди ISO 9004 (извршена ревизија на ISO9004- I) и ISO 19011 (извршено спојување на ISO 10011, 14010, 14012). Најважно усогласување на оваа серија на стандарди вршено е во текот на 2001, 2005, 2007, 2008, 2009 и 2011 година.

Значи стандардите од серијата ISO 9000 ги опфаќаат следните кохерентни групи на стандарди коишто претставуваат основа за воспоставување на системот за управување со квалитет: •• ISO 9000 ги дефинира основните поими, односно ги опишува основите на системот за управување со квалитет и ја утврдува терминологијата за овие системи. Со стандардизацијата на терминот и негово користење се избегнуваат проблеми во комуникацијата, како внатре во претпријатието, така и помеѓу различни претпријатија. Овие стандарди се насочени кон делотворноста на системот за исполнување на барањата и очекувањата на потрошувачите.

Во текот на 2005 и 2007 година извршено е термилошко усогласување на овој стандард со ISO 9011 : 2002 и ISO 14001 : 2004; •• ISO 9001 ги прецизира барањата што се

однесуваат на системот за управување со квалитет, којшто организацијата мора да го исполни за да ја прикаже способноста дека своите производи (услуги) ги произведува и ги испорачува во согласност со стандардите и барањата коишто потрошувачот ги очекува при што во прв план е остварување на неговото задоволство. Новото издание на стандардите ISO 9001 од 2008 година насочено е кон унапредување на компатибилноста на QMS со другите управувачки системи, првенствено со EMS. Крајната цел е интегрирање на сите стандардизирани системи и воспоставување на единствен менаџмент систем којшто ќе ги задоволи сите стандарди (квалитет, зачувување на природата, безбедноста и здравјето на вработените, правилна храна, економски аспект и др). За влез на пазарот повеќе не е доволен само квалитетот, туку и меѓународно признат доказ за квалитет во вид на сертификат ISO 9001. Системот за менаџмент на квалитетот е воедно и единствениот стандард којшто може да се користи за сертификација на менаџментот во деловниот свет.

Во светот денес има преку 980.000 сертифицирани организации согласно критериумите од ISO 9001 и тој број е во постојан пораст. Целта на овој стандард е унапредување на перформансите на организацијата и подобрување на задоволството на корисникот и останатите заинтересирани страни во ланецот на хотелскиот производ. Новото издание на ISO 9004 од 2010 година се препорачува како насока за организацијата чие што највисоко раководство сака да ја прошири користа од ISO 9001. Овој стандард не е наменет за потребите од сертификација. Тој е посебно добар за самооценување, бидејќи е применлив во вкупниот систем на менаџмент на квалитетот, на дел од системот за менаџмент на квалитетот или на било кој процес. Самопроценувањето не ги заменува интерните проверки и не може да се користи наместо постојните награди за квалитет. Резултатот од самооценувањето претставува проценка за ефективност и ефикасноста на организацијата, како и за зрелоста за управување со квалитетот.

Стандардите ISO 9001 и ISO 9004 се комплементарни еден со друг, но можно е и да се користат независно. Нив ги одликуваат следните заеднички карактеристики:

- двата стандарди имат идентична основна структура којашто се базира на процесниот модел;
- едноставни се и соодветни за примена и изразени се на јасен јазик;

- компатибилни се со стандардите од серијата ISO 14001;

- двата стандарди се интегрираат во други системи за управување; - двата стандарди ја олеснуваат внатрешната контрола и следењето, односно добри се за самовреднување.

Се очекува дека идното ново издание на овој стандард да се користи заедно со некои од моделите за извршност.

### 5.3. Меѓународен стандард за управување со животната средина ISO 14000

Воведувањето и верификацијата на составот на квалитет за заштита на средината се врши според новиот стандард, наречен ISO 14001. Треба да се нагласи дека серијата норми ISO 14000-FF е едно од најголемите цивилизациски достигнувања во управувањето со човековата околина или животна средина<sup>26</sup>. Во оваа група припаѓаат следниве стандарди<sup>27</sup>:

- ISO 14001 – Спецификација и упатства за заштита и управување со животната средина;
  - ISO 14004 – Општо упатство за деловни состави и помошни техники;
  - ISO 14010 - Упатства за изразување податоци и информации за животната средина;
  - ISO 14012 – Критериуми за обработување и објавување на резултати од истражување на животната средина (контрола и ревизија);
  - ISO 14021 – Ознаки за квалитетот на животната средина (околината);
  - ISO 14040 – Стандарди за животниот циклус на производот и
  - ISO 14050 – Речник за управување со животната средина.

ISO 14001 е развиен од страна на International Organization for Standardization (ISO) од Женева, Швајцарија како дел од ISO 14000 серијата на документи за управување со животна средина, издаден како Меѓународен и Американски национален стандард во септември 1996 година. Второто издание на ISO 14001, ISO 14001:2004 беше издадено како Меѓународен стандард на 15 ноември 2004 година, а потоа и како Американски национален стандард.

<sup>26</sup> Corbett, . C.J., Russo. M.V (2001) ISO Management Systems. Special Issue: The Impact of ISO 14001.

<sup>27</sup> <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>



Основните причини што доведоа до изразена потреба од развивање и воведување на овој стандард се<sup>28</sup>:

- Постојаното загадување на животната средина;
- Страв од потполни исцрпувања на природните ресурси;
- Недостиг од организирано и систематско следење на последиците од загадувањето;
- Законска регулатива;
- Зголемување на свеста и јавното мислење за зачувување на животната средина.

ISO 14001 ги дефинира барањата за управување со заштита на животната средина, им овозможува на организациите да:

- ја дефинираат Политиката за животна средина;
- го идентификуваат и контролираат влијанието на своите активности, процеси, производи и услуги врз животната средина;
- имплементираат систематски пристап за постигнување на целите што се однесуваат на заштита на животната средина и обезбедат доказ за постигнување на истите;
- го подобрат севкупниот однос спрема животната средина.

Предности од имплементацијата на системот за заштита на животна средина ISO 1400158:

- Почитување на законите за заштита на животната средина;
- Намалување на негативните влијанија врз животната средина;
- Намалување на ризикот од еколошки катастрофи;
- Зголемена способност за брза и ефикасна интервенција;
- Смалување на трошоците и зголемување на конкурентноста преку подобро искористување на енергијата, управување со отпад, заштита на вода, управување со суровини;
- Подобрување на квалитетот на работните места, а со тоа и моралот на
- Зголемување на угледот на организацијата и довербата на граѓаните;
- Отворање на можност за освојување нови пазари кај еколошки свесни клиенти.

---

<sup>28</sup> <http://www.iqs.com.mk>

#### 5.4. Меѓународен стандард за управување со безбедност на храната ISO 22000

Ресторанското работење како посебна дејност на угостителство ги опфаќа сите објекти кои даваат угостителски услуги за исхрана, приготвување и послужување на пијалаци и напивки. Покрај самостојните ресторани (во најтесна смисла на зборот), во ресторанските објекти влегуваат: баровите, подвижните сервисни служби (catering), мензите, студенстските и болничките кујни, војничките кујни, слтакарниците, кафеаните, ноќните клубови и барови, диско – клубовите, пицериите, бистроата, пивниците, бифињата, сендвичарите и другите објекти за брза храна и сл.

Ресторанот е угостителски објект во кој главно се приготвуваат и послужуваат топли и ладни јадења, главни јадења (специјалитети) и слаткарски производи, пијалаци и напивки кои бараат сложено приготвување. Постојат два вида ресторани и тоа:

1. Ресторани во кои гостите се послужуваат за главните оброци (појадок, ручек и вечера) по нивен избор од неколку готови јадења на менито, послужени по одреден редослед (a la cart) и

2. Ресторани во кои гостите сами се послужуваат со јадења по сопствен избор или самопослужување (buffet).

Без разлика за каков вид на ресторант се работи (за брза храна, за појадок, млечен ресторан и др.), треба да се почитуваат долунаведените стандарди.

Ресторанскиот дел мора да има:

- просторија за јадење (за послужување) која е соодветна на должината на престојот на гостите во објектот за сместување;
- кујна;
- бар;
- помошна просторија за чување на намирниците и пијалациите;
- просторија за подготовка и пресоблекување на келнерите и останатиот персонал.

Ресторанот кој работи на основа на самопослужување не мора да има просторија за подготовка на персоналот за послужување.

ISO 22000 е прв меѓународен стандард за управување со безбедност на храната (Food Safety Management Systems). Како и другите ISO стандарди, сопственик и на овој стандард е ISO (International Organization for Standardization), невладина организација што претставува мрежа од 156 национални институти за стандардизација. Иако не е законска обврска, меѓународната препознатливост го прави еден од најбараните стандарди во ЕУ59. ISO 22000 стандардот се однесува на сите компании од прехранбената индустрија, без разлика на нивната големина и ги дефинира барањата на системот за управување со безбедност на храна.

ISO 22000 е прв стандард наменет за сите членови во ланецот на снабдување со храна<sup>29</sup>:

- производител на опрема и амбалажа;
- земјоделски производители;
- производители на сточна храна;
- производител на адитиви и помошни средства за преработка;
- добавувачи;
- трговци на мало;
- угостителски објекти;
- кетеринг услуги и др.

Предности од имплементацијата на ISO 2200061:

- Подобрување на безбедноста на храната;
- Подобрување на квалитетот на производите;
- Зголемување на ефикасноста во ланецот на производство и трговија со храна;
- Јакнење на заштитата и довербата на потрошувачите;
- Интерактивна комуникација;
- Интегрирање на HACCP и ISO 9001, предвидување и анализа на голем број надворешни фактори и опасности што можат да ја загрозат безбедноста на храната, што е особено важно за големите компании

---

<sup>29</sup> <http://www.iqs.com.mk>

## 5.5. HASSP стандарди

Воведување на стандардите според HACCP (Hazard Analysis of Critical Control Points) или Анализа на опасностите во клучните критични точки во приготвувањето и послужувањето на храната е, исто така, сложен процес. Примената на овој систем им овозможува на менаџерите во хотелите да ги контролираат, односно мониторираат своите операции и на тој начин да ја намалат можноста за појава на болести предизвикани од неправилно ракување со храната или несоодветно ниво на хигиена во објектот. HACCP-системот се фокусира на храната и нејзиниот тек низ операциите од моментот на набавката до моментот на послужувањето<sup>30</sup>.

HACCP-системот ги идентификува критичните точки во кои постои можност да се појават или да се размножат микроорганизмите, а потоа да се применат процедури за контрола, засновани на откриената опасност. Истовремено со примената на новата технологија за производство и чување на храната и пијалаците во угостителското работење се подобруваат мерките, правилата и законските прописи, чија примена се контролира од страна на надлежните органи, одговорни за одржувањето на хигиената, сигурноста и ефикасноста во работењето. Примената на оваа контрола е пред се од превентивно значење. Тоа има за цел да го спречи појавувањето на болести како резултат на внесувањето на прехранбени производи заразени во текот на производството, обработката, пакувањето и послужувањето, а кои од секогаш претставувале релевантен епидемиолошки проблем за човекот.

Одговорни причинители за патогените болести се микроорганизмите, но понекогаш и хемиските средства (детергентите, пестицидите, конзервансите) и парчињата од материјалите од кои е изработен приборот (метал, стакло, дрво, пластика). Во различни фази на обработка, ситните парченца од овие материјали можат да ја загадат храната. Трошоците што се појавуваат во случај на контаминација на храната и пијалаците и развојот на болести како нивна последица, можат да го доведат во прашање понатамошното работење на објектот. Како последица на овие проблеми може да се случи:

---

<sup>30</sup> Šumić, Z. (2008). Istorija razvoja HACCP sistema.

- Прекин во работењето на хотелот;
- Привремено затворање на објектот;
- Уривање на репутацијата на хотелот/ресторанот;
- Казни од надлежните органи или судски тужби и
- Исплаќање на отштети на заболените/затруените лица.

7-те НАССР Принципи, дефинирани од Комисијата на Codex Alimentarius се<sup>31</sup>:

*Принцип 1:*

Спроведување на анализа на опасностите. Изготвување на дијаграм на процесот на производство и идентификација на потенцијалните микробиолошки, хемиски и физички опасности, кои може да се појават во секоја фаза од процесот, вклучувајќи контрола на истите.

*Принцип 2:*

- Одредување на критичните контролни точки (ККТ);
- Со помош на стеблото на одлука се одредуваат ККТ.

*Принцип 3:*

- Одредување на критични граници;
- Критичните граници претставуваат мерлива контролна вредност, која ја одредува прифатливоста.

*Принцип 4:*

- Воспоставување на систем за мониторинг на ККТ;
- Спроведување на контролни мерки при дефинирана фреквенција, со цел да се потврди дека процесот се реализира во рамките на контролните граници.

*Принцип 5:*

---

<sup>31</sup> Упатство за имплементација на НАССР систем во прехранбениот сектор (2006), Народна и универзитетска библиотека „Св.Климент Охридски“, Скопје

- Акцијата која треба да се превземе при одредени отстапувања е дефинирана како корективна акција.
- Воспоставување на корективни акции кога ККТ не се под контрола;

*Принцип 6:*

- Проверки кои се спроведуваат за да се потврди дека HACCP системот е валиден и ефикасен.
- Воспоставување на процедури за верификација на HACCP планот;

*Принцип 7:*

- Документирана HACCP студија, која вклучува табели, записи од мониторингот на ККТ и други потребни документи и записи.
- Воспоставување на потребна документација, вклучувајќи ги сите процедури и записи кои ги исполнуваат барањата на HACCP принципите и примена на истите;

Доколку се споредат придобивките од добро дизајнирана и водена програма за безбедност на храната во објектот за исхрана со трошоците и опасноста на човекот од труењата со храна, станува логично зошто секој менаџер на угостителски објект сака да го воведат најефективниот систем од стандарди за безбедност на храната. За да се дизајнира програма со високо ниво на безбедност на храната, секогаш се започнува со фокусирањена вниманието на менаџерот за храната што најчесто предизвикува труење или болести.

### **III. КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ХОТЕЛИТЕ ЕЛЕМЕНТИ И НИВНА РЕГУЛАТИВА**

#### **1. Поим за категоризација**

Доколку еден објект припаѓа на одредена категорија тоа значи дека тој објект има гаранција за квалитетот во поглед на асортиманот кој е утврден со неговата припадност. Притоа колку угостителскиот објект има поголема класификација, односно категорија тоа подразбира и формирање на цена која расте со подобрување на квалитетот на услугите и категоризацијата. Како главни критериуми кои се земаат при определување на категоријата се: големина на објектот, површината на собите и другите простории, опремноста на собите, апарати, клима, радио и ТВ и друго<sup>32</sup>. Исто така се зема во предвид структурата на вработените нивното знаење на странски јазици, степенот на стручна оспособеност.

Категоризацијата на угостителските објекти претставува диференцирање, односно класифицирање на објектите во рамките на еден ист вид. За разлика од класификацијата, каде врз основа на одредени критериуми се утврдуваат само минимални заеднички особености кои карактеризираат одреден вид, при категоризацијата се водеуваат нови критериуми врз основа на кои се означуваат разликите внатре во самиот вид<sup>33</sup>. Хотелот кој е категоризиран има за цел гостите однапред да ги запознае со услугите за сместување заедно со сите дополнителни услови, а најчесто и со нивото на цените на тие услуги.

Припадноста кон одредена категорија претставува гаранција за квалитетот на услугите во поглед кон асортиманот кој е утврден со припадноста кон видот. Квалитетот кој се гарантира со соодветната категорија подразбира формирање на соодветна цена за тие услуги, која расте аналогно со подобрувањето на квалитетот на услугите и категоријата. Најниската категорија дава гаранција дека е обезбеден минимумот во поглед на квалитетот на услугите, во рамките на одреден вид објекти. Различните видови на сместувачки капацитети можат да бидат класифицирани врз основа на локацијата, цената или видот на услуги кои се нудат<sup>34</sup>.

Видот на објектите, условите за категоризирање, бројот на категориите и нивното означување се разликуваат од земја до земја. Иако е познато дека се вложуваат напори за

---

<sup>32</sup>Rutes, W.A., and Penner, R.H (1985) Hotel planning and design, New York: Whitney Library of Design

<sup>33</sup> Аврамовски, М. (2000). Економика и организација на туризмот. Факултет за туризам и угостителство – Охрид.

<sup>34</sup> Ракичевик Г. (2013) Менаџмент во Туризам и Угостителство, Факултет за Туризам и Угостителство, Охрид

формирање на универзална меѓународна категоризација, до денес тоа не е реализирано. Категоризацијата на објектите се утврдува во зависност од општите и посебните минимални услови кои ги исполнуваат тие објекти (уредувањето, опремата, квалитетот на услугите, кадарот и сл.).

Усогласување за начинот на рангирање на хотелите во светот сè уште не е постигнато. Тоа е пред се како резултат на различната култура, различното ниво на економски развој, различната политика во поглед на задолжителноста или алтернативноста за категоризацијата, законските регулативи на државите и слично. Кај одредени земји постојат мошне строги законски регулативи, кај други земји категоризацијата и начинот на рангирање се препушта на здруженија од приватниот сектор, кај трети се битни оценките од потрошувачите оставени на туристички веб страни.

Во Северна Америка, не постои задолжително категоризирање на хотелите од страна на локалните, државните или федералните власти. Оваа функција е оставена на бизнис секторот кој преку различни асоцијации и организации врши рангирање на хотелите. Иако постојат хотели кои не припаѓаат на ниту една категорија, најчесто причините за тоа се реновирање, штотуку отворање или слично. Најголем дел од хотелите имаат извршено доброволна категоризација од страна на асоцијациите или здруженијата.

Во САД, паралелно, функционираат два система на рангирање на хотели, познати како системна дијаманти и системна ѕвезди. Не може да се издвои кој систем е подобар бидејќи, во суштина, се сметаат за слични. Американската автомобилска асоцијација (AAA – American Automobile Association) користи систем на дијаманти, со тоа што ги рангира хотелите и рестораните со скала од еден до пет дијаманти, притоа истакнувајќи го степенот на луксузност. Постапката за категоризација започнува со аплицирање кај Автомобилската асоцијација. Доколку асоцијацијата се согласи, инспекторите ненајавено го посетуваат, разгледуваат и анализираат хотелот. Со исполнување на критериумите на AAA, хотелот добива одобрение од оваа асоцијација. Категоријата што ќе ја добие, се задржува со проверка од страна на инспекторите која се врши еднаш годишно. Во случај на исполнување на голем дел од критериумите на асоцијацијата (AAA), што истовремено повлекува рангирање со категорија од четири или пет дијаманти, инспекциите вршат повторна ненајавена контрола, позната како „мистериозен гостин“. Автомобилска



асоцијација, освен во САД, по систем на дијаманти, ги категоризира и хотелите и рестораните во Канада (CAA - Canadian Automobile Association).

Во САД, Канада и Мексико, Форбс Травел Гајд (Forbes Travel Guide) претставува системна категоризирање на хотелите со ѕвезди<sup>35</sup>. По бројност, категоризира помал дел од хотелите за разлика од Американската автомобилската асоцијација (AAA). Од аспект на потрошувачите, не е истакнато кој од овие системи врши пореално прикажување на категоријата на хотелите.

Во принцип, секоја организација или веб страна која ги рангира хотелите, нуди свое објаснување на начинот, аспектот и критериумите на оценка, по што потрошувачите сами одлучуваат која би ја користеле при изборот на хотел. На пример има примери во светот на категоризирање на хотели со шест или седум ѕвезди. Тоа предизвикува конфузија која произлегува од проценката на самите сопственици и менаџери на хотелите. Имајќи ја во предвид категоризација на регулативите во тие земји, овие хотели официјално имаат 5 ѕвезди. Шестата или седмата ѕвезда е знак на високата луксузност која овие хотели ја нудат и за која сметаат дека ги надминуваат максималните 5 ѕвезди. Затоа, во литературата, ова се смета дека сисемот на ѕвезди, треба да се преорганизира и да воведат единствени интернационални стандарди.

## **2. Критериуми за категоризација на хотели**

Во сите земји постои разновидност на системите за класификација на хотели. Според усвојувањето на систем за класификација, земјите можат да бидат поделени во три категории:

1) Групи на земји кои не усвоиле никакви системи за рангирање, како примерот на нордиските земји. Во овие земји, одбивањето да се прифати систем на класификација се оправдува со принципот на слобода на пазарот, што резултира со несогласување со каква било форма на интервенција и контрола;

2) Други земји немаат усвоено официјална класификација, но имаат неформален систем на класификација, признат од јавноста. Пример е Англија, каде две асоцијации

---

<sup>35</sup> <http://www.forbestravelguide.com/>

(Автомобилска асоцијација и Кралски автомобилски клуб) имаат воведено рангирање со ѕвезди, од 1 ѕвезда до 5 ѕвезди. Во Данска, системот е промовиран од страна на „Politiken“, со категоризирање по негови насоки. Во други земји, самите сопственици на хотели преку професионални организации, вршат класификација на хотели (случаите на Швајцарија и Германија);

3) Трети земји, имаат усвоено формални системи на класификација, со различно ниво на опширност (Италија, Ирска, Холандија, Грција, Луксембург, итн.).

Во повеќето земји, критериумите за класификација на хотели имаат квантитативни карактеристики и технички правила во кои квалитативните аспекти се помалку застапени. Во суштина, критериумите што се користат можат да се поделат во две категории:

1. Област и опрема, критериуми за површини (собите), опременост на тоалети (вклучувајќи го процентот на соби со бањи со када и туш), опременост со мебел и други предмети;

2. Критериуми за квалитет, во однос на квалитетот на просторот и услугите.

Условите пропишани за секој критериум се минимални. Секоја од земјите од светот, поради културни, традиционални или национални причини, користи сопствени системи за рангирање, што ја спречува примената на единствен систем на класификација во светот. Како заедничките карактеристики на различните системи за рангирање можат да се издвојат:

квалитетот на дадените услуги;

општата состојба на објектот;

сала за прием;

опременост;

сместување;

тоалети;

простории за храна;

минимални услуги кои им се нудат на туристите, кои можат да бидат или содржани

во цената или предмет на посебно плаќање;

однесување и професионалност на вработените.

За да се разбере суштината на системите за класификација на хотелите според нивото на удобност, треба да се разгледа регулаторната рамка во меѓународната пракса, односно вклученоста на синдикати и државни органи или професионални организации. Како дополнување на ваквите воспоставени системи на класификација, постојат онлајн туристички водичи, на кои постои независно рангирање на хотелите, оценето од лица кои веќе престојувале во хотелот. Целта на овие класификации е на потрошувачот да му се даде што е можно пореална првична слика и информација за хотелот. Од друга страна, овие онлајн туристички водичи се сметаат за збир од субјективни оценувачи или проценители на категоријата на хотелот при што не можат секогаш да се сметаат за релевантни. Минималните критериуми за класификација треба да ги исполнат очекувањата и потребите на сегашните и идните клиенти - главните корисници на хотелски услуги. Во таа насока, со менувањето на технологијата, критериумите се подложни на дополнувања и измени.

### **3. Елементи на категоризацијата**

Во литературата се споменуваат две групи на елементи и тоа<sup>36</sup>:

1. задолжителни елементи на категоризација;
2. изборни елементи на категоризација;

#### *3.1. Задолжителни елементи за категоризација*

Основните елементи се однесуваат на минималните барања во однос на дизајнот, опремата и услуги за одредена категорија. Задолжителните елементи при категоризацијата не се вреднуваат, бидејќи тие се елементи без кои еден угостителски објект не може да го почне процесот на категоризација.

#### *3.2. Изборни елементи за категоризација*

---

<sup>36</sup> Ацковски, Н и Ацковска, М., Економика и организација на угостителството, Факултет за туризам и угостителство-Охрид, 2003

Воведувањето на изборните елементи за категоризација во 1994 година, преставува новитет во однос на претходните прописи за категоризација. Примената на овие решенија се покажаа како мошне корисни, бидејќи му овозможува на сопственикот на објектот да создава автентична комбинација на услуги, при што се собираат доволен број на поени, и на тој начин се добива оригинален хотелски производ. Овие елементи на категоризација се поврзани со планирање, опрема, услуги, како и за поставување на опрема и изглед на зградата. Врз основа на секоја од пропишаните изборни елементи се постигнуваат одреден број на поени. Со прописите се пропишуваат и обврски за одредени категории да се постигнат соодветен број на поени. Доколку објектот нема можности да го оствари минималниот број на поени врз основа на изборните елементи за одредената категорија, тогаш тој објект не може да биде рангиран во таа категорија, иако ги исполнува сите задолжителни барања.

Согласно тоа, обврската да се постигнат соодетни поени врз основа на изборните елементи се задржуваат под постојаните прописи. Поените по основа на елементите кои се изборни може да ги остварат само објектите со највисока категорија. Доколку објектот од пониската категорија не постои можност да го достигне пропишаниот минимален број на поени врз основа на изборните елементи, му недостига број на поени тоа може да го направи врз основа на задолжителните елементи предвидени за надградување на објекти.

#### **4. Правна регулатива при категоризација на објектите за вршење на угостителска дејност**

Правната регулатива за категоризација на објектите кои вршат угостителска дејност за сместување и за исхрана значи гарантирање на стандардите, кредибилитетот и услугите кои што ќе ги добијат гостите во категоризираните објекти. Правното

регулирање на категоризацијата има огромни предности, а само мал дел од нив се сигурноста која ја добиваат гостите, високиот степен на работење, стандард кој е признат на меѓународно ниво, ефикасни маркетинг платформи континуиран развој и можност за зголемување на стандардите<sup>37</sup>.

Во овој контекст од значење за правната регулатива е формирањето на Европската Хотелстарс Унија која преку соодветен пристап ги поставува основите на еден хармонизиран и општо прифатен систем на класификација на објекти за сместување и исхрана. Како основна препорака која ја дава оваа унија е што е можно повеќе националните законски и подзаконски акти од областа на туризмот и угостителството, особено во делот на категоризација на објектите е истите да се унифицираат и да се прилагодат според дадениот предлог се со цел туристите да добијат што е мошно посоодветни информации за објектите каде престојуваат. Сепак системите за класификација, се базираат на квантитативни фактори и бројот на ѕвезди им дава на потрошувачите идеја за тоа каков тип на дополнителни објекти се достапни во објектите за сместување и исхрана (големина на спалните соби, специјализирани ресторани, бањи, спортски сали) но и објект за сместување или исхрана од пониска категорија може да има добар рејтинг и добар глас за храна, висок квалитет на услугите љубезен персонал.

Повеќе за правната регулатива за категоризација на објектите кои вршат угостителска дејност за сместување и за исхрана ќе ја разгледаме во идните глави на дисертацијата.

#### **IV. КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ОБЈЕКТИ ЗА ВРШЕЊЕ НА УГОСТИТЕЛСКА ДЕЈНОСТ ВО ЗЕМЈИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПСКАТА ХОТЕЛСТАРС УНИЈА И БАЛКАНСКИТЕ ЗЕМЈИ**

##### **1. Европски систем на класификација и категоризација на хотели**

---

<sup>37</sup>[www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

Во Европа се направени големи напори со цел да се посигне единствен систем на категоризација на објектите за сместување. И покрај тие настојувања сепак сеуште тоа не се постигнаиво секоја држава има сопствена категоризација (во некои земји варира од регион до регион или од град до град) но во основа сите ги следат позначајните европски земји.

Меѓутоа вонекое европски земји како што се Нордиските, воопшто не постои систем за категоризација. Понатаму, Романија, на пример објектите за сместување во руралниот туризам само се категоризираат од страна на сопствениците (по одредено време Комисијата за кетегоризација проверува дали категоријата одговара за објектот)<sup>38</sup>.

Целта на категориизацијатае да се одреди предноста на еден објект во однос на друг, со цел клиентот да стекне сознанија за нивото на квалитет на тој објект.Иако, постојат најразлични критериуми за категоризација, а општо прифатени од критериуми се<sup>39</sup>:

- Опременоста, персоналот;
- Материјално-техничка база;
- Дополнителни услуги;

Секоја туристичка организација хотелите и апартманитекои ги нуди мора да бидат официјално категоризирани во време на издавањето на каталогот кој го стандардизираат локалните туристички власти. Поради тоа што стандардите на се различни во зависност од дестинацијатанема можност истите да се споредуваат.

Одговорноста ја презема организаторот на за било каква друга усна или писмена информација која не е во согласност со описот на услугите во понудената програма. Иако, постојат над20-тина системи за категоризација, во практила најчесто се среќааваат<sup>40</sup>:

- Систем на круни;
- Европски систем-систем на ѕвезди;
- Систем на нивоа;
- Систем на букви;

---

<sup>38</sup> European Consumer Centre European Small Claims Procedure-What you should know, publication, UK, 2007

<sup>39</sup> Pieeret Frederic 2013 Abouth Hotel Classification Syhstem UNWTO AGORA

<sup>40</sup> Classification of hotel establishments within the EU the European Consumer Centre Network 2009

Европскиот потрошувачки центар (во кој се опишуват различните системи на класификација на хотелските објекти во секоја земја членка на ЕУ) има направено истражување каде е утврдено дека во повеќето земји членки постојат системи за класификација на национално и регионално ниво<sup>41</sup>. Во повеќето случаи рангирањето на хотелите е пропишано од страна на државата или управувано од страна на национални хотелски асоцијации, како во случајот со Северна и Централна Европа. Во хотелската индустрија, постои дебата дали, е неопходна формалната класификација или затоа нема потреба. И покрај тоа сепак постојат обиди за воспоставување на каква-таква форма на европски хармонизиран систем т.н- Европска Хотелстарс Унија.

## 2. Европска Хотелстарс унија

Во 2009 година, под покровителство на Европската угостителска организација HOTREC (Hotels Restaurants and Cafes in Europe)<sup>42</sup> формирана е Хотелстарс унијата од страна на хотелски асоцијации на Австрија, Германија, Унгарија, Холандија, Чешка, Шведска и Швајцарија. Во наведените земји системот на категоризација за прв стапува на сила во јануари 2010 година. Исклучок се само Унгарија, Холандија и Швајцарија кои побарале подоцна дата за измена на рангирањето. Покрај основачите на Унијата во следните години го прошируваат своето членство во 2011, се приклучија Естонија, Латвија, Литванија и Луксембург, Малта во 2012 година, додека, Белгија, Данска и Грција се приклучија во 2013 година и во 2015 Лихтенштајн<sup>43</sup>.

Според Европската Хотелстарс унија најважни критериуми за категоризацијата се<sup>44</sup>:

- ❖ Категоризација на хотели со една ѕвезда
  - 100% од собите да се со туш кабина/WC или када/ WC
  - 100% од собите да имаат телевизиски приемник со вклучен далечински управувач

<sup>41</sup> European Consumer Centre European Small Claims Procedure-What you should know, publication, UK, 2007

<sup>42</sup><http://www.hotrec.eu>

<sup>43</sup><http://www.hotelstars.eu/system/description/>

<sup>44</sup><http://www.hotelstars.eu/criteria>

- Маса и стол
  - Секојдневно чистење на собите
  - Крпи за бришење или туширање
  - Достапна рецепција
  - Сапун или тоалетен сапун на мијалникот
  - Јавно достапни телефонски линии за гости
  - Достапна понуда на пијалоци во хотелот
  - Можност за плаќање со депозити
  - Вклучен појадок
- ❖ Категоризација на хотели со две ѕвезди
- Вклучен појадок
  - Понуда на санитарни производи (четка за заби, паста за заби, прибор за бричење)
  - Постелнина
  - Вклучен гел или крем за туширање во туш кабината или кадата
  - Вклучено светло за читање над креветот
  - Пристап до интернет во соба или на одредена јавна просторија во хотелот
  - Можност за плаќање со платежни картички
- ❖ Категоризација на хотели со три ѕвезди
- Отворена рецепција со прием од 14 часа во текот на денот, 24 часа телефонски пристап, вработени кои знаат повеќе јазици
  - Можност за дополнителни перници и кебе по барање на гостите
  - Систем за брзо решавање на проблеми
  - Достапна и голема софа на рецепција, можност за транспорт на багаж до собите
  - Телефон во собата
  - Фен за коса, апарат за чистење облека
  - Огледало, соодветно место да се стави куферот или багажот



- Соба сервис со вклучена достава на пијалоци
- Комплет за шиене и чистење на чевли, услуги за перење и пеглање
- ❖ Категоризација на хотели со четири ѕвезди
  - Вклучен појадок или појадок со мени карта за во соба
  - Тапациран стол или кауч со маса од страна
  - Минибар или 16 часовна можност за нарачување на пијалоци
  - Отворена рецепција со прием од 16 часа на ден, 24 часа телефонски пристап
  - Лоби со седишта, бар и услуги за пијалакво соба
  - Облека за бањи или влечки
  - Козметички производи (капа за туширање, сет за обликување на нокти, чепкалка за уши, огледало, греење во бањата)
- ❖ Категоризација на хотел со пет ѕвезди
  - Отворена рецепција со прием од 16 часа на ден, и вработени кои знаат повеќе јазици
  - Интернет пристап и компијутер во собата на барање на гостите
  - Сеф во соба
  - Просторна приемна сала со неколку седишта и услуги за пијалак
  - Личен поздрав за секој гостин со цвеќе или мини подарок
  - Минибар или 24 часовна можност за нарачување на пијалоци во соба
  - Паркинг услуги и вработен задолжен за паркинг
  - Производи за одржување на лична хигиена
  - Услуги за пеглање
  - Анономно престојување

Партнерството на овие земји значи обезбедување на хармонизирана класификација на хотели со заеднички критериум и постапка на земјите учеснички. Членството во оваа Унија го подобрува угледот и квалитетот на хотелската индустрија во земјите преку создавање на транспарентност и сигурност за гости и со тоа поттикнување на маркетингот во хотелската индустрија. Во оваа Унија може да членуваат сите членови на Европската угостителска организација. Тоа ќе помогне да се постигне заеднички пласман на

услугите и хотелските услуги во согласност со критериумите и барањата на гостите.

### **3. Категоризација на објекти за вршење на угостителската дејност во избрани земји членки на Европската Хотелстарс Унија**

#### *3.1. Австрија*

Хотелите во Австрија се категоризираат според :хотели, соби, гостински куќи, пансиони, хотел гарни (ноќевања со појадок), апартмани. Одговорен и надлежен орган е Австриската асоцијација (Austrian Profesional Hotel Association) која има седиште во Виена. Националниот систем за класификација на хотели е незадолжителен. Класите во Австрија се поделени на<sup>45</sup>:

- 1 ѕвезда-туристичка
- 2 ѕвезди-стандардна
- 3 ѕвезди-удобна
- 4 ѕвезди-супериорна
- 5 ѕвезди-луксузна

Покрај основната поделба на класите Австриската асоцијација дава и дополнителни критериуми кои се важни за класификација во определена категорија и тоа<sup>46</sup>:

*Квалитетот на услугите*-вклучува однесување и изглед на персоналот, облека, пријателски однос и компетентност на менаџментот и работниците

*Надворешен изглед*-вклучува поставување на знаци, пристапен пат, пристап на паркинг, градини

*Забава специфична за хотелот и дополнителни објекти* (затворен базен, сауна, соби за состаноци, градини, гаражни паркинг простори)

*Задоволство на гостите* (справување со желби и жалби на гостите)

---

<sup>45</sup> <https://www.wko.at>

<sup>46</sup> <http://ec.europa.eu>

Појадокот во хотелите во Австрија при резервацијата вообичаено не е вклучен во хотелската цена и специфично е тоа што голем број на хотели се опремени со опрема за лица со хендикеп.

### 3.2. Чешка

Надлежен орган за системот за класификација на хотели е The Czech Association of Hotels and Restaurants<sup>47</sup> кој има свое седиште во Прага. Овој систем е национален и незадолжителен. Класификација се врши според следните категории: хотели, мотели, пансиони, кампови, колонии, домови, брод-хотели. Класите се поделени на<sup>48</sup>.

- 1 ѕвезда-туристичка
- 2 ѕвезди-економска
- 3 ѕвезди-стандардна
- 4 ѕвезди-прва класа
- 5 ѕвезди-луксузна

Доколку е направена резервација во хотелот, појадокот вообичаено е вклучен во хотелската цена, затоа што хотелот плаќа 19% ДДВ доколку појадокот е понуден одделно, за разлика кога појадокот е вклучен во цената за сместување, во тој случај ДДВ изнесува само 9%.<sup>49</sup> Во Чешка не постојат сместувачки капацитети наменети за лица со инвалидитет, меѓутоа капацитетите кои се градат или се предмет на реконструкција им се посветува големо внимание за задоволување на потребите на лицата со инвалидитет.

### 3.3. Германија

Во Германија системот на класификација на хотели е доброволен. Како надлежен орган за класификација е Deutsche Hotel und Gaststättenverband-Federal Confederation of German Hotels and Restaurants Am Weidendamm, кој има седиште во Берлин. Нивната

---

<sup>47</sup> [www.ahcr.cz/en/](http://www.ahcr.cz/en/)

<sup>48</sup> [http://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/hotel\\_establishment\\_classification\\_EU\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/hotel_establishment_classification_EU_en.pdf), стр.13

<sup>49</sup> [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

класификација е исклучиво за хотели<sup>50</sup>. Вклученоста на појадокот при резервацијата исклучиво зависи од упатствата за време на резервацијата. Хотелитџ во Германија се соодветно опремени за лицата со хендикеп. Во Германија има уште една класификација (Г-класификација<sup>51</sup> за куќи за гости, гостилници, кафеани, пансиони). Класите се делат на<sup>52</sup>:

- 1 ѕвезда-туристичка
- 2 ѕвезди-стандардна
- 3 ѕвезди-удобна
- 4 ѕвезди-прва класа
- 5 ѕвезди-луксузна

### 3.4. Грција

Надлежни органи за класификација на хотели во Грција The Hellenic National Tourism Organization<sup>53</sup> и Hellenic Chamber of Hotels<sup>54</sup> и тој е задолжителен систем. Во примарното сместување се вклучуваат стандардни хотели, мотели и опремени апартмани, хотели од мешовит тип, спој на стандарден тип и опремени апартмани (студија/апартмани/бунгалови) и (организирани) објекти за кампување. Во секундарното сместување се вклучени сите видови на простории за изнајмување, опремени апартмани, како и опремени куќи и резиденции како туристички сместувачки капацитети<sup>55</sup>. Целото хотелско сместување, соби и апартмани е предмет на рангирање што е утврдено од страна на Greek National Tourism Organization, а рангирањето се врши со помош на ѕвезди и тоа од 1 до 5 ѕвезди<sup>56</sup>.

### 3.5. Унгарија

---

<sup>50</sup> [www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de)

<sup>51</sup> [www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de)

<sup>52</sup> [www.ukecc-services.net](http://www.ukecc-services.net)

<sup>53</sup> [www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr)

<sup>54</sup> [www.grhotels.gr/EN/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/EN/Pages/default.aspx)

<sup>55</sup> [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

<sup>56</sup> <http://ec.europa.eu>

Надлежен орган е во Унгарија на класификација на хотели. The Hungarion Trade Licensing Office (Magyar Kereskedelmi Engedélyezési Hivatal)<sup>57</sup> со седиште во Будимпешта. Тој е национален и задолжителен систем за категоризација. Категории по кои се врши класифицирањето на хотели, хотели за закрепнување, велнес хотели, апартмански хотели, мотели, кампови, ресорти за одмори, туристички хотели и хостели за млади.

Капацитетите треба да содржат

Хотел со 1 звезда-фоаје, бања за секои десет кревети, топла/ладна вода во секоја соба, тоалети за дами и господа, лифт доколку постојат повеќе од 3 спрата на хотелот, гаража, фрижидер.

Хотел со 2 ѕвезди - се што мора да има хотелот со една ѕвезда плус најмалку 1/3 од собите да имаат бања, телефони во фоајето, ТВ во 50% од собите на барање на гостите, факс и факултативни услуги еквивалентни на најмалку 25 екстра поени.

Хотел со 3 ѕвезди - дополнително фоаје, најмалку еден ресторан и единица за одржување, секоја соба да има телефон и 75% од собите да имаат бањи, 24 часовна рецепција, промена на постелнините двапати неделно и промена на крпи секој втор ден, собна услуги во текот на работното време на ресторанот, фотокопирање, поштенски услуги на рецепција, обезбедување на културни/туристички информации на рецепција, факултативни услуги еквивалентни на најмалку 90 екстра поени.

Хотел со 4 ѕвезди најмалку едно дополнително фоаје/конференциска сала, мини барови, телевизори, канцелариски материјал и телекомуникациски услуги и бањи во сите соби, лифт, 24 часовна рецепција со вработени кои зборуваат три јазици, постелнината да се менува секој трет ден, услуги за перење и пеглање, собни услуги, сефови во секоја соба, достапност на меѓународни весници, факултативни услуги еквивалентни на најмалку 130 екстра поени.

Хотел со 5 ѕвезди 24 часовна услуга на хотелски вратар, ресторан и најмалку две единици за одржување, климатизација во сите соби, промена на постелнината секој втор ден, факултативни услуги еквивалентни на најмалку 130 екстра поени.

Појадокот во хотелите во Унгарија вообичаено е вклучен во хотелската цена кога се прави резервацијата во хотелот.

---

<sup>57</sup> <http://mkeh.gov.hu>

### 3.6. *Малта*

Во Малта постои национален задолжителен систем за класификација на хотели. Надлежен орган е Malta Tourism Authority<sup>58</sup> со седиште во Валета. Категории по кои се класифицираат објектите за престој се хотели, мотели, туристички села, гостински куќи, хостели<sup>59</sup>

Системот за класификација на хотели е од 2 до 5 ѕвезди, додека гостинските куќи се рангирани на скала до три ѕвезди. Основни критериуми за класификација кај хотелите во Малта се димензии на спални соби, кревети, промена на постелнина, мебел и удобност, а како дополнителни услуги се ТВ, сеф, мини бар, чистење на спалната соба, санитарните јазли, бања/туш, кујна. Кога е направена резервација во хотел, појадокот вообичаено е вклучен во хотелската цена, а доколку не е вклучен тоа треба да биде јасно наведено во време на резервирањето<sup>60</sup>. Во Малта постојат сместувачки капацитети, кои обезбедуваат објекти за лицата со хендикеп.

### 3.7. *Холандија*

Како надлежен орган за класификација на хотели во Холандија е The Dutch Hotel and Catering Associated Companies, кој систем е национален и задолжителен. Категории по кои се класифицираат објектите за престој се хотели, кампови и бунгалови, а основни критериуми за класификација се собите за спиење, состојбата и достапноста на услугите, аспектите на квалитетот на престојот, како и функционалноста на стандардната опрема во хотелската соба.

Во Хотелите системот за класификација на хотели е од 1 до 5 ѕвезди, додека спа центрите, фитнес центрите, затворените и отворените базени се рангирани на скала од 2

---

<sup>58</sup> [www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)

<sup>59</sup> <http://ec.europa.eu>

<sup>60</sup> Ибидем

до 5 ѕвезди<sup>61</sup>. Категоријата и бројот на ѕвездите треба да се јасно истакнати на видно место во хотелот на каде гостите ќе добијат информација за тоа што се поседува хотелот, а сите дополнителни информации мора да бидат достапни на рецепција и истите да им бидат дадени, доколку тоа го побараат самите гости. Без разлика на категоријатасите хотели во Холандија нудат можност за појадок, но тоа не е задолжително вклучено во резервацијата и треба да им се напомене на гостите<sup>62</sup>. Сместувачките капацитети во Холандија се достапни за лицата со хендикеп и тоа е задолжително за хотелите со 2, 3 и 4 ѕвезди кои мора да обезбедат достапен влез за инвалидски колички, адаптиран тоалет, широк хол простор, места за паркирање кои ќе бидат резервирани само за корисниците на инвалидски количка.

#### **4. Категоризација на објекти за вршење угостителска дејност во Балканските земји**

##### *4.1. Албанија*

Една од ретките земји на Балканскиот полуостров која повеќе од 25 години има големи тешкотии на воспоставување на ѕвезди, бидејќи сопствениците на хотелите прават сопствени ѕвезди, со што станува мошне тешко да се добие соба или апартман, согласно истакнатата ѕвезда.

Многу од туристите кога се враќаат од одмор во Албанија зборуваат за лоши услуги во хотел, соби без електрична енергија, лоши кревети, мошне ниско ниво на хигиена, иако на хотелите се поставени табли со 5 ѕвезди.

Затоа под најитно треба да се постават стандарди, па затоа од големо значење се напорите на Министерството за економски развој, претприемништво и туризам, кое има добиено надлежност да го додаде името туризам и да имаат надлежност над туристичките зони, да подготват нов закон за функционирање на секторот туризам и на категоризацијата на објектите. Законот е прв од ваков вид во Албанија бидејќи преку него се направени обиди за конечно организирање на секторот туризам, за стандардите на туристичките

---

<sup>61</sup> <http://www.kenniscentrumhoreca.nl>

<sup>62</sup> <http://ec.europa.eu>

места, условите, како да се изнајмуваат плажите, а и конечно ќе се воспостави инспекторат за надзор над овие области, вклучувајќи ја и категоризацијата.

Според законските рамки постојат осум различни видови на објекти за кои е дозволено сместување<sup>63</sup>.

- 1) Хотели – стандард-категоризирани со две, три, четири и пет ѕвезди
- 2) Студентски домови
- 3) Кампови
- 4) Одмаралишта
- 5) Мотели
- 6) Здравствени центри
- 7) Објекти за ноќевање со појадок

Меѓутоа, треба да се потенцира дека постојат ограничен број на хотели, сместени во Тирана, кои ги имаат истите стандарди со хотелите и во останатите земји во светот и кои поднеле барање за Сертификат за класификација со важност за период од 4 години, а откако ќе заврши тој период сопствениците треба да аплицираат за нов 30 дена пред да истече важноста. Со поднесување на барањето може да се достави и дополнително барање за рекласификација доколку сопствениците се заинтересирани за зголемување на квалитетот на стандардите на услугите кои ќе се вклучат 24 часовно работење на рецепција, ќе даваат можност за плаќање со платежни картички и услуги на англиски јазик<sup>64</sup>.

#### 4.2. Босна и Херцеговина

Во Босна и Херцеговина постои национален и задолжителен систем на класификација на хотели, а како надлежен орган е Асоцијацијата на хотелиери и ресторани на Босна и Херцеговина која е во состав на Сојузното министерство за животна средина и туризам.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> [www.ekonomia.gov.al](http://www.ekonomia.gov.al)

<sup>64</sup> [www.tiranaobserver.al](http://www.tiranaobserver.al)

<sup>65</sup> [www.fmoit.gov.ba](http://www.fmoit.gov.ba)



Како категории кои се класифицирани објектите за престој се хотели со градина, хотели, туристички наслеби, туристички апартмани, пансиони, мотели<sup>66</sup>. Системот за класификација во Босна и Херцеговина се<sup>67</sup>:

А) Категоризација на постојани објекти

- хотели 2, 3, 4 и 5 ѕвезди (депандансот на хотелот се категоризира исто како и хотелот)
- туристичка населба 2, 3, 4 и 5 ѕвезди
- мотел 2, 3, 4 и 5 ѕвезди
- пансиони – стандард и комфор категорија

Б) Категорија на нови објекти

- хотели 3, 4 и 5 ѕвезди (депандансот на хотелот се категоризира исто како и хотелот)
- туристичка населба 3, 4 и 5 ѕвезди
- мотел 2, 3, 4 и 5 ѕвезди
- пансиони –комфор категорија

Сместувачките капацитети во Босна и Херцеговина се поделени врз основа на задолжителните барања кои се пропишани и се поврзани со планирањето, опремата, уредите, одржување и сите останати услови согласно законските и подзаконските акти.

#### 4.3. Бугарија

Во Бугарија има национален систем на класификација на хотели. Постои случај кај туристичките објекти со 1 или 2 ѕвезди, категоријата се дефинира од градоначалникот на општината каде што е сместен објектот. Надлежен орган е State Agency of Tourism, во состав на Министерството за економија, со седиште во Софија<sup>68</sup>.

Категориите кои се среќаваат се: хотели (1 до 5 ѕвезди), мотели (1 до 3 ѕвезди), населби за одмори (3 до 5 ѕвезди), семејни хотели (1 до 3 ѕвезди), пансиони (1 до 3 ѕвезди),

---

<sup>66</sup> Правилник о разврстању, минималних услова категоризацију угостителских објекта из скупине хотела- Службене новине Федерација БиХ бр 32/09, члан 4

<sup>67</sup> Ибидем члан 4

<sup>68</sup> [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org)

бунгалови и кампови (1 до 2 ѕвезди), одвоени соби, рурални соби и куќи ( 1 до 3 ѕвезди).  
Постои систем од 1 до 5 ѕвезди<sup>69</sup>.

Како позначајни карактеристики по категории се<sup>70</sup>:

- Хотел со една ѕвезда-поштенски услуги, телефонски услуги, чување на вредни работи на паркинг
- Хотел со две ѕвезди - минибар, перење, пеглање, паркинг и чување на вредни работи
- Хотел со три ѕвезди- простор за деца, поштенски и деловни услуги, изнајмување на автомобили, патувања со водич, собна услуга, мини бар
- Хотел со четири ѕвезди - затворен или отворен базен, Интернет конекција, хемиско чистење, перење пеглање, спортски центар, паркинг
- Хотел со пет ѕвезди - спа центар, вежбаљна, внатрешен или надворешен базен, ресторан кафе бар, продавници, Интернет, телефон 24 часовна собна услуга, фризер

При резервацијата појадокот вообичаено не е вклучен во хотелската цена. Исто така секој хотел е должен да обезбеди опрема за лица со хендикеп.

#### 4.4. Македонија

Категоризацијата на угоститески објекти во периодот од 1981 година до 1996 година, хотелите во Македонија била во 5 категории: Л, А, Б, Ц и Д, од највисоката до најниската. После 1997 година се направила измена на системот на категоризација наместо со букви се вовел систем на ѕвезди од 5 до 1 ѕвезда, односно категории, аналогно, од прва до петта категорија, исто како во поразвиените земји кои повеќе пати се менувале. Последна измена на Правилникот за услови за категоризација на објектите за вршење угостителска дејност од се направила во март 2013 година. Со таа измена Македонија има

---

<sup>69</sup> <http://ec.europa.eu>

<sup>70</sup> Ibidem

систем на рангирање на хотелите на европско ниво, структуриран по европскиот „Хотелстар“ систем, кој категоризира 16 европски држави.

#### *Услови за категоризација на угостителски објекти*

Министерството за економија преку Правилник за услови за категоризација на објектите за вршење угостителска дејност врз основа на Член 9 од Законот за угостителска дејност ги пропишува Условите за категоризацијата на угостителски објекти во Македонија. Преку правилникот се пропишани условите за категоризација на објектите за вршење на угостителската дејност. Во зависност од уредувањето, опремата и квалитетот на услугите објектите за вршење на угостителската дејност се распоредуваат во категории. Категориите се означуваат со број на ѕвездички и нивното распоредувањето се врши на следниот начин<sup>71</sup>:

1. Хотели (хотели, мотел и пансиони) во прва, втора, трета, четврта и петта категорија, со број на ѕвездички пет, четири, три, две и една;
2. Хотелски населби во прва, втора и трета категорија со број на ѕвездички три (висок комфорт), две (комфорт) и една (стандард);
3. Туристички апартмани во втора, трета и четврта категорија со број на ѕвездички четири, три, две и една. Туристичките апартмани од прва категорија означени со пет ѕвездички се нарекуваат туристички резиденции;
4. Кампови во прва, втора, трета и четврта категорија со број на ѕвездички четири, три, две и една;
5. Куќи, станови и соби за издавање во прва и втора категорија со број на ѕвездички две (комфорт) и една (стандард);
6. Ресторани во прва, втора, трета и четврта категорија со број на ѕвездички четири, три, две и една.

Категоризацијата на објектите се спроведува одделно за секој објект. Блоките и целините на објектите ја имаат истата категорија. Депандансите имаат иста категорија како и хотелот на кој припаѓаат. Депандансите со 4 и 5 ѕвездички треба да даваат и услуги на појадок во објектот. При категоризацијата можат да бидат одобрени соодветни отстапувања ако помалку од 10% од критериумите кои се бараат за соодветна категорија

---

<sup>71</sup> ЗАКОН ЗА УГОСТИТЕЛСКАТА ДЕЈНОСТ Сл.Весник на Р.Македонија бр.62 од 16.09.2004 година

не се исполнети и ако Комисијата за категоризација на угостителски објекти, одлучи дека отстапувањата не влијаат на квалитетот на услугите за бараната категорија од страна на апликантот.

Според Здружението на хотелиери во Македонија (ХОТАМ), се смета дека последните измени на Правилникот за категоризација на угостителски објекти на Р.М. од Законот за угостителска дејност, дадени од страна на Министерството за економија се оценети како многу флексибилни, реални и спроведливи на терен. Според упатствата на новиот правилник, не се применуваат строги правила на обезбедување одреден критериум, туку се овозможува комбинирање на елементи кои се бодираат. Со други зборови му остава на самиот угостител, според она што го има, да ги брои поените, а од збирот на поените произлегуваат ѕвездите, односно категоријата.

Базените, спа-центрите или фитнес салите не се задолжителни за хотелите со четири и пет ѕвезди, меѓутоа доколку истите ги поседува, се добиваат поголем број поени, а со тоа и повеќе ѕвезди. Од тоа можеме да кажеме дека хотелите кои веќе имаат 5 ѕвезди и немаат базен, истиот не се обврзани да го изградат, но ќе мора да обезбедат дополнителни услуги кои ги предвидува Правилникот, секако доколку планираат и сакаат да ги задржат 5-те ѕвезди. Она што е задолжителна обврска на хотелите од 1 до 5 ѕвезди е чистотата и хигиената за објектите, рецепција со приемен хол, а за 4 и 5 ѕвезди одвоен посебен простор за прием на гости, 100% од собите да имаат тоалет со туш или када, крпи за бришење во сите соби, загревање во сите соби, ладење во пропорционален однос на собите, постелнина со квалитет во сите соби, секојдневно менување на крпите во собата, ресторан отворен минимум 5 дена во неделата како и прифаќање на кредитни картички<sup>72</sup>. За останатите содржини се добиваат поени. Така на пример, големината на собите се бодира така што најмалку, или 10 бодови носи соба од 14 метри квадратни, а најмногу или 25 бода носи соба од 30 метри квадратни. По 15 бода добиваат хотелите доколку располагаат со сопствен паркинг, портир, консиерж, лифт, по 10 бода доколку имаат обезбедно детска грижа од квалификуван кадар, конференциска сала, надворешен базен, по 8 поени доколку поседуваат сеф, контрола на бучавата на прозорците, соби со централна климатизација.

---

<sup>72</sup> Правилник за услови за категоризација на објекти за вршење угостителска дејност. Службен весник на Р.М бр.41/2013

Правилникот за категоризација содржи ознака „М“ што значи дека тој критериум е минимален критериум за соодветната категорија во чија колона е внесен и без разлика на бројот на поените, хотелите мораат да ги исполнат тие критериуми<sup>73</sup>:

- За хотели со 1 ѕвезда има 44 минимални критериуми кои мора да се задоволат и тие истите носат 49 поени;

- За хотели со 2 ѕвезди има 53 минимални критериуми кои мора да се задоволат и тие истите носат 64 поени;

- За хотели со 3 ѕвезди има 83 минимални критериуми кои мора да се задоволат и тие истите носат 145 поени;

- За хотели со 4 ѕвезди има 104 минимални критериуми кои мора да се задоволат и тие истите носат 269 поени;

- За хотели со 5 ѕвезди има 120 минимални критериуми кои мора да се задоволат и тие истите носат 373 поени.

За хотелите од пониски категории кои задоволуваат минимален критериум од повисока категорија од оној што е минимален критериум за нивната категорија, се смета дека го исполнуваат минималниот критериум и добиваат поени за повисокиот критериум кој го исполнуваат. Ова важи за поврзаните критериуми кои се видливи со тоа што се поврзани со затемнети ќелии. Кај овие критериуми се подразбира дека ако хотелот го исполнува највисокиот критериум од истите, не добива поени и за пониските критериуми, без разлика што со тоа што го исполнува повисокиот критериум, автоматски го исполнува и понискиот. Тоа може да се каже дека е еден критериум со неколку варијации кои носат различен број на поени. Откако ќе се утврди дека ги исполнуваат минималните критериуми за одредена категорија, се кумулира вкупниот број на поени при што<sup>74</sup>:

Хотел со 1\* - за еден хотел да биде категоризиран со 1 ѕвезда: - Мора да ги задоволува сите 44 минимални критериуми за хотел со 1 ѕвезда (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 1 ѕвезда) и - Мора да има од 90 до 169

---

<sup>73</sup> Ибид

<sup>74</sup> Правилник за услови за категоризација на објекти за вршење угостителска дејност. Службен весник на Р.М бр.41/2013

поени, вклучувајќи ги 49-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 1 звезда и поените од останатите критериуми;

Супериор хотел со 1\* - за еден хотел да биде категоризиран како Супериор хотел со 1 звезда: - Мора да ги задоволува сите 44 минимални критериуми за хотел со 1 звезда, но да не ги исполнува сите 53 минимални критериуми за хотел со 2 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 1 звезда) и - Мора да има 170 и повеќе поени (вклучувајќи ги 49-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 1 звезда и поените од останатите критериуми во Табелата, зависно од индивидуалната определба на хотелот).

Хотел со 2\* - за еден хотел да биде категоризиран со 2 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 53 минимални критериуми за хотел со 2 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 2 ѕвезди) и - Мора да има од 170 до 249 поени, вклучувајќи ги 64-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 2 ѕвезди и поените од останатите критериуми во Табелата кои се исполнети, зависно од индивидуалната определба на хотелот.

Супериор хотел со 2\* - за еден хотел да биде категоризиран како супериор хотел со 2 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 53 минимални критериуми за хотел со 2 ѕвезди, но да не ги исполнува сите 83 минимални критериуми за хотел со 3 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 2 ѕвезди) и - Мора да има вкупен збир на поени од 250 и повеќе, вклучувајќи ги 64-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 2 ѕвезди и поените од останатите критериуми

Хотел со 3\* - за еден хотел да биде категоризиран со 3 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 83 минимални критериуми за хотел со 3 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 3 ѕвезди) и - Мора да има од 250 до 379 поени, вклучувајќи ги 145-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со

3 ѕвезди и поените од останатите критериуми во Табелата кои се исполнети, зависно од индивидуалната определба на хотелот.

Супериор хотел со 3\* - за еден хотел да биде категоризиран како супериор хотел со 3 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 83 минимални критериуми за хотел со 3 ѕвезди, но да не ги исполнува сите 104 минимални критериуми за хотел со 4 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за повисока категорија значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 3 ѕвезди) и - Мора да има вкупен збир на поени од 380 и повеќе, вклучувајќи ги 145- те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 3 ѕвезди и поените од останатите критериуми во Табелата, зависно од индивидуалната определба на хотелот

Хотел со 4\* - за еден хотел да биде категоризиран со 4 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 104 минимални критериуми за хотел со 4 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за хотел со 5 ѕвезди значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 4 ѕвезди) и - Мора да има од 380 до 569 поени, вклучувајќи ги 269-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 4 ѕвезди и поените од останатите критериуми во Табелата кои се исполнети, зависно од индивидуалната определба на хотелот.

Супериор хотел со 4\* - за еден хотел да биде категоризиран како супериор хотел со 4 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 104 минимални критериуми за хотел со 4 ѕвезди, - Да не ги исполнува сите 120 минимални критериуми за хотел со 5 ѕвезди (при што, кај поврзаните критериуми, задоволувањето на критериумот за хотел со 5 ѕвезди значи автоматско исполнување на соодветниот критериум за хотел со 4 ѕвезди) и - Мора да има вкупен збир на поени од 570 и повеќе, вклучувајќи ги 269- те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 4 ѕвезди и поените од останатите критериуми.

Хотел со 5\* - за еден хотел да биде категоризиран со 5 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 120 минимални критериуми за хотел со 5 ѕвезди и - Мора да има од 570 до 649 поени, вклучувајќи ги 373-те поени добиени од минималните критериуми за хотел со 5 ѕвезди и поените од останатите критериуми во Табелата кои се исполнети, зависно од индивидуалната определба на хотелот. Супериор хотел со 5\* - за еден хотел да биде категоризиран како супериор хотел со 5 ѕвезди: - Мора да ги задоволува сите 120

минимални критериуми за хотел со 5 ѕвезди - Мора да има вкупен збир на поени од 650 и повеќе, вклучувајќи ги 373- те поени добиени од минималните критериуми. Добиени за хотел со 5 ѕвезди и поените од останатите критериуми.

Добиените поените од исполнување на минимум критериуми, се дополнуваат со поените од критериумите од сопствен избор на хотелот во зависност од клиентелата со која сака да работи. Друг начин за зголемување на бројот на поените е исполнување на минимум критериум на повисока категорија од видовите критериуми кои се поврзани. Постои и трет начин преку исполнување на критериум со повеќе варијации, при што се бира критериумот со варијација која е повеќе бодувана од пропишаната минимална варијација.

#### 4.5. Словенија

Надлежен орган за системот на класификација во Словенија е Slovenian Tourist Board(Словенска туристичка организација) со седиште во Љубљана кој е национален и задолжителен. Класификацијата се врши според следните категории: хотели, мотели, пансиони, конаци, апартмани, приватни соби, куќи за сместување со фарми<sup>75</sup>:

Хотел од 1-5 ѕвезди

Кампови 1-5 ѕвезди

Мотели, пансиони, приватни куќи 1-4 ѕвезди

Куќи на село 1-4 јаболка како симбол за категоризација

Како услови што категоризираните хотели треба да ги исполнуваат се<sup>76</sup>:

Хотели категоризирани со една ѕвезда-заедничка бања на пет соби, секој ден менување на крпи и појадок. Хотели категоризирани со две ѕвезди, најмалку 30% од сопбите е потребно да имаат сопствено купатило и талет, сапун во бањата, менување на крпи секој ден и појадок. Хотели категоризирани со три ѕвезди обезбеден туш, гел шампон, менување на крпи секој ден, телевизор, фен за коса, интернет, прифаќање на кредитни картички

---

<sup>75</sup> [www.slovenia.info/board](http://www.slovenia.info/board)

<sup>76</sup> <http://ec.europa.eu>



Хотели категоризирани со четири ѕвезди потребно е да имаат мебел со повисок квалитет, 24/7 рецепција, 30% од собите мора да имаат када, клима уреди, мини бар во секоја соба и услуги за перење. Хотели категоризирани со пет ѕвезди еклузивен мебел и опрема, 24/7 собна услуга, обезбеден појадок, приватен паркин, 50% од собите мораат да имаат кади.

Кога е направена резервација во хотелот, појадокот е вклучен во хотелската цена и сите дополнителни даноци се вклучени во цените и за сместување и за храна. Исто така, во Словенија постојат сместувачки капацитети кои им овозможуваат на лицата со хендикеп да бидат гости без никакви пречки, а исто така и туристичките такси се секогаш вклучени во хотелските аранжмани.

#### *4.6. Србија*

Имплементацијата на категоризација во Србија, како и во соседните земји е одговорност на самата држава. Категоризацијата е предмет само на објектите за сместување, додека угостителските објекти за обезбедување храна и пијалок на се категоризираат. Промените кои се направени во класификацијата со прописите кои го регулираат начинот на вршење на стопански дејности, како и касификација на угостителските објекти обезбедуваат постојење на следните видови и подвидови угостителски објекти за сместување: хотел, мотел, туристичко населба, камп, пансион, куќа, апартман, соба, село туристичко домаќинство и подгрупа гарни хотел и покрај хотел, посебни стандарди за специјализација на хотели, категории, како и начинот на стекнување и промена на категоријата угостителски објект.

Стандардите за категоризација на угостителскиот објект содржат задолжителни елементи означени со знак "М" и изборни елементи врз основа на кои се определува бројот на поени утврдени за одредена категорија, во согласност со овој правилник.

Изборните елементи се дел од критериумите за одредување на категорија и се однесуваат на услугите и придружните содржини на угостителскиот објект, изразени со одреден број поени. За секоја категорија потребно е да се пополнат одреден број поени според изборните елементи во два начина: ако угостителскиот објект поседува оние

елементи означени со знак "М" предвиден за повисока категорија од бараните, како и поени за елементите кои не се обврски ниту за една категорија во поглед на содржините, услугите и удобности за гости.

Категоријата угостителски објект се означува со соодветно број на ѕвездите на следниот начин:

- 1) категорија 5 ѕвезди;
- 2) категорија 4 ѕвезди;
- 3) категорија 3 ѕвезди;
- 4) категорија 2 ѕвезди;
- 5) категорија 1 ѕвездичка.

А) Угостителскиот објект хотел ги класифицира во категорија како што следи:

- 1) категорија 5 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 120 поени по изборните елементи;
- 2) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 100 поени од изборните елементи;
- 3) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 80 точки врз основа на изборните елементи;
- 4) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 60 поени по изборните елементи;
- 5) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 40 поени по изборните елементи.

Б) Гарни хотелите се категоризирани:

- 1) категорија 5 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 110 поени по изборните елементи;
- 2) категоријата 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 90 точки врз основа на изборните елементи;

- 3) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 70 поени по изборните елементи;
- 4) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 55 поени по изборните елементи;
- 5) категорија 1 ѕвезда ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 35 поени по изборните елементи.

В) Апарт хотелите се класифицирани:

- 1) категорија 5 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 100 поени по изборните елементи;
- 2) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 80 поени по изборните елементи;
- 3) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 70 поени по изборните елементи;
- 4) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 55 поени по изборните елементи;
- 5) категорија 1 ѕвезда ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 35 поени по изборните елементи.

Г) Мотели се распоредува во категорија како што следува:

- 1) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 70 поени по изборните елементи;
- 2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 50 поени по изборните елементи;
- 3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 30 поени по изборните елементи;
- 4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 15 поени по изборните елементи.

Д) туристичко место се распоредува во категоријата на следниов начин:

- 1) категорија 5 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 120 поени по изборните елементи;
- 2) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 100 поени од изборните елементи;
- 3) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 80 точки врз основа на изборните елементи;
- 4) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 60 поени по изборните елементи;
- 5) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 40 поени по изборните елементи.

Г) Хостелскиот тип на камп е класифициран во категоријата на следниов начин:

- 1) категоријата 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 50 поени по изборните елементи;
- 2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 45 поени по изборните елементи;
- 3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 40 поени по изборните елементи;
- 4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 35 поени по изборните елементи.

Е) Угостителски објект за сместување се распоредува во категорија како што следува:

- 1) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 80 поени според изборните елементи;
- 2) категоријата 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 60 поени по изборните елементи;
- 3) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 40 поени според изборните елементи

Ж) Хостелскиот објект куќата е класифициран во категорија како што следува:

1) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 50 поени по изборните елементи;

2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 40 поени по изборни елементи;

3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 30 поени по изборните елементи;

4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 20 поени по изборните елементи.

3) Хостелскиот тип на апартман е класифициран во категорија како што следува:

1) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 45 поени по изборните елементи;

2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 35 поени по изборните елементи;

3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 25 поени по изборните елементи;

4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 15 поени по изборните елементи.

5) Хостелскиот тип на соба се распоредува во категорија како што следува:

1) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 40 поени по изборните елементи;

2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 30 поени по изборните елементи;

3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 20 поени по изборните елементи;

4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 10 поени по изборните елементи.

И) Хостелскиот објект на селски туристички домаќинства е класифициран во категоријата како што следува:

1) категорија 4 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 50 поени по изборните елементи;

- 2) категоријата 3 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 40 поени по изборни елементи;
- 3) категорија 2 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знак "М" и има најмалку 30 поени по изборните елементи;
- 4) категорија 1 ѕвезди ако ги исполнува задолжителните елементи за оваа категорија означени со знакот "М" и има најмалку 20 поени по изборните елементи.

Категорија угостителски објект хотел, мотел, туристичко место, камп и пансион се означува со табла во петтоглавен облик со заоблени коти, кој содржи во горната дел на изградениот полукрак ѕвезда, чиј број означува категоријата на објектот, а во долниот дел е напишано името на типот на објектот на српски јазик, кирилски писмо и на англиски јазик.

Категорија угостителски објект од типот куќа, апартман и соба е означена со налепница во петаголна форма со заоблени ковчиња, која содржи во горната дел на изградениот шестокракна ѕвезда, чиј број означува категорија на објектот, а во долниот дел се издвојува името на видот објект на српски јазик, всички писмо и на англиски.

Категорија угостителски објект од типот селски туристички домаќинство означена со налепница во петаголна облик со заоблени ковчиња, која содржи во горната дел на изградениот шестокракна ѕвезда, чиј број означува категорија на објектот, а во долниот дел се издвојува името на видот објект на српски јазик со цирлик писмо.

Таблата да има димензии ширина 30 сантиметри во должина од 28 сантиметри. Налепница од има димензии ширина 16 сантиметри и височина 15 сантиметри. Специјализацијата на хотелот е означена на редовната табла со заоблени агли, во горниот дел од табелата е означено името на специјализацијата на хотелот во српски јазик, кирилично писмо, а во долниот дел на англиски. Специјализација на спа-велнес хотелот е напишана на средина на маса само на англиски јазик. Табелата за означување на специјализацијата има димензии 30 см и 15 сантиметри. Подлога ознаки на видовите и категориите на угостителскиот објект е темно-сина боја, рамка, ѕвезда, букви и симболи се жолти бои.Извез за категории, хотел, хотел, мотел, камп, пансион и туристичко населба, се поставува на надворешноста на главниот влез во објектот, освен во случај кога објектот

е сместен во зграда под заштита како културно добро, каде што ознаката може да се намести во главниот влез на објектот.

Ознаката на специјализацијата на хотелот се поставува веднаш под ознаката на категоријата на хотелот. Ознаката за куќа, апартман, соба и земјоделско туристичко домаќинство се поставува на вратите од надворешната страна на вратата или на другото видливо место во објектот.

Ознака категории на хотели, апартмани, апартмани, мотели, туристички населби, кампови, пансионери и специјализирани хотели, хотелиер издава избран производител врз основа на решение министерот за класификација на угостителски објекти во категоријата.

#### *4.7. Хрватска*

Категоризацијата на угостителските објекти во Хрватска во кои се овозможува конзумирање на храна и пијалоци е регулирана со Правилник кој ги утврдува минималните стандарди за видови на објекти кои нудат угостителски услуги или објект во домаќинството-кој нуди храна и пијалоци. Исклучок од Правилникот за категоризирање е доколку по барање на сопственикот, врз основа на документи за заштита на историското и културното наследство, министерот надлежен за угостителството и туризам може да одобри отстапување од барањата за видот и категоријата. Како минимални услови за категоризација се<sup>77</sup>:

##### A) Сигурност на гостите

- објектот треба да обезбеди сигурност и функционалност
- животната средина и надворешниот изглед на зградата мора да бидат уредно дизајнирани;
- телата, опремата и апаратите во куќата не треба да се стари и оштетени и мора постојани да бидат во функционална состојба;
- перењење алишта садови и други работи да се во директен контакт со гостите;
- објектот мора да има апаратура за давање на прва помош;
- отпадот мора да се отстранува редовно од објектот;

---

<sup>77</sup> <http://narodne-novine.nn.hr>

Б) Хоризонтална и вертикална комуникација на гости и висина на објект

-Угостителскиот објект мора да има хоризонтален и вертикален влез, а висината на угостителскиот објект мора да биде доволна за да овозможи непречено движење;

В) Инсталација

-Потребно е да се има ладна и топла вода за портребата за лична хигиена на гостите подготовка и послужување на храна и пијалоци, перење, чистење и слично;

-електрична енергија со осветлување;

- во сите простории каде што престојуваат гостите топлината да биде најмалку 20 целзиусови, освен во летниот период;

-во сите соби да има природна или вештачка вентилација;

-телефонска мрежа и можност за користење на истата ;

Г) послужување на храна и пијалоци

- за подготовка и послужување на храна и пијалоци објектот мора да поседува угостителски објект;

Исто така се препишуваат и минимални услови за соби, апартмани, студија и приватни куќи за издавање<sup>78</sup>.

1. Состав и површита на објектот:

-зградата да е функционална целина или специфична нето површина (за употреба на гости) со влезот и дневна соба, куња, бања;

-просторијата е вид на објект или дел од целина во кој се сместени гостите;

-сите простории мора да бидат поврзани со внатрешна комуникациска врска, освен за најниската категорија на објекти;

-модулот може да биде стан или објект;

-Модулот е утврден за постојните и новите објекти, во зависност од категоријата.

2. Сместувачки капацитети е категорија со која се утврдува бројот на поставени постојани и дополнителни легла

- еднокреветна соба-еден кревет со ширина до 120 см;

- двокреветна соба –два кревети две легла за едно лице или еден кревет за две лица;

---

<sup>78</sup> <http://www.mint.hr>



-трокреветна соба – три кревети ако на површината на модулот за двокреветна соба се зголеми за 3 метри;

-четворокреветен апартамент или куќа една, две или три кревети за секоја соба;

-студио апартаменти со повеќе од четири особи;

Во еднокреветна или двокреветна соба може да се постават дополнителни легла, ако на површината на модулот може да се зголеми три метри. Исто така во просторијата за престој како станови и викендички може да се додадат две помошни легла, доколку не се во иста просторија. Екстра кревет се поставува доколку има барање од гостите и тој не е вклучен во категоризацијата.

#### 4.8. Црна Гора

Угостителските објекти во Црна Гора се класифицирани според видот и начинот на обезбедување на угостителски услуги<sup>79</sup>:

1) угостителски објекти за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка и сервисирање на храна и пијалаци и

2) угостителски објекти за обезбедување на храна и пијалок услуги.

Угостителски објекти за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка и сервисирање на храна и пијалаци се класифицирани во следните групи:

1) Основни угостителски објекти за обезбедување на услуги за сместување и подготовка и сервисирање на храна и пијалаци:

- хотел и одморалиште;

- wild beauty resort;

- група на хотели (хотел, мал хотел, бутик хотел, хотелски апартамент, апартхотел, хотелот, hostel, пензија и motel);

- туристичка населба;

- етно село;

- еко лоџ;

- вила.

---

<sup>79</sup> [www.sluzbenilist.me](http://www.sluzbenilist.me)

2) комплементарни угостителски објекти за обезбедување на услуги за сместување и услуги и услуги за подготовка на храна и пијалаци:

- куќа за изнајмување, туристички стан и соба за изнајмување;
- гостилница;
- планинска колиба;
- одморалиште;
- камп и слично

Обезбедувањето на услуги за сместување, подготовка и сервирање на храна и пијалаци, исто така, може да се направи во објектите запишани во регистарот на културни добра.

- Хотели и одморалиште се угостителски објект за обезбедување на сместување услуги и подготовка на храна услуги и услуги на пијалаци, лоцирани на атрактивна локација, која покрај сместувањето, храна и пијалаци, вклучува и други објекти, како што се спорт и рекреација, забава, шопинг, конференции и слично (wellness / spa, голф, зимски, конгресен, здравствени центри, плажа одморалишта и слично).

- Wild beauty resorte угостителски објект за обезбедување на услуги за сместување и сервиси за подготовка и сервисирање на храна и пијалаци, со капацитет од 30 до 250 хотелски стандардни хотелски сместувања, категории од три до пет ѕвезди, изграден на земјиште лоцирано директно надвор од границите на заштитените зони или релативно непроменето природно локација, со посебен плоштад и објекти за продажба на храна, пијалаци и сувенири (локални производи населението), национални ресторани и други удобности. Основните стандарди вклучуваат потреба за алтернативи извори на енергија и технологија (сончева енергија, енергија од ветерот и слично) и употреба на еколошки материјали за изградба и за внатрешни работи.

- Хотелите се објекти за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка и послужување на храна и пијалаци, по правило со минимум капацитет од седум сместувачки единици за ноќевање, хотели и ресторани со хотели и ресторани кујна. Хотелот може да има депаданс, кој е независна зграда (поврзана со главната зграда или не), кој се наоѓа во непосредна близина и обезбедува услуги за сместување при подготовка на услугите и храна и пијалаци, како и други угостителски услуги, по правило, се

обезбедени во основниот хотел (хотел). Приемот и рестораните се, како по правило, лоцирани во главната зграда.

- Малите хотели се објекти кои се класифициран како хотел со капацитет до 25 соби.

- Butique хотели се специјален тип на луксузен хотел, специјално дизајниран и стилизиран, лоциран на атрактивна локација со посебен акцент на приватност на гостите, како и учтивост на менаџментот и персоналот, капацитет до 50 сместувачки единици. Удобностите и услугите на Butique хотели ја карактеризираат традиционалната елеганција која е современа трендови и функционални барања.

- Хотел Гарни е хотел кој, покрај сместувачката услуга, обезбедува услуга за подготовка и сервисирање на појадок.

- Апартамент-хотел е угостителски објект за обезбедување на сместување услуги и храна и пијалок услуги, со најмалку седум комплетно опремени и опремени апартаменти. Апартамент-хотел располага со рецепција и салата, стан или "Студио" станови, кои вклучуваат места за спиење, кои живеат дневна и јадење, опремена кујна, перење и заеднички санитарни простории за гости. Апартамент-хотел исто така може да има ресторан со опремена кујна. Апартамент-хотел кој се состои само од "Suite" и "Junior Suite" апартаменти, исто така, мора да има ресторан опремен кујна. Апартамент хотел може да има депанданс, како една зграда, самостојна дел од Апартамент-хотел, кој може да се поврзе со главната зграда, каде што се обезбедени сместувачки услуги. Рецепцијата и холот и слични објекти се наоѓаат во главната зграда на Апартамент-хотел.

- Condo Хотелот е еден вид на хотел со најмалку четири ѕвезди, чии единици се во сопственост на повеќе единици кои можат да се продаваат поединечно и се запишани во регистарот на недвижности, со тежина од сместувањето на единиците се управувани од раководството на компанијата, а сместувачките единици мора да бидат во комерцијална функција за најмалку 10 месеци во текот на календарската година.

- Хостелот е угостителски објект, каде што е обезбедено сместување храна и пијалок услуги, главно помлади гости со соби со повеќе од три кревети и заеднички тоалети и бањи. Хостел треба да содржи: пред бирото или шалтер за регистрација, заеднички тоалет и заедничка кујна со трпезарија каде што гостите можат да ги подготват своите оброци

- Пенисионот е угостителски објект за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка и сервирање на храна и пијалаци со минимум капацитет од седум сместувачки единици, рецепција или регистарски биро, трпезарија и кујна и заеднички санитарен јазол за гости. Услугите за храна и пијалаци се обезбедени во, главно за гостите.
- Мотелот е угостителски објект за обезбедување на сместување и подготовка услуги и служи на храна и пијалаци, обично се наменети за кратко туристи престој, што се наоѓа на главните патишта, како по правило, со капацитет од најмалку седум сместувачки единици, бесплатен паркинг простор за секоја соба, 24-часовна рецепција и ресторан услуга, или храна и пијалаци.
- Туристичко одморалиште е посебен вид на угостителски објект кои нудат услуги на сместување, подготовка и послужување на храна и пијалаци, кои се состојат од повеќе независни функционални градежни единици, со капацитет од најмалку 50 единици сместување, ресторан, бар, самопослуга и други туристички објекти. Туристичко одморалиште со капацитет над 500 сместувачки единици може да се подели во две групи на функционални градежни единици со посебен прием, а останатите објекти може да се користат заеднички. Во туристичко село мора да обезбеди спортски терени и други објекти за доброто на спортски и други рекреативни активности, во согласност со специфичните услови на местото каде што се наоѓа туристичката населба. Во прилог на сместувачкиот капацитет, туристичкото место има централна рецепција и приемен хол, ресторан со кујна и ресторан и заеднички санитарен јазол за гости.
- Етно село е еден вид угостителски објект за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка на храна и услуги пијалаци, лоцирани во рурална средина, со најмал капацитет од седум сместувачки единици лоцирани во куќи, изградени во традиционален и автентичен стил, кои ја одразуваат културата и историското наследство на ова области каде што храната е подготвена и служи на начин што е типичен за областа.
- Еко Лоџ е угостителски објект кој обезбедува сместување услуги и храна и пијалок услуги со капацитет од седум до 50 луксузни сместувачки единици, лоцирани во националниот парк или самостојно блиски, со мали негативни влијанија врз природната средина, дизајниран и изграден така што е еколошки одржлив и прифатлив, вклучувајќи ги и највисоките еколошки стандарди (соларна употреба) користење на системи за

собирање на дождовница, употреба на ветерна енергија и други обновливи извори на енергија итн.).

- Вилата е луксузна куќа со високи просторни стандарди, која е изнајмена за туристи како една единица, со комплетна угостителска содржина и услуга. Куќа за изнајмување, туристички стан и соба за изнајмување

- Куќата за изнајмување е архитектонски и функционално автономна зграда со сопствен двор, што е исклучиво издадени како целина, на поединец или група туристи во одредено време. Туристички стан е угостителски објект наменет за обезбедување на сместување и услуги за подготовка и служат храна и пијат на туристи на време, целосно опремени и се состои од дневна соба, еден или повеќе соби, кујни и бањи. Туристички стан може да биде индивидуален градежен објект или дел од градежен комплекс со повеќе апартмани - станбен блок. Станот блок мора да има прием, сместување единици и заеднички санитарни јазол за гости. Изнајмување соба е зграда дел од станбена зграда или дел од семејна станбена зграда, во која туристите обезбедуваат услуги за сместување.

- Гостилницата е еден вид угостителски објект за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка на храна и услуги пијалаци, со минимум сместувачки капацитет од три соби или шест кревети, каде што ресторанот е доминантна компонента во однос на сместувачките капацитети и кои генерално немаат типични хотелски капацитети, како што се хол и прием.

- Планински дом е угостителски објект кој обезбедува услуги за сместување и услуги за подготовка и сервирање храна и пијалоци, претежно во соби со повеќе од три кревети, со рецепција, заедничка трпезарија со кујна и комунални тоалети и бања.

- Одморалиштето е угостителски објект за обезбедување на сместување услуги и храна и пијалок услуги, кои се користат исклучиво (бесплатно или со минимална надокнада) вработени, пензионери, членови на семејството на вработени или пензионери, членови на спортски, младински и детски и други организации. Одморалиштето има сместувачки капацитет од најмалку три соби или шест кревети, со рецепција, кујна, ресторан, заеднички тоалети и бањи.

*Видови сместувачки единици*

Угостителските објекти за обезбедување на сместување и услуги за подготовка и сервисирање на храна и пијалаци може да имаат следниве видови сместувачки единици:

- 1) соба;
- 2) стан;
- 3) Стан "Студио";
- 4) Стан Suite
- 5) стан "Јуниор".

Собата се состои од влезната сала, спиење и бања.

Опремата во просторијата се состои од хотелски кревет со наслон и неизграден душек, со ноќен простор светилка, фотелји (како по правило една фотелја за кревет) со подна лампа, клупа маса, салон со огледало, светилки, столици и канти за гребење, кабинети, сидни ретровизори, скали и багажни простори, според категоријата.

Станот се состои од ходник, комбинирани дневни и трпезарии, опремени кујни, спални (соби) и бањи, како и тоалети, според одредена категорија. Опремата за спална соба на станот се состои од кревет со двојни кревети и не-душеци, ноќна светилка со светилка, облекување маса со огледало, светилки, столици и корпи за отпадоци, шкафови, сидно огледало и багажниот простор. Опремата во дневната соба и трпезариите се состои од дневен сет (кауч и / или 2 фотелји), маса, подни светилки, опремени кујни и трпезариска маса со столици.

Стан "Студио" се состои од ходник, комбинираните простории за живеење и спиење со бања, опремена кујна со трпезарија, како и тоалети, според одредена категорија.

Опремата за спални "студио стан" се состои од креветот и креветот душек, светилка со ноќна нога со светилка, салон со огледало, светилки, столици и корпи за отпадоци, плакари, сидно огледало, кочии и багажни простори.

Дневна просторна опрема "студиски апартмани" се состои од дневна соба (кауч и / или 2 фотелји), маса, кат светилки, опремени кујни и трпезариска маса со столици. Стан "апартман" се состои од влезната сала, дневна соба, спална соба (спиење и бања), како и WC според одредена категорија.

Спална соба сопствена апартман "Suite", се состои од хотелот кревет со нефиксиран душек, светилка со ноќна нога со светилка, салон со огледало, светилки,

столици и корпи за отпадоци, плакари, сидно огледало, кочии и багажни простори. Дневна соба "сопствена" сопствена се состои од дневна соба сет (каучот и / или 2 фотелји), маса, подни светилки и трпезариска маса со столици.

Апартманот "Јуниор" се состои од лоби, комбинирани простории за живеење и спиење, бања, како и тоалети, според одредена категорија. Опремата во "Јуниор" стан, се состои од кревет соба со нефиксиран душек, светилка со ноќна нога со светилка, салон со огледало, светилки, столици и корпи за отпадоци, плакари, сидно огледало, кочии и багажни простори. Опрема за дневна соба "Јуниор" се состои од дневна соба (кауч и / или 2 фотелји), маса, подни светилки и трпезариска маса со столици.

Угостителските објекти за обезбедување на услуги за сместување и услуги за подготовка и сервисирање на храна и пијалоци, можат вклучуваат еден, повеќе или за сите видови на сместувачки единици . Услуга на храна за обезбедување на подготовка и послужување на храна и пијалаци

Угостителските објекти за обезбедување на подготовка и послужување на храна и пијалаци се:

- ресторан (класичен и специјализиран);
- пицерија;
- таверна;
- група на барови (кафеана, кафулиња, кафе, кафуле, паб, ноќен клуб, ноќен клуб, и слично);
- угостителски објекти;
- објекти за брза храна;
- објекти на едноставни услуги (Слаткарници, rotisseries, кантини, итн.)

Објекти од ставот 1 на овој член, можат да работат во рамките на угостителските објекти за обезбедување на сместување и подготовка услуги и служи на храна и пијалаци или како самостојна ресторани за обезбедување на целосна и служење на храна и пијалаци.

## **V. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБАТА НА ТУРИЗМОТ ВО КОСОВО**

### **1. Карактеристики на Косово како туристичка дестинација**

Туризмот денес е помеѓу најголемите светски индустрии, кој создава повеќе работни места отколку останатите сектори. Земјите кои се во раната фаза на развојот на туризмот, како што е Косово, имаат можност да добијат многу придобивки од туризмот, како што се зголемување на економскиот развој и намалување на сиромаштијата. Меѓутоа, за да се постигне тоа односно да се искористи туризмот, државните институции треба да обезбедат поддршка која е неопходна за развој на приватниот сектор и има квалитет



затуристите. Тоа ја опфаќа инфраструктурата, промоција на туристичките потенцијали, добар транспорт, визно олеснување и соодветни политики за зголемување на растот на побарувачка. Како дополнителен услов можеме да го спомнеме и повластеното оданочување бидејќи тоа може да им помогне на инвестициите без да се стави премногу товар на приватниот сектор. Тоа би можело да влијае на зголемување на цените што би водело до неконкурентност споредба со другите земји од регионот. Исто така потребна е соодветна едукацијата на туристичкиот кадар и гостопримството бидејќи тие имаат директно влијание врз конкурентноста на туристичките производи. Можеме да кажеме универзитетите во Косово сепак немаат сеопфатни студии за туризам и угостителство. Туризмот и покрај тоа што е препознаено неговото влијание од страна на државните институции, сепак овој сектор има недостатокна механизам за координација, со кој би се развил дијалог меѓу помеѓу засегнатите страни во различни министерства, одделенија, агенции, академски институции, приватниот секторот, граѓанските организации и меѓународната заедница. Сегашниот процес на донесување одлуки во Косово може да резултира со конфликтни политички одлуки. Понатаму, недостатокот на инклузивна стратегија за туризам и негова промоција и развој е дополнителна пречка за координирање на агенциите.

Според Светската туристичка организација, Европа има 41% од вкупните приходи од меѓународниот туризам, што ја прави Југоисточна Европа една од најбрзо растечките региони. Туризмот е рангиран како шести највисок извор на размена во меѓународната трговија за земјите во развој.

Имајќи го во предвид горенаведеното Косово би можело да има бенфит од турнеите кои се организираат на Балканот, иако туризмот во Косово е во самиот почеток во споредба со другите земји од Југоисточна Европа. Тоа пред се се должи на недостатокот на инвестиции во изминатите децении, несоодветни туристички програми и понуди од приватниот сектор, недостатокот на едуциран туристички кадар, несоодветни политики за инвеститорите и недостаток на координација помеѓу приватните засегнати страни и државата. И покрај тоа што бројот на туристи и како и времетраењето на нивниот престој во Косово во последните десет години се зголемува, сепак тој е далеку од регионалниот просек. Најголем број туристи го посетуваат Косово во текот на летото. Тоа првенствено

е поради дијаспората, која, кога се враќаат секое лето, и носат со нив огромно влијание врз локалната економија и особено во туристичкиот сектор. Можеме да кажеме дека, Косово сепак нема сеопфатна стратегија за туризам и сегашниот Закон за туризмот не е целосно имплементиран. Мандатот за развојот на туризмот во Косово е поделен на локално и централно ниво. Сепак, Владата има најголем авторитет да дејствува поради тоа што има поголем буџет од локалните власти и со тоа што има овластување да подготвува закони и да развива стратегии. Помеѓу останатите работи, со централната власт е воспоставување правно и институционално олеснување на стратегиските инвестиции, и координирање на дијалогот меѓу засегнатите страни. Значителни подобрувања во инфраструктурата придонесоа во подобрувањето на транспортот, и ова има позитивно влијание во протокот на туристи во косовската економија. Така во текот на 2011 година е отворен автопатот Приштина-Тирана додека вториот автопат, Приштина-Скопје, треба да се отвори во 2020 со што дополнително би го зајакнал протокот на меѓународно ниво на туристите. Аеродромот во Приштина, е единствениот комерцијален аеродром на Косово, со кој стопанисува турски-француски конзорциум од 2010 година. Во текот на 2013 година е изграден нов терминал со кој се удвои капацитетот на аеродромот и ја модернизирале својата инфраструктура.

## **2. Институционална рамка**

Административни тела за туризам кои постојат во државната хиерархија често пати го покажува нивото на развој на секторот, како и грижата и приоритетот на националните власти за развојот на туризмот. Во Косово, административните тела беа дискредитирани од целосен владин оддел до нивна поделба во рамките на Министерство за трговија и индустрија, што претставува најниско тело на едно министерство. Затоа, можеме да кажеме дека Косово има слаба национална рамка за развој на туризмот, што придонесува за ниски институционални приоритет и распределба на буџетот. Националното туристичко административно тело (НТА) е дел во рамките на Министерство за трговија и индустрија. Нискиот статус на НТА противречи на владините програми кои го рангираат

туризмот како важен сектор за економски развој на Косово за приватниот сектор и економијата воопшто (Democracy for Development Institute, 2017) Во другите земји во регионот, туризмот е застапен највисоко во владините хиерархии. На пример, Хрватска има Министерство за туризам, Албанија Министерството за туризам и Економски развој, туризам, трговија и индустрија, Србија има Министерството за трговија, туризам и телекомуникации. Македонија е единствената земја заедно со Косово што нема министерство за туризам. Сепак, за разлика од Косово, постои владината агенција која исклучиво работи за промоција на туризмот во Македонија и која агенција е сместена во рамките на Министерството за економија.

**Табела бр. 2** Надлежни институции за туризмот во Балканските земји

Земја	Министерство за туризам	НТО	Вклученост
Албанија	✓	✓	✓
Хрватска	✓	✓	✓
Косово	X	X	X
Македонија	X	✓	✓
Србија	✓	✓	✓

**Извор:** Democracy for Development Institute 2017 Development of tourism through effective policies and legislations Series: Public Interest No. 10

Разликата помеѓу НТА и НТО (Национален туристички одел) лежи во нивното на мандатот и нивниот состав. НТА се владини тела одговорни за креирање политики, развој и стратегии, додека НТО-ите обично имаат мандат повеќе во рамките на условите за промоција и маркетинг. Покрај тоа, НТО-и понекогаш имаат сопственост на приватниот сектор и составот на НТО секогаш се меша меѓу јавниот и приватниот сектор. Понатаму, Советот за туризам во Косово беше мандатно тело со координација на сите чинители, но тоа не беше оперативно неколку години.

Советот за туризам се состои од седум члена и двајца набљудувачки членови, вклучително и член од граѓанскиот сектор. Од неодамна владата на Косово го основаше Советот со цел да го негува дијалогот меѓу јавниот и приватниот сектор во врска со туристичките прашања. Сепак, оваа промоција на туризмот, исто така спаѓа во мандатот на Косовската Агенција за инвестиции и Агенцијата за поддршка на претпријатија

(КИСЕА) која е, меѓу другото работи, кои имаат мандат да го промовираат брендот на косовскиот туристички потенцијал.

Во Министерството за култура, млади и спорт (МКМС) има одел за културно наследство. Овој оддел е задолжен за развој на политики и заштита на културното наследство. Досега, овој оддел има развиено Национална стратегија за културно наследство, зачувување на листата на културно наследство и имаат изготвено Национален археолошки водич. Во состав на Одделот, постои исто така Форум за културно наследство. Ова е координирано тело кое е основано за советување и давање на препораки до Министерството за заштита и промоција на културното наследство. Последното тело во рамките на Министерството е Одделението за подвижно наследство, духовноста и администрација на база на податоци. Оваа поделба е мандатна, меѓу другото, за да се подигне свеста која се однесува за културното наследство, спроведува археолошки истражувања и воспостави косовска национална колекција на подвижно наследство.

Еколошкото и просторно планирање се суштински дел од развој на туризмот. Затоа, Министерството за животна средина и просторно планирање (МЖСПП) исто така е вклучено во развојот на туризмот. Одделот за животна средина и заштита е задолжено за изготвување на нови закони, обезбедување на основа за креирање политики за заштита на животната средина, изработка на стратегиски документи кои се однесуваат на животната средина, заштита и дефинирање и предлагање на инвестиции и финансирање во областа на животната средина. Во прилог на ова министерство е и Одделението за Заштитата на природата кое исто така е задолжено за заштита на природата.

Другите тела, како што се Министерството за надворешни работи (МНР) и Министерството за дијаспора (МО), помагаат во промоцијата на Косовскиот идентитет, културата и туризмот. Како што е наведено погоре, бројни министерства и други владини тела имаат мандат со различни овластувања

Во однос на туризмот сепак, овие владини тела остануваат некоординирани поради недостаток на оперативно национално координативно тело. Сегашното законодавство не е целосно имплементирано идури и ако е, тоа не ги спроведува најдобрите меѓународни практики во врска со меѓуагенциската координација со други засегнати страни како приватниот сектор, граѓанското општество и академијата.

### 3. Тековна состојба со туризмот

Развојот на туризмот е ограничен, бидејќи до сега не постои сеопфатен пристап и туризмот не е приоритетен сектор за економски развој на Косово. Во последните 5-7 години, туризмот се развива во соседните земји со голема поддршка на државата и нејзината политика. Многу од овие земји мораа да развијат туристичка организациска структура, правна средина и туристичка политика без голема историја и традиција (на пример, Македонија, Босна и Херцеговина и Албанија). Косово е последната земја која ќе мора да воведи меѓународно признат систем на управување со туризмот и поддршка на политиката, со цел да се стекне од придобивките од развојот на туризмот: придонес кон економскиот раст, вработувањето, регионалниот развој итн.

Секторот за туризам со хотелите, мотели, куќи за гости и слично постојано се зголемува во број на претпријатија и места за спиење. За нив немаше јасни, задолжителни минимални стандарди во однос на големината, опремата и услугите кои би им укажале на кое ниво на квалитет на хотелот, на пример, би изградиле. Ова влијаеше и на информациите за туристите, каков квалитет на хотелите може да очекуваат во Косово. Од друга страна, тур-операторите, туристичките агенции и туристичките водичи можат да работат без никакви основни услови за кои од нив би им било гаранција за купувачите / туристите во случај на несреќа, несолвентност на компаниите, испорака на пакети или услуги кои не одговараат, што беше промовирано или ветено, итн.

Развојот на туризмот, особено туристичките центри, исто така е ограничен поради фактот дека нема дефинирани туристички зони и стратегија за развој на туризмот. Исто така, на Косово недостасува изградба на имиџот на туризмот на меѓународните пазари, ефективен маркетинг и промоција и информации за посетителите. Денес, кога има огромна конкуренција на туристичките пазари, организацијата на НТО и финансирањето на меѓународниот маркетинг и промоција на туризмот е едноставно неопходно.

Особено влијанието на развојот на туризмот се одрази во некои дестинации околу градовите Пеќ, Ѓаковица, Призрен, Митровица, Приштина и слично, кои најмногу ги посетуваат туристите.

Во следната табела се прикажани бројот на туристи кои пристигнале во хотелите во Косово, број на хотели и ресторани и број на вработени во хотели и ресторани во периодот 2012-2016 година

**Табела бр. 3** Пристигнувања, број на хотели и ресторани и вработени во периодот 2012 - 2016

	2012	2013	2014	2015	2016
Број на туристи / број на хотели и ресторани/	98.763/ 955/ 14.300	95.454/ 911/ 18.000	102.790/ 1.034/ 19.700	139.438/ 1.018/ 19.800	129.289/ 1.017/ 21.300
Број на вработени					

**Извор:** Kosovo Agency of Statistics

Со податоци во горната табела сакавме да ја претставиме големината на туристичките текови и туристичкиот бизнис во Косово. Мора да се истакне дека овие официјални статистички податоци не ја покажуваат целата димензија на туризмот во Косово. Косовската агенција за статистика направи преглед на сите сместувачки капацитети во Косово. И ги презентираа резултатите што постојат во Косово 194 (во споредба со 121 што го пријавуваат бројот на туристи) со 7.066 (споредено со 4.439 извештаи) кревети - има 60% повеќе места за спиење со пристигнувања на туристи кои не се вклучени во официјалните статистика.

Агенцијата за статистика на Косово регистрира врз основа на податоците на Граничната полиција и пријавите на меѓународни посетители во Косово. Во период од 3 месеци од јули до септември 2017 година имало 352.464 лица со странски пасош кои влегуваат во Косово од лични причини (со исклучок на работа, транзит и слично). Ова укажува дека обемот на туризмот во Косово е многу поголем од официјално регистриран и презентирани податоци.

Сите информации покажуваат дека туризмот се зголемува многу брзо, дека нејзиниот обем е многу поголем од регистрираниот и дека туризмот треба систематски да

се преиспита, организира во целост на меѓународно споредливи стандарди со ефикасно правно поставување и интервенции на политиките.

Туризмот е организиран како оддел за туризам во Министерството за трговија и индустрија. Одделот за туризам исто така е поддржан од други одделенија на Министерството, како на пр. Правна заштита, заштита на потрошувачите, набавки и агенции како што се Агенцијата за поддршка на инвестициите и претпријатијата на Косово (KIESA), Трговска инспекција на Агенцијата за стандардизација на Косово.

Одделението за туризам денес е фокусирано на следниве работни области:

- Перформанси и влијание на туризмот во планирањето на развојот на туризмот, туристичките производи и статистичкото мерење / следејќи ги резултатите од развојот на туризмот;
- Подобрување на квалитетот на туристичките производи и услуги со промоција на класификација на хотели, поддршка на микро бизниси во развојот на производите и услугите;
- Учество во меѓународни проекти за поддршка на косовскиот туризам;
- Поддршка за промоција на косовскиот туризам;
- Соработка со други ресорни министерства и туристички важни општини;
- Поддршка за функционирање на Косовскиот совет за туризам;
- Соработка и поддршка на туристички бизниси - хотели, ресторани и тур-оператори / туристички агенции;
- Соработка со меѓународни донаторски организации;
- Меѓународна соработка.

#### **4. Анализа на различните видови на туризам на Косово**

Анализираната состојбата на Косово како туристичка дестинација во однос на странската туристичка побарувачка и анализа на конкурентна состојба на Косово како туристичка дестинација во целина и во однос на конкуренцијата е еден од основите заклучоци дека Косово не е соодветнопозиционирано како туристичка дестинација во меѓународниот пазар. Преовладува идејата дека Косово како туристичка дестинација се

движи во опсег од главно неутрална до благо позитивна, како резултат на длабоките промени кои првенствено поврзани со промотивните активности, а особено на општата јавност во врска со Косово во земји кои се главните генератори на побарувачката во меѓународниот пазар.

Притоа, не треба да се заборави дека Косово до 2008 година и немаше дефинирана позиција на меѓународниот пазар, а со тоа и немаше соодветен имиџ на туристичка дестинација. Покрај тоа имиџот на Косово се создаваше врз основа на прием на информации, главно, од медиумите додека сосема мал беше делот на информации кои произлегуваат од работењето на промоција како дел од маркетинг мискот, како и Косово како туристичка дестинација. Без оглед на односот меѓу овие групи на информации, работата на првите била значително посилна, повеќе впечатлива и подолгорочна.

Една од причините за правилното позиционирање на Косово како туристичка дестинација е определување на состојбата на Косово како туристичка дестинација на туристичкиот пазар, особено на меѓународно ниво, имајќи ги предвид карактеристиките на туристичката побарувачка и карактеристиките на Косово како туристичка дестинација.

Стратегиското позиционирање и брендирање на Косово како туристичка дестинација треба да поттикне иницијатива и интерес за патување во Косово врз основа на голем број на производи кои се речиси подготвен или во многу кратко време да се подготват за меѓународна комерцијализација. Косово како туристичка дестинација би можело да биде атрактивно во следните видови на туристички понуди:

**Транзитен туризам.** Поради специфичната политичка ситуација во регионот, регионот на Пеќможе да се искористи за да се илустрира позицијата на транзитниот туризам. Пеќ е поврзан со други места преку четири патишта, Ѓаковица, Призрен, Приштина, Митровица и границата со Црна Гора, преку Ќафакакорит и Кула. Коридорот што го поврзува Косово со црногорското крајбрежје - го концентрира економскиот развој за оваа област. Сепак, тоа би значело значително подобрување на регионалната геополитичка ситуација пред транзитниот туризам во Косово да стане меѓународна атракција, и покрај тоа што е соодветна географската положба. На пример, Косово најпрво ја поврзува Македонија и Црна Гора или Јужна Србија и Црна Гора, но широката употреба на овие патишта ќе бара подобрувања на политичките односи и решавање на политичките



спорови меѓу земјите во регионот. За развој на овој вид туризам неопходно е подобрување на патната инфраструктура, отворање на границите за слободно патување во Албанија, Македонија, Црна Гора и Србија; Подобрување на квалитетот на рестораните на патот итн., Сите овие чекори ќе го зголемат патувањето низ Косово. Потребни се: добри патишта, јавна безбедност, индивидуална сигурност; Надоместоци за транзит на тешки товарни возила итн. Туристичките знаменитости и објектите кои се наоѓаат долж трасата ќе профитираат од транзитниот туризам.

Во меѓувреме, транзитниот туризам е главно ограничени за приходи од домашни туристи. Ова е пример за тоа како политиката, вклучувајќи ја и меѓународната политика, значително влијае врз развојот на туризмот.

**Рурален туризам.** Планинските колиби треба да се поправат или изградат за да може да се обезбеди соодветно сместување; 70 легла во една планинска колиба. Трекинг патеки и знаци треба да бидат инсталирани / ажурирани, треба да се издаваат сигурни мапи (на пример, во Призрен, имињата на места / патишта и нивните ознаки во мапи се вели дека се точни и компатибилни). Промоцијата може да се заснова на: нагласување на климатски / здравствени средства на планинскиот воздух; можности за кампување, од јуни до август, можности за јавање, итн; воден туризам вклучува пливање, скокање од мостови, риболов во езерата и реките - средства за викенд активности; Има добри можности, но треба да се имаат во предвид и можноста за паркирање, односно бројот на паркинзи.

Руралниот туризам е регулиран и со Законот за туризам<sup>80</sup>, поточно со членовите 42 и 43. Така, според наведениот Закон бр.2004/16 за Туристичко и Угостителска дејност. Руралниот туризам во смисла на овој закон е престојот на организирани туристички туристи. како туристичка фарма за релаксација и рекреација. Притоа туристички услуги во руралниот туризам се: избор на овошје, собирање на овошје и зеленчук, изнајмување на коњи и други услуги во рурално домаќинство. Притоа во Член 42.3 се истакнува дека туристичките услуги може да ги обезбеди член на домаќинството во селото, кој дошол до решение за да обезбеди угостителски услуги во рурално домаќинство, како што е предвидено со овој закон. Понатаму во член 42.4.

---

<sup>80</sup>Zakon Br.2004 / 16 Zakon o Turistickoj i ugostitelskoj delatnosti

Министерството за транспорт и врски е онаа институција која ги утврдува минималните услови за обезбедување на услугите од ставот 1 на овој член.

Во Член 43 се опишува начинот на организација на домаќинствата. Така според член 43.1 во домаќинството организирано како туристичко рурално домаќинство (во натамошниот текст: рурални домаќинства), член на рурално домаќинство може да обезбеди услуги согласно член 77, став 1 точка (а) од овој закон, освен за услугата за изнајмување на одмор дома. Понатаму покрај услугите од став 1 на овој член, селското домаќинство може да се подготви и да се служитопли и ладни јадења, пијалоци и пијалоци исклучиво од нивно производство за 50 лица (екскурзионисти) во исто време.

Во член 43.3. се истакнува дека руралните домаќинства, исто така, можат да обезбедуваат услуги за вино и ракија, месни специјалитети од сопствено производство, во организиран дел од станбен или деловен објект од затворен тип, под шатор или на отворено, за до 50 луѓе (туристи) во исто време.

Во член 43.4. Министерството што е одговорно за туристичките работи одредува што се смета за рурално домаќинства, минимални услови, услови за категорија и начин на категоризација на објектите во Република Македонијана кои се обезбедуваат услугите предвидени со овој член. Во член 43,6. Министерство надлежно за туризам, по добивање на мислење од министерството одговорен за земјоделски работи, прописите ќе се сметаат за сопствен производ и вид производи кои не мора да бидат од сопствено производство, во смисла на став 2 од овој член.

**Здравствен туризам.** За развој на овој вид на туризам потребно е да се изврши обнова на објекти, купување на нова опрема за бањи како Ванџан, Пеја / Пеќ, Клокот / Клокот, Митровица / Митровица, Shakovica / Sakovica, Гњилане / Gnjilane- Dovernan / Dobërçan, Malishevë / Малишево и Дечан / Дечане минерална Извори на вода. Во денешно време се користат само 20% од сите капацитети. - Некои хотели имаат капацитет да се сместат многу луѓе, но сите тие имаат потреба од голема инвестиција.

**Зимски туризам.** Високите планини на Косово овозможуваат добри можности за развој на планинарскиот и зимскиот туризам во туристичките области на Паштрику, Кошаре, Брезовица, Шала е Бајгорес, Белегу, Ругова и други. Ноќните скијачки трки за прв пат се одржаа во Косово во 2015 година, се од големо значење за овој спорт.

Одржливите центри на албанските Алпи се: Бого, Хајла, Русолија, Штемими, Стрелчи Планини, Копривник, Лумбарди, Раса е е Зогут, Ѓеровица, Маја е Рупес, Неќинати итн., кои вклучуваат надморска височина до 2.656 метри. Скијачкиот центар во Богдас е опремен со ски-лифт со должина до 1.000 метри и содржи воспоставени објекти за воспоставување и организација на различни локални и меѓународни турнири. Иако, некои од нив имаат ски-лифтови, во повеќето случаи има недостаток на инфраструктура за развој за зимски спортови. Бројот на хотели и ресторани ќе треба да се зголеми. За среќа, зимско-спортските објекти беа ревитализирани веднаш по војната, лифтовите функционираат, но хотелите се трошни (освен Ругова). Има снег од октомври до крајот на јуни; Ски патеките обично се наоѓаат во близина на градовите.

Овој вид на туризам е регулиран со Закон бр.2004/16 за Туристчко и Угостителска дејност, поточно со членовите 40 и 41.

Во член 40.1. стои дека туристички услуги на скијачки центри во смисла на овој кон се издаваат на употребата на просторот, опремата и другите ресурси потребни за рекреативни и спортски цели скијање, ски обука, спасувачки услуги на скијачки терени и други рекреативни и рекреативни објекти спортски активности во бегство.

Понатаму во 40.2. Услугите од ставот 1 на овој член може да се обезбедат на скијачки патеки кои тие мора да бидат добро одржувани, опремени и добро одржувани за да бидат безбедни за корисниците (клиенти), во зависност од видот на дејноста од став 1 на овој член и за чие дејствие е министерствата одговорни за туризмот се пронајдени за да ги исполнат нормативните услови.

40.3. Услугите од став 1 на овој член може да ги вршат компании, други правни лица претприемачи кои ги исполнуваат пропишаните нормативни услови и имаат работна дозвола министерства одговорни за туризмот.

Во член 40.4. се утврдува дека Министерството за туризам е одговорно за утврдување на условите за планирање, опремување, одржување и користење скијачки области.

Во Член 41 се дефинираат должностите и обврските на оние кои обезбедуваат услуги. Имено, правното лице или претприемачот кој обезбедува услуги на скијачки терени е должен да врши:

- а) обезбедување и одржување скијачки простори за нивно безбедно користење,
- б) воспоставува и уредува служба за одржување на скијачките терени,
- в) обезбедува планинско спасување и итна помош на скијачки терени.

г) на влезот на скијачките терени, видливо да се наведат одредбите за напачката, цената на користење ски-лифтови, опрема, објекти и други услуги на скијачките области. Во член 41.2. се утврдуваат должностите на корисниците на скијачките области да ги почитуваат прописите на скијачката линија. За крај во член 41.3. е наведено дека обезбедувањето на услуги на скијачки терени ќе се утврди со посебен правилник.

**Културен туризам.** Потенцијалот на Косово за проширување на локалниот развој и одржливиот туризам врз основа на културните ресурси се исклучителни. Разноликоста на културните изрази и наследства е најважната компонента. Листата на косовското културно наследство вклучува: Базар (çarshi), кули, мостови, куќи за гости (хан), цркви, џамии, светилишта, маџиди, медреса, итн. Густината на овие локалитети може да се илустрира само со изгледите за културен туризам

Во последниве години има неколку иницијативи за организирање разни културни настани, во обид да се поттикне културниот туризам во различни делови на земјата, како што е филмскиот фестивал Докуфест во Призрен, Зелениот фестивал во Митровица (музички фестивал), Ин Фестивалот на уметност и култура во Пај, Фестивалот на анимиран филм Анибар во Пеќ, НГОМ Фест во Призрен (музички фестивал), Скаена УП во Приштина (филмски и театарски фестивал) итн. Некои од овие фестивали, како што се Анибар, нудат разни турнеи програми за посетителите на културните и историските локалитети во регионот на Пеќ.

Сепак, и покрај успехот, организаторите кои го промовираат културниот туризам во Косово се соочуваат со бројни тешкотии, а недостатокот на соодветна институционална поддршка често се смета за суштинска бариера. Други идентификувани тешкотии вклучуваат:

- Ограничено финансирање од локални и централни влади;
- Недостаток на соодветна културна и туристичка политика на локално ниво на владата;

- Неможност на локалните власти да ја интегрираат културата во поширока стратешка рамка за развој на туризмот;
- Несоодветна физичка инфраструктура за културни и уметнички настани;
- Недоволна соработка меѓу културни настани и други туристички оператори<sup>81</sup>

**Ловен туризам** Поради својата топографија, географија и релативно "егзотична" балканска слика, Косово ги има сите состојки за ловен туризам - кој треба да се искористи.

Овој вид на туризам е определен со Член 46. Во него се вели дека како услуги во ловниот туризам во смисла на овој закон се организирање и реализација престој на ловци-туристи, нивно примање и сместување, посредување во организацијата и реализацијата лов, изнајмување ловечка опрема и други лов-туристички услуги. Понатаму во истиот член став два се потенцира дека давателот на услуги е должен да ги извршува услугите од ставот 1 на овој член во согласност со овој Закон и правен акт за регулирање на ловот.

**Конгресен туризам.** Овој вид на туризам, во Член 47 во смисла на овој закон, е збир на туристички услуги поврзани со организацијата научни, политички, професионални, културни, спортски и други собири, прием и сместување на учесници, организирање културни и забавни настани и други настани поврзани со слободната организација време на учесниците и придружни активности (изложби, презентација на производи и услуги, продажба производи, итн.).

Во Член 50 се дефинираат останатите форми на туризам кои ги нуди Косово. Имено, во член 50.1 наведено е дека туристичките услуги можат да се направат и во други форми на туризам, како што се здравствениот, спортскиот, верскиот туризам и така натаму. Понатаму е наведено дека Министерството за туризам може, за одредени туристички услуги од ставот 1 на овој член да ги утврди минималните услови и начинот на нивно обезбедување.

---

<sup>81</sup> Brajshori, B. (2017). The tourist regions in Kosovo and the analysis of competition. Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences IIPCCL Publishing, Vienna-Austria

Како што видовме Косово располага со мноштво туристички понуди кои би биле интересни за туристите. Меѓутоа таа понуда за жал до сега останува слабо промовирана како кај нашите најблиски соседи, така и во земјите од Европа, а и од светот. За да се надмине овој недостаток, според нас во почетната изградба на свеста за Косово треба да се обезбеди туристичка дестинација промоција и продажба на т.н.. "quick win" производи, како и да се обезбеди паралелно и развивање на свест задруги стратегиски вредности и други атракции, на кои потоа би можело да се формираат и други меѓународно релевантни производи.

## **5. Приходи од областа на туризмот**

Како што кажавме на почетокот во оваа глава туризмот една од водечките стопански гранки, и има голем придонес врз економијата во речиси сите земји од светот. Во литературата за утврдување на економското значење на туризмот во некоја земја најчесто се користи платниот биланс. Во него се регистрираат сите меѓународнитрансакции на земјата, вклучувајќи ги оние кои доаѓаат по основ на туризам. Може да се каже дека еден дел од платниот биланс кој овозможува увид во приходите и расходите кои некоја земја ги има одмеѓународниот туризам во определен временски период може да се идентификува и како туристички биланс. Имајќи го во предвид сето тоа, во туристичкиот биланс е прикажана вкупната размена на стоки и услуги изразена во финансиски износи меѓу одредена земја и другите земји од светот.

Како што веќе споменавме во претходните точки не изненадува фактот што туризмот има големо влијание врз платниот биланс на многу земји, со што директно влијае врз нивната надворешна ликвидност. По правило, состојбата во платниот биланс ја рефлектира реалната економска состојба на земјата. Неоспорен е фактот што меѓународниот туризам, преку приходите кои се реализираат од потрошувачката на странските туристи во земјата, може да одигра значајна улога во зголемувањето на вкупните приходи на земјата.

Влијанието на меѓународниот туризам врз платниот биланс зависи од продуктивните капацитети на земјата, што претставува функција од нејзините географски,

економски, технички, социјални и други карактеристики од нејзиното ниво на развиеност. Меѓутоа, ефектите кои туризмот ги има врз платниот биланс на земјата многу тешко се пресметуваат. Причините најчесто се содржани во недостатокот на потребните информации, бидејќи голем број на земји не ги прибираат потребните статистички податоци (како што е тоа случај со Косово). Пресметувањето тие ефекти е особено отежната во земјите во развој кои се карактеризираат со голема увозна зависност, бидејќи тие имаат потреба од увезување на голем број на стоки кои би ги користеле туристите, како и опремата за туристичката инфраструктура.

Во ваков случај во пресметките се изоставуваат неколку позначајни категории како што се:

- Увозот на опрема, стоки и услуги за развој на туристичката инфраструктура и запотребите на странските туристи,
- Исплата за плати на странскиот персонал, трошоци за изнајмување на опрема и репатријација на профитот од странските компании,
- Каматите и исплата на странскиот позајмен капитал за туристичките намени,
- Трошоците за промоција во странство апсорбирани од страна на туристичката администрација и од туристичките стопанственици.

Бидејќи не постојат официјални податоци за приливите, односно одливите за подолг временски период за Косово, во продолжение само накратко ќе се осврнеме на податоците со кои во моментов располагаме за влијанието на туризмот како во вкупниот услужен сектор на Косово, така и во неговиот платен биланс. Затоа треба и да напоменеме дека сознанијата добиени во понатамошното излагање во одредена мера ќе бидат релативизирани, но сепак истите претставуваат значаен индикатор за состојбите во туристичката индустрија. Имено, во последниве години развојот на услужниот сектор имаше значително влијание врз економијата на Косово, главно преку затворање на големиот јаз од ниското ниво на извоз на стоки и придонесе за намалување на други структурни проблеми во економијата, особено невработеноста. Во последната деценија извозот на услуги беше многу поголем од увозот, а за неколку години разликата беше двојно поголема од вредноста на увозот. Така во 2015 година, трговскиот биланс на услуги изнесуваше 354,4 милиони евра, со годишен раст од 5,5%, што беше резултат на

побрзиот раст на извозот на услуги во споредба со увезените услуги. Трите главни гранки во извозот на услуги во 2015 година беа секторот за патување и туризам со над 564 милиони евра, комуникации и ИКТ со околу 60 милиони евра и други деловни услуги со 45 милиони евра. Приходите од меѓународните патувања во 2015 година се зголемија на 564 милиони евра од 504 евра во 2014 година, придонесувајќи околу 65% од вкупниот извоз на услуги и околу 20% од вкупниот извоз на стоки и услуги на Косово, што е значителен процент во споредба со некои земји со развиен туризам.

Туризмот има позитивен ефект и врз платниот биланс на Косово. Нето приходите од патување се проценува дека достигнаа околу 370 милиони евра во 2016 година и покриваа околу 18% од трговскиот дефицит на земјата. Се проценува дека растот на туристичката деловна активност во текот на изминатите две години изнесува околу 25%, но очекувањата за раст во наредните години се дури и повисоки од 40%. Приходите од меѓународните патувања во 2015 година се зголемија на 564 милиони евра од 504 евра во 2014 година, придонесувајќи околу 65% од вкупниот извоз на услуги и околу 20% од вкупниот извоз на стоки и услуги на Косово, што е значителен процент во споредба со некои земји со развиен туризам. Туризмот има позитивен ефект врз платниот биланс на Косово. Нето приходите од патување се проценува дека достигнаа околу 370 милиони евра во 2016 година и покриваа околу 18% од трговскиот дефицит на земјата. Се проценува дека растот на туристичката деловна активност во текот на изминатите две години изнесува околу 25%, но очекувањата за раст во наредните години се дури и повисоки од 40%.

Во овој дел се обидовме накратко да се осврнеме на влијанието кое го има туризмот, не само во платниот биланс на Косово, туку какво е и неговото влијание врз вкупната економија. Токму затоа надлежните органи треба да посветат поголемо внимание врз развојот и промоцијата на Косово како туристичка дестинација, бидејќи само на тој начин би се зголемил БДП, би се намалила невработеноста, со што Косово барем малку би се доближило до средно развиените земји од Европа.

## **6. Закони и нормативни акти во областа на туризмот и угостителството во Косово**



Во Косово има еден Закон за туризам со 3 административни инструкции и Закон за даноци за сместување во хотели и туристички капацитети кои директно влијаат на туризмот и угостителството во Косово. Во продолжение накратко ќе се осврнеме на законите кои ја регулираат оваа проблематика:

### **1. Закон бр. 04 / L-176 за туризам;**

1.1. Административно упатство (МТИ) Бр. 19/2013 за регулирање и развој на системот за оценување на сместувањето;

Оваа административна обука има за цел да се воспостават процедури за класификација и категоризација на сместувачките капацитети, како и работата на Комисијата за класификација и категоризација на сместувачките капацитети.

1.2. Административно упатство (МТИ) Бр. 07/2014 за категоризација, доброволно регистрирање и одземање на регистрацијата;

Со оваа Административна инструкция се утврдува содржината на регистарот за категоризација, постапката за доброволна регистрација и одземањето на регистрацијата на туристички активности.

1.3. Административно упатство (МТИ) Бр. 10/2014 за содржината на каталогот за сместување;

Оваа административна инструкция го регулира каталогот за сместување преку кој ја дефинира неговата содржина.

### **2. Закон бр. 03 / L-027 за данокот на сместување во хотелски и туристички капацитети од 2008 година**

Министерството за трговија и индустрија издаде и Регулатива за основање и функционирање на Косовскиот совет за туризам (Регулатива бр. 1/2013). Директните или индиректните ефекти врз туризмот ги имаат следниве закони:

#### **1. Закон бр. 05 / L-130 за Услуги**

Целта на овој закон е да се воспостави општи принципи и критериуми кои им овозможуваат на правото на основање и вршење на дејност за даватели на услуги во

Косово, додека во исто време се гарантира високо ниво на безбедност и квалитет на услуги за своите корисници.

Во рамките на услугите регулирани со овој закон, туристичкиот сектор е во голема мера вклучен во услугите поврзани со туризмот.

## **2. Закон бр. 04 / L-121 за заштита на потрошувачите**

Овој закон ги регулира и ги штити основните права на потрошувачите при купување на стоки, услуги и други форми на слободен пазар и обврски на продавачите, производителите и добавувачите. Странскиот или внатрешниот турист при купување на туристички услуги се смета за потрошувач дури и откако ќе ги заштити и услугите за заштита на потрошувачите.

## **3. Закон бр. 05 / L-079 за стратешки инвестиции во Република Косово**

Целта на овој закон е да се стимулира, да се привлечат и да се создадат услови за спроведување на стратешки инвестиции во Република Косово, како и за воспоставување административни процедури и критериуми за оценување, избор, имплементација и следење на стратешки проекти, како и утврдување на постапките за доделување на користење на имотот на Република Косово за реализација на проекти за стратешки инвестиции. Туристичкиот сектор во овој закон се смета за стратешки инвестициски сектор и е вклучен во опсегот на акцијата.

## **4. Закон бр. 02 / L-88 за културно наследство**

Предмет на овој закон се вредностите на културното наследство, создадени во текот на вековите, како и правни и технички алатки за попис, документација, селекција, заштита, конзервација, реставрација, администрација, презентација и дистрибуција на овие богатства во согласност со меѓународните повелби и конвенции, без оглед на

сопственоста на културното наследство под заштита. Историското и културното наследство е ризница на целиот народ на Косово.

Зачувувањето на културното наследство му помага на туризмот да ги прошири туристичките понуди во културниот туризам. Овој закон има за цел да ги промовира вредностите на културното наследство.

### **5. Закон бр. 03 / L-181 за пазарен инспекторат и инспекциски надзор**

Овој закон ги дефинира принципите, организацијата, надлежностите и постапките за надзор на пазарот на територијата на Република Косово. Во овој закон, иако во моќта на Пазарниот инспекторат, туристички и хотелски активност (член 9 пара.1.7) е предвидено во член 33, казната одредби, не предвидува никакви парична казна во врска со оваа активност.

### **6. Закон бр. 04 / L-179 за патен транспорт**

Целта на овој закон е регулирање и развивање на секторот на патниот сообраќај на патници и стоки, како и да се воспостави режим на возење и одмор. Развојот на патниот транспорт придонесува за развој на туризмот, особено со соседните земји и земји од регионот, со што се олеснува пристапот на туристите кон Косово.

### **7. Закон бр. 03 / L-051 за цивилно воздухопловство**

Одредбите од овој закон ќе се применуваат на сите активности од областа на цивилната воздушна пловидба што се вршат на територијата и воздушниот простор на Косово. Овој закон овозможува добар развој на цивилното воздухопловство, со што се помага безбедното движење на туристите со воздушен транспорт.

Во Законот за Туризам, односно во третиот дел се уредуваат начинот и условите под кои правни и физички лица можат да вршат угостителски дејности. Според Законот за Туризам и упатствата што произлегуваат од тој закон во угостителски услуги спаѓаат:<sup>82</sup>

- Приготвување и послужување на храна, пијалок
- Давање на угостителско сместување
- Организирање на конференции и деловни услуги
- Организирање на забава

Согласно законот не се смета дека е угостителска дејност<sup>83</sup>:

а). обезбедување на храна и сместување во социјалните, здравствените и образовните институции, во просториите на Организацијата на Црвениот крст и други слични институции, Косовскиот заштитен корпус и Косовската полициска служба, доколку овие услуги се предвидени за своите вработени и само за своите работници, членови и корисници,

б) подготовка и сервисирање на топли и ладни пијалоци, безалкохолни пијалоци и едноставни оброци, организирани од правни и физички лица за потребите на нивните работници и членовите во нивните деловни простории.

## **7. Специфични цели на Законот за туризам**

Општа цел на овој политички пристап и предлог е да се дефинира легално нормативната организација на туризмот во Косово со Законот за туризам и подзаконските акти со што ќе се дефинира правната и институционалната рамка за поддршка на развојот на конкурентен и одржлив туризам во Косово, користејќи природни, културни, човечки и финансиски ресурси кои ќе овозможат создавање на поповолна средина за вршење на туристички активности во согласност со современите туристички стандарди.

---

<sup>82</sup>Закон бр. 04 / L-176 за туризам

<sup>83</sup> Ибид

Специфични цели на Законот за туризам се:

1. Промоција на косовскиот туризам на национално ниво (градење институционални организациски капацитети, односно формирање на Национална туристичка организација), што ќе придонесе за градење на туристичкиот имиџ на Косово како привлечен и конкурентен на меѓународниот пазар, зголемување на бројот на странски посетители и зголемување на приходите од меѓународниот туризам; Зајакнување на важноста на туризмот како главен столб на економскиот развој во Косово, особено за зголемување на учеството на туризмот во додадената вредност на косовската економија.
2. Зголемување на квалитетот на хотелските и туристичките услуги во установата за сместување и зголемувањето на конкурентноста преку задолжителна класификација (свездичко рангирање) на сместувачките капацитети и нивното следење; овозможувајќи го развојот на туризмот и туризмот, со што ќе придонесе за економскиот раст на Косово: зголемување на бројот на висококвалитетни хотели, зголемување на бројот на хотели на меѓународни брендови во Косово, зголемување на бројот на бизниси за семејниот туризам - хостели, земјоделски туризам и ресторани.
3. Лицензирање / сертифицирање на тур-оператори / туристички агенции (ТО / ТА) - мора да биде задолжително; ова служи за заштита на туристите и за зголемување на квалитетот на туристичките услуги, бизнисите и туристичките пакети
4. Регулирањето на активностите на туристичките водичи на Косово преку Сертификацијата на туристички водичи, придружници и аниматори, ќе го зголеми квалитетот на туристичките информации, ќе го зголеми бројот на вработените во туризмот и стапката на вработеност во Косово.
5. Утврдувањето туристички области / зони ќе влијае на правилната употреба на природните и културните ресурси според релевантното законодавство, како и меѓусекторската и регионалната соработка, како и зголемување на инвестициите во туризмот и овозможување на брзиот развој на туризмот.
6. Надзор и следење на туристичката и хотелската активност, што се постигнува со дефинирање на надлежностите за надзор на туристички и хотелски активности и утврдување казнени мерки од страна на пазарната инспекција во нацрт-законот за туризам со цел да се избегнат неправилности.

7. Туристичка такса за сместување / ноќевање. Овој данок генерира приходи за финансирање на инфраструктурата и за промовирање на туризмот и ќе го зголеми буџетот за туризам и на централно и на општинско ниво.

## **8. Опции за подобрување на состојбата со туризмот во Косово**

Косово треба да преземе законодавни и институционални промени во врска со воспоставувањето, организацијата и приоритетите на економскиот и социјалниот развој, политичката волја и моќта на посветеноста на туристичката индустрија која одговара на потребите на земјата.

### **A / Опција 1: Опција за статус кво (без промена)**

Во моментот, туристичкиот сектор не е поставен како приоритетна политика на земјата и во овој контекст постои недостаток на организација, поддршка, имиџ, маркетинг и развој на туризмот, имајќи предвид дека туризмот во моментот е главен двигател на економскиот раст, вработувањето и регионалните развој.

1. Во оваа опција нема да се организира промоција на косовскиот туризам преку градење на имиџот и активниот маркетинг со цел да се зголеми бројот на меѓународни туристи во Косово. Постоечката ситуација, исто така, би го исклучила или драстично го ограничила дијалогот на јавната администрација со приватниот сектор - туристичкиот бизнис и Косовскиот совет за туризам едноставно ќе остане "само на хартија".

Во насока на промовирање на косовскиот туризам, КИСЕА моментално е одговорна за промовирање на инвестициите, при што во отсуство на капацитети туристичката промоција е делумно организирана без анализа и без туристички маркетинг. Меѓутоа, додека во сите земји од регионот и во Европа и речиси во сите земји во светот постои национално туристичко тело / агенција која има надлежности и исклучиво се справува со туризмот на национално ниво, но сепак Косово нема таква организација. Поради ваквиот пасивен пристап кон развојот на туризмот, конкурентната позиција на туризмот во споредба со другите земји во соседството ќе се намалува, разновидните туристички производи, квалитетот и атрактивноста ќе бидат ниски / под

просек во регионот, па затоа ќе бидат ниски и цени и следствено на приходите од туризмот.

2. За 5 години по воведувањето на Законот за туризам, беа класифицирани помалку од 15% од сите хотели во Косово. Системот на класификација на претпријатијата е доброволен и како таков, само 30 туристички бизниси биле подложени на процес на класификација од 2014 година. Овој систем не е во согласност со европските стандарди, а исти критериуми треба да се применуваат и за сите сместувачки претпријатија. Не постои јасна класификација за сместувачките капацитети. Повеќето од хотелите имаат експонати само-рангирани ѕвезди од нивните сопственици и со тоа ги измамува туристите.

3. Во отсуство на законско регулирање на Локалните туристички оператори, меѓународните туристички оператори и туристички водичи сами управуваат со обиколки на Косово - од надвор, не оставајќи многу туристички трошоци на Косово. Со недоволно познавање, меѓународните оператори создаваат лоша слика за косовскиот туризам, што влијае на обемот на посетителите на Косово.

4. Постојниот закон не предвидува косовска туристички водичи за сертификација и лиценцирање од страна на која било институција, поради што нивното следење и надзор не е регулирано со закон, а во моментот тие дејствуваат нелиценцирано и не се сертифицирани. Како резултат на тоа, туристичките информации не се на адекватно ниво.

5. Туристичките области не се регулирани со важечкото законодавство. Врз основа на студиите и анализите на МТИ, се предвидува дека постои потенцијал за прогласување на овие области. Овие области ќе бидат атрактивни за странските директни инвестиции.

6. Постојниот Закон за туризам не предвидува надзор на туристичката дејност и нема казни мерки. Пазарниот инспекторат се обидува да го покрие овој дел, но не е успешен бидејќи има правни празнини за да се повикаат.

7. Системот на туристички данок за сместување или преноќување не е функционален. Затоа, не постои дополнителен извор на приходи за развој на туризмот од страна на владата или општините.

Б / Опција 2: Промена на постојната политика

Систематската и сеопфатната промена на туристичката политика мора да биде единствената опција за косовскиот туризам, ако сака да биде конкурентна и барем на ниво на соседните земји. Овој пристап се состои од донесување правна / нормативна рамка за развој на туризмот во согласност со меѓународните стандарди. Следново е опис на главните прашања кои треба да се вклучат и за кои треба да се обезбеди решение со Законот за туризам:

1. Формирањето на Националната туристичка организација - е првиот чекор во регулирањето на туризмот, кој треба да обезбеди спроведување на туристички активности (развој, промоција, политики ...) на национално - хоризонтално и регионално ниво, локално - вертикално ниво . Организацијата треба да обезбеди комуникација, акција, имплементација, повратни информации, евалуација и повратни информации / модификација.

Националната туристичка организација (НТО) е одговорна за градење и промоција на туристички имиџ, особено на меѓународните пазари. Може да биде основана од премиерот или од Министерството за туризам и ќе има претставници на надзорниот и управниот одбор на основачите, ресорните министерства (поврзани со туризмот) и претставниците на туристичкиот бизнис.

НТО е поврзана со Одделот за туризам, бидејќи Одделот е одговорен за дефинирање на визијата и стратегијата и акциониот план за развој на туризмот со цел да се реализираат стратешките цели. Додека НТО е одговорна за спроведување на политиките составени од Одделот преку промовирање на Косово како дестинација и влијание врз подобрување на квалитетот, дефинирање на клучните пазари, маркетинг активности и интернационализација на косовскиот туризам. НТО е агенција која ќе ги исполни стратешките цели со партнери од јавниот и приватниот сектор.

2. Класификација на установи за сместување во туризмот - во првите хотели, со ѕвезден систем. Не постои унифициран регулаторен европски систем на класификација на хотели, иако беше под покровителство на HOTREC - Европското здружение на хотели, ресторани и кафулиња го организира Hotelstar Union, кое разви систем за класификација на хотели кој е во употреба во повеќето европски земји (со помали посвојувања на секоја земја).



Косово едноставно може да го адаптира овој систем, да го усвои делумно во согласност со локалните услови и да го дефинира периодот на имплементација (заедно со периодот на транзиција од постоечкиот систем) Предлогот за усвојување на овој систем за класификација на хотели беше направен веќе во документот на УНДП од 2015 година што беше споменат порано.

Покрај класификацијата на хотелите, треба да се воведат и систем за мотели, куќи за гости, кампови и земјоделски куќи во руралниот туризам Системот за класификација мора да биде задолжителен за сите кои нудат туристичко сместување.

3. Лиценцирање на ТО / ТА - тур-оператори и туристички агенции - мора да биде задолжително; ова е во согласност со заштитата на потрошувачите-туристи и да се зголеми квалитетот на туристичкиот бизнис. Основни услови за лиценцирање на ТО / ТА се професионална понуда на туристички пакети во јавни отворени канцеларии и со квалификуван персонал и најважна одговорност на ТО или ТА за туристи на патувања; За таа цел, Директивата на ЕУ мора да се воведат во националното законодавство кое обезбедува задоволителни гаранции за ТО / ТА во случај на несолвентност / стечај - не може да се спроведат туристички пакет дел или во целина. (Директива на ЕУ 90/314 / ЕЕЗ и нова Директива за пакети 2015/2302 / ЕУ).

4. Водичи за лиценцирање / сертифицирање - воведување задолжителен систем за проценка на квалитетот на туристичките водичи, придружници, аниматори во различни области на туристичките активности. Овој систем мора да го обезбеди квалитетот на услугите што им се доставуваат на туристите, соодветни и релевантни информации, и што е најважно безбедноста на туристите. Треба да се развие систем на обуки за овие профили и да се воведат систем за проценка со цел да се добијат уверените водичи на национално, регионално и локално ниво и на специфични области на туристички активности споменати погоре.

5. Одредување на туристички подрачја - при што целта е да се спроведат законската регулатива во утврдувањето на туристичките области и нивното функционирање.

Утврдување на критериумите и условите за дефинирање на туристичките подрачја, односно кој ги изјавува и вклучените страни. Одредувањето на областите се очекува да обезбеди правилно и законито користење на природните и културните ресурси и крос-секторската и регионалната соработка. Пред сè, ова ќе му помогне на приватниот сектор да развие туристички производи и инвестиции во туризмот и во секторот за сместување.

6. Надзор на пазарот - што се постигнува со дефинирање на надлежностите во надзорот на туризмот и хотелските активности и со одредување на казнени мерки од страна на пазарниот инспекторат во нацрт-законот за туризам со цел да се избегнат неправилности.

7. Туристичка такса за сместување или спиење / ноќевање. Законот за туризам мора да опише и да обезбеди систем на финансиски средства за да може да ја спроведе туристичката политика - до финансирање интервенции во туризмот. Во сите туристички земји постои посебен финансиски извор за туризам - сместување или преку ноќ туристички данок. Ова е приход за финансирање на туристичката инфраструктура и промоција која се наплатува во фиксен износ и е поставен на врвот на цената за преку ноќ и се плаќа од туристи за секоја ноќ во сместувачкиот капацитет. Туристичката такса варира за различни видови на сместувачки капацитети и според видот на туристите (како хотели, туристички фарми, кампови и ученици или ученици, хендикепирани туристи итн.).

Дополнителни извори за финансирање на туристичките активности можат да дадат придонесот на туристичкиот бизнис за промоција на туризмот (во програмата на НТО) и придонесот на меѓународните донаторски организации кои ги финансираат туристичките проекти.

С / Опција 3: Промена на постоечкиот пристап за имплементација

Согласно третата опција, довербата во ТО / ТП во Косово би била ниска ако не се лиценцирани и квалитетот на нивните услуги е доведен во прашање за поединечни патници, а исто така и за меѓународни ТО / ТА кои бараат партнери да го прават локалниот туристички бизнис дестинации. Исто така, ќе има слобода да се организираат

туристички водичи со сомнителен квалитет, сигурност (ако се земе предвид и водењето на дивите води природни паркови, планини итн.

Овој пристап е обично поефикасен во земјите со традиција за туризам и висок степен на доверба во неформалната регулатива.

## **VI. ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЗА ВРШЕЊЕ НА УГОСТИТЕЛСКА ДЕЈНОСТ ВО КОСОВО**

### **1. Вршители на угостителска дејност**

Угостителска дејност согласно Законот за туризам може да го вршат компании, други правни лица и претпријатија кои се квалификувани за дејност пропишана со овој закон<sup>84</sup>. По исклучок, услугите за сместување и угостителство, може да се обезбеди и јавни институции кои управуваат со паркови од Собранието на Косово прогласи природни

---

<sup>84</sup> Zakon o Turizmu br 04 / L-176

паркови<sup>85</sup>. Исто така, извидничката лига на Косово и младинските здруженија може да обезбеди сместување и угостителски услуги во областа на младинската туристички објекти за своите членови и членови на меѓународни асоцијации на младински туризам. Понатаму, институциите кои се занимаваат со музејски и театарски активности, социјални услуги за стари лица и лицата со хендикеп, може да обезбедат угостителски услуги следните видови: бистроа, кафе, бар и слично, во согласност со условите пропишани со овој закон за угостители, во објекти каде што тие ги извршуваат своите основни бизниси. Угостителска дејност исто така може да вршат и правни и физички лица чие место на живеење или седиште во Косово може да организира обезбедување на сместување и оброци за своите вработени, членови, пензионери и членови на потесното семејство на своите работници и пензионери, објектот се затвори (одморалиште, објектите за храна и слично) условите пропишани со овој закон и други прописи.

## **2. Предмет и начин за вршење на дејноста**

Деловните активности на угостителите се утврдени во согласност со одредбите на Законот за туризам и други прописи, специфични практики во туристичката индустрија и други деловни практики во туристичката индустрија, како и видовите и начинот на давање на угостителски услуги во угостителските објекти<sup>86</sup>. Согласно законот угостителот може да работи во текот на целата година или сезонски. Исто така угостителот може да работи повремено (за време на траењето на настаните, саемите, повремени настани и сл.) Под услов претходно да добие дозвола од надлежниот општински орган.

Орган на општинската администрација го пропишува распоредот, почетокот и крајот на работното време во угостителството во нивната област.

Во вршењето на угостителски активности, угостителството е должен<sup>87</sup>:

а). видливо на влезот на ресторанот со пропишаните видови етикети и категории за хотел, угостителски објект, да назначи дека истиот е основан со одлука на надлежниот орган на општинската администрација или на министерството за туризам,

---

<sup>85</sup> Ибид

<sup>86</sup> Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16

<sup>87</sup> Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 5

б) на влезот на угостителскиот објект визуелно да го наведат известувањето за работното време кое мора да биде во согласност со пропишаното работно време,

в) го утврдува редот во угостителскиот објект за сместување и го истакнува на рецепцијата и во сите соби и апартмани,

г). Ги утврдува нормативите на храна и пијалаци за индивидуални јадења и пијалаци, обезбедуваат услуги во количина и квалитет во согласност со стандардите, како и на барање на норма дадена од страна на гости.

д) Визуелно укажува на цените на понудените услуги на начин достапен за гостите и се придржуваат до истакнати и објавени цени. Во обезбедувањето на сместувачки услуги, во ценовникот исто така се споменува и износот на туристичкиот данок, доколку истиот е пропишан со закон

ѓ). Овозможува ценовниците да се достапни во доволен број примероци,

е) за секоја услуга за гости, клиентот издава фактура со назначениот датум, вид, количина и цена на услугата,

ж). се придржуваат до пропишаното работно време,

з) ги доставува нормите за сертификација до туристичката инспекција на министерството надлежно за вршење на работите од областа на туризмот, при што верификуваните прописи важат од денот - до денот на потврдата,

с). да ја водат книгата за гости во угостителскиот објект,

и) води книга на жалби на начин пропишан со правен акт, во секоја угостителска установа. Жалбата и одговорот на жалбата се доставуваат до Министерството за туризам, инспекторат за туризам, надлежен за вршење на работите од областа на туризмот, во рок од три дена,

ј). да обезбеди гости во сместувачките капацитети како резултат на несреќа,

к). обезбедуваат услуги за сите корисници под исти услови,

л). обезбедува потребните информации (информации за својства, квалитет, декларација и др) за производи кои се предмет на услуги, во согласност со прописите со кои се утврдува квалитетот на производите,

љ) води евиденција за набавка и продажба (книга на бар) во согласност со прописите и сметководствените стандарди, на пр. во деловните простории, лиценцирана работна дозвола (лиценца).

При спроведувањето на угостителските активности, угостителството е обврзано да применува специјалитети во угостителството, како и деловни практики во угостителството. Министерството за транспорт и врски ја пропишува формата, содржината и начинот на водење на книгата за гости и книгата на жалби.

Во законот е предвидено угостителот да може да обезбеди едноставни услуги за амбулантско гостопримство (надвор од деловни простории и угостителски објекти). Амбулантските услуги може да се користат за готови оброци (спакувани), безалкохолни пијалоци, пијалоци и сладолед, во согласност со санитарните услови. При тоа органот на општинската администрација пропишува кои технички и санитарни услови мора да бидат исполнети за давање услуги

За угостителски услуги и обезбедување на амбулантски услуги на овој закон, мора да се исполнат минималните технички барања во однос на дизајнот и опрема угостителски објекти, како и други услови пропишани со овој закон и прописите донесени врз основа на овој закон (во натамошниот текст како и минималните технички услови). угостителските услуги и обезбедувањето на угостителски услуги мора да ги исполнуваат здравствените услови за работа во угостителството, во согласност со посебните прописи.

### **3. Видови на угостителски објекти и нивна категоризација**

Угостителството се врши во деловен простор и во простор дизајниран, опремени за обезбедување на угостителски услуги. Угостителските активности можат да се вршат во деловните простории, простории и простории во кои се вршат други активности, под услов да се исполнети пропишаните услови за угостителски активности.

Согласно Законот за туризам угостителски објекти, сместувачките капацитети (ноќевања) и објекти за храна и пијалоци и се поделени во седум групи<sup>88</sup>:

---

<sup>88</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 65

а) хотели: хотел, туристичко населба, апартман, станбен комплекс, мотел, пензија итн.)

б) кампови и други видови угостителски објекти за сместување, како што се кампови, соби за изнајмување, апартмани, младински хостели-хостели, планински домови, одморалишта,

в). ресторани: ресторан, таверна, национален ресторан, ресторан за јадење, кафе, пицерија, кујна, народна кујна, бирегџинка итн.,

д). барови: бар, ноќен бар, диско бар итн.

ѓ). бифе: вклучена, пиво бар, бистри итн.,

е). кафулиња: кафе-бар, кафе-слаткарница итн.,

ж) кантините и подготовката на оброкот.

Министерството одговорно за туризам исто така може да пропише и други видови на претпријатија и нивната класификација во одредени групи, во согласност, во зависност од начинот на услуги и видови на услуги во угостителството . Исто така Министерот надлежен за туризам ќе се утврди со посебен акт вид на ресторани кои се категоризирани, категорија, елементи и критериуми за класификација и методи за категоризација на угостителските објекти. Категоризацијата на угостителскиот објект ќе биде утврдена со актот издаден од Министерството за туризам, на барање на угостителскиот објект.

Угостителскиот објект може да започне со работа кога надлежниот орган на управата ја определува категоријата.. Штом се издаде соодетната категорија на влезот на секој угостителски објект мора да се означи пропишаниот вид и категорија на објекти. При тоа Министерството надлжно за туризам води регистар на категоризирани угостителски објекти. Министерството одговорно за туризам одредува категорија за ресторани: хотел, мотел, одморалиште, кампови, откако ќе утврди дека се исполнети условите за категорија. За други видови на угостителски објекти кои се категоризирани, надлежно е органот на општинската администрација<sup>89</sup>.

Угостителските објекти за сместување се категоризирани во зависност од аранжманите, опремата, апаратите, услугите за одржување и други елементи и

---

<sup>89</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 67

критериуми за категоризација. Притоа задолжително е да се прикажува рејтинг ѕвезда за секоја категорија сместување. Утврдената категорија, односно Актот за утврдената категорија угостителски објекти останува во сила 5 години..

Доколку во рокот во кој е издаден актот за утврдување на категоријата на угостителскиот објект се менува лицето за вршење на дејноста во објектот, новиот субјект кој ќе ги извршува активностите потребно е пред да почне со работа да добие акт за категории. При тоа доколку има отстапување од пропишаните стандарди за утврдената категорија на угостителскиот објект во смисла на дизајн, опрема и квалитетни услуги, угостителот е должен во рок од 15 дена да се применува за класификација на објектот во нова категорија.

Промената на категоријата на угостителски објект ќе се врши на ист начин и според истата постапка пропишана за утврдување на категоријата на угостителски објект. Угостителски објект што не ги исполнува пропишаните услови за наведениот вид и категорија не може да работи како угостителски објект од тој тип и категорија. Министерство надлежно за туризам секои две години по службена должност врши категоризација на угостителски објекти за сместување и ја рedefинира категоријата на овие објекти. Во поглед на категоризацијата на објектите, министерството надлежно за работите од областа на туризмот донесува решение со кое го наведе предметот во Регистарот на категоризираните угостителски објекти. Доколку се утврди дека сместувачкиот капацитет повеќе не ги исполнува условите за основањево видот и категоријата, решението ги одредува новите видови и категорија на сместување.

#### **4. Издавање на дозвола за работа на угостителските објекти**

Претпријатијата, другите правни и физички лица не можат да започнат со вршење на угостителска дејност, ниту да менуваат или прошируваат предметот на својата работа пред надлежниот орган да утврди дека се исполнети условите во поглед на техничка опременост, заштита при работа, заштита и унапредување на животната средина, како и други пропишани услови во согласност со овој закон и прописите донесени врз основа на



овој закон, односно пред надлежниот орган да издаде дозвола за работа.<sup>90</sup> Дозволата за работа ја издава дозвола за работа на угостителски објекти. Надлежниот орган на општинската управа издава дозвола за работа со други видови на угостителски објекти. Притоа, Министерството надлежно за работи на туризам утврдува дали се исполнети условите за отварање на угостителски објект и доколку се тие исполнети во рок од 30 дена од денот на уредно поднесеното барање ја издава дозволата. Дозволата се запишува во соодветниот регистар што го води Министерството за туризам. Пополнувањето на условите од ставот 1 на овој член за останатите видови угостителски објекти е утврдено од надлежниот орган на општинската администрација во рок од 15 дена од денот на уредно поднесеното барање. Дозволата се запишува во соодветниот регистар на угостителски објекти што го води надлежен орган на општинската администрација.

Доколку надлежниот орган на управата не издаде дозвола во утврден рок или не донел решение со кое се одбива барањето поради неизвршување на пропишаните услови, администраторот (менаџер) може да започне со работа во угостителскиот објект, за што е должен да го извести надлежниот орган претходно писмено. Ако надлежниот орган утврди дека не се исполнети условите пропишани со овој закон, управителот (менаџер) започна со работа, ќе се смета дека дејствува спротивно на одредбите на овој закон.

Одредени угостителски услуги може да се обезбеди и подвижен објект што не се смета за таверна, доколку ги исполнува техничките барања, освен за посебни локации кои се од особено значење за туристичката понуда. При тоа под подвижн објект се подразбира објект што може да се премести од едно до друго место со сопствен погон или повлекување<sup>91</sup>. Министерството надлежно за работите од областа на туризмот ги пропишува техничките услови кои треба да ги исполнуваат објектите, видот и начинот на обезбедување на угостителски услуги во овие објекти. Понатаму органот на општинската администрација го утврдува исполнувањето на барањата на прописите издадени

По исклучок, угостителски услуги може да бидат обезбедени под шатор, на клупи и слично, доколку ги исполнува техничките барања, освен за посебни локации кои се од особено значење за туристичката понуда. Условите ги пропишува надлежниот орган на општинската администрација, со кој се потврдува исполнувањето на условите од

<sup>90</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 72

<sup>91</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 74

донесените прописи. Органот на општинската администрација определува кои оброци, пијалаци и пијалаци можат да служат во објектите.

Кампување согласно Законот за туризам е престој под шатор, караван, друго соодветно сместување на отворено на копно чија цел за кампување е определена од надлежниот општински орган<sup>92</sup>. Кампувањето е дозволено само во организиран камп, односно е забрането поставување на опрема за кампување на отворено.

По исклучок, кампување надвор од кампот е дозволено во случај и за време на одржување на спортски, културни, уметнички и слични настани, на места се организира за оваа намена, под услови утврдени со овој закон и подзаконски прописи врз основа на овој закон. Местото и времето на настанот го утврдува надлежниот орган на општинската администрација.

Угостителски услуги во домаќинствата може да ги врши физичко лице согласно Законот за туризам:

- а) да ги изнајми гостите на соби, станови и куќи за одмор, сопственикот или носителот на правото на користење, до вкупно 10 соби или 20 кревети,
- б). Организира камп на сопствена земја за до 5 сместувачки единици или 20 гости во исто време.

Понатаму е пропишано дека физичко лице може да обезбеди појадок, полупансион или услуга за одборот само на гости за кои се издаваат соби, апартмани и викендички. За физичко лице да врши угостителски услуги во земјата, објектите на овој закон мора да ги исполнат минималните технички услови за категоријата. Министерството за транспорт и врски ги пропишува минималните технички услови за категоријата, елементите и критериумите за категоризација, како и начинот на категоризација на објектите

---

<sup>92</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 76

Физичко лице кое ги врши услугите, исто така, мора да ги исполнува условите за работа во угостителството во согласност со посебните законски прописи. Физичко лице кое ги врши услугите е должно<sup>93</sup>:

а) да постави видлива ознака на пропишаните видови и категорија на предмети утврдени со одлука на надлежниот орган,

б) визуелно да ја посочи, на влезот во објектот или во непосредна близина, листата на обезбедени услуги,

в). воспостави стандарди на храна и пијалаци за одредена услуга и безалкохолни пијалаци, доколку овие услуги не се во согласност со воспоставените норми, а на барање на гостите , ги доставува до нив,

г) визуелно да укажуваат на цените на услугите што се обезбедуваат на пропишан и вообичаен начин, и се придржуваат кон истакнатите цени,

д). издаде сметка со датум, тип, количина и цена на секоја услуга, и во обезбедување услуги за сместување во државна сметка и износот на туристичка такса, ако се наплаќа данок,

ѓ). да има водич на листа на гости,

е) да ги доставува нормите за сертификација до туристичката инспекција на Министерството надлежно за туризам најдоцна во неделата на ден пред нивната примена.

При вршењето на услугите на физичко лице може да им помагаат членовите на неговото домаќинство. Притоа, членовите на домаќинството мора да ги исполнуваат здравствените услови за работа во угостителскиот сектор во согласност со посебните прописи. За вршење на наведените услуги, физичкото лице треба да добие дозвола од надлежниот орган на општинската администрација. Дозволата се издава на физичко лице кое ги исполнува следниве услови:

а) да е деловно способно,

б) да е сопственикот или носителот на правото на користење на објектот (простории, станови и куќи за одмор) или сопственикот на земјиштето за кампот,

---

<sup>93</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 77

- в). да ги задоволува пропишаните здравствени услови,
- г) да има решението дека објектот во кој ќе се обезбеди услугата ги исполнува минималните услови и дека е категоризиран во согласност со овој закон, доколку предметот е предмет на обврска за категоризација.

За добивање на дозвола, надлежниот орган на општината донесува решение во рок од 30 дена од денот на поднесеното барање. Доколку надлежниот орган на општинската администрација не донесе одлука во рок од предвидениот рок, или не се донесе одлука за барањето е одбиено поради неисполнување на пропишаните услови, едно лице може да почнат да даваат услуги, кој е должен претходно да го извести во писмена форма на надлежниот орган на општинската администрација<sup>94</sup>

Овластувањето да обезбеди услуги за гостопримство на физички лица во домаќинството престанува да важи:

- а) со напуштање на физичко лице,
- б) ако физичкото лице не започне со давање услуги во рок од 6 месеци од важноста на одлуката за одобрување,
- в). ако престане да исполни некои од условите од членот 82 на овој закон,
- г) доколку со инспекциски надзор се утврди дека условите пропишани со овој закон не се исполнети прописите донесени врз основа на овој закон и други прописи, а утврдените недостатоци не се отстранети во пропишаниот рок,
- д) ако надлежниот општински орган потоа утврди дека одлуката за дозволата е заснована на неистинити или фалсификувани документи.

## **5. Надзор над спроведување на Законот за туризам во Косово**

Угостителскиот надзор преставува надзор над спроведување на Законот за туризам кој го врши органот надлежен за работите од угостителството. Надзорот над спроведување на одредбите со кои се утврдени надлежностите на другите органи на државната управа ги вршат тие органи во рамките на нивните надлежности утврдени со закон<sup>95</sup>.

---

<sup>94</sup>Zakon O Turistickej I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 83

<sup>95</sup>Zakon O Turistickej I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 86

Инспекциски надзор за спроведување на одредбите од Законот за туризам вршат од туристички инспектори на министерството надлежно за туризмот<sup>96</sup>. Инспекциски (надзор) можат да вршат и други службеници со посебни овластувања на министерството надлежно за туризам. Исто така инспекција врши и министерство надлежно за здравство, во делот кој ги уредува санитарно-хигиенските услови на објектите и просториите во кои се врши угостителската дејност, како и министерството за финансии, преку своите инспектори. Во извршувањето на инспекцијата, правата, должностите и овластувањата на инспекторите се:

- а). да утврди идентитет на вработените во претпријатието, другите правни лица, претпријатијата и физичките лица кои вршат туристичка и угостителска дејност,
- б). да контролира договори, докази, документација и други документи потребни за утврдување на законитоста на работењето на претпријатијата или физичките лица,
- в). да контролира извршување на обврските договорени помеѓу продавачите и купувачите на туристички и угостителски услуги,
- г). да контролира истакнување и почитување на цените на угостителските и туристичките услуги, како и издавање на сметки за извршени услуги,
- д). да утврдува и контролира почитување на нормативите за јадење и пијалаци според количество и квалитет,
- ѓ). да направи мерки за обезбедување на документација,
- е). да изриче казна на лице место,
- ж). да поднесе пријава до надлежниот орган за извршени кривични дела или економски прекршоци, односно да поднесе барање за поведување прекршочен процес,
- з). да покрене постапка во врска со приговорите на купувачи на угостителски и туристички услуги.

Согласно Законот за Туризам туристичкиот инспектор посебно е овластен да:

- а). забрани работата на претпријатието, друг правен субјект или претпријатијата кои вршат туристичко-угостителска дејност утврдени со овој закон, доколку не се

---

<sup>96</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 87

запишани во соодветниот регистар или немаат акт за утврдување на исполнување на минималните технички услови предвидени за вршење на овие дејности,

б). забрани работата на претпријатието кое врши работи на организирање туристички патувања без дозвола за работа, или не ги исполнува условите врз основа на кои е издадена дозвола,

в). забрани работата на угостителскиот објект во категоријата што му е одредена, доколку уредувањето, опремата и услугите во објектот не се во согласност со пропишаните стандарди за таа категорија, а гостинот не поднесе барање за утврдување на новата категорија,

г). забрани обезбедување на сместување и сместување на туристи во домаќинствата, кога утврди дека физички лица им нудат на туристи, соби, куќи или куќи за одмор кои не се категоризирани во согласност со одредбите на законот,

д). забрана за вршење дејност на претпријатие, друг правен субјект, претпријатие или физичко лице во случај кога инспекторот не е во можност да врши инспекциски работи,

ѓ). забрани работник кој обезбедува услуги на спортско место, доколку скијачките терени не се опремени со неопходните уреди и опрема во согласност со законските прописи и ако нема докази за исполнување на условите издадени од надлежен орган,

е). донел решение за забрана за вршење на туристичка или угостителска дејност ако се утврди дека извршувањето е извршено без дозвола за работа, а може истовремено да изврши замрзнување на објекти со ставање на службената печат.

Во текот на инспекцијата, туристичкиот инспектор контролира: деловни и други простории и простории во кои се вршат туристички и угостителски активности; стоки, апарати и опрема за обезбедување на угостителски и туристички активности; живеалишта и простории на домаќинства, односно станбени згради, станови и куќи за изнајмување во кои угостителските и туристичките услуги се обезбедуваат за туристите и патниците; деловни книги, договори, документи и евиденција и друга деловна документација која му овозможува да врши увид во деловните активности на правни и физички лица кои вршат угостителски и туристички услуги; документи врз основа на кои може да се утврди идентитетот на физичките лица кои се предмет на инспекција и други дејствија да се

вршат во согласност со целта на инспекцијата. Туристичкиот инспектор донесува решение и го одредува времетраењето на привремената забрана за вршење на дејност и рокот во кој лица кои даваат услуги кои се потребни согласно со овој закон, кои се потребни за да се поправи недостатоците поради кои наметнаа мерки.

Против одлуката на туристичкиот инспектор е дозволена жалба до министерството надлежно за туризам во рок од 8 дена од денот на приемот на решението. Согласно Законот за Туризам правните и физички лица чии простории и објекти, опрема и прибор, и објекти за труд и бизнис предмет на инспекцискиот надзор, се бара да им се овозможи на туристички инспектор непречено вршење на инспекцискиот надзор.

Ако туристички инспектор во текот на инспекцискиот надзор утврди дека закон или друг пропис не се применува или не се применуваат правилно, тоа ќе нареди отстранување на неправилностите, доколку е потребно со закон или друг пропис, идентификување на рокот во кој мора да се отстранат неправилностите.

Туристичкиот инспектор со решение ќе му забрани на правното и физичкото лице да врши туристички и угостителски работи или да ги обезбеди овие услуги ако обезбеди:

- а) без внесување на одреден регистар,
- б) без решение на надлежниот административен орган кој утврдува дека просториите, уредите и опремата ги исполнуваат пропишаните услови, или
- в). спротивно на законот.

Туристичкиот инспектор може и усно да извести за донесената одлука и да нареди извршување веднаш, во случај кога ќе утврди дека е правно или физичко лице кое врши активности спротивно мерка привремена забрана за вршење на туристичко-угостителски дејност наметнати во прекршочната постапка, која станала конечна и извршна. Доколку инспекторот при увидот, увиди дека прописите не се применуваат или се применуваат неправилно, тој е должен да издаде отстранување одлука на начување на неправилностите и постави краен рок за нивно отстранување. Исто така туристичкиот инспектор ќе донесе решение за привремена забрана на активности и / или да нареди затворање на објектот, во случај на неправилности не се коригира во догледно време.

Извршната одлука на туристичкиот инспектор, која ја определува казната, се спроведува со постапка за прибирање на јавни приходи. Доколку туристичкиот инспектор утврди неправилности или непочитување на прописите за кои контролата е одговорна за друг орган на управа без одлагање и најдоцна во рок од 8 дена, тој или таа ќе го извести овој орган. Кога истекува рокот за извршување на решението, туристичкиот инспектор ќе провери дали решението е извршено, а ако не, постапката за негово извршување ќе се поведе без одлагање. Одлуката за лиценца за извршување на решението ја донесува туристичкиот инспектор без одлагање, а најдоцна во рок од осум дена од денот кога одлуката не е извршена. Трошоците за извршување на одлуката ги сноси странката која била должна да ја изврши наложената административна мерка.

## **6. Административни санкции**

Прекршокот е противправно дело кое со закон е определено како прекршок, чии обележја се определени со закон и за кое е пропишана прекршочна санкција<sup>97</sup>. Така глоба од 3.000 до 9.000 евра ќе му се изрече на друштвото, друго правно лице или претприемач ако:

а) не ја обезбедува договорената услуга или не ја обезбедува во согласност со основните елементи на договорот ;

б) ако не ги исполнуваат условите овој закон, или ако обезбедува кетеринг услуги на лица кои не се вработени, членови, пензионери и членови на потесното семејство на работници и пензионери ;

в) објектот во кој угостителската услуга не ги исполнува условите пропишани со овој закон и други прописи ;

г) не го пријавува обезбедувањето на угостителски услуги во затворен тип ;

д) врши угостителска дејност која, според својата дејност или со прописите и специјални практики во туристичката индустрија и бизнис практики, има право да се изврши, или ако неговата дејност не е утврдена во согласност со одредбите од овој закон;

---

<sup>97</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 99



ѓ) угостителски објект не ги исполнува минималните технички барања во однос на дизајн, опрема и одржување на основање угостителски или да се обезбедат услуги за овој тип на угостителски објект, или услови кои се однесуваат вработените кои работат во ресторанот, или ако за угостителски услуги и на угостителските услуги не се исполнети санитарни услови или ако за време на испорака на услуги, што е предмет на категоризација, веќе не ги задоволува стандардите и критериумите а се доделени од категоријата на објектот, или доколку видот и категоријата на угостителскиот објект, истакнат во пропишаниот начин ;

е) угостителски објект повеќе не ги исполнува пропишаните услови за одреден вид и категорија на објекти, но продолжува да работи како угостителски објект од тој вид и категорија;

ж) изнајмени простории, станови и куќи со повеќе од 10 соби, односно 20 легла, организира кампување за повеќе од 10 единици или 30 гости во исто време ;

з) служи појадоци и нуди услуги на полупансион или одборот спротивно на одредбите од овој закон;

и) објектот во кој услугата не ги исполнува минималните технички услови за категоријата ;

ј) Глоба од 200-500 евра ќе се казни и физичко лице, како одговорно лице или директор на правно лице, кои се движат од 200 до 500 евра<sup>98</sup>.

к) За прекршок од ставот 1 на овој член, туристичкиот инспектор може да наплати глоба во износ од 100 евра во местото на извршување на прекршокот.

Со глоба во износ од 500 до 2.500 евра ќе се казни за прекршок или друго лице закон ако<sup>99</sup>:

а). обезбедување на сместување, кои служат храна и пијалаци и не е член на руралните домаќинства, или ако врши обезбедување на сместување, спротивно на одредбите од од овој закон, или ако врши подготовка и послужување на топли и ладни јадења, пијалаци и пијалаци кои не се доминантно од лично производство или служење храна ;

<sup>98</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 100

<sup>99</sup>Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 clan 100

б). видливо на влезот во знакот на ресторанот укажувајќи на типот или категоријата на објектот одлуката на утврдени и Министерството одговорно за туризам, или ако знакот укажувајќи на типот или категорија за кои нема одлуката на надлежниот орган или министерството надлежно за работите од областа на туризмот;

в). на влезот во угостителскиот објект не е видливо најавено работно време или ако известувањето не е во согласност со пропишаното работно време;

г). сместувачките објекти има утврден куќен ред и не се покажува во пред бирото, или копија на куќниот ред е истакнат во сите соби и апартмани;

д). не се утврди стапки на храна, пијалоци, или да служи како квантитетот и квалитетот во согласност со стандардите, нормативите или, на барање, се донесени од страна на гости ;

ѓ). на видливначинги стави на располагање на гостите цените на услугите во ресторан или ако не се придржуваат кон објавената цена, или ако во кодот на сместување во листата на цени не се означени и цената на данок или ако ценовникот не е на располагање на гостите во доволен број примероци ;

е). не издава гостинска сметка за секоја угостителска услуга со назначување на видот, количината и цената на услугата ;

ж). не се придржува на работното време ;

з) не ги доставува нормите за сертификација до министерството надлежно за туризам или да ги примени пред крајниот рок

с). не ја води книгата за гости во угостителскиот објект ;

и). не води книга на жалби во пропишаната форма, содржина и начин и ако не ги почитуваат роковите на постапката по жалбата на гости, како што е пропишано со овој закон ;

ј). служи алкохолни пијалаци за гости на возраст под 18 години ;

к). Амбулантски обезбедува едноставни угостителски услуги, но не служи спакувани храна и безалкохолни пијалаци, пијалаци и сладолед во согласност со барањата за хигиена, или ако служат алкохолни пијалаци или амбулантски обезбедува едноставна хотелски услуги, но ги служи на забранети места обезбедува амбулантски услуги но не ги исполнува пропишаните минимални услови ;

- л). во угостителски објект не е назначен од управител;
- љ) управителот на угостителски објект не ги исполнува пропишаните услови ;
- м). угостителски услуги во подвижните (мобилни) објекти не ги обезбедува на пропишаниот начин или не ги исполнуваат пропишаните услови, или обезбедува услуги за угостителство за движење на објект во област која не е назначено од страна на надлежниот орган ;
- н). угостителските услуги под шаторот, на клупи и слично не се обезбедуваат на пропишан начин ;
- њ) кампови надвор од логорот или поставување на шатор, кампување приколка, караван и друга опрема за кампување надвор од кампот;
- о). обезбедува услуги, но не ги исполнува минималните технички барања и барања за категорија, или да ги обезбедува, без да бидат одобрени од надлежниот орган на управа;
- п). невидливо го означува видот и категоријата на предметот утврдени со одлуката на надлежниот орган на управата ;
- р) на влезот во објектот или во близина, не јасно го наведува името на дадената услуга со пропишаните ознаки ;
- с). не успеа да се утврди стапката на храна, пијалоци и пијалоци, ако не се обезбедат услуги во согласност со стандардите утврдени во барањето не обезбеди за инспекција ;
- т). видливо цените на услугите не се воспостави и нормален начин и не е во согласност со наведените цени ;
- ќ). не издава сметка на гостинот со одреден вид, количина и цена на услугите за секоја услуга обезбедени, а во сместувачките услуги не укажуваат на износот на туристичка такса ;
- у). не ја води книгата за гости ;
- ф) не ја испорачува верификација на министерството за туризам, надлежниот орган или не ги доставува во определениот рок ;
- х) како работодавач ја користи работата на лицата кои не се членови на неговото домаќинство ;

ц). членовите на семејството на физичко лице кое му помагаат во обезбедувањето услуги не ги исполнуваат пропишаните здравствени услови за работа во угостителството, во согласност со посебните прописи;

За прекршоците кои се движат од 100 до 500 евра ќе се казни и физичко лице или одговорно лице, или директор на правно лице,. Туристичкиот инспектор, може на местото на прекршок одговорното лице или директор на правно лице да се наметне парична казна од 80 евра.

Сите плаќања кои произлегуваат од примената на кривичните одредби од овој закон ќе се вршат во Косовскиот консолидиран буџет.

## **VII. ПРАВНА РЕГУЛАТИВА ЗА КАТЕГОРИЗАЦИЈА НА ХОТЕЛИТЕ ВО КОСОВО**

### **6. Карактеристики на хотелската индустрија во Косово**

Хотелската индустрија во Косовосе карактеризира со недоволно ниво на квалитет на услугите, неповолната структура и ниско користење на нивниот капацитет. Во хотелите во Косово задоволување на потребите на масовниот туризам е главна задача, додека квалитетот на услугата е на мошне ниско ниво пред се поради несоодветни стандарди за

проектирање, изградба и опремување на објектите. Имајќи го тоа во предвид капацитетите на хотелите во Косово стануваат се понекоконкурентни во меѓународниот пазар. Квалитетот на хотелските услуги, исто така, зависи од одржувањето на самите објекти, нивото на удобност особено, од мотивација и компетентноста на вработените. Така гостинот може го занемарипонеквалитетното ниво на опременост на хотелот, но тоа што не го простува е неуреденоста на објектот и непријатениот персонал.

**Табела бр. 4** Број на хотели број на соби и број на сои по региони во Косово во 2017

Регион	Број на хотели	Број на соби	Број на кревети
Гнилане	20	293	378
Митровица	6	119	161
Печ	16	330	648
Призрен	12	363	754
Приштина	36	1170	1610
Феризај	20	340	375
Џаковица	20	329	548
Вкупно	130	2944	4474

**Извор:** Kosovo Agency of Statistics

Како што можеме да забележиме од табелата бр4 , најголем број од хотелите во Косово 36 се наоѓаат во Приштина. Приштина располага и со најголем број на соби 1170, односно најголем број на кревети од вкупниот број на кревети со кои располага хотелската индустрија во Косово. Тоа и неизненадува имајќи го во предвид фактот што најголем дел од вложувањата во стопански објекти се наоѓаат токму во Приштина, тука се наоѓаат и речиси сите странски преставништва, институциите на државата и речиси целокупната стопанска активност се одвива токму тука.

Понатаму анализата на степенот на искористеност на косовскиот сместувачки капацитет може да се заклучи дека е недоволно искористен. Најголемиот дел се наоѓаат во Приштина, Пеќ или Феризај, поточно во градските средини, што е една од причините за таков низок степен на нивно користење. Како останати причини може да се наведат дизајнот на таквите објекти, непрепознатливоста на Косово како туристичка дестинација, недоволно атрактивни понуди за да се привлечат поголем број на туристи.

**Табела бр. 5** Степен на искористеност на косовските сместувачки капацитети по региони

Период	Гаковица	Гнилане	Митровица	Печ	Призрен	Приштина	Феризај	Вкупно
Q1/2009	2.25	5.58	2.54	3.36	1.83	11.56	5.43	6.77
Q2/2009	2.14	5.67	2.62	6.35	3.13	13.82	10.27	8.73
Q3/2009	3.13	4.75	2.33	9.03	3.55	15.25	7.73	9.50
Q4/2009	2.40	3.77	2.32	5.63	2.60	20.23	15.51	11.63
Q1/2010	1.77	3.39	2.65	4.73	2.10	14.64	9.69	8.51
Q2/2010	2.28	1.96	2.96	5.10	3.74	19.32	9.09	10.71
Q3/2010	2.35	3.36	3.62	6.62	5.03	11.01	7.83	7.58
Q4/2010	1.58	2.64	2.63	5.62	6.80	10.25	7.67	7.20
Q1/2011	0.48	2.79	2.66	1.80	1.99	12.04	6.61	6.62
Q2/2011	2.49	3.21	2.15	5.56	5.04	16.94	5.04	9.61
Q3/2011	2.78	5.50	3.01	4.29	3.79	10.49	6.90	6.93
Q4/2011	1.21	3.16	2.61	4.71	2.51	13.72	5.26	7.72
Q1/2012	1.04	2.10	2.87	3.78	1.88	10.57	5.65	6.15
Q2/2012	2.25	3.68	2.47	12.47	4.12	14.35	23.76	10.93
Q3/2012	2.50	3.73	2.86	5.44	5.00	21.43	5.94	11.66
Q4/2012	2.56	3.40	2.94	3.83	4.28	21.51	4.61	11.26
Q1/2013	2.28	2.54	2.83	3.77	2.54	16.84	4.99	8.98
Q2/2013	1.55	2.82	2.69	3.32	4.86	16.27	5.45	9.00
Q3/2013	1.63	2.34	2.85	11.04	7.92	15.98	4.87	10.21
Q4/2013	1.64	3.48	2.99	3.77	4.57	18.43	12.58	10.64
Q1/2014	2.32	2.24	2.22	2.60	5.00	16.90	5.46	9.19
Q2/2014	2.32	2.49	2.49	12.43	5.88	20.59	3.41	11.95
Q3/2014	4.30	3.34	2.65	12.95	6.12	20.46	2.96	12.17
Q4/2014	3.78	1.73	2.30	14.48	4.29	17.21	2.10	10.48
Q1/2015	3.71	2.74	4.60	24.45	3.13	28.47	5.23	15.20
Q2/2015	4.44	3.85	3.88	12.41	8.90	26.85	8.43	15.70
Q3/2015	5.44	4.51	6.53	24.33	11.67	25.05	4.93	17.07
Q4/2015	4.64	2.41	2.97	9.04	6.92	27.51	6.21	14.43
Q1/2016	2.84	3.59	5.78	11.22	6.54	28.60	2.76	14.58
Q2/2016	6.30	5.08	4.52	11.04	8.19	26.32	7.89	14.18
Q3/2016	6.53	6.86	5.29	22.63	11.03	25.26	3.74	16.31

**Извор:** Kosovo Agency of Statistics

Доколку го анализираме периодот од Q12009, па се до Q32016, може да се забележи нагорен тренд на искористеност на сместувачките капацитети во Косово. Така во Q12009, вкупната искористеност била 6.77%, за во Q32016, да достигне до 16.31%. Од анализата на искористеноста по региони, може да заклучиме дека хотелите во Приштина, предничат во однос на останатите региони, бидејќи нивната искористеност во Q32016, била над 25%.

Понатаму, ќе го анализираме на бројот на посетители и ноќевања во овој Косово.

**Табела бр. 6** Број на гости и број на ноќевања во Косово

Години	Број на гости		Ноќевања	
	Локални	Странски	Локални	Странски
2008	19678	24616	22602	46910
2009	52631	36318	54876	76042
2010	44662	34318	45123	76394
2011	42044	30349	44757	65584
2012	49973	48790	52008	90968
2013	45380	50074	54867	83883
2014	46477	61313	55274	102066
2015	60200	79238	81371	120669

**Извор:** Kosovo Agency of Statistics

Анализата на посетеноста во Косово покажува дека вкупниот број на гости во 2015 година изнесувал 1 393 48, од кои 60 200 се домашни гости, додека 79 238 се странски гости

Анализата на вкупниот број на посети на домашните гостини покажува дека во 2008 бројот на гости изнесувал 1 967 8, при што во целиот анализиран период тој број константно се зголемува, за во 2015 година бројот на гости во хотелите да изнесува 60 200 илјади. Понатаму анализата на бројот на странски гости во хотелите во Косово ни покажува зголемување, па така од вкупниот број на посети на странски гости во 2008 година кој изнесувал 24 616, нивниот број во 2015 година да се зголеми на 79 238.

Во литературата констатирано е дека престојот претставува еден од индикаторите на квалитетот на услугите. Доколку се продолжи престојот тоа значи и успешна туристичка активност. Престојот ја следи посетеноста, меѓутоа претставува развоен индикатор сам за себе. Доколку се продолжи со престојот тоа подразбира и успешен пласман на туристички услуги и задоволство на туристите кои го посетуваат регионот. Престојот се определува според бројот на остварени ноќевања, а просечниот престој преку ваквите остварувања по посетител. Според бројот на ноќевања во хотелите во Косово можеме да забележиме дека вкупниот бројот на ноќевања во 2015 забележува зголемување во однос на 2014 година. Имено вкупниот број од 10 206 6 илјади во 2014 година се зголемил на 12 066 9 илјади ноќевања во 2015 година. Доколку ја разгледуваме структурата на туристите можеме да кажеме дека имаме забележително зголемување како на бројот на ноќевања на странски туристи, така и зголемување на бројот на ноќевања на домашните туристи. Доколку посетите и ноќевањата ги разгледуваме процентуално може да го кажеме следново. Имено, во 2015 година бројот на локални посетители се зголемил за 29.53%, во споредба со 2014, додека бројот на ноќевања за истиот период се за 47.22%. Зголемување имаме и кај бројот на странски гости за 29.24% кај посетата, додека кај ноќевањата е зголемен за 18.23%.

Понатаму нашето внимание ќе го насочиме кон анализа на бројот на посети и ноќевања на домашните и странските гости по региони.

**Табела бр. 7** Број на посети и ноќевања на домашните и странските гости по региони

Регион	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	Посети	Ноќевања	Посети	Ноќевања	Посети	Ноќевања	Посети	Ноќевања	Посети	Ноќевања	Посети	Ноќевања
Гнилане	1976	2400	2251	3101	1937	2731	1718	2364	1552	2081	1635	2142
Митровица	2894	3289	2646	2890	2875	3088	2915	3147	2631	2689	2247	2434
Печ	8337	9677	6633	7170	7593	11184	6630	9597	11534	18751	21707	33857
Призрен	4663	9210	5434	6946	6212	7962	8109	10360	8615	11144	16316	21396
Приштина	49172	83694	46636	80620	68537	102846	68687	102846	77167	114489	89050	130269
Феризај	9972	10923	7153	7584	10012	12731	5878	8887	4229	4450	6214	6719
Џаковица	2031	2324	1640	2030	1597	2434	1517	2072	2062	3736	2269	5224
Вкупно	79045	121517	72393	110341	98763	142976	95454	138750	107790	157340	139438	202041

**Извор:** Kosovo Agency of Statistics

Од табелата бр.7 можеме да заклучиме дека во период 2010-2015, Приштина е дестинација со најголем број на посети и ноќевања, како од домашните гости, така и од странските гости. Резултатите од анализата не изненадуваат, бидејќи како што претходно кажавме овој регион располага со најголем број од сместувачките капацитети во Косово.

Во овој дел се обидовме да ја анализираме состојбата на хотелиерството во Косово. За тоа се користени повеќе индикатори кои се користат во литературата како: вкупниот број на хотели во Косово, вкупниот број на соби и вкупниот број на кревети. Како индикатор за утврдување на структурата на посетители го употребивме бројот на домашни и странски посетители. Понатаму анализата на избраните индикатори ја направивме со тоа што Косово го поделивме на региони, со цел да утврдиме кој од регионите, односно градовите располага со најголеми капацитети и кој регион е најпосетуван од страна на домашните, односно странските гости.

Како заклучок можеме да кажеме дека Приштинскиот регион е најпосетуван од најголем број на посетители (како домашни така и странски туристи) и овој регион располага со најголем број на капацитети за сместување на потенцијалните туристи. Во иднина е неопходно да се анимираат домашните, а пред се странските туристи за



културните и природните богатства со кои располага Косово. Понатаму она што е мошне значајно е да се чува чиста околина, да се подобрат одредени сметствувачи капацитети особено во руралните области, со што би се овозможило туристите да го продолжат својот престој. Продолжениот престој подразбира успешност во пласманот на туристичките услуги и изразито ниво на туристичката клиентела која би го посетувала Косово.

## **7. Критериуми за стандардизација и класификација на хотелите во Косово**

Во Косово никогаш немало автентична класификација на хотели. Моментално процесот на класификација и категоризација се базира на критериумите и стандардите.

Поделбата на хотелите во Косово е во пет категории:

- Хотели, од една до пет ѕвезди
- Стан-хотел, од една до пет ѕвезди
- Мотели, од една до три ѕвезди
- Хостели / од една до три ѕвезди
- Туристички села, категоризирани во:
  - Вили, од една до четири ѕвезди
  - Бунгало, од една до три ѕвезди
- кампови, од една до три ѕвезди

### **A) Хотели со една ѕвезда \***

Капацитет за воспоставување минимум 6 соби. Опремен со рецепција, безбеден и со ценовник. Површина на собите треба да биде:

- За лице 10 м<sup>2</sup>
- 12 м<sup>2</sup> за две лица (пар за кревет)
- 14 м<sup>2</sup> за две лица (еднокреветни кревети)

- Температура на собата и внатрешни средини од 18 до 20 0C.
- Телефон и факс достапни за гостите.
- Просторот наменет за потребите на администрацијата, како што се канцелариските менаџери и други технички персонал.

- Лифт за хотели повисоки од 4 спрата.
- Рецепција сала со површина од 16 - 25m<sup>2</sup>, мора да бидат опремени со потребната столарија во зависност од големината и капацитетот на хотелот.
- ТВ во фоајето или заедничките простори.
- Обезбедена прва помош.
- Систем за противпожарна заштита.
- Обезбедување 24 часа од објектот.

#### Б) Хотели со две ѕвезди \*\*

Хотелите со две ѕвезди мора да ги исполнат сите критериуми за хотели со една ѕвезда плус:

- Површината на ходникот да е 30м<sup>2</sup>
- Бар и ресторан одделени од фоајето.
- ТВ во соба.
- Паркинг за возила за минимум 20% од капацитетот.
- Соба за складирање на багаж.
- Систем за греење.

#### В) Хотели со три ѕвезди \*\*\*

Хотелите со три ѕвезди мора да ги исполнат сите критериуми од стандардите на хотелите со две ѕвезди:

- Површината на салата од 50 до 80 м<sup>2</sup>.
- Површините на собите да биде
- За лице 12 м<sup>2</sup>
  - за две лица (брачен кревет) 14м<sup>2</sup>
  - За две лица (кревети) 16 м<sup>2</sup>
  - За три лица (кревет) 16 м<sup>2</sup>
- Становите може да претставуваат најмногу 20% од вкупните соби.
- Минибар.
- Телефон во сите соби.
- Систем за климатизација во сите соби.
- Мени за ресторани.

- Подот од просторијата со: Гранит, мермер, подови, ламинат и др.
- Подот од просторијата опфатен: волен тепих, синтетички тепих итн.
- Биро во собата.
- Мерки против оган.
- Автоматски алармен систем отпорен на топлина и чад.
  - Пожарни скали
  - Белешки на преминувањето
  - Опрема за гасење пожар
- Лифт со алармен систем и вентилација.
- Обезбедете прва помош.
- Уред за чистење чевли.
- Приемна сала за состаноци и конференции.
- Услуги за перење и пеглање.
- Магацин за стоки и опрема.
- Складиште за багаж.
- Информациите во собата за обезбедените услуги.
- Трансфер на услуга за багаж.
- Утринска служба по желба.
- Резервирањето на услугите и плаќањата се компјутеризирани.
- Паркинг за возила за минимум 30% од капацитетот.
- Купатила и тоалет во сите соби.
- Минимална површина 3.5 м<sup>2</sup>
- Бањите треба да бидат опремени со када, мијалник, сапун за сапуница за огледало, стихови за пешкир, стих закачалки, држач за тоалетна хартија, кошница за отпадоци, сапун, шампон, фен за коса, шапка за перење, мал пешкир (50-70 см пешкир големи (120-170 см)
- Системот на природна или вештачка вентилација.

#### Г) Хотели со четири ѕвезди \*\*\*\*

Хотелите со четири ѕвезди мора да ги исполнат сите критериуми хотелите со три ѕвезди плус:

- Главната влез да биде порта или ротационен влез.
- Рецепција сала со минимална површина 120 м<sup>2</sup> и повеќе агли за одмор и опремени со неопходна дограма.
- Површините на собите
  - За лице 14 м<sup>2</sup>
  - За две лица (брачен кревет) 16 м<sup>2</sup>
  - За две лица (кревет) 18 м<sup>2</sup>
- Апартаментите може да сочинуваат повеќе од 20% од вкупните соби.
- Минимална површина 40 м<sup>2</sup>
- Не повеќе од три кревети
- Не помалку од две поделби
  - Минимум два каучи во собата или ходникот.
  - ТВ кабелски систем / сателит.
  - Ресторан кој нуди високо ниво услуги.
  - Закуски-бар, аперитив-бар, тераса, специјализирани врати, трева, итн услуга.
  - Перење на перење, чистење и пеглање.
  - Тротоарите со висококвалитетни материјали.
  - Објекти за забавни и спортски игри.
  - Базен и за хотели во урбаните локации како замена треба да имаат високи конгреси во соба ниво.
  - 24-часовна услуга.
  - Бесплатна торба за чиста облека.
  - Пенкала игла и шиеење.
  - Минимална продавница за сувенири.
  - Конференциска сала седи 50 со минимална површина од 1,5 м<sup>2</sup> по лице
  - Туристички информации
  - Купатила и тоалет во сите соби
- Минимална површина 4 м<sup>2</sup>

Бањите треба да бидат опремени со када, мијалник, огледало, сапун, крпа, стикзакачалки, држач за тоалетна хартија, кошница за отпадоци, сапун, шампон, фен за коса, капење капа, пешкир за рацете, телото и нозете.

Системот на природна или вештачка вентилација.

- деловни простории: факс, телефон, интернет, печатар, Хегох итн.

Д) Хотели со пет ѕвезди \*\*\*\*\*

Хотелите со пет ѕвездички кои припаѓаат на супериорни категории и мора да ги исполнат критериумите и нормите кои се на високо ниво. Важни критериуми кои треба да ги исполнуваат овие хотели се: локација, димензии, удобност, архитектура и декорација, квалитетот на услугите на многу високо ниво.

Хотели со пет ѕвезди мора да ги исполнат сите критериуми на хотелите со четири ѕвезди плус:

- Прифатна сала 160 м<sup>2</sup> минимум

- Соби:

• За лице 16 м<sup>2</sup>

• За две лица (брачен кревет) 18 м<sup>2</sup>

• За две лица (кревет) 20 м<sup>2</sup>

- Соби за непушачи

- Апартаментите може да сочинуваат повеќе од 20% од вкупниот број на соби.

• Минимална површина од 60 м<sup>2</sup>

• Не помалку од три дела

- 100% од собите со акустична изолација

- Удобност во согласност со современите стандарди и со висок квалитет.

- Минимум три сали за, прес-конференции, средби итн.

- Сала за конгреси, конференции со најмалку 100 м<sup>2</sup> и акустична изолација и опремена со сета потребна опрема и апарати за засилувачи и превод. Безбедно во просторијата за чување предмети од вредност.

- Опрема за чекање за пеглање.

- Фосфорната картичка "не вознемирувај" виси на вратата однадвор.

- Копчето за повикување во бањата доколку е потребно.

- ТВ со кабелски систем / сателит.
- Паркинг во гаражата за отворање и затворање со доволен капацитет.
- Базен отворен / покриен со систем за филтрирање на кабината и чувар за персона
- Ноќен клуб или диско, специјални игри на среќа.
- Медицински услуги 24 часа.
- Гимнастички и фитнес со алатки аеробни, сауни, масажа соба.
- Не помалку од два квалитетни ресторани во односите со сместувачкиот капацитет, менито и нудат локални специјалитети и слаткарница сала.
- Специјален лифт за хендикеп.
- Специјален лифт персонал.
- Тоалети за лицата со хендикеп.
- Перење, шиене, простор и хемиско чистење.
- Во секоја соба, информации за хотелот и белешки за белешки.
- Шопинг продавници: за вредни предмети, сувенири, подароци, парфеми, хартија, цвеќиња и сл.
- Изнајмување на возила - автомобил
- 24-часовна услуга
- Инвентар (вилушки, лажици, ножеви, плочи, чаши, прекривки за маса треба да бидат со многу висок квалитет и амблем на хотелот).
- Услугите како резервации, сметки, плаќања итн. треба да се компјутеризираат.

Како заклучок можеме да каже дека хотелите Косово се класифицирани и категоризирани според специфичноста на земјата и земајќи ги предвид многуте земји од регионот.

## **8. Постапка за категоризација на угостителските објекти во Косово**

Постапката за категоризација на угостителските објекти за сместување и за исхрана е во рамките на законските и подзаконските акти согласно Законот за туризам и Административното упатство за класификација и категоризација на угостителските

објекти, како и работата на комисији за класификација и категоризација на угостителски објекти<sup>100</sup>. Притоа поимите употребени во ова упатство, ги имаат следните значења:

1. Комисија за класификација на категоризација - е орган кој управува со постапките за класификација и категоризација на угостителските објекти;

2. Субјект - физичко или правно лице кое подлежи на класификација и категоризација според ова упатство;

3. Угостителска дејност - подразбира активност на обезбедување услуги за сместување, храна, пијалоци, забави, организирање конференции, бизнис услуги и друго;

4. Хостелски објекти - подразбира хотели и резиденции, хотели, хотели, хотели, хотели, хотели, хотели, мотели, ресторани и мотели, сместувања, пансиони, туристички села, вили, туристички апартаменти, планинарски куќи, одмаралишта;

5. Класификација - класификација на угостителските објекти според типот и начинот на давање услуги;

6. Категоризација-е постапка на категоризација на угостителските објекти со ѕвездички, зависно од инфраструктурата, опремата и нивото на угостителски услуги;

7. Рекатегорирање - подразбира рецензија на угостителските објекти според стандардите на инфраструктурата и угостителските услуги;

8. Решение - доказ за категоризиран објект;

9. Водич - подразбира опишување на условите на класификација и категоризација на угостителските објекти кои вршат сместување.

10. Одлука - доказ за класифициран објект.

Субјектите што вршат угостителски и туристички дејности подлежат на доброволен систем за класификација и категоризација на сместување според стандардите, во согласност со системот за меѓународно оценување кој е достапен за регистрација. Угостителските објекти што се подложуваат на класификација и категоризација

Согласно Административното упатство поотребна е одредена документација со цел да се изврши класификација и категоризација на објектите Така најпрво Директорот

---

<sup>100</sup> Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System”, 118

или овластениот лице за угостителски и туристички објекти мора да поднесе барање и оригинални документи или уверените копии на Туризмот за туризам на следниов начин:

1. Формулар бр. 1 за класификација и категоризација, пополнет и потпишан, кој е приложен кон ова Упатство.

2. Сертификација за регистрација на претпријатијата за вршење на угостителски и туристички дејности, издадени од Агенцијата за регистрација на бизниси;

3. Внатрешни прописи на угостителскиот објект;

4. Доказ од осигурителни компании за осигурување на гости во угостителски и туристички објекти (за трети лица). Осигурувањето треба да биде во согласност со рокот на решението, или во случај на краток рок, субјектот се обврзува да продолжи со осигурување, зависно од полномошноста на решението;

5. Фотокопија на лични карти на директорот;

6. Слики или брошури кои ги прикажуваат надворешноста и внатрешноста на објектот или CD.

Сите горенаведени документи се доставуваат до Комисијата за класификација и категоризација Таа раководи постапки за класификација и категоризација. Комисијата се состои од пет членови, членовите на комисијата треба да бидат составени од претставници на МТИ и угостителски-туристички асоцијации и здруженија на бизнис заедниците. Комисијата се формира со одлука на министерот за утврдување на составот на Комисијата. со мандат од 4 години. и одговара на министерот за извршена работа. Комисијата е одговорна за:

1. Разгледувањето барања на субјекти и проверка на исполнување на критериумите наведени за класификација, категоризација и ре-категоризација предвидени со оваа директива;

2. Проверка на опрема и ниво на услуги на угостителски објекти кои се подложни на класификација и категоризација;

3. Проверка на угостителски објекти кои подлежат на класификација и категоризација или рекатегоризација;

4. Припреа за оценка на нивоата на објектите;



5. Званичната комуникација со директорите на објектите во процесот на класификација и категоризација.

6. Комисијата има право да прекине, поништи или да не ја продолжи одлуката за категоризација, во случај кога надлежниот надзор орган оцени дека субјектот не продолжил со исполнување на законските обврски.

За класификација на угостителските објекти, Комисијата за класификација и категоризација издава одлука за класификација на сместувачките единици.

По пријавувањето на барање за разделување на угостителско-туристичката субјект и доставување на целокупната документација, Комисијата донесува одлука за издавање или одбивање на решение за кое известува директорот во рок од 45 дена. По земање решенија, угостителски и туристички субјект се регистрира во Регистарот на угостителски и туристички објекти што се одржува од страна на Министерството, каде што се евидентираат:

1. Име и вид на угостителски и туристички дејности;
2. Директор на угостителски и туристички активности;
3. Адреса на угостителскиот и туристичкиот субјект;
4. Број и датум на издавање на решение.

Понатаму, решањето за категоризација се потпишува од министерот, по предлог на Комисијата. Комисијата официјално го известува субјектот за донесување одлука и подготвува решение за угостителски објект според образецот образец 2, кој е приложен кон оваа Упатство.

Проценката на стандардите за инфраструктура и услуги на угостителските објекти се врши преку категоризација. Знакот за категоризација е петкратна звезда. Бројот на звездите се определува во согласност со предвидените принципи во "Упатство за класификација и категоризација на угостителските објекти за сместување."<sup>101</sup>

Хотелиските објекти кои се подложат на класификација и категоризација на, се проценуваат на следниот начин:

1. Хотели, од "еден звезда" до "пет звезди"

---

<sup>101</sup>Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System”, 118

2. Хотелски апартаменти, од "еден звезда" до "пет ѕвезди"
3. Мотели, од "еден звезда" прават "три ѕвезди"
4. Простории / пансиони, од "еден звезда" до "три ѕвезди"
5. Туристички села, се категоризирани во:
  - 5.1. Вили од "едена ѕвездидо "четири ѕвезди"
  - 5.2. Бунгалови, од "една до три ѕвезди"
6. "Кампови" од "една до три ѕвезди"

Комисијата ги разгледува барања за категоризација на објектите и презема определени одлуки врз основа на:

- a. Доставените документи за категоризација
- b. Актот за одредување на категорија на објекти, подготвени од членови;
- c. Оценка на комисијата, според формуларот 4.

Понатаму Комисијата за категоризација официјално го известува субјектот за својата одлука и подготвува решение за угостителски објект според образецот образец  
2. Одлуката за категоризација се потпишува од министерот и содржи:

- 2.1. Име и логона министерството;
- 2.2. Категоризација и името на угостителскиот објект;
- 2.3. Проценување на ѕвездите;
- 2.4. Период на важење;
- 2.5. Печат на Министерството;
- 2.6. Попишување на Министерртва;
- 2.7. Место на активности;
- 2.8 Датум на издавање на решение кое одговара на датумот на протоколирање на донесената одлука.

Решањето за категоризација на објектот треба да се земе од страна на субјектот во рок од 30 дена од денот на донесувањето. Ако решението не се земе од страна на субјектот во рамките на овој рок, решението е откажано. После земање на решение за категоризација, комисијата запишува во Регистарот на угостителски објекти со податоци за нивото на категоризација на објектот.

Согласно Административното упатство постои можност за проширување на решенија, промена и рекација на угостителски објекти. Решавањето на категоријата може да се менува пред истекот на рокот, во случаи:

1.1. Како резултат на реновирање објект, субјектот бара рецензија, но не порано од една година од денот на издавање на претходна одлука;

1.2. Промена на условите под кои се врши категоризација; 2. Образец кој се користи за ре-категоризација на угостителски објекти според образецот образец 1, , и мора да содржи:

2.1. Фотографии или брошури внатрешни и надворешни објекти;

2.2. Решавање за категоризација.

Решавањето за категоризација се поставува на рецепцијата на угостителскиот објект.

Поднесувачот кој не е задоволен од Решението согласно Член 13 може да поднесе жалба<sup>102</sup>. Комисијата за жалби се формира со одлука на министерот и се состои од три члена со мандат од 2 години. Против одлуките на Комисијата, незадоволната страна има право на жалба во рок од 30 дена. Жалбата се обраќа до Комисија за жалби преку Одделението, кое е должно во рок од 30 дена од денот на приемот на жалбата да донесе одлука и да го извести клиентот. Доколку Комисијата не одлучи во предвидениот рок или враќа одговор со кој не е задоволен, може да поведе управен спор во Основниот суд, Управа за управни прашања во рок од 30 дена.

Како Интегрални делови на Административнотоупатство се:

3.1. Барање за класификација и категоризација на угостителски објекти (Образец F1);

3.2. Решавање на категоријата (Образец F 2);

3.3. Потврда (F 3);

3.4. Оценување на основните елементи за категоризација на хотели (Образец Ф 4);

3.5. Табела за класификација и категоризација;

---

<sup>102</sup>Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System”, 118

3.6. Насоки за спроведување на Упатство за класификација и категоризација на угостителски објекти за сместување.

Во продолжение на оваа точка дадени се сите обрасци кои се потребни за класификација на угостителските објекти во Косово.

**Образец бр 1 (Барање за класификација и категоризација на угостителските објекти)**



REPUBLIKA E KOSOVËS/REPUBLIKA KOSOVA/ REPUBLIC OF KOSOVA  
QEVERIA E KOSOVËS / VLADA KOSOVA /GOVERNMENT OF KOSOVA  
MINISTRIA E TREGTISË DHE INDUSTRIË  
MINISTARSTVO TRGOVINE I INDUSTRIJE  
MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY

Formulari/Form /Formular 1

Vetëm për përdorim zyrtar /For Official Use Only/ Samo za službene upotrebe

Nr. i biznesit/Business ID /Broj biznisa \_\_\_\_\_ Nr. i kërkesës  
Application \_\_\_\_\_  
Broj zahteva \_\_\_\_\_

Kërkesë për klasifikim dhe kategorizimin të objekteve hoteliere  
Application for clasification and categorisation of accommodation establishment  
Zahtev za klasifikaciju i kategorizaciju ugostiteljskih objekata



<b>1. Nr. i biznesit/Business ID/Br. biznisa</b>	
<b>2. Emri i biznesit/Name of Business/Ime biznisa</b>	
<b>3. Adresa e biznesit /Business Address /Adresa biznisa</b>	
Vendi/Place/Mesto _____	
Komuna/Municipality/ Opština _____	
Rruga/Street /Ulica _____	
Telefoni/Telephone/ Telefon _____	
Telefaksi/Fax./Telefaks _____	
<b>4. Kërkesa për kategorizim/Application for categorization /Zahtjev za kategorizaciju</b>	
<input type="checkbox"/>	Hotel/Hotel /Hotel
<input type="checkbox"/>	Apartmant-Hotel/Suite-Hotel /Apart-Hotel
<input type="checkbox"/>	Motel/Motel/ Motel
<input type="checkbox"/>	Bujtinë/Hostel /Prenociste
<input type="checkbox"/>	Fshat turistik/ Village Tourism /Turističko naselje
<input type="checkbox"/>	Kamp/Camp /Kamp
<b>5. Pronarët /Owners/ Vlasnici</b>	
Emri/Name/Ime _____	
Nr. ID/ID Number/Br. ID _____	

**5. Pronarët /Owners/ Vlasnici**

Emri/Name/Ime \_\_\_\_\_

Nr. ID/ID Number/Br. ID \_\_\_\_\_

19/6



Adresa/ Address / Adresa \_\_\_\_\_

Telefoni/Telephone/Telefon \_\_\_\_\_

**6. Paraqitësi i kërkesës /Applicant/Podnosilac zahteva**

Emri/Name/Ime \_\_\_\_\_

Nr. ID/ID Number/Br. ID \_\_\_\_\_

**7. Adresa e paraqitësit të kërkesës/Applicant Address /Adresa podnosioca zahteva**

Vendi/Place/Mesto \_\_\_\_\_

Komuna/Municipality/ Opština \_\_\_\_\_

Rruga/Street /Ulica \_\_\_\_\_

Telefoni/Telephone/Telefon \_\_\_\_\_



Me këtë deklaroj se informatat e dhëna më sipër janë të sakta dhe për këtë marr përgjegjësi materiale dhe morale.

I hereby declare that information given above is true and bear my own moral and financial responsibility.

Izjavljujem da su gore navedeni podaci tačni za šta preuzimama materijalnu i moralno odgovornost.

Nënshkrimi : \_\_\_\_\_  
Signed : \_\_\_\_\_  
Potpis : \_\_\_\_\_Data: \_\_\_\_\_  
Date: \_\_\_\_\_  
Datum: \_\_\_\_\_

Pranoi: \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_\_

**Образец бр2(Сертификат за категоризација)**



Divizioni I TURIZMIT  
DIVIZIJA TURIZMA  
DIVISION OF TOURISM

CERTIFIKATË E KATEGORIZIMIT  
CERTIFICATE OF CATEGORIZATION  
CERTIFICATE O KATEGORIZACTU



HOTEL "N .N. " Prishtinë

Në bazë të vendimit nr. \_\_\_\_\_ të datës \_\_\_\_\_ dhe në pajtim me Udhëzimin administrativ nr.18/2013 "Për klasifikimin dhe kategorizimin e objekteve hoteliere", lëshohet Çertifikata e Kategorizimit për hotel " \_\_\_\_\_ ", në Prishtinë, Rr. \_\_\_\_\_, nr. \_\_\_\_\_ dhe i njihet kategoria: " **Hotel me 5 yje** ", për periudhën deri më \_\_\_\_\_.

Na osnovu Odluke br. \_\_\_\_\_, Od \_\_\_\_\_, i u skladu Administrativno Uputstvo za procenjivanje smeštaja hotela " \_\_\_\_\_ ", u Prishtinu se priznaje kategorija " Hotel sa 5 zvezdica ", do \_\_\_\_\_.

Based upon the Decision No. \_\_\_\_\_, dated \_\_\_\_\_, and in compliance with the Administrative Instruction on the development of Accommodation Assessment system, the hotel " \_\_\_\_\_ ", in Pristina, street " \_\_\_\_\_ ", No. \_\_\_\_\_ is classified as a " Five stars hotel" for the period \_\_\_\_\_, till \_\_\_\_\_.  
(Nr. i certifikatës/Categorization No/Br. biznisa)

Prishtinë, më \_\_\_\_\_



22/6

Ministri

**Образец бр. 3(Потврда за категоризација)**



REPUBLIKA E KOSOVËS/REPUBLIKA KOSOVA/ REPUBLIC OF KOSOVO  
QEVERIA E KOSOVËS / VLADA KOSOVA /GOVERNMENT OF KOSOVA  
MINISTRIA E TREGTISË DHE INDUSTRIJË/MINISTARSTVO TREGOVINE I INDUSTRIJE/ MINISTRY OF TRADE AND INDUSTRY

DIVIZIONI I TURIZMIT DHE HOTELERISË  
DIVIZIJA TURIZMA I UGOSTITELJSTVA  
DIVISION OF TOURIZM AND HOTELIER

F-3

Nr. \_\_\_\_\_  
Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**K o n f i r m i m**

Konfirmohet së subjekti hotelier \_\_\_\_\_

- Formulari i plotësuar për klasifikim dhe kategorizim të objekteve hoteliere
- Certifikatën e regjistrimit të biznesit për ushtrimin e veprimtarisë hoteliere dhe turistike, lëshuar nga Agjencia për Regjistrimin e Biznesit;
- Rregulloren e brendshme të objektit hotelier;
- Fotografi ose fletëpalosje të pamjes së jashtme dhe të brendshme të objektit ose CD.
- Kontrata e punës së drejtuesit në mes punëdhënësit dhe punëmarrësit;
- Dëshmi nga kompanitë e sigurimit për sigurimin e mysafirëve në objektet hoteliere dhe turistike (për palën e tretë);
- Kopja e letërnjoftimit të drejtuesit;

Aplikuuesi

Pranoi

**Образц бр. 4(Надворешни елементи на хотелите)**





**VLERESUES ME PIKE I ELEMENTEVE BAZE**

**TE KATEGORIZIMIT TE HOTELEVE**

**A. ELEMENTET E JASHEM**

<b>1. PAMJA E JASHTME E HOTELIT DHE VENDODHJA</b>	<b>40 pikë</b>
1. paraqitja arkitektonike ne përshtatje me vendodhjen dhe natyrën e objektit 2. pozicioni i objektit qe mundëson lëvizjen me te gjitha mjetet e transportit 3. pozicioni i objektit qe mundëson lëvizjen vetëm me mjete private	
<b>2. MATERIALI I PERDORUR PER VESHJEN E JASHTME</b>	<b>25 pikë</b>
1. mermer ,alumini , granit , material I veçante etj. 2. tullat dekorative, gurë natyror, gurë te punuar, dru, mozaik etj. 3. fasadë strukturale 4. ngjyrë	
<b>3. LOKACIONI , RRUGA DHE MJEDISI RRETHUES</b>	<b>15 pikë</b>
1. vendndodhja sipas zonave 2. rruga për në hotel e drejte, pa pengesa, mospërputhja e nivelit jo me shume se 6 %, gjerësia jo me pak se 180 cm 3. Dekorimi me lule e gjelbërime, me nivel te larte higjienë brenda e jashtë rrethimit së Objektit	

26/6



4. ndriçimi
-------------

**B. ELEMENTET E BRENDESHEM**

<b>4. HYRJA E HOTELIT</b>	<b>10 pikë</b>
1. Dyert automatike dopio 2. Dyert rronalluese 3. Stazat për hendikep 4. Dyert e zakonshme	
<b>5. RECEPTIONI</b>	<b>15 pikë</b>
1. banak bashkëkohor i lidhur dhe i ndarë min. 2.5 m 2. kasaforte për ruajtjen e sendeve me vliere që funksionon me çelës dhe sistem shifrash 3. te gjitha procedurat kryhen me dhe pa kompjuter	
<b>6. SHERBIMI TELEFONIK</b>	<b>10 pikë</b>

27/6



1. shërbim telefonik ne reception 2. telefon me aksesore, ne reception
---

1. shërbim telefonic ne reception
2. telefon me aksesore, ne reception
3. central ne kabine te veçante ose central automatik
4. telefon ne dhome me lidhje interurbane

**7. HOLLI I PRITJES**

**15 pikë**

1. shtrimi i dyshemesë me:
  - a) granit
  - b) mermer, qeramike etj.
  - c) parket , laminat etj.
  - d) mozaik I thjeshte etj.
  - e) Qelim
  - f) Material tjetër
2. dekoracioni i ambientit
  - a) i veçante
  - b) i mire
  - c) normal
3. ofron klientëve :
  - a) shërbimin me pije
4. sistemi i kontrollit me kamera në hapësirat e përbashkëta

28/6



**8. TUALETET E PERBASHKETA**

**15 pikë**

- a. Shtrimi i dyshemesë me :
  - a) granit
  - b) mermer , qeramike etj
  - c) karo ose koll
  - d) mozaik I thjeshte
- b. Veshja e mureve :
  - me pllaka mermeri , qeramike, fjanca, etj. ne te gjithë lartësinë
  - veshja deri ne 2/3 e lartësisë se murit
3. Sistemi i ajrimit
  - natyral
  - artificial
4. Lavamani :
  - me përmasa min. 40 x 50 cm.
  - lavaman cilësor dhe i zakonshëm
  - i zakonshëm
5. Pasqyre mbi lavaman
  - me përmasa min. 40 x 50 cm
  - kristal ose material cilësor
  - material i zakonshëm
6. Tualet për handikapë

29/6



- vend me sip140x110cm për vendosjen e karriges me rrota dhe vend për mbajtje	
<b>7. Pisuara të ndara</b>	
<b>9. MAGAZINIMI DHE TRANSPORTIMI I BAGAZHEVE</b>	<b>10 pikë</b>
1. transportimi i bagazheve me ashensorin e shërbimit - transportimi i bagazheve nga shkallet e shërbimit - transportimi i bagazheve nga shkallet për klientët - transportimi i bagazheve me ane të karelave - transportimi i bagazheve me krahë 2. dhoma e bagazheve	
<b>10. NJESITE E SHITJES</b>	<b>10 pikë</b>
1. kompleks dyqanesh për dhurata e parfumeri, sende me vlerë, veshje, etj. 2. një dyqan për suvenirë, kartolina, etj.	
<b>11. PARUKERI PER BURRA DHE GRA</b>	<b>5 pikë</b>
<b>12. ZYRA PER ADMINISTRATEN</b>	<b>10 pikë</b>

30/6



1. zyre për drejtorin dhe zyre për stafin menagjues 2. zyre për personelin e shërbimit	
<b>13. ASHENSORI</b>	<b>15 pikë</b>
1. Ashensor për klientët 2. Ashensor për personel 3. Ashensor për handicap	
<b>14. KORIDORET E KATEVE</b>	<b>15pikë</b>
1. Veshjet e korridoreve dhe të shkalleve, materiali i përdorur - parket laminant, - e shtruara me qilim leshi - Qilim sintetik - Moket 2. numrat e dhomave estetik dhe të lexueshëm c.kënde çlodhje të kompletuara në çdo kat d.pasqyra për tu parë në të gjithë gjatësinë dhe për çdo kat	

31/6



<b>15. DHOMAT E GJUMIT</b>	<b>50pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Hapja e dyerve me :<ul style="list-style-type: none"><li>- sistemin me kartelë manjetike</li><li>- sistemi me çelës</li></ul></li><li>2. Dyer te tapicuara dhe te izoluara me shirit gome</li><li>3. Dysheqe e shtruar dhe i mbuluar me :<ul style="list-style-type: none"><li>- parket laminant</li><li>- qilim leshti</li><li>- qilim sintetik ose shendileta</li><li>- moket</li></ul></li><li>4. Dhome e pajisur me krevat, komode, tavoline shkrimi, mbajtëse për bagazhet, dollap për rroba, një karrige ose kolltrak, etj<ul style="list-style-type: none"><li>- cilësisë së lartë</li><li>- cilësisë normale</li></ul></li><li>5. Llambë nate për lexim</li><li>6. Pasqyre tualeti e ndriçuar</li><li>7. Pasqyre për tu pare ne te gjithë gjatësinë</li><li>8. Kasaforte për ruajtjen e sendeve me vlere</li><li>9. Telefon ne dhome<ul style="list-style-type: none"><li>- me lidhje interurbane</li><li>- lidhje me ane te centralit</li></ul></li><li>10. Televizor ne dhoma<ul style="list-style-type: none"><li>- TV sat/kabllovik ne çdo dhome</li></ul></li></ol>	

32/6

<p>- TV</p> <ol style="list-style-type: none"><li>11. Minibar<ul style="list-style-type: none"><li>- pije freskuese alkoolike dhe sneks</li><li>- pije freskuese</li></ul></li><li>12. Pajisje me presim për hekurosje</li><li>13. Air kondicioner</li><li>14. Interneti<ul style="list-style-type: none"><li>- në çdo dhomë</li><li>- pjesërisht</li></ul></li><li>15. Izolimi akustik</li><li>16. Sistem alarmi ne raste zjarri</li><li>17. Skema e planit për evakuimin e klientelës në raste emergjente .</li></ol>	
<b>15 a APARTMENT( SUITE )</b>	<b>5 pikë</b>

33/6



16. BANJOT DHE TUALETET NE DHOME	30 pike
<p>1. Shitimi i detyshmeve me :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.granit</li><li>2.mermer , qeramike, etj.</li><li>3 mozaik I thjeshte , etj.</li></ul>	
<p>2. Veshja e mureve :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- te veshura me pllaka ne te gjithë lartësinë e tyre</li><li>- te veshura me pllaka ne 2/3 e lartësisë se murit</li></ul>	
<p>3. Zona e dushit</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- vaske me perde, material i cilësisë se larte</li><li>- pllake dushi me kabine dushi, cilësi e mire</li><li>- pllake dushi dhe perde dushi, cilësi normale</li></ul>	
<p>4. Lavaman, etazher dhe pasqyre e ndriçuar</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- lavaman I fiksuar ne mure</li><li>- lavaman me këmbë, cilësi e mire</li><li>- lavaman normal, cilësi e mire</li></ul>	
<p>5. <i>Bide</i> :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ne te gjitha banjat</li><li>- ne me shume se 50 % te banjove</li></ul>	
<p>6. Pasqyre dhe pajisjet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- pasqyre me zmadhim, mbajtëse sapuni, varëse peshqiri, varëse rrobash,</li><li>mbajtëse letre higjienike, kosh për mbeturina, shendileta,</li><li>- sapun, shampo, pambuk për pastrimin e makijazhit, qese higjienike, kapuç dushi, pantofle me një përdorim</li></ul>	
<p>7. Tharëse flokësh</p>	

34/6



<p>8. Telefon ne banjo</p> <p>9. Sistem alarmi I lidhur me receptionin</p> <p>10. Peshqirë për duar, dushi dhe këmbesh</p> <p>11. Niveli i higjienës se banjos</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- nivel I larte higjienës</li><li>- ne kushte normale</li></ul>
--

17. SALLONET	20 pike
<p>1. sallon ndenje dhe sallon i veçante për TV</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- sallon për ndenje me TV</li><li>- sallon i thjeshte për ndenje</li></ul>	
<p>2. air kondicioner</p>	
<p>3. Materiali i përdorur për detyshmenë : a) granit</p> <ul style="list-style-type: none"><li>b) mermer, qeramike, etj</li><li>c) parket laminant, kolle etj .</li><li>d) mozaik i thjeshte, plastike, etj</li></ul>	



<b>18. SALLAT E NGRËNIES SE MËNGJESIT</b>	<b>15pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Salle e veçante për mëngjesin<ul style="list-style-type: none"><li>- Salle restoranti ku ofrohet dhe mëngjesi</li><li>- Sallon ndenje dhe njëkohësisht salle mëngjesi</li></ul></li><li>2. Elementet e servisit (pirunj,thiça,luge,gota,pjata,sheqejere, çajere, mbajtëse galpi/veze)<ul style="list-style-type: none"><li>- pajisje të cilësisë së lartë dhe me emblema</li><li>- pajisje të një cilësie të mirë , nivel I lartë higjienë</li><li>- pajisje normale në kushte higjienike optimale</li></ul></li></ol>	

<b>19. BARET</b>	<b>10 pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Lokalet<ul style="list-style-type: none"><li>- sallone të veçanta ku shërbehet sipas një stili të caktuar</li><li>- bare që shërbejnë me pije</li></ul></li><li>2. Cilësia e serviseve (gota për pije të ndryshme, mbajtëse akulli,etj)<ul style="list-style-type: none"><li>- kristal dhe në përshatje me llojin e pijes</li><li>- servise cilësore dhe në përshatje me llojin e pijes</li><li>- servise jo në përshatje me pijen por me cilësi të mirë</li></ul></li><li>3. Aparat për prodhimin e akullit dhe mënyra e servisimit</li></ol>	

<b>20. BUFETE</b>	<b>10 pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sallë :<ul style="list-style-type: none"><li>- salle bufeteje e veçante</li></ul></li></ol>	

36/6



<ul style="list-style-type: none"><li>- salle bufeteje dhe mëngjesi së bashku</li></ul> <ol style="list-style-type: none"><li>2. Orari i shërbimit të bufetë:<ul style="list-style-type: none"><li>- ofron shërbim në dhomë 24:00 orë</li><li>- shërbim në salle deri në orën 24:00</li></ul></li><li>3 Sallë ose sallone të veçanta për ngrënie</li><li>4 Salle pasticërie</li></ol>
---

<b>21. KAFETERIA</b>	<b>10 pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Lokali<ul style="list-style-type: none"><li>- ambient i veçante komunikues me kuzhinën e kthënë e kamarierve</li><li>- funksionon brenda kuzhinës</li></ul></li><li>2. Shërbimet e ofruara dhe pajisjet<ul style="list-style-type: none"><li>- ofron mëngjesin çaj,kafe,kapuç,mo,qumësht, lëngje frutash,asortimente të tjera të përgatitura me pajisje moderne(ekspres,mikrovale,shtrydhëse frutash,tostiere)</li><li>- ofron asortimente të kufizuara me pajisje normale</li></ul></li><li>3. Shërbimi<ul style="list-style-type: none"><li>- ofron shërbim në dhoma 24 ore</li><li>- ofron shërbim deri në orën 24 .00</li><li>- ofron shërbim vetëm në lokalitë e caktuar për mëngjesin</li></ul></li></ol>	

<b>22. RESTORANTI</b>	<b>30 pike</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Salle e shtruar me :<ul style="list-style-type: none"><li>- a) granit</li><li>- b) mermer, qeramike, etj.</li></ul></li></ol>	

37/6



<ul style="list-style-type: none"><li>- c) parket laminant, kolle, etj.</li><li>- d) mozaik i thjeshte,</li><li>- e) qilim sintetik</li></ul> <p>2. Dekoracioni i sallës (perde, piktura, abazhurë, lule natyrale, etj)</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- dekoracion i veçante sipas një stili te caktuar</li><li>- dekoracion me materiale cilësore dhe me shije</li><li>- dekoracion normal</li></ul> <p>3. Pajisjet :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- (tavolina, molotone, mbulesa tavolina, peceta, sipërmbulesa, karrige, portuzanto, mbajtëse çadrash, etj)</li><li>- pajisje funksionale me materiale te veçanta dhe cilësore</li><li>- pajisje cilësore</li><li>- pajisje normale</li><li>- mbulesa tavoline cilësi e larte, te pastra, pa njolla, me emblema</li><li>- pecetat dhe letrat e buzëve, cilësi e mire, ndërrim për çdo klient</li><li>- peceta cilësi normale qe ndërrohen për çdo klient</li><li>- shërbehet vetëm me peceta letre</li></ul> <p>4. Llojet e shërbimit në restorant</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- ofron shërbim komplet ( tre shujta )</li><li>- shërbehet vetëm mëngjesi e darka</li><li>- shërbehet vetëm mëngjesi</li><li>- shërbim tip bufaje</li></ul> <p>5. Dhoma e shërbimit – kthinat, punët përgatitore</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- element i rëndësishëm për strukturat e dimensioneve te mëdha</li><li>- shërbim me karela me kate</li></ul> <p>6. Menyja</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- menu ditore e larmishme, gatimi cilësor, kuzhine tradicionale/ internacionale.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- f) qilim leshti te veçante</li></ul>
--	--

38/6



<ul style="list-style-type: none"><li>- menu ditore normale</li><li>- e përkthyer te paktën ne një gjuhe te huaj</li><li>- paraqitja estetike</li></ul> <p>7. Materialet e servilit-inventari i imët</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- luge, thika, pirunj, pjata te llojeve te ndryshme, pjata, vajore, krypor, garaf për ujë e vere, gota për ujë, vere, lëngje, shampanje, etj</li><li>- te cilësisë se larte, me nivel te larte higjiene dhe emblema</li><li>- cilësi e mire higjiene e nivelit te larte</li><li>- cilësi normale dhe te pastra</li></ul> <p>8. Salle restoranti qe komunikon me kuzhinën me ane te zyrës/ofisit</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Salle restoranti qe komunikon me kuzhinën me ane te sportelit</li></ul> <p>9. Shërbim ne salle me karela te lëvizshme</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- për antipasta, prodhime mishi, peshku , etj.</li><li>- për pije, ëmbëlsira, fruta, etj</li></ul>
---

<b>23. KUZHINA</b>	<b>30 pike</b>
<p>1. E ndarë nga restoranti</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Përmasat e kuzhinës ne vartësi te kapacitetit te restorantit.</li><li>-Lartësia nga dyshemeja jo me pak se 280 cm.</li><li>-E veshur me pllaka</li><li>-Tavolinat dhe banakët veshur me material rostfroj</li><li>-Dritare te mbrojtura me rrjete kundër insekteve</li></ul>	

39/6



2. Shtrimi i dyshemesë :
  - mermer, qeramike, etj
3. Kuzhine qe komunikon :
  - me kafeteri dhe kthinën(pason ) e kamarierve
  - me sallën e shërbimit me ane te sportelit
4. Sistemi i ventilimi me kapacitet te mjaftueshëm për evitimim e tymrave e gazrave
5. Aparatura dhe pajisjet e kuzhinës :
  - soba elektrike , soba me dru, furnela elektrike, fritura,etj.
  - grilë ose zgare
  - mikrovale / aparature për ruajtjen ngrohte te ushqimeve
  - pajisje për ngrohjen e pjatave
  - pjatolarëse,
  - tavolina lëvizëse dhe tavolina pune
  - Makineri universale për pastrim
  - pajisje ftohëse
  - ene kuzhine ( tenxhere, tava, supjere, etj.)
  - mjete pune ( thika, hanxhar, rrafse mishi, etj )
6. Dhome frigoriferike, me hapje dëre nga brenda dhe sistem alarmi.
7. Depo ose ndarje e veçante për furnizimet ditore
8. Vende te veçanta për përgatitjen e mishit, peshkut, brumërave, zarrzavateve, ëmbëlsirave, gjellëve te ftohta dhe te ngrohta.
9. Vendet e larjes se enëve :
  - lavaman funksional mermer,qeramike, metal, material i ngjashëm
  - lavaman me mozaik , fajance, etj.
  - ndarje te veçanta për larjen e enëve dhe serviseve
  - ndarje te veçanta për larjen e zarrzavateve

40/6



- ujë te rrjedhshëm te ngrohte e te ftohte
  - vende për kullimin dhe vendosjen e enëve
  - tapete për thithjen e ujit , para lavamanëve
10. Personeli i shërbimit ne kuzhine :
    - eksperience pune e profesionalizëm
    - Uniforma dhe librezat sanitare është e detyruar
  11. Cilësia e gatimit dhe e lendeve te para për gatim :
    - përdorimi i lendeve te para me te freskëta dhe cilësi e larte
    - prezantimi

#### 24. DEPOT

10 pike

##### 1. Sipërfaqja ne vartësi te kapacitetit të objektit, e pajisur me rafte

- depo te veçanta sipas natyrës se artikujve ushqimore, industrial, piqe, etj... 10 pikë
- dy depo, për artikujt ushqimore dhe për artikuj te ndryshëm..... 5 pikë

41/6



**25. LAVANTERIA****15 pike**

1. Sipërfaqe e mjaftueshme për larje, tharje, hekurosje, etj . min. 0.75m<sup>2</sup> /për dhomë
2. transportimi i biankerive te papastra me karela
3. robolarëse për biankerite
4. robolarëse për biankerite e klienteles
5. robolarëse për uniformat e personelit
6. robolarëse për larje te thate ( pastrimi kimik
  - makine tharëse
  - tavolina pune
- 7 rul për hekurosje me gjatësi minimale 1.20 m
  - hekur me avull
  - rafie,
8. roboqepëse

**26. KLUB NATE , DISKOTEKE****15 pike**

1. Ofron shërbimin e ngrënies dhe pijeve si dhe ofron vetëm pije
2. Izolimi akustik ne parametra normale, për eliminimin e zhurmave brenda dhe jashtë sallës
3. Shtrimi i dyshemesë :
  - granit
  - mermer, qeramike, etj

42/6



- parket, moket, etj

**4 Mobilimi dhe dekorimi :**

- funksional, i veçantë dhe me materiale shume cilësorë
- i mire, me materiale te cilësisë se mire
- me materiale te zakonshme

**5 Materialet e servisit :**

- cilësi dhe higjiene e nivelit te larte, servise sipas asortimenteve dhe pijeve,
- me emblema,
- materiale te cilësisë se mire dhe ne kushte te larta higjiene,

**27. PISHINA ,sale fitnesi, sauna dhe masazhi****35 pikë****1. Pishina**

Sipërfaqja min. 2-2.5 m<sup>2</sup> / për person  
Temperatura ujit ne pishinat e hapura 22-25 grade C.  
Pozicion qe favorizon mbrojtjen nga erërat  
Sistem filtrimi

**2. pishine :**

- pishine e hapur
- pishine e mbyllur

**3. Përmasat dhe thellësia**

- për te rinur dhe fëmijë

43/6



- vetëm për te rritur
- 4. Ekip shpëtimi në gatishmëri gjatë të gjithë kohës së shfrytëzimit
- 5. Bordure rreth pishinës për të mos rrëshqitur
- 6. Vende para pishinës për larjen e këmbëve
  - Dushe
  - Kabina për ç'veshje, raftë për sendet personale
  - Tualete të veçanta për burra dhe gra
  - Lojëra uji, trampolinë, etj.
  - Shezlonge, çadra, etj.
- 7. Ndriçimi brenda/ jashtë pishinës
- 8. Mjedisi brenda/jashtë pishinës
- 9. Dezinfektimi i ujit dhe mirëmbajtja
- 10. Ofrohet shërbim bufe/pije
- 11. Sallë Fitesi
- 12. Sauna dhe masazhi

**28. SALLAT PËR MBLEDHJE, TAKIME, KONFERENCA 30 pike**

- 1. salle koresponduese me sekretarinë dhe dhomën e përkthyesve
  - sistem përkthimi
  - me përkthim në sallë

44/6

- 2. - Pajisjet e nevojshme për mbledhje dhe konferenca :tavolina,karrige, aparaturat për zërin, podium, perde portative, monitor, vidiokamer, kasete, aparat projektimi ,TV me ekran të madh, TV me ekran normal
- 3. Cilësia e materialeve dhe rregullimi i sallës :
  - përdorim i materialeve me cilësi të mirë
  - rregullim funksional

**29. PERSONELI, KUALIFIKIMI, NIVELI I SHËRBIMIT 30 pike**

- 1. Personel me arsimim përkatës dhe eksperience pune
- 2. Shërbim me uniforme në përshatje me vendet e punës
- 3. Paraqitja e jashtme e rregullt (flokët,duart, këpucët, etj.)
- 4. Koha e nevojshme për të shërbyer klientit
- 5. Raporti nr. personelit me gjuhë të huaja /nr. pergj. personelit :
  - mbi 50 % e personelit njëh/zotëron gjuhë të huaja
  - 30- 50 % e personelit njëh/zotëron gjuhë të huaja
  - nën 30 % e personelit njëh/zotëron gjuhë të huaja
- 6. Niveli i shërbimit : element vlerësues shumë i rëndësishëm
  - shërbim i lartë cilësor me personel të specializuar
  - shërbim i mirë me personel të përgatitur, me eksperience
  - shërbim normal

**30. GARAZHI 10 pike**

- 1. Kapaciteti :

45/6



8. Sistemit automatik për hapjen e dyerve në rastet e rënies së zjarrit
9. Personel i specializuar, në gatishmëri për shuarjen e zjarrit
10. Aparaturat dhe pajisjet për shuarjen e zjarrit :
  - automatike, vihen në funksionim me shtypje manuale
  - me lende kimike me ujë

### 32. SISTEMI ELEKTRIK, NDRICIMI

20 pike

1. Sistem rrjeti elektrik trefazor
  - Çelës kontakti i pavarur në rastet e avarive
  - Gjenerator elektrik ( me kapacitet në vartësi të strukturës)
  - Gjenerator me sistem releje ose automatik
  - Sistem elektrik i veçantë për ndriçimin
  - Sistem elektrik i veçantë për makineritë dhe pajisjet
  - Pajisjet elektrike, mjetet ngrohëse dhe aparaturat të instaluar sipas kushteve teknike dhe standardeve ndërkombëtare
2. Fuqia elektrike :

- për dhomat me një krevat	100 - 150 watt
- për dhomat me dy krevate	250 - 350 watt
- apartamentet	300 - 500 watt
- banjò	100 - 150 watt
- pasqyra e tualetit në banjò	200 - 350 watt
- korridor ( paradhoma)	40 - 60 watt
- zona e hyrjes në hotel	200 - 300 watt
- recepsioni	50 - 400 watt
- kuzhina në përgjithësi	200 watt
- këndi i punës në kuzhinë	400 - 600 watt
- sallonet, restorantet , baret	150 - 200 watt
- korridoret e shkallët	100 - 150 watt

47/6



- siguron parking deri në 50 % të numrit të dhomave
  - deri në 30 % të numrit të dhomave
  - vetëm 15 % të numrit të përgjithshëm të dhomave
2. Garazh i mbuluar, i shtruar me beton dhe asfalt
    - Garazh i hapur
    - Shërbim 24 ore me personel .
  3. Laura

### 31. MASAT KUNDRA ZJARRIT

20 pike

1. Pozicioni i objektit larg burimeve të zjarrit, si :
  - depo karburantesh ose cisterna me lende djegëse
  - depo ushtarake ose magazina me lende plasëse
  - linjave të tensionit të lartë etj.
2. Infrastruktura për mbrojtjen nga zjarri dhe shpëtimin (në përputhje me normat teknike dhe ato ndërkombëtare)
  - rrufe pritëse për shkarkimet atmosferike
  - Instalimi dhe përdorimi i aparaturave sipas kushteve teknike
  - rinovimi i aparaturave të amortizuara
3. Mjedisë të veçanta dhe të kontrolluara për pirjen e duhanit
4. Ndërhyrja në kohë për dhënien e alarmit me sistem alarmi :
  - automatik, me sinjal të vazhdueshëm, rezistent ndaj nxehtësisë dhe tymit
  - me sistem alarmi standard
  - me qendër zëri, altoparlant në të gjitha mjediset.
5. Sistem evakuimi me sinjale ndriçuese në çastin e shuarjes së dritave :
  - shenja orientuese të ndriçuara nga rrjeti elektrik
  - shenja orientuese fosforeshente
6. Shkallët e zjarrit
7. Plani i katit dhe skema e evakuimit në rastet e rënies së zjarrit në të gjitha dhomat dhe mjediset e përbashkëta

46/6



- magazinat , etj. 100 - 150 watt 3. Sistemi I kontaktit me kartela 4. Personel teknik i specializuar dhe ne gatishmëri për çdo avari
---

<b>33. IZOLIMI AKUSTIK</b>	<b>10 pike</b>
1. Niveli i minimizimit te frekuencave akustike : - zhurnat nga trafiku - zhurnat e tubacioneve te ujit - zhurnat nga mjediset e brendshme 2. Transmetim i zhurmave ndërmjet dhomave/ mjediset e brendshme: - për muret ndarëse dhe dyert e dhomave, përdorimi i materialeve me koeficient te ulët transmetimi akustik - dysheme te shtruara me materiale absorbuese zhurmave te ecjes - tubacione te izoluar për evitimin vibracionet gjate rrjedhjes se ujit - funksionimi pa zhurme aparaturave te ajrit te kondicionuar - makineri te izoluar me materiale plastike,etj. për te shmangur vibracionet	

<b>34. REZERVUARET E UJIT</b>	<b>10 pike</b>
1. Kapacitet i mjaftueshëm, rrjedhje normale për furnizimin gjate ndërprerjes ne rrjet min.48 orë	

<b>35. OFRIMI I SHËRBIMIT MJEKESOR</b>	<b>10 pike</b>
--	----------------

48/6



- mjeko dhe infermiere ne shërbim 24 orë - ofron shërbim mjekësor me mjeko me kontrate - ofron vetëm kutinë e ndihmës se shpejte
--

<b>36. SISTEMI I VENTILIMIT</b>	<b>15 pike</b>
- sistem ajrimi mekanik - sistem ajrimi natyral	

<b>37. SISTEMI I NGROHJES DHE I FTOHJES</b>	<b>15 pike</b>
- funksionon ne te gjitha mjediset - funksionon ne mënyrë te pjesshme Normat e ngrohjes normale sipas mjedisëve : - ne holl / reception 18 – 19 grade °C - ne restorant dhe salla te ndryshme 20 grade° C - dhomat e gjumit 18 – 20 grade °C - ne banjò 21 – 22 grade °C.	

<b>38. TRAJTIMI I MBETURINAVE</b>	<b>5 pike</b>
1. Grumbullimi dhe eliminimi i mbeturinave - ne dhoma te veçanta, - ne ambiente te veçanta,	

49/6



2. te grumbulluara ne kazanë mbeturinash ne qese te mbyllura  
3. Mbeturina te grumbulluara ne vende te padukshme

**39. PERSONEL TEKNIK PER RIPARIMET E DEFЕКТЕВЕ**

**10 pike**

1. repart operativ për shërbimet dhe mirëmbajtjen me personel te specializuar sipas sektorëve  
2. personel mirëmbajtje për rastet emergjente

**C. ELEMENTE TE TJERE ..... 20 pike**

Vërejtje dhe komente

50/6

## 9. Потенцијали за развој на хотелиерството во Косово – SWOT анализа

SWOT анализата е стратегиска анализа со која е можно да се избере опцијата која значи максимално искористување на можностите и шансите за развој, а истовремено и минимизирање на заканите и слабостите. Во теоријата и практиката на организациски менаџмент, SWOT анализата претставува техника која често се практикува и се користи во ситуационата анализа<sup>103</sup>. Во контекст на овој труд, SWOT анализата ни дава преглед на предностите, слабостите, можностите и заканите на хотелската индустрија во Косово. Со оваа анализа е можно да се идентификуваат позитивните и негативните фактори кои влијаат на развојот на хотелиерството во Косово и да се направи рамнотежа помеѓу интерните способности и екстерните можности. Покрај тоа, можно е да се разгледа сегашната потенцијалната позиција на хотелиерството во Косово. Затоа сметаме дека од есенцијално значење е да направиме SWOT анализа на хотелската индустрија во Косово. Оваа анализа би им била корисна на надлежните институции како и на сите засегнати

<sup>103</sup>Johnson, G. and Scholes, K. (1998) Exploring Corporate Strategy, Prentice Hall.

страни при изготвувањето на соодветни стратегии за развој на хотелиерството и секако негова успешна имплементација.

SWOT анализата е направена од страна на авторот врз основа на истражување на теренот и интервјуа со менаџерите на триесет и осум хотели во Косово, кои се предмет на анализа. Врз основа на истражувањето на терен, би можело да се заклучи дека раководството на повеќето хотели нема јасно дефинирана визија (каде што се гледа во следните 5 до 10 години). Врз основа на направените интервјуа со менаџерите; хотелите во Косово се насочени кон постигнување на неколку приоритетни цели кои ќе овозможат понатамошен раст и развој на туризмот. Тоа е комбинација на следните цели:

- Внесување на некои компании хотелот во хотелски синџири
- Проширување на постојните капацитети преку инвестиции;
- Проширување на цел сегмент;
- Развој на нови туристички пазари;
- Зголемување на профит врз основа на зголемување на туристичката потрошувачка;
- Зголемување на уделот на пазарот и користењето на капацитетите;
- Преродба на опаѓање на туристичкиот производ преку иновации и инвестиции;

Во продолжение се дадени резултатите од SWOT анализата

### **Предности (Strengths)**

- ❖ Задоволување на потребите на различни целни сегменти
- ❖ Предност во цената
- ❖ Ефективна персонал
- ❖ Пријателски персонал
- ❖ Ниски трошоци за работна сила.
- ❖ Способност да иновираат производи (услуги)

### **Слабости (Weaknesses)**

- ❖ Недостаток на клучните вештини, способности и дисциплини
- ❖ Неможност за финансирање на потребните промени во стратегијата

- ❖ Недостаток на координација со други носители на туристичката понуда
- ❖ Слабости во спроведувањето на стратегијата
- ❖ Нејасни стратешките правци
- ❖ Недоволната флексибилност на туристичката понуда
- ❖ Недостаток на паркинг места во повеќето хотели во центарот на градот
- ❖ Несоодветно / старата инфраструктура, соби и други објекти
- ❖ Лош маркетинг вештини
- ❖ Недостаток на визија
- ❖ Застарена опрема во некои хотели
- ❖ Недостаток на менаџерски надлежност
- ❖ Недостаток на квалификуван персонал

### **Можности (Opportunities)**

- ❖ Промена на мотивите за патување
- ❖ Отворање на нови воздушни коридори
- ❖ Поттик за локалните претприемачи и странски инвеститори
- ❖ Отстранување на административни ограничувања / пречки за инвестиции
- ❖ Диверзификација на производите, односно услугите
- ❖ Воведување на меѓународни хотелски стандарди во реновирање или изградба, како и менаџмент и бизнис
- ❖ Креирање на нови пазари или сегменти

### **Закани (Threats)**

- ❖ Неразвиена инфраструктура
- ❖ Релативно лошиот имиџ на Косово во Европа и во светот
- ❖ Промените во потребите и вкусовите на потрошувачите (селективна побарувачка)
- ❖ Глобалната економска криза
- ❖ Мерките на политиката на туризмот во земјата

Резултатите од SWOT анализата укажуваат дека сегашното ниво на развој на хотелиерството во Косово е незадоволителен иако има голем потенцијал. При тоа причината не е само поради недостаток на материјални ресурси, туку како голема

причината може да се каже дека постои отсуство на добра организација во маркетингот и менаџирањето со хотелите.

Понатаму, непостојат сериозни истражувања во туризмот, и за мотивите кои го детерминираат туристите да го посетат Косово и да престојува во некои од хотелите. Затоа, неопходно е да се преземат одредени акции, со цел да се испитаат можностите за развој на туризмот во Косово, а исто така и да се идентификуваат мерките и активностите за позиционирање на туризмот како атрактивна туристичка дестинација.

За да се оствари таа цел, неопходно е во наредниот период да се води сметка за следните активности:

- Вклучување на меѓународни стандарди и практики за развој на туризмот во Косово
- Ангажирање на националните, регионалните и локалните авторитети во презентација и промоција на туризмот во Косово.
- Примена на стратемскиот менаџмент во хотелите .
- Вклучување во меѓународни проекти од областа на хотелиерството и туризмот

## **10. Влијанието на квалитетот на категоризација на хотелите врз развојот на туризмот во Косово**

Туристите денес имаат се поголеми барања, а целта на секоја индустрија, па секако и туристичката индустрија е да ги задоволат нивните потреби и очекувања. Подобрувањето на квалитетот води кон развој на туризмот кој ги задоволува туристите и давателите на услуги, истовремено зачувувајќи ги природните и културните ресурси и стимулирајќи го економскиот развој на Косово. Квалитетот мора да биде основна насока на стратегијата за развој на туризмот на Косово. Засекој туристички производ и услуга треба да ги пропише стандардите за квалитет како гаранција за вкупниот квалитет. Токму тој стратемски пристап во планирањето на развојот на туризмот треба да овозможи подобрување на квалитетот и на национално ниво.

Косово, како земја која е карактеристична по својата положба на толку мал географски простор, а притоа содржи огромен број на природни и културни



знаменистости, е една од ретките земји која бележи слаби резултати во сфера на туристичкиот развој. Со географска положба која може сама по себе да се смета како туристичка вредност, Косово крие потенцијали за интензивен развој на огромен број на селективни облици на туризам, но, сепак, имајќи ги предвид значењето и можноста за развој, од туристички аспект транзитниот туризам го потврдува неговиот однос со најфреквентните правци на туристички движења во Европа и светот. Меѓутоа, транзитниот туризам сè уште претставува неискористен туристички потенцијал во државата.

Неминовен е фактот дека Косово ги поседува сите атрибути да се дефинира како една од најпривлечните европски туристички дестинации. Покрај географската положба и огромниот замав за подобрување на сообраќајната инфраструктура во последните неколку години, умереноконтинентална и средноземноморската клима, извонредната флора и фауна, огромниот број природни средини со богато историско минато, развојот на транзитниот туризам треба да претставува еден од главните цели за развој на државата. Бидејќи со самиот развој на транзитниот туризам, туристите кои остваруваат потрошувачка на територијата на Косово особено во угостителските објекти за сместување, односно хотелските капацитети како едни од основната потреба на транзитните туристи, ќе придонесат угостителските капацитети активно да учествуваат во зголемување на туристичкиот промет од транзитни туристи во текот на целата година од сите региони како и развивање на угостителските мрежа со објекти за сместување во Косово.

Токму Административното упатство од 2013 за категоризација на угостителските објекти внесува каков-таков ред во поставувањето на ѕвезди кои не секогаш ја одразуваат реалната категорија на понудата како главен фактор за повисок стандард се бодовите и колку е повисок бројот на тие бодови толку ќе имаме зголемен број на посетители што ќе доведе до економски и културен развој на земјата.

Полибералните услови за категоризација на угостителските објекти за сместување и исхрана кои би требало да се усогласата со европските критериуми во голема мерка придонесуваат за пореално и пофлексибилно спроведување на законите, подзаконските акти, правилници и би овозможиле комбинирање на елементите кои се бодуваат на тој

начин што самиот хотелиер ги брои поените, доставува барање за категоризација и после проверката од страна на Комисијата за категоризација и потпис од Министерот добиваат одреден број на ѕвезди.

Иако, според КСА има 130 хотели во Косово, само 27 од 130 се хотелирегистрирани и класифицирани врз основа на рангирање на ѕвезди. Исто така, ова е единствената официјална и јавна листа соимињата и контактите на секој хотел. Од овие 26 хотели кои се класифицирани од МТИ: 3 се 5 \*\*\*\*\* хотели; 3 се 4 \*\*\*\* хотели; 12 се 3 \*\*\* хотели; 6 се 2 \*\* хотели; и 2 се 1 \* хотели. Во Административното упатство бр. 19/2013 е наведено "Субјекти кои вршат хотелски и туристичките активности се предмет на доброволен систем за класификација и категоризација насместување, врз основа на стандарди, во согласност со меѓународниот систем за рангирање што е достапни за регистранти (" Административно упатство (МТИ) "- Бр. 19/2013 за Регулатива и Развој на системот за оценување на сместување<sup>104</sup>. Ова значи дека класификацијата е базирана на ѕвезда или категоризација како што е наведено во ова Административно упатство, не е задолжително во Косово, а тоа може да се направи само ако сопствениците или менаџерите сакаат да го рангираат хотелот.

Меѓутоа, ако хотелот не е официјално категоризиран од ова правно лице, нема право да го постави ѕвезди. Критериумите за категоризација, кои содржат неколку принципи за мерење на квалитетот кои треба да бидат исполнети за да може хотелот да добие одреден број ѕвезди, се наведени во ова Административно упатство (94-116). Секој критериум има одреден број на поени што треба да бидат исполнети На крајот на збирот на сите поени заработени од хотелот дава број кој го дефинира рангирањето за тој хотел. Во следата табела се дадени минимални точки кои се потребни за секоја рангирање за добивање на ѕвезди.

---

<sup>104</sup>Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System." *Ministry of Trade and Industry. 31 Dec. 2013.*

**Табела бр.8** Класификација на хотелите во Косово

Рангирање	Минимум поени	Договорен рејтинг
Хотели со 5 ѕвезди	620	
Хотели со 4 ѕвезди	480	
Хотели со 3 ѕвезди	360	
Хотели со 2 ѕвезди	240	
Хотели со 1 ѕвезди	140	

**Извор:** Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System”, 118

Сепак, сепак, иако секој хотел треба да има потребен број поени, овие поени може да се добијат од различни делови. Значи дека на хотелот не мора нужно да ги исполниле сите критериуми, може да ги поправи точките на тој критериум (дел) со друг.

На пример, еден хотел не може да има базен, а сепак да добие 4 ѕвезди, ако другите точки од другите критериумите можат да се направат за оние кои ќе го добијат од базенот. Без оглед на тоа, постојат одредени минимални критериуми кои секој хотел треба да ги има под одреден степен на ѕвезди, кои сеисто така прикажани во ова Административно упатство, како што има приемно лоби, минимум 7 соби, обезбедување 24 часа, и оган аларми и мерки против пожар инциденти. За 5 \* хотели тамусе повеќе минимални барања кои треба да се исполнат, и тие се понапредни. Критериумите во Косово се многу повеќе фокусирани на "материјални" и помалку во "нематеријални средства", како што се: достапен материјал за регионални информации, дневен весник испратен во соба, консиерж, грижа за децата итн. Од друга страна, критериумите за Косово се посспецифични во однос на техничките причини, како на пример: акустична изолација, електричен систем и молња, материјали што се користат за подот на ресторанот и така натаму. 5 \* хотели во Косово има повеќе минимални барања така што хотелите треба да исполнуваат најмалку 127 критериуми, додека на пример оние во Македонија 120 критериуми.

Стандардите и нивната употреба во хотелите на Република Косово не може да се претстават како изолирани од други земји во регионот. Нивниот развој и нивната примена се важни основа за развој на туризмот. Туристичката понуда денес бара стандарди

развиени во согласност со понудата на апликантот. Во различни земји не се усогласени и унифицирани. Повеќе во оваа област делуваше специфично за секоја земја. Секоја земја ги задржува своите обврски за тоа стандардите да се исполнат во корист на обезбедување на најдобри можни услови за туристите. Во земјите кои имаат развиено туристички стандарди во областа на угостителството е платено правилно внимание. Во нашата земја сè уште немаме вистински стандард за развој на хотел. Дури и порано тие не се совпаднаа со понудата за туризам. Процесот на класификација и оценување на туристички објекти се во фаза на имплементација. Посетителите денес многу добро познати стандарди и земјата која сака да ја посети. Ние ги ставаме сите наши сместувачки капацитети да бидат класифицирани и категоризирани според законодавството на земјата одморалиште "Законот за туризам ". Класификација и категоризацијата е задолжителна, со цел субјектите на сместувачките единици да се обврзат класифицираат и категоризираат. Таа е насочена кон подигнување на стандардите и обезбедување на најдобар можен начин услови за туристите.

Само со применана на стандардите кои се носат, подобрување на услугите, комфорот и услужниот персонал, сето тоа надоврзано со добрата храна и природата на Косово ќе придонесе за поквалитетен туризам и до локален економски развој не само на одредени места туку и на целата држава.

## Заклучок

Во светот постојат различни критериуми за категоризација, а општо прифатени од поголемиот број на земји се материјално техничката, основа, опременоста, персоналот и некои дополнителни услуги. Активностите на европските професионални организации со цел да се хармонизира квалитетот на хотелската понуда во земјите на ЕУ интензивирани на крајот на првата деценија 21 век. HOTREC организацијата има воспоставено единствен систем на категоризација, воведување на европски хотелски стандарди и соодветниот хотелски план. Овој систем треба да им гарантира на клиентите европски квалитет на хотелски услуги на избраното ниво. Системот е поставен на доброволно основа. Сепак, сè уште е релативно мал број земји вклучени. Причината за ова е обврската за воведување дополнителни стандарди и континуирано одржување на утврдените критериуми. На овие критериуми многу земји сè уште не се подготвени. Затоа е потребни за понатамошно промовирање на овие стандарди, за да се мотивираат Косово да ги воведат, јасно истакнувајќи ги придобивките што треба да се добијат.

За земјите што сè уште не се членки на ЕУ, овие стандарди се упатство за подобрување на постојните национални критериуми за категоризација. Приближување кон стандардите на ЕУ, сите поединечни земји прават голем чекор напред кон усогласување и подобрување на европските хотелски понуди. Стандардите се поставуваат флексибилно, што значи дека нема опасност од обединување на снабдувањето и гушење на националниот идентитет. Националниот идентитет на хотелскиот производ може и треба да се развива истовремено со европските стандарди за категоризација. Тоа се рефлектира во стилот на изградба на хотел, внатрешна декорација, национални специјалитети и пијалоци, културни удобности во хотелот. Хармонизацијата на хотелската понуда на европско ниво ќе се отвори поширок простор за поставување на вредностите на националниот туризам. Неконзистенција на квалитетот на хотелската понуда повеќе нема да биде ограничувачки фактор за избор на туристичка дестинација која со своите ресурси, особено со етнокултурно наследство, привлекува патници од Европа.

Наодите од ова истражување сугерираат дека хотелската индустрија во Косово има потреба од големи подобрувања со цел да биде на саканото и заслуженото ниво. Има

многу мал број на квалитативни и високо стандардни хотели, колку што има хотели за кои се знае дека се само таканивниот генерички поим; последните постојат во поголем дел. Критериумите и прописите поставени од МТИ може да ги води овие хотели во подобрувањето на нивниот квалитет на услугите. Моите препораки за подобро развиена туристичка индустрија во Косово се:

Прво, хотелите треба да се фокусираат на димензијата која најмногу му недостасува во Косово, што е сигурност, поточно на персоналот. Хотелите можат да се фокусираат на обуката на нивниот персонал, со давање на часови за обука, испраќање на семинари кога е можно, и обидете се држејќи ги колку што е можно преку различни шеми за кои тие можат да се развијат.

Покрај тоа, ангажирањето практиканти ќе биде многу корисно во овој сектор. Практикантите можат да го завршат своето период на обука за време на стажирањето и да се вработи во хотел со полно работно време ако "го поминат тестот". Ова во моментот не е толку вообичаена практика во хотелскиот сектор во Косово. Од друга страна, тоа е исто така многу важно и неопходно да се посвети поголемо внимание на хигиената.

Второ, сите хотели добиваат пласман. Иако, поради политика и барање причини, правејќи звезда рангирањето задолжително за хотели не може да биде можно, МТИ треба да даде повеќе стимулации во смисла на приоритизирање и давање поголема предност на хотелите со ѕвезди, па повеќе хотели можат да станат категоризирани. Во секој случај, хотелите кои не се категоризирани треба да го сторат тоа, поради промотивни причини и придобивки што ќе ги добијат.

Трето, МТИ треба да ги специфицира уште повеќе нивните критериуми, па затоа за хотелите е појасно што тие треба точно да го подберат својот квалитет и да добијат одреден број ѕвезди / ранг. Процесот на категоризација за угостителски објекти треба да даде повеќе ефекти во насока на привлекување нови туристи од нови земји, подобрување на квалитетот на туризмот, инфраструктурата, туристичките производи и туристичките услуги. Категоризацијата треба да ги елиминира најмногу субјективните фактори за категоризација и поставува мерки за стандарди за тоа. Исто така, многу значаен е фактот дека овој процес треба да се воспостави со големо внимание носо цел да не се намали и да се расипе сегашната туристичка инфраструктура и раните и сегашните инвестиции во

туризмот. За подобрување на процесот на категоризација треба да има обучени и искусни инспектори кои имаат способност да даваат совети и насоки за операторите / агентите - инспекторите обично се регрутираат од хотелски менаџмент и персонал. Со нова категоризација за сигурен туризам и гостопримство ќе бидат поразвиени, а исто така туристичката и угостителската индустрија, државата и општините ќе имаат поголем приход од тоа.

Конечно и што е најважно, главната препорака оди на владата: Владата треба да ја разбере важноста на хотелската индустрија колку што е побрзо можно и да му даде приоритет што природно го има во Косово. Само тогаш, ќе видиме колку Косовската економија ќе се развива и ќе расте, бидејќи, развојот на оваа индустрија ќе се разбуди и ќе се развие и други индустрии, како и да се направи земја метропола на Балканот. За да се направитоа треба да се има поефективен стратешки план за оваа индустрија во наредните години, владата треба да ги собере главните чинители на оваа индустрија на нивната маса за да разговара и да се направи стратешки план. Овие засегнати страни ќе бидат: хотели сопственици на неколку хотели кои можат да претставуваат заеднички верувања и интереси, луѓе со експертиза во туризмот, луѓе со експертиза во хотелскиот сектор, претставници на невладини организации и странски чинители кои може да вклучуваат: организации кои се подготвени да финансираат вакви проекти, даваат субвенции итн .; потенцијални инвеститори; и така натаму. Има огромен потенцијал во туризмот и хотелската индустријата на Косово, а тоа го потврдува речиси секој странски посетител што доаѓа тука.

Покрај тоа, треба да се предложи да се намали ДДВ како земјите од регионот, за да се им се овозможи хотелите да ги подберат своите услуги и да работат, што за возврат може да има позитивен ефект добива повеќе даноци и приходи, поради развојот на хотелската индустрија.

Како генерален заклучок можеме да кажеме дека оваа дисертација овозможува за научно збогатување на влијанието на правната регулатива врз категоризацијата на угостителските објекти во Косово, давајќи акцент на угостителството и категоризацијата преку нивно дефинирање. Анализата ни покажа дека спроведувањето на категоризацијата се основа за хотелите и останатите угостителски објекти кои ги задоволуваат високите

светски барања кон кои се стреми Косово и кои нудат големи бенефити за целата држава. Тргувајќи од предметот и целите на истражување, преку примена на соодветни методи на истражување, се доби јасен позитивен одговор на поставената хипотеза дека правниот аспект на критериумите за категоризација на хотелите влијае врз развој на туризмот.

## Литература

1. Аврамовски, М. (2000). Економика и организација на туризмот. Факултет за туризам и угостителство – Охрид.
2. Ацковски, Н и Ацковска, М. (2003). Економика и организација на угостителството, Факултет за туризам и угостителство-Охрид.
3. Administrative Instruction (MTI) – No. 19/2013 for Regulation and Development of Accommodation Rating System”, 118
4. Baker, S., Huyton, J. and Pradley, P (2000) “Principles of hotel front office operation”, 2nd ed, New York, US:Continuum
5. Bajraktarovic, D. (2013) Upravljanje kvalitetom u hotelijerstvu, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.7-10
6. Bouncken, R.B. (1997). Integrierte Kundensegmentierung in der Hotellerie, Dissertation Nr. 2042, Universität St. Gallen, Wiesbaden.
7. Brajshori, B. (2017). The tourist regions in Kosovo and the analysis of competition. Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences IIPCCL Publishing, Vienna-Austria
8. Corbett, . C.J., Russo. M.V (2001) ISO Management Systems. Special Issue: The Impact of ISO 14001.
9. Classification of hotel establishments within the EU the European Consumer Centre Network 2009
10. European Consumer Centre European Small Claims Procedure-What you should know, publication, UK, 2007
11. Čačić, K. (2013). Poslovanje hotelskih preduzeća. Beograd: Univerzitet Singidunum.
12. Genov, G. (2013). Menadžment hotelskih preduzeća. Beograd: VTŠ.



13. Grgona, J. and Supić, A. (2007). Uloga marketinške koncepcije u hotelskom poslovanju, *Ekonomski misao* br.1
14. Frey, M. (2002). *Netzwerkmanagement in der Hotelindustrie – Gestaltungsansätze für Klein- und Mittelunternehmen*, Dissertation Nr. 2622, Universität St. Gallen, St. Gallen.
15. Forbes Travel Guide Star Rated Hotels, Restaurants & Spas. Forbes Travel Guide
16. Ingram, H., Ransley, J. (2000) *Developing Hospitality Properties and Facilities*, Butterworth-Heinemann, Oxford.
17. Ignac M. (1998). Mala enciklopedija kvalitete, I dio, Oskar, Zagreb, 1998/dr.Vidoje Vujic, zbornik radova "Hotelska kuca 98", Opatija, str.973-974
18. Jaković, B. (2012). Organizacija rada u prijemnom odjelu hotela visoke kategorije na području Republike Hrvatske, *Praktični menadžment*, Vol.4, br.1.
19. Johnson, G. and Scholes, K. (1998) *Exploring Corporate Strategy*, Prentice Hall.
20. Kosovo Agency of Statistics
21. Ljubojević, Č. (2002). *Marketing turističkih usluga*. Beograd: Zavod za udžbenike.
22. Миладиновски С. (2010) *Маркетинг*, Факултет за угостителство и туризам, Охрид
23. Миладиновски С. (2004) *Меѓународен Маркетинг*, Факултет за угостителство и туризам, Охрид
24. Миладиновски С. Миладиновски С (2007) *Меѓународен Маркетинг*, Факултет за угостителство и туризам, Охрид
25. Упатство за имплементација на НАССР систем во прехранбениот сектор (2006), Народна и универзитетска библиотека „Св.Климент Охридски“, Скопје
26. Правилник о разврстању, минималних услова категоризацију угостителских објекта из скупине хотела-Службене новине Федерација БиХ бр 32/09, члан 4
27. Pavićević, M. (2010). *Uslovi ulaska stranih hotelskih kompanija na tržište Srbije*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
28. Pieeret F. (2013). *About Hotel Classification System UNWTO AGORA*
29. Pricewaterhouse Coopers, prema European Commission, *Structure, performance and competitiveness of european tourism and its enterprises*, Luxembourg, 2003
30. Pirija D. (2003). *Standardi u turistickom ugustiteljstvu*. Visoka skola za turizam – Sibenik. Rispoli, M., Tamma, M., *Le imprese alberghiere nell'industria dei viaggi e del turismo*, CEDAM, Padova, 1996

31. Ракичевиќ Г. (2013) Менаџмент во Туризам и Угостителство, Факултет за Туризам и Угостителство, Охрид
32. Ракичевиќ Г. (2007) Менаџмент на Човечки Ресурси, Факултет за Туризам и Угостителство, Охрид
33. Rispoli, M., Tamma, M. (1996) Le imprese alberghiere nell'industria dei viaggi e del turismo, CEDAM, Padova, str.153-154
34. Rutes, W.A., and Penner, R.H (1985) Hotel planning and design, New York: Whitney Library of Design
35. Statista Leading 10 hotel groups in Europe in 2016, ranked by number of rooms
36. Цицкоски А. (1994). Организација и техника на хотелско работење, Универзитет во Битола
37. Šumić, Z. (2008). Istorija razvoja HACCP sistema.
38. Vrtiprah, V., Pavlic, I., Menadžerska ekonomija u hotelijerstvu, Sveucilište u Dubrovniku, Dubrovnik, 2005
39. Đani B. (2006). Turističko ugostiteljstvo, Zadar
40. Vizijak, A. (1997) Hrvatski turizam u europskoj i svetskoj turistickoj razmjeni, Sveuciliste u Rijeci, Hotelijerski fakultet Opatija,
41. Zakon O Turistickoj I Ugostiteljskoj Delatnosti br.2004 / 16 Republika Kosovo
42. Zakon o Turizmu br 04 / L-176 Republika Kosovo
43. Закон за угостителска дејност, "Службен весник на РМ" бр.62/04, бр.89/08, бр.115/10, бр.53/11, бр.141/12, 164/13, бр.187/13, бр.166/14,199/14, бр.129/15, бр.192/15, бр.39/16, бр.53/16, бр.71/16,
44. <http://www.hotrec.eu>
45. [www.ahcr.cz/en/](http://www.ahcr.cz/en/)
46. [www.iso.org](http://www.iso.org)
47. [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)
48. [www.hotelsterne.de](http://www.hotelsterne.de)
49. [www.g-klassifizierung.de](http://www.g-klassifizierung.de)
50. [www.ukecc-services.net](http://www.ukecc-services.net)
51. [www. hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

52. [www.gnto.gov.gr](http://www.gnto.gov.gr)
53. [www.grhotels.gr/EN/Pages/default.aspx](http://www.grhotels.gr/EN/Pages/default.aspx)
54. [www.visitmalta.com](http://www.visitmalta.com)
55. [www.ekonomia.gov.al](http://www.ekonomia.gov.al)
56. [www.tiranaobserver.al](http://www.tiranaobserver.al)
57. [www.fmoit.gov.ba](http://www.fmoit.gov.ba)
58. [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)
59. [http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso\\_9000.htm](http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso_9000.htm)
60. [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org)
61. <http://www.iqs.com.mk>
62. <http://www.hotelstars.eu/criteria>
63. <https://www.wko.at>
64. <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm>
65. <http://www.iqs.com.mk>
66. <http://mkeh.gov.hu>
67. <http://www.kenniscentrumhoreca.nl>
68. <http://www.mint.hr>
69. <http://ec.europa.eu>
70. <http://narodne-novine.nn.hr>
71. [www.sluzbenilist.me](http://www.sluzbenilist.me)
72. [www.slovenia.info/board](http://www.slovenia.info/board)