

Универзитет “Св. Климент Охридски” – Битола

Факултет за туризам и угостителство – Охрид



**“АНАЛИЗА НА СТАВОВИТЕ НА ТУРИСТИТЕ ЗА
ДОСТАПНОСТ ДО ИНФОРМАЦИИ ЗА ТУРИСТИЧКИ РУТИ
ВО КОСОВО”**

- ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА -

Кандидат:

М-р Авни Красниќи

Ментор:

Проф. Д-р Цветко Андреески

Охрид, 2022 година

СОДРЖИНА

Апстракт	4
Abstract.....	5
ВОВЕД.....	6
Поглавје I.....	9
Методолошки основи на истражувањето.....	9
1. Цел и предмет на истражувањето.....	9
2. Методологија на истражувањето	10
3. Основна и помошни хипотези	11
4. Очекувани резултати	12
5. Структура на трудот	12
Поглавје II Туристички ресурси на Косово	14
1. Природни ресурси на Косово	14
2. Антропогени ресурси на Косово	47
Поглавје III Туристички извори и туристички капацитети на Косово.....	64
1. Туристички извори на Косово	64
2. Туристички капацитети на Косово.....	82
Поглавје IV.....	85
Улогата на ГИС во креирањето на туристичките рути	85
1. Туристички рути	85
2. Видови на туристички рути.....	87
3. Чекори во планирање на туристичките рути.....	90
4. Просторна конфигурација на туристичките рути.....	93

5. Систем на географски информации – ГИС	96
6. Примена на ГИС на страната на туристичката понуда	105
7. Примена на ГИС на страната на туристичка побарувачка	113
8. Анализа на маршрути и туристички дестинации со помош на ГИС	114
Поглавје V Истражување и анализа на проблемот	123
1. Анализа на прашањата од анкетниот прашалник	123
2. Тестирање на поставените хипотези	150
ЗАКЛУЧОК.....	156
ПРИЛОГ.....	161
ЛИТЕРАТУРА.....	166

Апстракт

Генерално, информатичката технологија и туризмот се двата најдинамични двигатели во глобалната економија. Во последните децении, од огромно значење за развојот на туризмот е употребата на информационите системи кои воедно инкорпорираат бројни географски податоци за одредени локации (Географски информациона системи – ГИС).

ГИС е компјутерски моќен сет на алатки за собирање, складирање, преземање, мапирање, анализа, трансформирање и прикажување на просторни и непросторни податоци од географскиот свет, за одреден сет на цели, кои се разликуваат за секоја дисциплина. Нивниот капацитет за складирање, преземање, анализирање, моделирање и мапирање на областите со огромни количини на просторни податоци, доведе до значително зголемување на бројот на апликации. ГИС е усвоен како корисна алатка со широк спектар на активности, како што се: планирање и управување со просторот и животната средина, поставување на инфраструктура, планирање на појавите, системи за навигација, урбанистички студии, анализи на пазарот и деловна демографија.

ГИС може да се користи во туризмот како алатка за поддршка во процесот на донесување на одлуки за планирање во туризмот; за истражување на состојбата на областите, трендовите и промените; за проценка на влијанието на туризмот; за обрасци кои се поврзани со користењето на ресурсите; за управување со протокот на посетителите; за избор на туристичката дестинација; за креирање на карти; за креирање на туристички рути до и низ туристичката дестинација итн. Може да се користи и за одредување на најдобрата локација за креирање на нова туристичка дестинација.

Овој труд ги испитува ставовите на туристите за достапноста на квантитетот и квалитетот на информациите кои може да се најдат на интернет, а кои се од особено значење за креирање на туристичките рути во Косово.

Клучни зборови: ставови, туристи, информации, интернет, ГИС, туристички рути, Косово

Abstract

In general, information technology and tourism are the two most dynamic drivers in the global economy. In recent decades, the use of information systems that also incorporate a number of geographical data for certain locations, ie GIS, is of great importance for the development of tourism.

GIS is a computer based powerful set of tools for collecting, storing, retrieving, mapping, analyzing, transforming and displaying spatial and non spatial data from geographic world for a particular set of purposes that varies for each discipline. Their capacity to store, retrieve, analyse, model and map large areas with huge volumes of spatial data has led to an extraordinary proliferation of applications. GIS has been adopted as a useful tool by a wide range of activities such as environmental planning, property management, infrastructure setting, emergence planning, automobile navigation systems, urban studies, market analyses, and business demographics

GIS can be used in tourism as a decision supporting tool for tourism planning, for investigating condition of the area, trends and changes, impact assessment, patterns associated with resource use, visitor flow management, tourism destination selection, map creation, routing to and through the tourism destination. It can also be used to determine the best site for a newly built tourist destination. Therefore, the potential for GIS applications in tourism is significant.

This paper examines the attitudes of tourists about the availability of quantity and quality of Internet information that are of particular importance for the creation of tourist routes in Kosovo.

Key words: attitudes, tourists, information, internet, GIS, tourist routes, Kosovo

ВОВЕД

Во последните децении кои се карактеризираат со енормен развој на информатичката технологија, маркетингот и особено нагласената комерцијалност во работењето, настануваат интензивни и динамички промени на туристичкиот пазар. Зголемената конкуренција од најстар вид не е карактеристична само за економските субјекти на страната на туристичката понуда, туку и за самите туристички дестинации.

Конкуренцијата помеѓу самите туристички дестинации претставува особено обележје во современите текови на живеење, и не се одвива само помеѓу туристичките дестинации кои се наоѓаат на различните континенти и земји, туку и помеѓу туристичките дестинации кои се наоѓаат во рамките на една земја. Тие во своето работење ги користат сите расположливи ресурси, можности, знаења, квалитети и идеи во намерата да привлечат колку што е можно поголем број на туристи (а особено странски туристи).

Дестинациите кои ќе успеат да создадат супериорна вредност и сопствен бренд, кои располагаат со голем број на капацитети од најразличен вид и од највисока категорија, кои нудат производи и услуги со врвен квалитет, најразлични активности за збогатување на туристичкиот престој, кои ќе овозможат целосно и квалитетно задоволување на потребите на туристите и креирање на богато, уникатно и незаборавно искуство на туристите, имаат поголеми шанси за привлекување на поголем број на туристи, за остварување на повисоки економски ефекти од развојот на туризмот, за подолгорочно опстојување на пазарот и за елиминирање на конкуренцијата.

Од друга страна пак, разликите меѓу туристите стануваат сè поизразени. Тие се разликуваат помеѓу себе не само по социо-демографските и економските карактеристики (возраст, пол, степен на образование, висина на приходи, куповна моќ, начин и стил на живот итн.), туку и од аспект на нивните желби, потреби, барања, ставови, следење на современите текови на мода итн., што неизбежно наметнува разлики во поглед на донесувањето на одлуки за туристичкото патување, видот на туристички производи и услуги и изборот на туристичката дестинација во која ќе патуваат.

Значајна карактеристика на страната на туристичката побарувачка во последно време е стремежот на туристите да ги задоволат своите комбинирани потреби за време на туристичкото патување и престој во дестинациите: деловни активности, одмор, забава, разонода, спортски активности, авантуризам, шопинг, посета на културно - историски споменици, посета на рурални подрачја и чиста животна средина итн. Како резултат на тоа, мулти-туристичките дестинации се фокусирани на креирање на можности за постојано задоволување на нивните потреби, така што новите туристички производи постојано се прошируваат по асортиман и квалитет.

Конечната одлука на потрошувачите за посета на осредена туристичка дестинација и за купување на туристичкиот производ, подразбира сериозно и подолгорочно прибирање информации за нив од различни извори: сопствените претходни искуства во врска со туристичките патувања и посета на одредени дестинации, искуства од роднини и пријатели, како и разни промотивни активности кои се креирани од страна на конкретната туристичка понуда. Меѓутоа, во најголем број на случаи, потенцијалните туристи пред да се одлучат за посета на одредена туристичка дестинација, информациите за неа, за нејзините туристички можности и капацитетите со кои располага, ги пребаруваат на интернет користејќи ја компјутерската и интернет технологијата.

Информатичката технологија е поим што ги опфаќа сите форми на технологија што се користат за креирање, снимање, манипулирање, комуникација, размена, презентирање и користење на податоци во сите нивни различни форми (деловни податоци, гласовен разговор, неподвижни слики, подвижни слики, мултимедијални презентации и други форми). Со развојот на технологијата и дигитализацијата на информациските процеси, интерактивната комуникација преку интернет води кон развој на нови трендови во туристичката индустрија. Новите технологии овозможуваат побрз пренос на информации и високо вмрежување преку бројни платформи кои влијаат на динамиката на туристичките движења. Од друга страна пак, интернетот им овозможува на носителите на туристичката понуда ефикасно да ја претставуваат својата понуда на нови пазари и да формираат нови пакети кои ќе им бидат понудени на корисниците во областа на гастрономијата, автохтоните производи, забавата, авантуристичките и научните содржини. Носителите на туристичката понуда го доживуваат интернетот и неговите платформи како

неопходност во современото секојдневно работење, како можност за промоција на своите производи и услуги, приближување кон нови и најоддалечени пазари, можност за директна комуникација со клиентот, средство за зголемување на продажбата и намалување на трошоците од работењето итн.

Со спојување на информативните системи со географските референци во последните децении настанаа Географските информациона системи (ГИС). ГИС претставува компјутерски информациски систем. Меѓутоа помеѓу него и другите компјутерски бази на податоци постои важна разлика која се состои во тоа што сите информации во ГИС мора да бидат поврзани со географска (просторна) референца (географска ширина/должина или други просторни координати).

Географските информациона системи се карактеризираат со способност за интегрирање на геопросторни податоци од голем број на различни извори. Функционалноста на ваквите системи дава можности за вршење на различни просторни анализи кои се базираат на различни модели за апликација. Една од нивните можности е изработка на различни мапи (карти).

ГИС може да се примени во сите сфери на човековото живеење и кај сите активности (економијата, земјоделството, шумарството, војската, полицијата, урбаното и туристичкото планирање, деловното работење, туризмот итн.).

Овие системи во последните децении наоѓаат особено значајна примена во областа на туризмот. Тие овозможуваат бројни предности како за страната на туристичката понуда, така и за страната на туристичката побарувачка односно за туристите.

Нивната апликација им овозможува на туристите пронаоѓање и разгледување на сите места од земјината топка, одредување на растојанијата меѓу местата, прикажување на времето потребно за да се стигне од едно место до друго во зависност од начинот на патување (автомобил, велосипед, пешачење), прикажување на различните атрактивности кои постојат на одредени локации (културно историски споменици, археолошки локации, природни ресурси - езера, бањи, планински врвови), сместувачки капацитети, бензиски станици, па дури и можности за свое индивидуално креирање на туристичките рути.

Поглавје I

Методолошки основи на истражувањето

1. Цел и предмет на истражувањето

Предмет на овој труд е да се утврди достапноста на информациите што се присутни на интернет, кои се однесуваат на поодделни туристички природни и антропогени атрактивности, поодделни локалитети, како и на цело Косово како туристичка дестинација а кои ќе им помогнат на туристите при креирањето на нивните рути (маршутути).

Целта на оваа докторска дисертација е да се укаже на огромната важност што ја имаат информациите, информационите системи, а посебно Географските информации системи за целокупниот развој на туризмот во туристичките дестинации воопшто (а во тој контекст и за Косово како туристичка дестинација), како за страната на туристичката понуда, така и за страната на туристичката побарувачка односно за туристите. Во тој контекст, во овој труд особено се потенцира важноста на информациите и Географските информации системи (ГИС) во процесот на креирање на туристичките рути.

2. Методологија на истражувањето

Истражувањето за оваа докторска дисертација беше спроведено во периодот 20 август-15 септември 2021 година. Во ова истражување беа опфатени вкупно 300 туристи од кои 159 (53%) беа од машки пол, а 141 (47%) од женски пол. Од вкупниот број на анкетирани туристи, најголемиот број (249 туристи односно 83%) беа домашни туристи (со место на живеење на територијата на Косово), а останатите 51 турист односно 17 % беа странски туристи (со место на живеење надвор од Косово). Анкетираните туристи припаѓаа на различни возрасни категории и различен степен на образование.

Анкетниот прашалник содржеше вкупно 19 прашања, од кои 7 прашања се однесуваа на податоците за самите туристи, а останатите 12 прашања се однесуваа на предметот на истражување на оваа докторска дисертација. Сите прашања кои беа опфатени во анкетниот прашалник беа од затворен тип односно прашања на кои беа дадени по неколку алтернативни одговори, од кои испитаниците требаше да го изберат оној одговор кои сметаа дека најблиску го одразува нивното размислување и став,

Податоците во ова истражување се обработени со алатката SPSS.

Најпрво за одговорите на секое прашање е извршена дескриптивна статистика при што е пресметана фреквенцијата, процентот и кумулативниот процент, а резултатите се прикажани со помош на графикони.

Со цел пак да се докажат или отфрлат основната и помошните хипотези кои се поставени на почетокот на овој труд, извршено е вкрстување на одредени прашања од анкетниот прашалник, при што се извршени пресметки на Хи квадрат за да се утврдат разликите кои постојат во ставовите на домашните и странските туристи во однос на информациите кои што ги нашле онлајн за Косово, дали достапните информации ги исполнуваат преференциите на туристите за посета на одредени туристички дестинации и

се доволни или пак се неопходни дополнителни информации за туристичките дестинации во Косово.

За да се изведат адекватни заклучоци, во оваа докторска дисертација беа користени следните методи на истражување: методот на анализа, методот на синтеза, методот на индукција, методот на дедукција, компаративниот метод, историскиот метод, методите на докажување и побивање.

3. Основна и помошни хипотези

Основната хипотеза на трудот е следната:

H0: Посетителите, а посебно туристите од странските земји, имаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат бидејќи не можат да најдат доволно информации за туристичките атракции, за околината на местото кое го посетуваат, без разлика дали станува збор за природни или археолошки туристички монументи, архитектонско наследство и слично.

Како **посебни хипотези** кои се користат при истражувањето во овој труд се следните:

H1: Дестинациите кои туристите сакаат да ги посетат, не нудат доволно информации.

H2: Достапните информации за туристичките дестинации не се доволни за да побудат интерес за посета кај посетителите.

4. Очекувани резултати

Се очекува истражувањето од овој труд да ги стимулира сите носители и креатори на туристичката политика во Косово да го зголемат квантитетот и квалитетот на информациите кои се од големо значење за развојот на туризмот во оваа туристичка дестинација. Овие информации треба да бидат колку што е можно подетални и побогати, и треба да се однесуваат на сите аспекти од областа на туризмот: капацитетите во Косово, природните и антропогените ресурси, патните информации, климатските информации итн. што ќе им овозможат на туристите збогатување на нивното знаење за оваа дестинација и можност за креирање на сопствени рути на патувања. Информациите за туристичката понуда, интегрирани со богатото културно – историско наследство на Косово, мноштвото на природни ресурси и квалитетните туристички производи и услуги, ќе придонесат за привлекување на поголем број на туристи, за конкурентност на Косово како туристичка дестинација, создавање на бренд, како и зголемување на економските ефекти од развојот на туризмот.

5. Структура на трудот

Докторската дисертација е структурирана во 5 поглавја и тоа:

Првиот дел се однесува на теоретско – методолошкиот пристап на истражувањето. Во таа смисла посебно обработени се предметот и целта на истражувањето, методите кои се користени во истражувачкиот процес, основната и помошните хипотези на истражување, како и очекуваните резултати од ова истражување.

Вториот дел на дисертацијата опфаќа анализа на природните ресурси и културното наследство како најзначајни атрактивни фактори за привлекување на туристите во туристичките дестинации. Овие два фактори се најчестите причини за посета на одредена туристичка дестинација. Во оваа глава посебен осврт е направен на различните категории

на богатото антропогено наследство на Косово, како и мноштвото на природни ресурси со кои располага (планини, клисури, пештери, езера, реки, бањи, богата флора и фауна) кои претставуваат значаен потенцијал за развој на бројни видови на туризам.

Третата глава на трудот се однесува на анализа на туристичкиот промет во Косово (број на домашни и странски туристи и нивните ноќевања, територијална разместеност на туристичкиот промет во Косово, емитивните зони кои претставуваат значаен туристички пазар за Косово, како и анализа на туристичките капацитети по региони во Косово.

Четвртата глава насловена како Улогата на ГИС во креирањето на туристичките рути опфаќа објаснување на поимот туристички рути, видови на туристички рути, чекори во планирањето на туристичките рути, просторна конфигурација на туристичките рути, анализа на системот на географски информации – Гис и неговата примена како на страната на туристичката понуда, така и на страната на туристичката побарувачка, но и анализа на туристичките рути и дестинации со помош на ГИС.

Петтата глава е резервирана за истражувањето кое е централен дел на овој докторски труд. Истражувањето опфаќа анализа на прашањата од анкетниот прашалник кој е креиран за потребите на овој труд. Анализата на прашалникот има за цел да даде одговор на прашањата кои се поставени во првата глава на овој труд преку тестирање на хипотезите кое се врши со помош на дескриптивната и меѓу-секциската анализа.

На крај на трудот се изведени заклучоци и дискусии во врска со резултатите од истражувањето, како и од финалните резултати од тестирањето на хипотезите.

Поглавје II Туристички ресурси на Косово

1. Природни ресурси на Косово

Климата во Косово е средно-континентална, со доминантно влијание на јадранско-медитеранската клима на Дукаѓинската рамнина, низ долината на Бел Дрим, како и со помало влијание на променетата јадранско-егејска клима на косовската рамнина. Просечните годишни температури изнесуваат 10°C (при што минимално измерената температура изнесува -27 ° C, а максималната температура 39°C)¹. Главните климатски макро-фактори кои влијаат на климата на Косово се: неговата позиција во однос на копнените маси (Евразија и Африка), водните маси (Атлантскиот Океан и Медитеранот), воздушните маси (тропски и арктичко-морски или континентални), положбата на баричните системи (максимум Азори и минимум Исланд). Главните локални фактори кои влијаат на климата на Косово се: релјефот, водата, почвата и вегетацијата.

Во Косово се присутни сите форми на врнежи. Од големо значење се дождовите во котлините и врнежите од снег на планините (Проклетии и Шара), каде во источниот дел на Косово годишно во просек изнесуваат над 600 мм, додека во западниот дел над 700 мм. Во текот на годината најголемо количество врнежи паѓа на планините Проклетии (1750 mm). Снежните врнежи се вообичаени во студениот дел од годината. Во пониските делови на Косово во просек има 26 снежни денови, а во планинските над 100 снежни денови. Врз основа на податоците забележани на мерните станици, просечните годишни врнежи во Косово се движат од 570 mm (Каменица) до 1408 mm (Јуник)².

¹ Agencije za zaštitu sredine Kosova. (2010). STANJE VODA NA KOSOVU IZVEŠTAJ, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja & Agencija za zaštitu sredine Kosova, Pristina.

² Gavrilović D.; Menkovic L, Belij C. (1998). Zaštita geomorfoloških objekata u geonaslegju Srbije. Zaštita prirode, str.46.

Иако Косово е мала земја, таа е богата со природни вредности, раритети и убавини. Таа има богат биодиверзитет, бројни геоморфолошки, хидролошки и екосистемски вредности кои се од исклучително значење за развојот на туризмот. Најголемиот број на растителни и животински видови, екосистеми и геоморфолошки ресурси во Косово се наоѓаат на Шар Планина, планините Проклетии (познати како Албански Алпи), планината Коритник и планината Паштрик. Овие планини се познати уште и како центри на биолошката разновидност на Балканот.³

Специфичниот релјеф на овој регион, кој е поврзан со неговата глацијална геоморфологија, претставен е преку бројни природни ресурси кои вклучуваат циркови, длабоки долини, високи глацијални и нивални езера, високи планински врвови и карпи со ливади, кањони, реки, како и присуство на бројни други екосистеми.

Според Gavrilović et al.⁴ (1998), Косово има 41 геоморфолошки објект од национално и меѓународно значење. Од нив, 19 објекти имаат меѓународно значење (при што 14 припаѓаат на глацијалниот релјеф, а 5 објекти припаѓаат на предглацијалниот релјеф), а 3 објекти имаат регионално (балканско) значење.

Шар Планина содржи осум објекти кои припаѓаат на глацијалниот релјеф и три дополнителни објекти кои припаѓаат на предглацијалниот релјеф. Планините Проклетии содржат пет објекти кои припаѓаат на глацијалниот релјеф и два објекти кои припаѓаат на предглацијалниот релјеф, додека планините Коритник содржат само еден објект кој припаѓа на глацијалниот релјеф. Геоморфолошките облици кои припаѓаат на флувијалниот релјеф, а се од регионална (балканска) вредност се: Кањонот Ругова (кој се наоѓа на планините Проклетии), големиот тресет во Шутман (кој се наоѓа на Планината Шар) и кањонот Мируша. Овие геоморфолошки облици ги исполнуваат критериумите 7 и 8 од Конвенцијата за Светското Наследство (World Heritage Convention) (табела 1).

³ Mustafa B., Hajdari A., Mustafa V., Pulaj B. (2018). Natural Heritage in the Republic of Kosovo: Looking for Potential UNESCO Sites, Landscape Online 63:1-16, DOI 10.3097/LO.201863, p.5.

⁴ Gavrilović D.; Menkovic L, Belij C. (1998). Zaštita geomorfoloških objekata u geonaslegju Srbije. Zaštita prirode, str.50.

Табела 1. Вредности на природно наследство во Косово според критериумите 7-10 од Конвенцијата за светско наследство

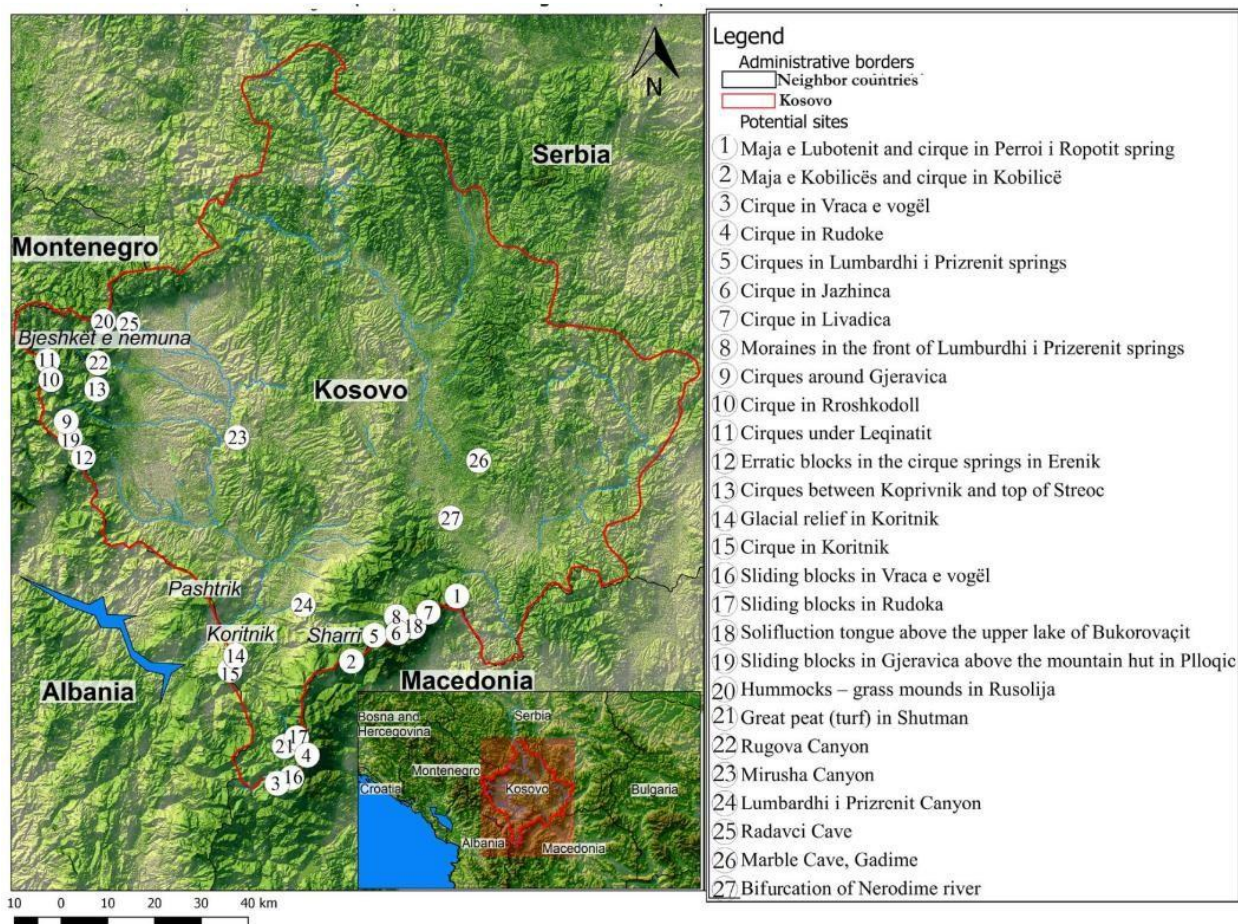
WHC природни објекти/локалитети	Регион	Име на WHC објектите/локалитетите	WHC критериум
Глацијален релјеф со меѓународно значење	Шар Планина	Врвот на Љуботен и циркот во изворот Perroi Ropotit	VIII
		Врвот на Кобилица и циркот на Кобилица	VIII
		Циркот во Мали Врач	VIII
		Циркот во Рудок	VIII
		Циркот во Призренските извори Лумбарди	VIII
		Циркот во Јажинце	VIII
		Циркот во Ливадица	VIII
		Мораини во предниот дел на изворите Лумбарди	VIII
	Планини Проклети	Циркови околу Геравица	VIII
		Цирк во Рошкодол	VIII
		Циркови под Леќинати	VIII
		Чудни блокови во циркните извори во Ереник	VIII

		Циркови помеѓу Копривник и врвот Стрец	VIII
	Коритник	Циркот во Коритник	VIII
Предгласијален релјеф	Шар Планина	Лизгачки блокови во Мали Врач	VIII
		Лизгачки блокови во Рудока	VIII
		Солифлукциски јазик над горното езеро Букоровачит	VIII
	Планини Проклетии	Лизгачки блокови во Ѓеравица над планинската колиба во Плоќиќ	VIII
		Ридови – насипи од трева во Русолија	VIII
Гласијален релјеф од регионално (балканско) значење	Шар Планина	Одличен тресет во Шутман	VII и VIII
	Проклетии	Кањонот Ругова	VII и VIII
	Мируша	Кањонот Мируша	VII и VIII
Водни екосистеми	Шар Планина	112 се лоцирани на Шар Планина	VII
	Проклетии	34 се лоцирани во Планините Проклетии	VII
	Коритник	6 се лоцирани во Планините Коритник	VII
	Феризај	Бифуркација на реката Неродимка	VII и VIII

Биодиверзитет (локални ендеми)	Главно на Шар Планина, Проклетији, Паштрик, како и во централниот дел на Косово	Осум стеноендемични растенија (локални ендеми)	X
	Шар Планина	Еден локален ендемичен животински вид	X
	Шар Планина, Проклетији, Коритник и Паштрик	Еден суб-ендемичен (балкански) вид	X
Значајни тековни еколошки и биолошки процеси	Шар Планина и Планините Проклетији	Европска бука во различни услови на животната средина	IX
Исклучителна природна убавина и естетско значење	Шар Планина	Целиот планонски масив	VII
	Планините Проклетији	Целиот планонски масив	VII
	Планините Коритник	Целиот планонски масив	VII

Извор: Mustafa B. et al. (2018). Natural Heritage in the Republic of Kosovo: Looking for Potential UNESCO Sites, Landscape Online 63:1-16, DOI 10.3097/LO.201863, p.5

Слика 1. Регионални и интернационални геоморфолошки природни вредности на Косово



Во Косово има 19 пештери (спелеолошки објекти). Четири од овие пештери се активни, три се полуактивни, додека останатите 12 пештери се неактивни⁵. Две од овие пештери се отворени за посетители. Тоа се: Мермерната пештера и пештерата Радавци.

Мермерната пештера или Пештера Гадиме (слика 2) претставува една од најважните туристички атракции во Косово. Таа се наоѓа на околу 20 километри јужно од главниот град Приштина, во селото Гадиме, општина Липљан. Оваа пештера била

⁵ Bajraktari F., Behrami S., Katallozi F. (2010). Shpellat e Kosovës. ProGEO-Kosova, Prishtinë.

случајно откриена во 1969 година од страна на земјоделецот Ахмет Дити. Во 1969 година била прогласена за заштитено подрачје со вкупна површина од 56, 25 ha од страна на МСЗП во третата категорија. За првпат била отворена за туристи во 1976 година. Мермерната пештера е единствен карстен феномен во Косово и многу редок феномен во светот. Таа настанала во терциерниот период и е единствената позната мермерна пештера во Европа. Нејзината старост се проценува на 80 милиони години. Таа била истражувана од страна на бројни спелеолошки тимови од Југославија во текот на 1970-тите години, но голем дел од оваа пештера сèуште е неистражен, затоа што многу премини се блокирани од речните депозити. Моментално се истражени само 1 350 m² од пештерата и може да се посетуваат од страна на туристите.

Главна атракција на оваа пештера се сталактитите, сталагмитите, арагонитските формации и мермерните блокови од камен од коишто доаѓа и името на оваа пештера. Сталактитите и сталагмитите се наоѓаат во најголем дел од коридорите на пештерата. Тие се појавуваат во различни форми и големини, формирани се во сите фази на создавањето на пештерата и сèуште се активни. На некои од овие форми на сталактити и сталагмити, месните жители им имаат дадено и различни имиња. Во оваа пештера се појавуваат и тн. валкани декорации, од кои повеќето се сталагмити. Всушност, станува збор за ритмички слоеви од црвена глина и калцитит во сталагмитите. Посебно внимание во пештерата заземаат арагонитските кристали со голем обем и различни форми, кои претставуваат редок феномен во светот. Тие се насочени во сите правци, а некои од овие арагонитски кристали имаат должина дури до 30 сантиметри.

Температура во Мермерната пештера се движи помеѓу 9,6 °C и 16 °C во зависност од галеријата или сезоната. Просечната влажност на пештерата е многу ниска.

Слика 2. Мермерна пештера



Пештерата Радавци (слика 3) е праисториски археолошки локалитет и природен споменик. Се наоѓа на изворот Бели Дрим, во Радавац, општина Пеќ, во карпите кои го формираат врвот Русолија на Планините Проклетии на 2 381 м.н.в. Прогласен е за споменик на природата во 1982 година. Има површина од 90 ha, а за посетителите, пештерата е достапна само на околу 200 метри. Пештерата Радавци има должина од приближно 1420 метри (вклучувајќи ги сите канали на пештерата). Пештерата сèуште не е доволно истражена, а се вели дека преку неа може да се стигне до другата, западната страна на Проклетии. Локалитетот претставува повеќекатна пештера, украсена со пештерски накит (сталактити и сталакмити), со голем број галерии, сали и ходници. Најинтересен дел од пештерата се таканаречените кади или каскади во кои повремено има вода. Во пештерата се пронајдени остатоци од животински коски од палеолитот и дел од вилица на пештерска мечка, па се претпоставува дека таа била населена во палеолитот. Температурата во пештерата е константна и изнесува 9 °C.

Слика 3. Пештера Радавци



Покрај овие две пештери, Косово има уште неколку пештери, како на пример Пештерата Голема Клисура, Панорската Пештера, Пештерата Души, Пештерата Затриќ и др. Подобрувањето на нивната инфраструктура би овозможило многу добри услови за развој на пештерскиот туризам во Косово.

Хидрографијата на водотекот на Косово е поделена на четири речни сливови и тоа: Бели Дрим, Ибар, Биначка Морава и Лепенци. Резервите на подземни води и на површинските текови се најголеми во западниот дел на Косово.

Косовските реки се влеваат во три морски басени и тоа: Црно Море, Јадранско Море и Егејско Море. Најголем дел од реките припаѓаат на сливот на Црното Море 50.7%,

а потоа следи сливот на Јадранското Море 43.5% и сливот на Егејското Море 5.8%.⁶ Главните реки кои припаѓаат на Црноморскиот слив се: Ибар, Ситница со гранките Лап и Дреница; и Биначка Морава. На сливот на Јадранското Море припаѓа реката Бели Дрим со гранките: Пеќка Бистрица, Дечанска Бистрица, Призренска Бистрица, река Клина, Ереник, Мируша, Топлуха и Пљава, додека реката Лепенац со главен крак Неродимка припаѓа на сливот на Егејското Море. Најголема должина во километри на територијата на Косово има реката Бели Дрим со 122 км, а најмала Ереник со 21 км. Податоците за должината во внатрешноста на главните реки во Косово се прикажани во следната табела (табела 2).

Табела 2. Должина во километри и површина на главните реки во Косово

Име	Должина во км на територијата на Косово	Површина во км ²
Бели Дрим	122	4 622
Ситница	90	2 873
Пеќка Бистрица	62	424.9
Биначка Морава	60	1 552
Лепенац	53	679.0
Ереник	21	510.3
Ибар	42	1 155
Призренска Бистрица	31	262.6

Извор: Agencije za zaštitu sredine Kosova. (2010). STANJE VODA NA KOSOVU IZVEŠTAJ, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja & Agencija za zaštitu sredine Kosova, Pristina, str.30

⁶ Agencije za zaštitu sredine Kosova. (2010). STANJE VODA NA KOSOVU IZVEŠTAJ, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja & Agencija za zaštitu sredine Kosova, Pristina, str.30

Најважните езера на Косово се вештачки создадени. Тоа се езерото Газивода кое се наоѓа на северозапад; Радоњичкото езеро кое е лоцирано на југозапад; Батлавското езеро и Бадовачкото езеро (или Грачаничко езеро) кои се наоѓаат на североисток.

Езерото Газивода (слика 4) е најголемото вештачко езеро во Косово, создадено во 1977 година со преградување на реката Ибар во нејзиниот горен тек. Ова езеро се наоѓа во општина Зубин Поток, на северот на Косово. Над езерото се наоѓаат планините Мокра Гора, во чие подножје се наоѓа манастирот Црна Река и Рогозна. Езерото е долго 24 километри и длабоко 107 метри. Основната намена на ова езеро е наводнување на косовските низини, а има и помала хидроцентрала која се наоѓа на истоименото место. Каналите ја одведуваат водата од Газивода до езерото Грачаница каде се користат за снабдување на градот Приштина. Иако покрај езерото нема угостителски објекти, тоа е мошне посетено. Луѓето го посетуваат заради капалишни цели, но и заради ловење на риба бидејќи тоа е исклучително богато со риба. Во текот на 2017 и 2018 година, меѓународен тим од археолози и научници спровел подводни истражувања при што биле откриени неколку споменици од средновековната српска култура. Најзначајни од нив се: остатоците од палатата на српската средновековна кралица Јелена Анжујска, остатоците од манастирот Чкиља, камбанаријата од 13 век, две средновековни цркви и девет римски некрополи.

Меѓу подводните откритија се наоѓаат и остатоците од женско училиште, како и делови од замокот во поплавеното село Брњаци, од каде Јелена Анжујска управувала со териториите на тогашните Зета, Требиње, Плава, Поибарје.

Слика 4. Езеро Газивода



<https://viewkosova.com/visit-kosovo/ujmani-gazivoda-lake/>

Радоњичкото езеро (слика 5) е второ по големина на територијата на Косово, после езерото Газивода. Тоа има површина од $5,62 \text{ km}^2$, максимална ширина од 2.2 км, максимална должина од 4.7 км, просечна длабочина 15 метри, а максималната длабочина му изнесува 30 метри. Во 80-тите години на ова место постоел град, меѓутоа за време на процесот на создавање на ова вештачко езеро, градот морал да биде потопен под него, а жителите се иселиле. За време на различни периоди од годината, кога плимата е ниска, може да се види самиот врв на црквата која се наоѓа потопена под површината на езерото.

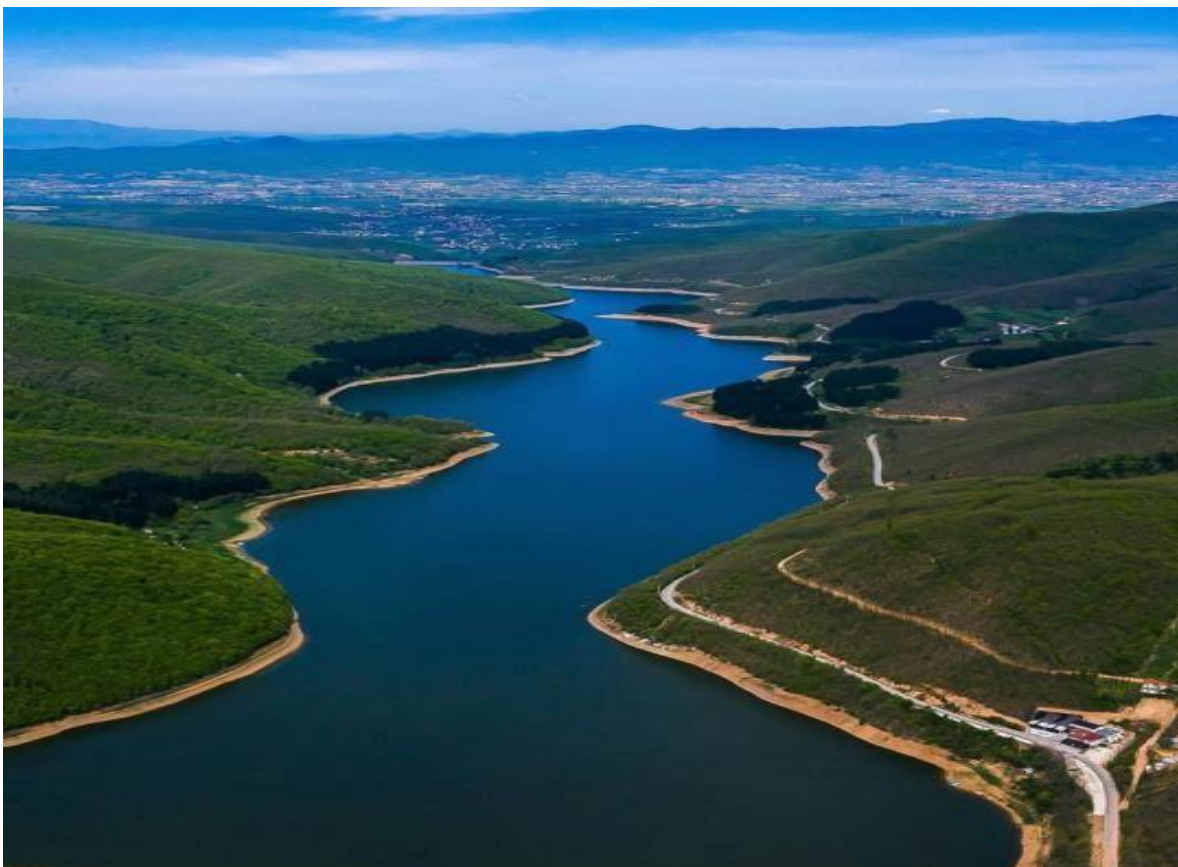
Слика 5. Радоњичко езеро



<https://twitter.com/imageofkosovo/status/1261966020681613312>

Батлавското езеро (слика 6) е вештачко езеро во Косово, кое се наоѓа помеѓу Орлан и Батлава, на околу 20 километри североисточно од Приштина. Се наоѓа на реката Батлава, во сливот на Елба, каде во 1958 година била изградена брана во близина на местото Батлава. Должината на езерото изнесува околу 6,7 km, просечната ширина е 450 метри, длабочината 35-40 метри, додека вкупната површина е околу 3 km. Езерото претставува туристичка атракција и е исклучително богато со риба. Најзастапен е крапот, а од белата риба најзастапени се девериката, бодорката и кленот. Ова езеро го добило името по реката и местото Батлава.

Слика 6. Езеро Батлава



На територијата на Косово постојат и голем број на мали природни глацијални и нивелни езера кои се наоѓаат на високите планини. Нив ги има дури 152 на број и претставуваат природни хидролошки вредности со изразита атрактивност. Според Конвенцијата на Светското Наследство, тие се класифицирани според критериумот VII. Најголемиот број од овие езера (112) се наоѓаат на Шар Планина (кои се познати и како Шарски очи), 34 езера се наоѓаат на Планините Проклетии, а 6 езера се наоѓаат на Планините Коритник. Овие езера се лоцирани на надморска височина поголема од 2000 метри. Најголеми глацијални езера на Шар Планина се Големото Јажинско езеро и Ливадичкото езеро, а на Планините Проклетии најголемо глацијално езеро е Ѓеравичкото езеро.

Големото Јажинско езеро (слика 8), заедно со Малото Јажинско езеро ги сочинуваат Јажинските езера кои се наоѓаат на Шар Планина. Името го добиле по селото Јажинце, кое се наоѓа веднаш под нив, на самото подножје на планината. Големото Јажинско езеро се наоѓа во источниот дел на Шар Планина, веднаш под врвот Пескови. Езерото се наоѓа на 2180 m надморска висина, на карпест басен и има јајцевиден облик. Неговата максимална должина изнесува 125 m, а максималната ширина околу 90 m. Обемот на неговиот брег изнесува околу 500 m. Точната длабочина не е измерена, но се претпоставува дека изнесува околу 5 метри. Кога езерото има висок водостој, длабочината изнесува нешто повеќе од 12 метри. Ова езеро е најдлабоко од сите Шарпланински езера. Езерото се храни со вода од еден поток кој не пресушува и од неколку ледници кои ги има во околината. Водата е кристално чиста и просирна до самото дно. Кога има висок водостој, водата од езерото истекува во вид на поток или понира. Понирањето на водата е всушност изворен крак на Јажинската река, која подоцна се влева во Сува река. Од некои страни езерото е опкружено со големи карпи што го прави идеално за засолнување на животните.

Слика 8. Големо Јажинско Езеро



<http://wikimapia.org/16158280/Big-Ja%C5%BEina%C4%8Dko-Lake#/photo/1550488>

Ливадишкото Езеро (слика 9), познато и како Штрбачко Езеро, се наоѓа во длабок цирк, во подножјето на врвот Ливадица, на надморска височина од 2173 метри. Езерото е лоцирано на околу 6 километри југоисточно од Штрпце по што и го добило своето име. Неговата должина изнесува 220 метри, ширината 124 метри, а обемот на езерото 683 метри. Зафаќа површина помала од еден квадратен километар. Длабочината на езерото варира од 6,5 до 8,6 метри, во зависност од годишното време. Она што го карактеризира ова езеро е неговата кристално бистра вода, благодарение на која е прозирно до самото дно. Во текот на зимата езерото е целосно замрзнато. На брегот на ова место особено е популарно кампувањето, при што посетителите се задржуваат и по неколку дена.

Езерото има свој подземен извор, кој е изворен крак на Калуџерска река. Се полни со вода преку врнежи, топење на снегот, како и од многу површински и подземни извори.

Слика 9. Ливадишко Езеро



<https://www.srbijapodlupom.com/strbacko-jezero/>

Езерото Ѓеравица (слика 10) се наоѓа веднаш под врвот на планината Ѓеравица, на околу 2 200 метри надморска височина. Има површина од 2 хектари и облик кој наликува на заб. Максималната должина изнесува 240 метри, ширината 120 метри, а максималната длабочина 3,8 метри. Од ова езеро истекува реката Ереник.

Слика 10. Езерото Ѓеравица



https://www.reddit.com/r/europe/comments/g8ae3w/gjeravica_is_a_glacial_lake_located_2200_meters/

Косово исто така располага и со карстни, термални и минерални извори, кои се од големо значење за развојот на туризмот. Според досегашните податоци, на Косово се

регистралирани околу 30 извори на термална и минерална вода⁷. На овие термоминерални извори изградени се познатите бањи: Пеќка бања (Илица) кај Пеќ, Клокот бања кај Витина, Бањска (Рајска Бања) кај Звечан, Кметовска кај Гњиљане, Угљарска кај Грачаница и Бањата Клокот кај Житиње.

Бањска, уште наречена и Рајска бања, се наоѓа на југоисточните падини на планината Рогозна, на надморска височина од 533 метри. Температурата на водата кај изворите на оваа бања изнесува 40.1°C, 58.1°C, 28.3°C, 38.4°C.⁸

Кметовската бања која се наоѓа кај Гњиљане, има седум извори на термоминерална и минерална вода. Водата од изворот Кисели (киселински извор) која дава 1 литар/сек е алголошки анализирана, а нејзината температура изнесува 27°C.⁹

Клокот бања се наоѓа во котлината на реката Биначка Морава, во местото Клокот кое е оддалежено 15 км од Гњиљане. Врз основа на некои податоци, се смета дека минералната вода од овие простори се користела уште во праисторијата. Постојат пишувани документи дека лековитите својства на оваа вода биле познати уште во времето на антиката, на што укажува и фактот дека на ова место се откриени остатоци од цевки од римскиот период, како и остатоци од римска населба во местото Врбан недалеку од Клокот која била најголема римска населба на територијата на Косово. Водата од овие термоминерални извори исто така се користела и во средниот век од страна на српските владетели кои знаеле за нејзината лековита моќ. Така, во некои пишувани извори е наведено дека во 1381 година, кнезот Лазар спомнува место наречено Клокот.

Термоминералната вода на Клокот бања припаѓа на ладни, хипо и хомеотермални води. Во Клокот бања има два вида на минерални извори. На едниот извор температурата на

⁷ Agencije za zaštitu sredine Kosova. (2010). STANJE VODA NA KOSOVU IZVEŠTAJ, Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja & Agencija za zaštitu sredine Kosova, Pristina.

⁸ Milentijević G., Nedeljković B., (2010), Thermal Mineral Water of Banjska, Potentiality, Quality, Possibility of Use, Mining Works, No. 1, Committee for Underground Mining, Mining and Metallurgy Institute Bor, Bor, page 151

⁹ Cvijan M. (1987), Algological Typification of Thermo Mineral Water in SR Serbia, Bulletin of the Institute of Botany and Botanical Gardens, University of Belgrade, Volume XXI, Belgrade, page 72

водата е 32 степени, што ја прави водата погодна за капење, а на другиот извор температурата на водата изнесува 16 степени и се користи за пиење. Термоминералната вода во Клокот бања во својот состав содржи метасилична киселина (до 174 mg/l), метаболна киселина (до 53 mg/l), литиум (1,06 mg/l), флуор (2,4 mg/l), железо (до 15 mg/l), радиум, стронциум итн. Минералната вода од изворот во Клокот бања според минералниот состав спаѓа во алкалните води.¹⁰

Водата од Клокот бања се препорачува за луѓе кои имаат проблеми со ревматски заболувања, болести на желудникот и градите. Покрај лекување со капење и пиење на лековитата вода, Клокот бања нуди и терапија со природна лековита кал, односно палеоидна терапија. Исто така, бањата е погодна за лекување благодарение на благата клима. Имено, климата во оваа бања е од умерено - континентален тип, изменета медитеранска клима, а исто така е планинска. Се карактеризира со умерено студени зими, потопла есен за разлика од пролетта и лета кои се топли, суви и сончеви. За време на летото, над бањата има азорски антициклон кој трае долго, што носи топло и стабилно време. Во јули и август температурите се исклучително високи, што им одговараат на посетителите кои доаѓаат во бањата за капење, но и риболов, пешачење и спортови на вода. Овој тип на клима е погоден за луѓе кои имаат проблеми со блага психоневроза, висок крвен притисок, невростенија, срцеви проблеми, лоша крвна слика и блага артериосклероза.

Во околината на Клокот бања се наоѓаат и манастирите: Грачаница, Дечани, Богородица Љевишка, како и Пеќката парохија, што овозможува покрај бањскиот туризам во ова подрачје да се развијат и манастирскиот, верскиот и културниот туризам.

¹⁰ Zoran Katanić* , Jelena Katanić** VALORIZATION OF THE MINERAL AND THERMAL WATER OF KOSOVO AND METOHIJA IN A FUNCTION OF HEALTH TOURISM, Mining & Metallurgy Engineering Bor, No. 3-4, 2019, doi:10.5937/mmeb1904047K, p.49.

Пеќката бања или уште наречена и Бања Илиџа, се наоѓа кај Пеќ и е најпознатата бања во Косово. Таа има голем број на термоминерални извори, а температурата на нејзината вода се движи од 12 до 47,5°C.¹¹

Според претходно направени извештаи, констатирано е дека термоминералната вода на Пеќката бања има лековито дејство за третирање на следните заболувања: ревматски заболувања (пр. артритис), чирови, нервен слом, повреди на мускулите и коските, рани, гинеколошки заболувања, кожни болести. Третирањето на овие заболувања може да биде со пиење на лековитата вода или со престој во базени.

Како резултат на надморската височина, пејзажот и географската положба, Бања Пеќ се карактеризира со средна континентална клима: кратки, релативно свежи зими и со многу врнежи, и долги, топли и доста влажни лета.

Главниот фактор за постигнување на економски развој на ова подрачје претставува здравствениот и бањскиот туризам. Меѓутоа, блиску до Пеќката бања се наоѓаат Ругова, изворите на Бели Дрим, Исток, Врело, како и богатото културно наследство на Пеќ и Дечан што овозможуваат развој и на други видови на туризам.

Имено, познато е дека лековитите својства на оваа бања ги користеле и античките Илири и дека бањскиот туризам во оваа бања бил развиен уште оттогаш па доаѓале луѓе и од подалечните места заради лекување на одредени болести. Ова го покажуваат пронајдените водоводни цевки и базените од камен кои датираат од тоа време, како и бројните археолошки реликвии кои се откриени за време на изградбата на денешниот хотел во 1974 година. Овде се пронајдени типичен шлем на илирската војска, како и два гроба на позната двојка кои денес се именувани како кралски гроб. Во гробот кој припаѓал на мажот пронајдени се оружје, чинии од сребро и бронза и прстен, додека пак во гробот кој припаѓал на жената се пронајдени игла во форма на буквата омега, прстени и друг накит од бронза и сребро. Овие археолошки пронајдоци припаѓаат на доцното бронзено време (6 или 4 век п. н. е.).

¹¹Cvijan M. (1987), *Algological Typification of Thermo Mineral Water in SR Serbia*, Bulletin of the Institute of Botany and Botanical Gardens, University of Belgrade, Volume XXI, Belgrade, page 72

Според досегашните податоци, во Косово се регистрирани околу 30 извори на термална и минерална вода.

Врз основа на целокупната анализа на туристичката географска локација и туристичките рути, бањите на Косово се поделени во три групи и тоа:¹²

- Прва група - Бањска (Рајска бања) во непосредна близина на главните комуникациски патишта;
- Втора група - бањи Пеќка и Клокот, лоцирани во близина на други туристички мотиви;
- Трета група - останати бањи.

Во групата на природни наследства на Косово може да се вброи и бифуркацијата на реката Неродимка кај Урошевац (слика 11). Оваа формација е единствена во Европа и претставува еден од ретките светски примери за овој тип на формации. Бифуркацијата е природна или вештачка појава во која водата на една река тече во два тека и на тој начин поврзува различни речни или морски сливови. Самиот збор бифуркација (*bifurcatio*) е од латинско потекло и претставува кованица составена од два латински збора: би (*bis*) – што значи два и фуркус (*furgus*) – што значи вилушка, крак. Според тоа, буквалниот превод на поимот бифуркацијата би бил „два крака“.

Реката Неродимка се дели на два речни крака кај селото Неродиме, од кои едниот речен крак се влева во Лепенец (притока на Вардар) и оди кон Егејското море, а другиот кој се влева во Ситница (притока на Ибар) и оди кон Црното море. Бифуркацијата на реката Неродимка се наоѓа под државна заштита уште од 1979 година. Оваа локација сè до 2015 година била строго засолниште за диви животни, класифицирана во I категорија според IUCN, но од 2015 година наваму нејзината категорија била променета во природен споменик, категорија III според IUCN.

¹² Katanić Z., Katanić J. (2019). VALORIZATION OF THE MINERAL AND THERMAL WATER OF KOSOVO AND METONIJA IN A FUNCTION OF HEALTH TOURISM, Mining & Metallurgy Engineering Bor, No. 3-4, doi:10.5937/mmeb1904047K

Слика 11. Бифуркација на реката Неродимка



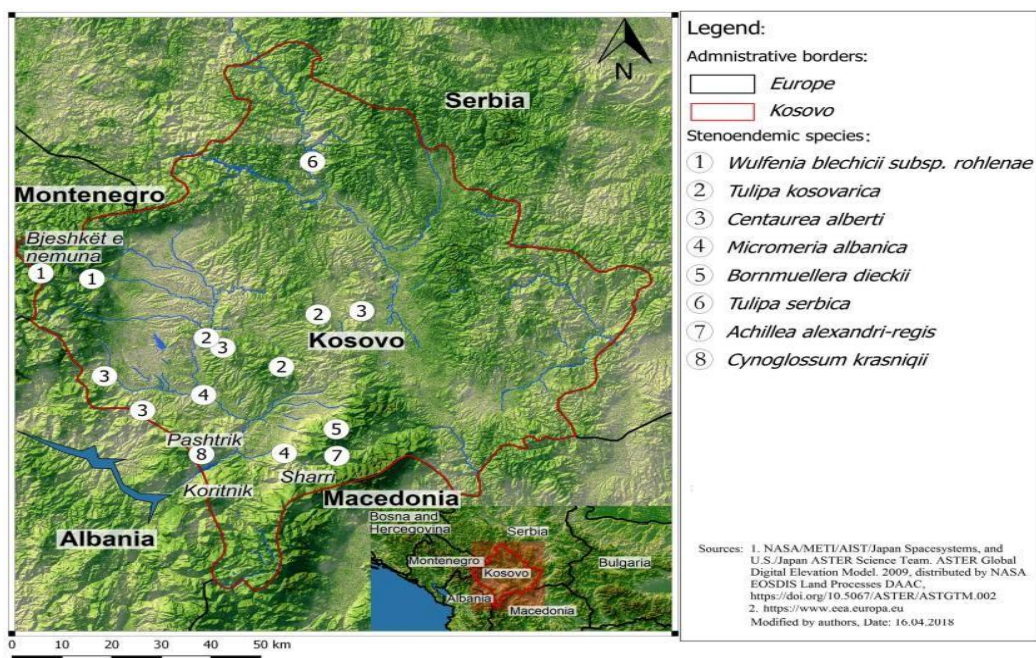
https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BA%D0%B0:Мапа_Bifurkacije.png

Значајно природно богатство на територијата на Косово претставува и богатата флора и фауна. Се проценува дека на територијата на Косово има повеќе од 250 видови 'рбетници (од кои над 100 видови цицачи, над 220 видови птици, над 25 видови влекачи, над 20 видови водоземци, над 30 видови риби) и околу 600 видови без'рбетници (од кои 180 видови пеперутки, неодреден број на фауна на инсекти и над 500 макрозообентозни водни таксони).

Кога станува збор пак за флората, на територијата на Косово живеат над 3000 видови васкуларна флора (од кои над 2000 видови цветни растенија, над 400 видови алги и над 380 видови печурки).

Стеноендемските видови главно се дистрибуирани во области кои се веќе заштитени подрачја (т.е. национални паркови, паркови на природата, природни споменици), но и покрај тоа, повеќето видови сèуште се загрозени. На територијата на Косово постојат осум стеноендемични видови и тоа¹³: *Achillea alexandri-regis* (на Планината Ошлак и Шар Планина), *Bornmuellera dieckii* Degen (Lëndina e Shejtë и Шар Планини), *Micromeria albanica* Griseb, ex K. Maly Silic. (Лумбарди Призрен, Шар Планина и Белата Дримска Клисура), *Centaurea alberti* Rexh, (Деве-Ѓакова), *Cynoglossum krasniqi* Wrab. (Планините Паштрик), *Tulipa kosovarica* (Планините Козник), *Tulipa serbica* (Ѓербоц, Митровица) и *Wulfenia bleicici* subsp. *rohlenae* (Леќинат, Копривник – Проклетији).

Слика 12. Стеноендемични видови и суб-видови во Косово



¹³ Mustafa B. et al. (2018). Natural Heritage in the Republic of Kosovo: Looking for Potential UNESCO Sites, Landscape Online 63:1-16, DOI 10.3097/LO.201863, p.7

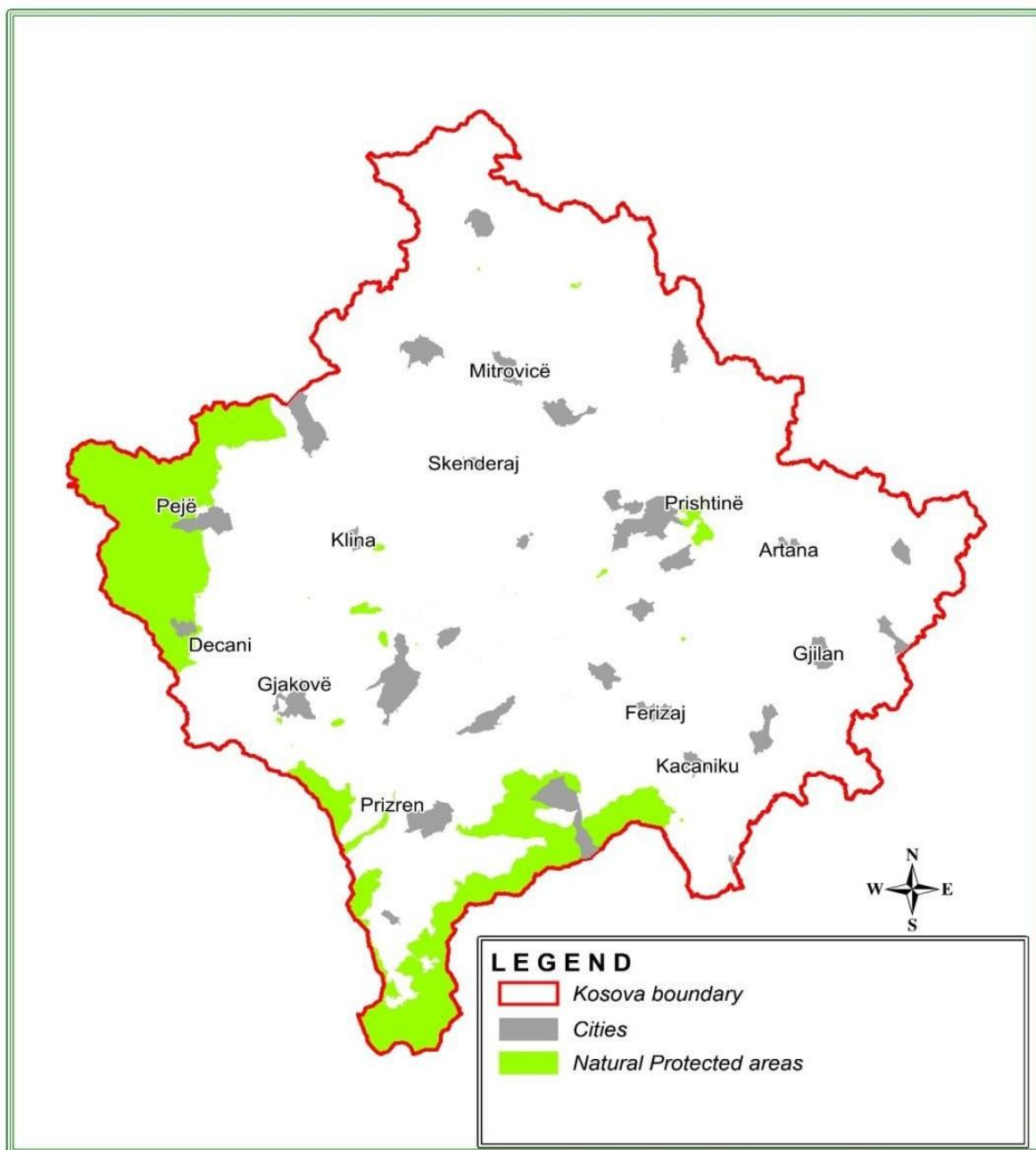
Вегетацијата на Косово е класифицирана во: 139 асоцијации или фироценози, 63 сојузи, 35 рангови и 20 класи, кои претставуваат карактеристични екосистеми и живеалишта за многу видови животни. Вегетацијата на низинските ливади е класифицирана во: 4 асоцијации кои припаѓаат на еден сојуз, еден ранг и една класа, додека вегетацијата на ридските субалпски и алпски ливади е класифицирана во: 65 асоцијации, 33 сојузи, 22 рангови и 13 класи. Најразвиените шуми се наоѓаат во рамките на националните паркови: „Шар Планина“ и „Проклети“ . Нивната вегетација се состои од три вегетативни нивоа: ниско ниво, средно ниво и високо планинско ниво.

Сепак може да се каже дека сèуште во Косово нема детални податоци за вкупниот број видови по категории на жив свет бидејќи целата територија на Косово не е опфатена со истражување, но и поради фактот дека новите истражувања постојано откриваат нови видови на растенија и животни.

Најголемиот број видови на флора и фауна се наоѓаат во заштитените подрачја на Косово.

Слика 13. Мапа на заштитени природни подрачја во Косово

Map of Natural Protected areas in Kosova



Заштитените подрачја во Косово се класифицирани во следните 6 категории:

- I. Строги природни резервати,
- II. Национални паркови,
- III. Посебно заштитени подрачја,
- IV. Паркови на природата,
- V. Споменици на природата,
- VI. Заштитени пејзажи.

Периодот 1950-1970 година претставува почетна фаза на заштита на природата и прогласување на заштитени подрачја во Косово, кој започнува со прогласување на првата зона во 1950 година, „Газиместан“. До раните 70-ти, бројот на заштитени подрачја достигнал 19. Периодот 1970-1988 година е период кој се карактеризира со прогласување на значителен број заштитени области на природата. Во овој период, под заштита биле ставени вкупно 36 области на природата. Во периодот 2000-2018 година, под законска заштита се ставени над 100 области на природата, а многу други се предложени за заштита.

За време на периодот 2015-2019 година, на вкупниот број на заштитени подрачја се додадени вкупно 72 нови заштитени подрачја на природата од кои: 18 строги резервати, 51 споменик на природата, 1 парк на природата и 2 заштитени пејзажи, така да во 2020 година вкупниот број на заштитени подрачја во Косово изнесува 210 со површина од 125 814,1 ха што претставува 11, 53% од вкупната територија на Косово (табела 3).

Табела 3

Заштитени зони на природата по категории (2020 година)

Категорија според IUCN	Име	Број	Површина во хектари	Учество во %
I	Строги природни резервати	19	10 885,82	0,99
II	Национални паркови	2	115 957	10,6
III	Споменици на природата	182	6 039	0,56
V	Парк на природата	1	5 934	0,5
V	Посебно заштитени подрачја	5	2 152	0,2
V	Посебна заштитена зона за птици	1	109,5	0,01
	Вкупно	210	125 814,1	11,53

На територијата на Косово постојат вкупно 210 заштитени зони од кои 19 се строги природни резервати, 2 национални паркови, 182 споменици на природата, 1 парк на природата, 5 посебно заштитени подрачја и 1 посебно заштитена зона за птици.

Во Косово постојат два национални паркови и тоа Националниот парк Шар со површина од 53 469 ha и Националниот парк Проклетији со површина од 62 488 ha. Вкупната површина на националните паркови изнесува 115 952 ha и тие претставуваат 10,6% од вкупната територија на Косово.

Строгите природни резервати зафаќаат површина од 10 885, 82 хектари и претставуваат 0,99 % од површината на Косово. Нив ги има 19 на број, од кои 18 се наоѓаат на територијата на националните паркови. Во Националниот парк Шар има

петнаесет (15) резервати, и тоа: Света Долина, Шутман, Бредуку, Островица, Клисура, Лумбарди, Љуботен, Коритник, Коплица, Дупница, Бистра, Русеница, Осилџак, Попово прасе и Голем Бор, додека во националниот парк „Проклети“ има три (3) резервати: планината Кожњар со врвот Ропса, Прилепските планини и Губавац. Останатиот 19-ти резерват Камиња се наоѓа во Лепосавиќ.

Во Косово постои 1 парк на природата. Тоа е планината Паштрик со Врбничкото езеро. Нивната територија изнесува 5 934 хектари и претставува 0,5% од територијата на Косово.

Спомениците на природата во Косово ги има дури 182. Тие имаат површина од 6 039 хектари што претставува 0,5% од територијата на Косово. Некои од овие споменици на природата се пештерата Гадиме, видопадите на реката Мируша, бифуркацијата на реката Неродимка, изворите на Бел Дрим со пештерата Радавци, музејот на кристали, Руговската клисура и пештерата Голема клисура. Од нив 110 се од ботанички, 20 од хидролошки, 10 од геоморфолошки и 16 од спелеолошки карактер.

Заштитени пејзажи се Грмија, Шкугеза, боровиот комплекс „Страже“, Качаник и Дечански борови. Вкупната површина на категоријата заштитени пејзажи во Косово изнесува 2059 ha.

Категоријата на посебно заштитени подрачја зафаќа површина од 2 152 хектари и претставува 0,2% од вкупната територија на Косово. Во оваа категорија спаѓаат Подрачје на природата 2000, ловиштето Блинаја, ловиштето Дубочак и шумата на мечките во Приштина. Мочуриштето Хенц – Радево пак, е посебно заштитено подрачје на птици со површина од 109,5 хектари односно 0,01 % од територијата на Косово.

Областа Мируша е една од најубавите и најинтересните области на природата во Косово, која се наоѓа во централниот дел на земјата, на територијата на општините Клина, Малишево и Ораховац. Оваа област била ставена под заштита во 1975 година како специјален природен резерват, но благодарение на геонаследните вредности, специфичните терени, како и големата разновидност на растителниот свет, во 1982 година

била прогласена за регионален парк од петта категорија (заштитено подрачје), со површина од 55 580,70 ха. Една година подоцна, во 1983 година, заради хидролошките, геоморфолошките и теренските вредности, текот на реката Мируша исто така бил ставен под заштита во трета категорија (споменик на природата) со површина од 1197,29 ха.

Паркот Мируша е најпознат по својот кањон низ кој тече реката Мируша која создава серија од карстни езера и водопади наредени едни по други во каскади. Поради својата геолошка структура која се состои од ултра основни карпи и вулканско-седиментарни формации од периодот јура и карбонати од долна и горна креда, реката Мируша создала кањон длабок 200 метри, а долг 10 километри. На одредени места по должината на кањонот лежат мали езера, поврзани едни со други со водопади. Највисокиот водопад се наоѓа меѓу шестото и седмото езеро и има висина од 22 метри. Има вкупно 12 водопади и 16 езера. Тие варираат по облик и големина според нивната положба, како и структурата и литолошкиот состав на варовничките блокови. Најдолго е третото езеро кое има 70 метри, а најшироко е десеттото езеро со 50 метри. Кањонот е најширок кај последното езеро, додека најтесниот дел е во областа на четвртото езеро, кое што е и најдлабоко (200 метри).

Ретките природни геолошки и геоморфолошки карактеристики, исто така, создаваат интересни мотиви за пејзажот на паркот, особено специфичната геолошка форма на теренот, пештерите, пукнатините, други карпести феномени кои биле создадени како резултат на геолошкото минато, ефектите од ерозијата, водата и други егзогени фактори.

На ова подрачје има дури 10 пештери. Во Душковата пештера која е најголема од сите пештери, тече поток кој создава езера, понори и помали водопади. На врвот на варовничката карпа на Црвена стена се наоѓаат две пештери, во кои за време на Турците се засолнувале српските монаси. Во пештерата Мала црква се пронајдени остатоци од средновековна фреска, а во пештерата Голема црква има остатоци од фрески, олтар и молитвеник.

Како резултат на благата континентална клима под влијание на Медитеранот, се создала многу богата флора и фауна. Регионалниот парк е дом на многу ендемски и стеноендемски видови меѓу кои се издвојуваат косовскиот божур и гороцветот. Во овој простор се издвојуваат 330 видови васкуларни растенија и 44 видови повисоки габи

(макромицети). Ендемични видови кои се среќаваат во оваа зона се: кокотиња (*Aristolochia merrmuelleri*), албанска ѕвезда (*Aster albanicus*), Албертов различак (*Centaurea albertii*), кошанински различак (*Centaurea kosaninii*), европска форситија (*Forsythia europaea*), Бонапартов сончоглед (*Fumana bonopartei*), Хасерова жолтица (*Genista hassertiana*), *Halacsya sendtneri*, македонска вдовица (*Knautia macedonica*), лен (*Linum elegans*), Дерфлеров крстоносец (*Polygala doerfleri*), петтопрст (*Potentilla visianii*), албанско лубениче (*Sanguisorba albanica*), ковиља (*Stipa mayeri*), (*Moltkia doerfleri*).

Од аспект на фауната, ова подрачје е многу богато со специфични видови животни, кои се врзани за специфични биотопи и припаѓаат на ендемските видови. Овде се забележани следниве видови животни: волк (*Canis lupus*), дива свиња (*Sus scrofa*), јазовец (*Meles meles*), дива мачка (*Felix silvestris*), куна златица (*Martes martes*), Бизамски стаорец (*Ondata zibethica*), жолтогрлен глушец (*Apodemus flavicollis*), поскок (*Vipera amodytes*) итн. Кањонот на Мируша е ставен под заштита со посебна уредба од 1998 година.

Слика 14. Водопади на реката Мируша



Руговскиот Кањон или Руговската Клисура (слика 15) е речен кањон кој се наоѓа во близина на Пеќ, западно Косово, во планините Проклети, блиску до границата со Црна Гора. Овој кањон има должина од 25 km и длабочина до 1 000 метри. Руговскиот кањон се смета за еден од најдолгите и најдлабоките кањони во Европа, Тој настанал како резултат на вертикална речна ерозија, главно во тријаски варовник, пред и по глацијалниот период. Во 1985 година, кањонот Ругова е прогласен за заштитен споменик на природното наследство со површина од 4 302 ha, поради неговите геолошки, хидролошки, спелеолошки и ботанички вредности и неговиот спектакуларен пејзаж. По прогласувањето на Националниот парк Проклети, оваа зона сега е дел од паркот.

Во овој предел постојат неколку водопади и многу водни извори, како што се Уци и Зи (Црна вода) и Крои (кој се наоѓа на 5-от километар од кањонот). На шестиот километар од кањонот има водопад висок 25 метри кој извира од карпите на неговата јужна страна и се спушта до реката. Во клисурата се наоѓаат стотици пештери, а повеќето од нив се сèуште неистражени. Некои од познатите пештери се Gryka e Madhe (систем на пештери на Големиот кањон; кој е истражен околу 11 km), Shpella e Karamakazit (пештерата Црни ножици) и Shpella e Kallabes (пештерата Kallaba; каде се пронајдени археолошки остатоци од античко време). Кањонот го поврзува мост во вид на лак (слика 15) пред кој има карпа со цртеж на спортист за кој се смета дека е од пелазгискиот период.

Слика 15. Руговска клисура



Пештерата Голема клисура се наоѓа на 8 километри од Руговската клисура, од левата страна, на околу 60 m над коритото на реката Бистрица, на височина од 637 m. Истражувањето на оваа пештера започнало во 1993 година, кога и била откриена. Меѓутоа, пештерата на локалното население му била позната многу порано. Досега, од страна на различни спелеолози се истражени околу 13 километри од подземните галерии. Со прогласувањето на Националниот парк Проклетии во 2013 година, во рамките на паркот се вклучува и споменикот на природата „Руговска клисура“

Рудникот „Трепча“ во Косово е можеби единствен рудник во светот кој се карактеризира со неверојатна убавина на кристали и минерали од различни видови. Имајќи го предвид овој факт, во 1964 година е основан Музејот на кристали и минерали, во кој се сместени над 1 300 експонати од различни видови кристали, претворајќи го музејот во објект од големо национално значење за Косово, како по вредност, така и од аспект на туризмот. Освен кристали, во музејот се изложени и стари работни алатки што ги користеле рударите на почетокот на работата во рудникот. Во 1970 година, Косовскиот институт за заштита на природата ставил под заштита 512 кристали изложени во музејот, што дополнително го зголемило значењето на музејот. Од своето основање, музејот најпрво се наоѓал во објект кој поради својата старост не ги исполнувал условите за изложување и чување кристали. Затоа, во 2012 година бил изграден нов објект за музејот на кристали. Покрај кристалите од рудникот „Трепча“, во музејот се изложени и над 100 видови кристали од различни земји, како што се: Германија, Италија, Франција, Шпанија, Бразил, кои музејот ги добил во замена за кристали од рудникот „Трепча“.

2. Антропогени ресурси на Косово

Територијата на Косово е мошне богата со антропогени ресурси односно со културно наследство кое датира уште од најстарите времиња.

Културното наследство во Косово е класифицирано во следните категории^{14, 15}:

- 60 споменици од посебна вредност,
- 1567 единици на културно наследство со привремена заштита од кои:
 - 85 археолошки споменици,
 - 347 археолошки локалитети/резервати,
 - 896 единици од архитектурно наследство,
 - 214 единици од подвижно културно наследство,
 - 14 културни предели,
 - 11 единици од духовно наследство,
- 23 единици на културно наследство под трајна заштита,
- 45 посебно заштитени зони.

¹⁴ Institut za prostorno planiranje. (2019). Mapa Zoniranja Kosova 2020-2028+, Priština.

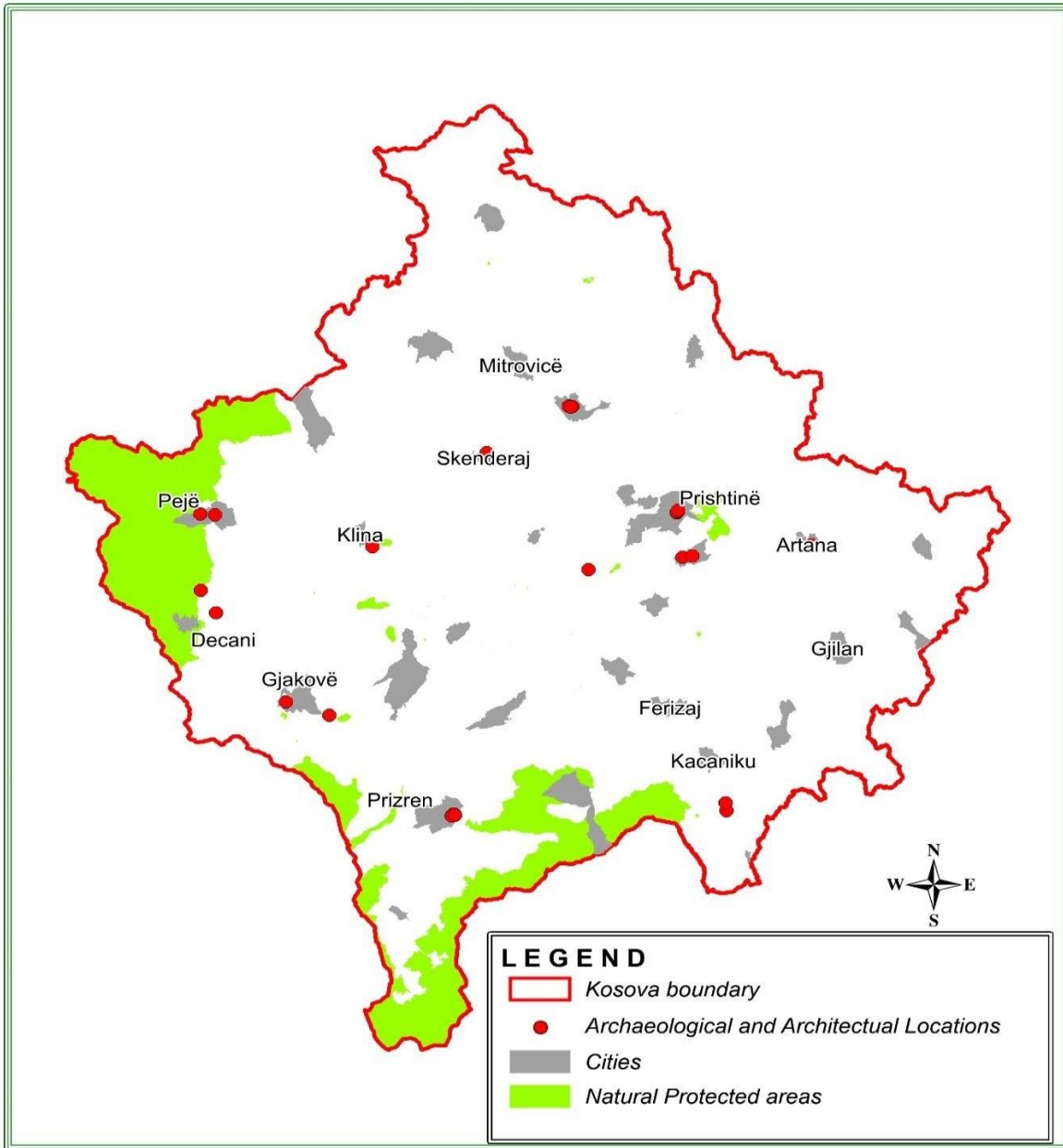
¹⁵ Ministry of Culture, Youth and Sport of Kosovo. (2017). Cultural Heritage List for Temporary Protection, Priština.

Според територијалната разместеност на културното наследство, Косово е поделено на седум региони:

- Регионот на Приштина, кој располага со преку 500 споменици на културата, од кои 383 архитектонски споменици, 113 локалитети на културно наследство и 13 споменици на подвижното наследство кои се разместени во седум општини;
- Регионот на Призрен, кој располага со 500 споменици на културно наследство, 383 архитектонски споменици и 13 единици на движното наследство, во шест општини;
- Регионот на Пеќ, кој располага со 856 споменици на културното и природното наследство, во три општини;
- Регионот на Митровица, кој располага со 64 единици на културно наследство, во пет општини;
- Регионот на Ѓаково, кој располага со 148 споменици на културно наследство кои припаѓаат на сите категории,
- Регионот на Гњиљане, кој располага со 174 споменици на привремена заштита; и
- Регионот на Урошевац, кој располага со 130 единици од списокот на културно наследство за привремена заштита, лоцирани во четири општини.

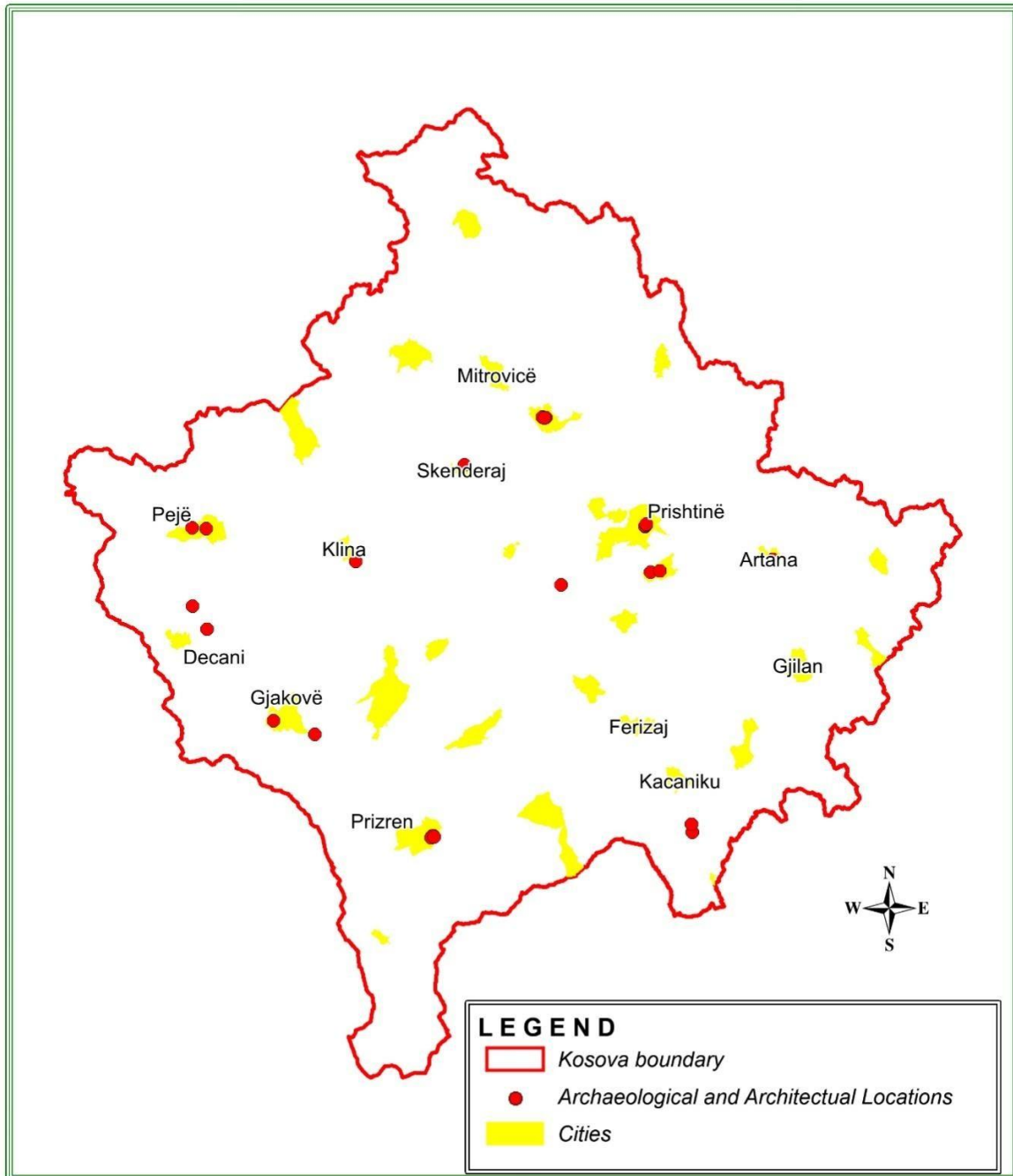
Слика 17. Мапа на локации на културно наследство во Косово

Map of Heritage Locations in Kosova



Слика 18. Мапа на археолошки и архитектурни локации во Косово

Map of Archaeological and Architectural Locations in Kosova



Културното наследство на Косово е од исклучително национално и меѓународно значење. Ова наследство носи траги од животот и постоењето на цивилизациите низ различните временски епохи и укажува на разновидноста на нивното архитектонско, археолошко, сакрално и уметничко богатство. Територијата на Косово била населена уште од праисториските времиња, на што укажуваат археолошките наоѓалишта кои датираат од 6 век п.н.е. Археолошкото, движното и недвижното наследство датира од неолитскиот период, со докази од бакарното, бронзеното и металното доба, од античкиот период и од раниот и доцниот среден век.¹⁶

Така богатото културно наследство на Косово претставува збирка на праисториското, античкото наследство, средновековната архитектура, православно културно наследство и на исламските споменици од Отоманскиот период.

Во праисториското културно наследство на Косово се вбројуваат: праисториската резиденција во Труда (Приштина), праисторискиот замок во Батуша (Ѓаково), праисторискиот замок и археолошкиот локалитет во Кулина (Тенешдол, Приштина), праисториската тврдина во Лумбарди, праисториската резиденција во местото наречено Макине во Раховац, илирската гробница во Ѓаково, илирската гробница во Призрен, илирската гробница во Лешан (Сухарека), некрополата во Рогова, повеќеслојниот археолошки локалитет во Гермиа (Приштина), неолитскиот археолошки локалитет во Бардош (Приштина), замокот Кекола - древен дардански замок кој датира од бронзената ера (1300-1100 п.н.е.), населбата Улпијана во Приштина од раниот неолит, итн.

Од антиката, некои споменици на културното наследство се: стариот камен мост во Ври (Вучитрн), замокот во Готовуша (Штерпце), античкиот замок во Буток (Приштина), остатоци од римска вила во Мрамор (Приштина), античка резиденција Утрине (во Бања, Малишева) итн.

¹⁶ Jović - Lazić A. (2004). Protection of cultural heritage in Kosovo and Metohija, Međunarodni problem, Vol. LVI, br.4, pp.470

Доцноантички споменици на културно наследство се: археолошкото наоѓалиште во Раставица, Римска резиденција во Батуша, остатоци од римски мост во Ругова, доцноантичка тврдина во Стрелич (Дечан), остатоци од градот Сиригана во Скендерај, резиденција од римскиот период во Коретише (Гњиљане), археолошко наоѓалиште во Никадин (Урошевац), доцноантичка тврдина и град во Граштица (Приштина), доцноантички замок во Кочиќ (Приштина), доцноантички замок во Коловица (Приштина), доцноантички замок во Мреџ (Приштина) итн.

На културното наследство од средниот век во Косово припаѓаат: средновековниот мост со 9 лакови во Вучитрн, археолошкото наоѓалиште во Сурчин (Урошевац), остатоци од стар амам во Приштина, средновековна гробница во Челина (Раховац), монашка пештера во долината Ругова (Пеќ), остатоци од стар амам во Пеќ, остатоци од средновековни сидини во Дуарине (Леваша, Пеќ), средновековна некропола во Блаца (Сухарека), како и бројни манастири и цркви. Православните цркви, манастири и фрески кои поради своите единствени и исклучителни естетски вредности се признати како исклучителни примери на средновековната црковна архитектура, датираат од 12 до 14 век.

Во тој контекст, по својата убавина се издвојува манастирот Високи Дечани кој претставува синтеза на римската архитектура и византиските уметнички форми (слика 19). Од 2004 година, овој манастир е впишан во Листата на светско културно и природно наследство на УНЕСКО и воедно претставува првиот споменик на културата на Косово кој е впишан во Листата на светско културно наследство и најголемата средновековна црква која содржи најобемен фреско - живопис. Со околу 60 икони, датирани од 14 до 17 век, овој манастир е еден од најбогатите во оваа земја. Дечани е и изразит пример на последните фази на развој на српско-словенската архитектура со конструкција која ги интегрирала источно византиската и западната средновековна традиција.¹⁷

¹⁷ Ibid., p.472

Слика 19. Манастирот Високи Дечани (1327–1335)



Од особена важност, исто така, се и манастирот Грачаница изграден од страна на кралот Стефан Милутин во 1315 - 1321 година и посветен на Успението на Пресвета Богородица (слика 20). Манастирот е изграден на остатоците од базилика од 6-от век. Манастирот е прогласен за Споменик на културата од исклучително значење во 1990 година, а на 13 јули 2006 година е ставен на списокот на светско наследство на УНЕСКО под името “Средновековни споменици во Косово” како продолжение на локалитетот Високи Дечани, на Листата на светско наследство во опасност.

Слика 20. Манстирот Грачаница



Црквата Богородица Љевишка (слика 21) која се наоѓа во Призрен е задужбина на кралот Стефан Милутин. Црквата била изградена во периодот 1306-1307 година на остатоците од постара катедрална црква од 13 век, која исто така била изградена на местото на уште постара, ранохристијанска базилика. Најстарите зачувани фрески во црквата потекнуваат од третата деценија на 13 век. Останатите фрески датираат од 14 век, односно од периодот помеѓу 1307 и 1313 година. На 13 јули 2006 година, црквата Пресвета Богородица Љевишка е впишана на Листата на светско наследство на УНЕСКО како дел од групата на “Средновековни споменици на Косово”. Оваа група споменици се смета за загрошена.

Слика 21. Црква Богородица Љевишка во Призрен, изградена во 1306 година



Слика 22. Пеќка Патријаршија

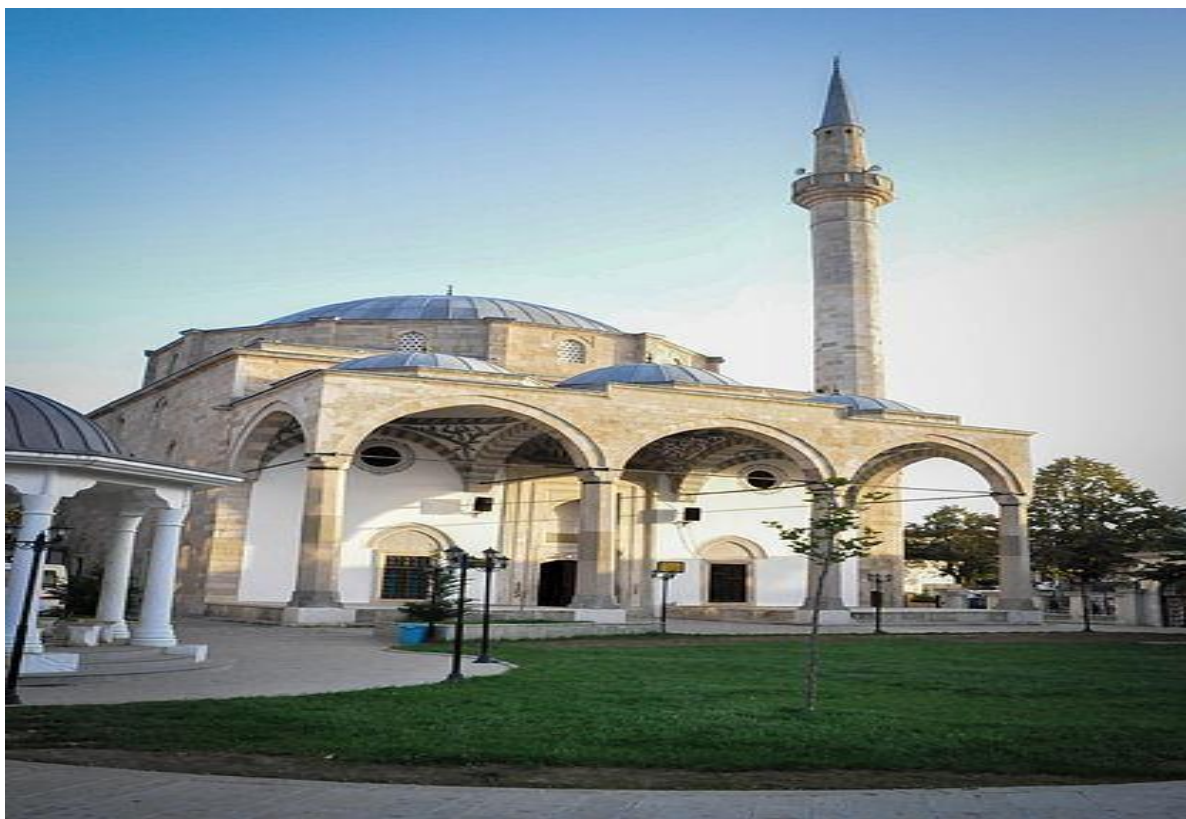


Црковниот комплекс на Пеќката Патријаршија (слика 22) претставува духовен центар и мавзолеј на српските архиепископи и патријарси од 13 век. Тука најпрво била изградена црквата Свети Апостоли, околу 1250 година. Околу 1320 година северно од постоечката црква била изградена црквата Свети Димитрија, а една деценија подоцна, околу 1330 година била изградена третата црква, јужно од постојните - црквата Пресвета Богородица Ходогетријска (онаа што го покажува патот), на која подоцна се наслонила мала црква посветена на Св. Никола. Пред овие цркви бил подигнат и монументален самостоен нартекс, а до него и камбанарија.

На 13 јули 2006 година, комплексот е впишан во Листата на светско наследство на УНЕСКО на листата на загрозени места на светско наследство.

Една од репрезентативните споменици од отоманскиот период кои се од особена вредност на територијата на Косово е Султан Мехмед II ал Фатих џамијата која датира од 15-от век (слика 23). Оваа џамија, позната и како Царска џамија, се наоѓа во стариот квартал на Приштина спроти саат-кулата. Изградена е во 1460–1461 година за време на владеењето на османлискиот султан Мехмет II, познат и како ал-Фатих или Освојувачот и била именуван во негова чест. Позната е по нејзините цветни украси во внатрешноста и по куполата од 15 метри, што било доста импресивно за градба од 15 век. Оваа џамија била позната во целиот регион како најголема градба од ваква природа.

Слика 23. Џамијата на Султан Мехмед II Освојувачот (ал Фатих) во Приштина од
1461 година



Џамијата на Гази Мехмет Паша, позната и како Бајракли џамија (слика 24), се наоѓа во градот Призрен. Градењето започнало во 1561 година, а завршило во 1573 година. Нејзината зграда е дел од комплексот кој вклучувал џамија, библиотека, мактаб и медреса, јавни бањи (амами), јавна кујна, станови, гроб и други објекти во радиус од околу 150 метри. Покривот на амамот (слика 25) е составен од две големи и девет мали куполи. Објектот, всушност, претставува двојна бања, наменета за мажи и за жени, и има посебни влезови. Машката галерија имала фонтана во средината, со софи за седење и пиење кафе и чај. Амамот на Гази Мехмед-паша е една од најимпозантните јавни бањи изградени на Балканот за време на османлиската доминација.

Слика 24. Дамијата на Гази Мехмед Паша во Призрен (1561-1573 година)



Слика 25. Амамот на Гази Мехмед Паша (1563-1574)



На културното наследство од Отоманскиот период во Косово припаѓаат и Муратовото турбе од 1389 година, амамот од 14 век во Приштина, џамијата во Коптеве (Приштина) од 14 век, конакот од Тахир Бег од 1800 година во Пеќ, конакот на Јашар Паша од 19 век во Пеќ, џамијата на Бајраклис од 15 век во Пеќ, џамијата од 1580 година во Јуник, џамијатана Хасан Ага од 16 век во Гаково, џамијата на Синан Паша од раниот 17 век со придружни амами, која се наоѓа во Призрен итн.

Мавзолејот на султанот Мурат I, познат и како Бајрактари или Муратово Турбе (слика 26), е верски објект изграден во чест на султанот Мурат I кој бил убиен во битката за Косово во 1389 година. Имено, откако после 8 часовната битка Турците извојувале победа, султанот Мурат I одејќи низ бојното поле за да го види бројот на мртвите, бил избоден со нож од страна на српски војник кој бил ранет, но сèуште жив. Зградата изградена во 1850 година, всушност не ги содржи посмртните останки на султанот Мурат I, бидејќи неговото тело било балсамирано и однесено во царскиот мавзолеј во Бурса, Турција за да биде погребано таму. Внатрешните органи останале во турбето во Приштина. Покрај градината, важна карактеристика на градината е дудинката стара 700 години, која преживеала од времето на битката за Косово.

Слика 26. Турбето на Султан Мурат I во Приштина



Од комплексот на богато културно наследство на Косово треба да се спомнат и огромниот

број на објекти од народна (традиционална) архитектура, како што се кулите и конаците (кула Куклеци во село Исник, 17-19 век; кулата Осдаутај во село Исник, 19 век, Демукајската кула во Дечане, 19 век; кулата Мушколај во Дечане, 18 век; кулата Бинакај во Дреновац, 19 век; кулата Мазрекај во село Дреновац, 19 век), бројните мостови (Камениот мост во Призрен изграден заедно со Синан Паша џамија кон крајот на 15 век, Араста мост, Налет мост кои исто така се наоѓаат во Призрен; терзискиот мост во Ѓаковица), тврдини (тврдината Вишеград во Призрен, тврдината Калаја изградена во Византискиот период во Призрен, тврдината во Ново Брдо која била најголемата тврдина од илирскиот период 4-3 век п.н.е., тврдината во Призрен изградена во 6 век за време на Византиската империја), замоците (замокот во Призрен, замокот Артана), градските јадра (остатоците од средновековниот град Ново Брдо, градот Артана кој бил огромен трговски град во 13 век, старите градови Призрен, Митровица и Ѓаковица), како и индустриското наследство (историската зона во Приштина), шедрваните (шедрваните во Призрен, шедрваните во Приштина) итн.

Слика 27. Синан Пашина Џамија со Камениот мост во Призрен



Конакот Нунулер (слика 28) симболизира типичен отомански конак. Станува збор за

приватна куќа која се наоѓа на списокот на заштитени споменици на културата од 1967 година.

Саат-кулата била изградена во 19 век од Јашар Паша служела како средство за информирање на градот за време на владеењето на Отоманската империја, со цел да им се даде на знаење на луѓето кога да се молат, и на трговците кога да ги затвораат своите продавници. Шестоаголната саат-кула била висока 26 метри и направена од песок и тули. Оваа саат кула се наоѓа во Приштина.

Слика 28. Нунулер конак во Приштина



Поглавје III Туристички извори и туристички капацитети на Косово

1. Туристички извори на Косово

Косово претставува туристичка дестинација со исклучително богатство на природни и антропогени туристички ресурси. Тоа придонесува да биде атрактивна за странските туристи од сите краеве на светот. Со исклучок на 2019 и 2020 година кога беше евидентирано значително намалување на туристичките патувања во светски рамки поради пандемијата со Covid 19, што секако се одрази и врз туризмот во Косово, во целиот анализиран период 2008 - 2021 година се забележува позитивен тренд на странскиот туристички промет и ноќевања на странските туристи во Косово.

Имено, во 2008 година бројот на странски туристи во Косово изнесува 24 616 (што претставува најмал број на евидентирани странски туристи во целиот анализиран период), додека пак во 2021 година регистрирани се 225 627 странски туристи (што е и најголем број на странски туристи во целиот период 2008-2021 година). Притоа, зголемувањето на бројот на странските туристи во 2021 година во однос на 2008 година изнесува 816,59%.

Во 2019 и 2020 година евидентирано е намалување на бројот на странски туристи во Косово. Така, во 2019 година евидентирани се 177 358 странски туристи, што во однос на претходната 2018 година (кога се евидентирани 192 761 странски турист) претставува намалување за 8,68%, додека пак во 2020 година забележани се само 85 215 странски туристи што во однос на 2018 година претставува намалување дури за 126,21%.

Во текот на 2021 година повторно доаѓа до зголемување на бројот на странските туристи во Косово, при што се евидентирани 225 627 странски туристи. Ова претставува зголемување за 164,77 % во однос на бројот на странски туристи во 2020 година.

Кога се анализира пак бројот на ноќевањата на странските туристи во Косово во периодот 2008-2021 година, може да се забележи дека состојбата е иста како и кај бројот на странските туристи. Имено, во целиот анализиран период, најмал е бројот на ноќевањата на странските туристи во 2008 година и изнесува 76 042. Најголем број на ноќевања на странските туристи е евидентиран во 2021 година и изнесува 345 017. Притоа, зголемувањето на бројот на ноќевањата на странските туристи во 2021 година во однос на 2008 година изнесува 353,72%.

Во 2020 година има намалување на бројот на ноќевања на странските туристи во однос на 2019 година за 52,50 %, при што се регистрирани само 152 753 ноќевања (табела 4 и график 1).

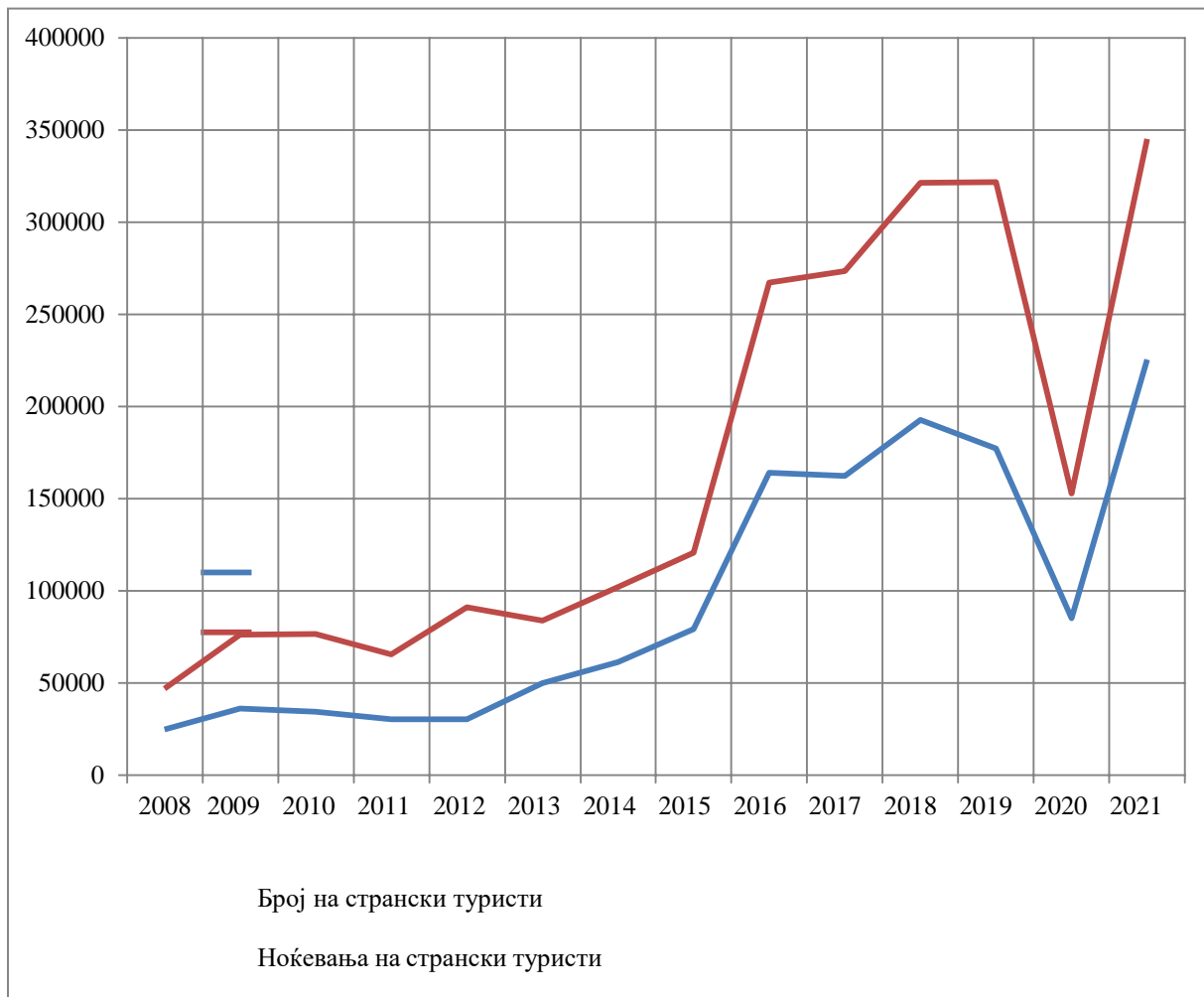
**Табела 4. Број на странски туристи и ноќевања на странските туристи во Косово
2008-2021 година**

Година	Број на странски туристи	Број на ноќевања на странските туристи
2008	24 616	46 910
2009	36 318	76 042
2010	34 382	76 394
2011	30 349	65 584
2012	30 349	90 968
2013	50 074	83 883
2014	61 313	102 066
2015	79 283	120 669
2016	163 986	267 083

2017	162 234	273 394
2018	192 761	321 308
2019	177 358	321 581
2020	85 215	152 753
2021	225 627	345 017

Извор: Kosovo Agency of Statistics (ASK) : **Hotel Statistics Q4 2020**, Pristina, Kosovo, March 2021

График 1. Број и ноќевања на странските туристи во Косово 2008-2021



Ако се анализираат бројот и ноќевањата на домашните туристи во Косово, може да се забележи дека состојбата е скоро идентична како и кај странскиот туристички промет односно тие се најмали во 2008 година, а најголеми во 2021 година.

Имено, во 2021 година во Косово се евидентирани 142 208 домашни туристи, што во однос на 2008 година кога се регистрирани само 19 678 домашни туристи, забележано е зголемување за 622,68%.

Бројот на ноќевања на домашните туристи во 2021 година изнесува 222 402, а во 2008 година 22 602, што претставува зголемување за 883,99 % во 2021 година во однос на 2008 година.

Во 2020 година бројот на домашни туристи изнесува 67 184 што во однос на 2019 година претставува намалување за 38,77 %. Ноќевањата пак на домашните туристи во 2020 година се намалени за 32,63% во однос на 2019 година.

Во 2021 година доаѓа до зголемување на домашниот туристички промет за 111,67 % во однос на 2020 година, при што се евидентирани 142 208 домашни туристи. Бројот на ноќевањата на домашните туристи во 2021 година пак, се зголемил за 95,54 % во однос на 2020 година, при што се регистрирани 222 402 ноќевања на домашните туристи (табела 5 и график 2).

Табела 5. Број и ноќевања на домашните туристи во Косово, 2008-2021

Година	Број на домашни туристи	Број на ноќевања на домашните туристи
2008	19 678	22 602
2009	52 631	54 876
2010	44 662	45 123
2011	42 044	44 757
2012	49 973	52 008
2013	45 380	54 867
2014	46 477	55 274
2015	60 200	81 372
2016	93 434	128 009
2017	88 066	122 283
2018	108 043	155 047
2019	109 725	168 821
2020	67 184	113 738
2021	142 208	222 402

Извор: Kosovo Agency of Statistics (ASK) : **Hotel Statistics Q4 2020**, Pristina, Kosovo, March 2021

График 2. Број и ноќевања на домашни туристи



Ако се анализира земјата на потекло на странските туристи, тогаш може да се забележи дека во 2021 година најбројни во Косово биле туристите од Албанија (59 228), а потоа следат туристите од: Германија (26 819), Швајцарија (25 941), Турција (11 477), Хрватска (9 645), Македонија (9 379), САД (8 746), Србија (8 382) и Австрија (7 207).

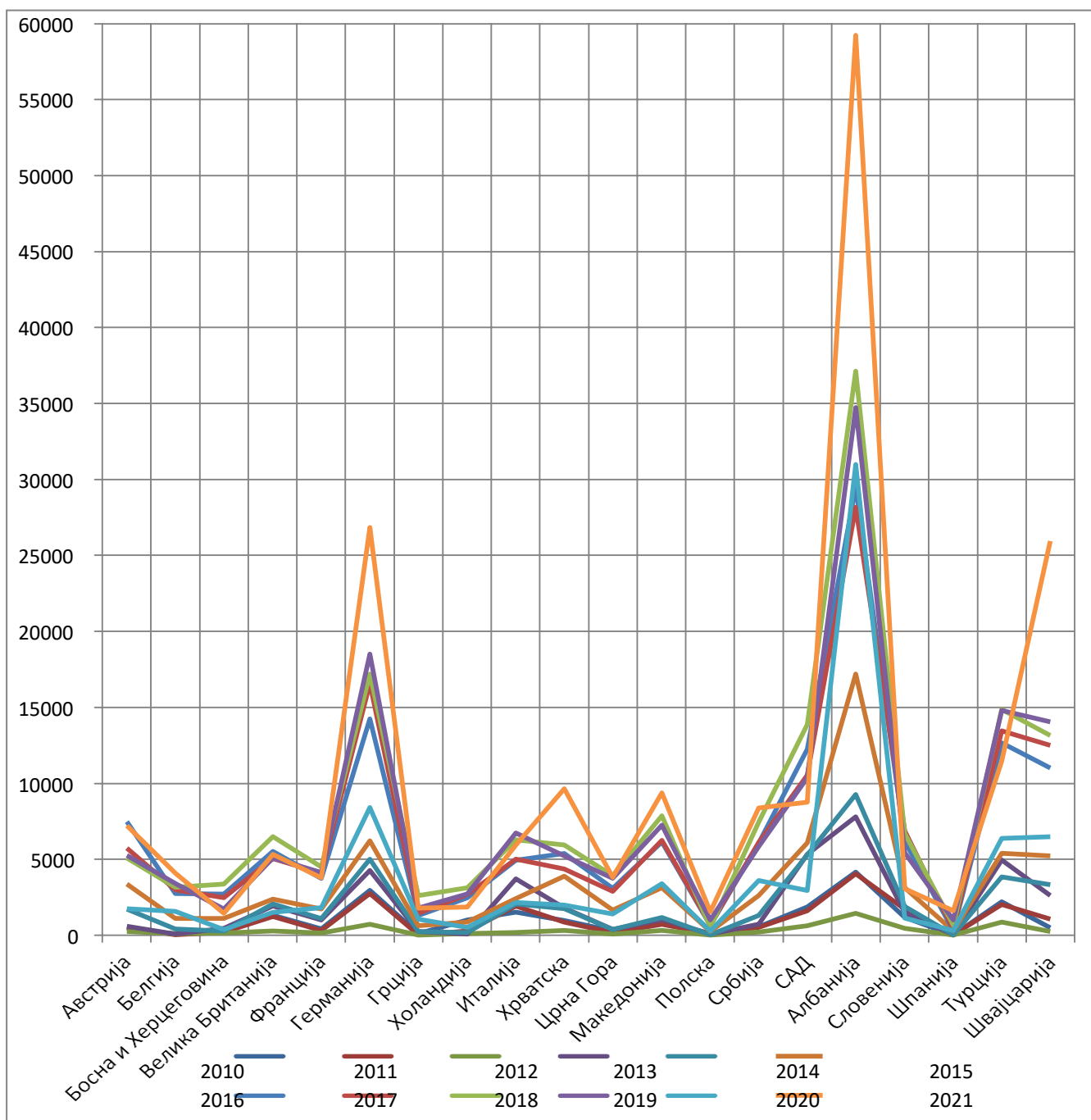
Кога станува збор пак за ноќевањата на странските туристи според земјата на потекло, тогаш најголем број на ноќевања оствариле туристите од Албанија (73 782), а потоа следат туристите од: Германија (51 064), Швајцарија (38 302), Турција (17 745), Хрватска (17 271), Италија (14 455), САД (12 894), Србија (12 726) и Македонија (12 171).

Табела 6. Број на странски туристи според земјата на потекло, 2010-2020

Земја	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Австрија	451	500	233	566	1 727	3 365	7 493	5 719	5 076	5 261	1 754	7 207
Белгија	85	43	108	56	408	1 096	2 735	2 995	3 156	3 393	1 595	4 073
Босна и Херцеговина	269	212	136	429	289	1 097	2 705	2 460	3 360	1 715	369	1 457
Велика Британија	1 296	1 251	289	1 916	2 044	2 377	5 514	5 034	6 482	5 075	1 517	5 327
Франција	423	301	151	989	1 085	1 711	3 756	4 084	4 496	4 114	1 802	3 783
Германија	2 941	2 750	716	4 259	5 003	6 194	14 225	16 579	17 178	18 482	8 422	26 819
Грција	114	37	13	243	238	622	1 290	1 441	2 593	1 768	1 050	1 799
Холандија	993	278	99	78	179	856	2 480	2 666	3 107	2 722	523	1 857
Италија	1 512	1 938	175	3 704	2 061	2 409	4 946	5 023	6 292	6 723	2 165	5 948
Хрватска	950	871	298	1 771	1 757	3 883	5 401	4 344	5 926	5 223	1 996	9 645
Црна Гора	270	181	51	372	368	1 631	3 098	2 899	3 901	3 732	1 422	3 802
Македонија	935	713	305	1 034	1 179	3 124	6 155	6 251	7 842	7 253	3 389	9 379
Полска	102	110	13	51	46	230	661	671	503	978	287	1 548
Србија	558	515	195	725	1 303	2 609	6 089	6 108	7 457	5 824	3 587	8 382
САД	1 867	1 628	624	5 302	5 283	6 065	12 238	10 539	13 857	10 370	2 946	8 746
Албанија	4 152	4 050	1 436	7 778	9 262	17 206	29 509	28 158	37 141	34 720	30 977	59 228
Словенија	1 166	1 707	461	1 467	1 881	3 111	6 192	6 848	6 690	5 422	1 139	3 052
Шпанија	14	28	6	39	24	268	325	375	650	996	292	1 621
Турција	2 184	2 028	853	4 949	3 841	5 380	12 667	13 463	14 848	14 796	6 380	11 477
Швајцарија	471	1 061	256	2 591	3 336	5 202	11 001	12 494	13 151	14 030	6 494	25 941
Други	13 629	10 147	6 265	11 755	19 999	10 804	25 506	24 088	29 035	24 779	7 107	24 536
Вкупно	34 382	30 349	48 790	50 074	61 313	79 238	163 987	162 234	192 761	177 332	85 215	225 627

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

График 3. Број на странски туристи во Косово според земјата на потекло



Табела 7. Ноќавања на странските туристи според земјата на потекло, 2010-2020

Земја	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Австрија	680	1 320	1 107	1 226	3 240	4 312	11 309	9 139	8 809	8 659	2 444	10 725
Белгија	108	43	139	65	469	1 654	4 209	5 300	6 034	5 769	2 604	7 322
Босна и Херцеговина	393	390	549	775	522	1 649	4 071	4 436	5 231	2 957	575	1 986
Велика Британија	2 571	2 539	4 071	3 623	4 018	4 183	9 698	8 400	10 113	9 134	2 864	7 177
Франција	601	409	857	1 537	1 793	2 850	6 027	7 014	7 184	6 970	2 515	5 323
Германија	8 413	8 730	6 279	6 497	8 254	9 888	24 425	28 283	28 668	40 092	18 203	51 064
Грција	155	63	287	396	591	1 116	2 624	4 414	9 448	7 996	5 628	2 411
Холандија	342	505	850	111	296	1 406	4 748	5 321	5 564	4 644	1 020	2 876
Италија	2 320	2 595	6 365	5 280	3 873	3 939	7 725	8 299	10 253	11 036	5 759	14 455
Хрватска	1 752	1 973	3 344	3 795	3 667	5 235	8 775	7 304	10 421	10 168	3 277	17 271
Црна Гора	2 195	264	1 099	639	582	2 646	4 799	5 082	6 843	6 966	1 873	5 641
Македонија	1 284	969	977	1 432	1 990	4 860	9 602	10 504	12 544	10 948	5 578	12 171
Полска	143	150	142	62	63	619	1 157	1 059	891	1 518	916	2 417
Србија	705	708	1 074	1 418	2 340	4 210	9 173	9 461	12 222	9 850	5 929	12 726
САД	4 925	3 676	7 670	9 315	10 037	9 331	21 703	18 796	21 862	19 295	5 282	12 894
Албанија	4 540	4 733	6 395	10 515	12 942	23 872	41 293	40 263	53 669	61 803	48 448	73 782
Словенија	2 017	4 120	7 085	4 627	5 088	5 289	11 771	13 093	13 394	9 446	2 409	4 930
Шпанија	18	40	84	58	26	581	532	636	2 059	1 964	1 234	2 370
Турција	5 796	3 116	8 627	8 237	6 608	8 373	20 928	21 880	23 928	23 448	9 388	17 745
Швајцарија	822	1 962	2 157	5 038	6 059	7 837	18 989	23 165	21 741	14 542	10 745	38 302
Други	36 614	27 279	31 792	19 237	29 608	16 819	43 526	41 549	50 431	44 380	16 061	41 421
Вкупно	76 394	65 584	90 968	83 883	102 066	120 669	267 083	273 394	321 308	321 581	152 753	345 017

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

Кога се разгледува вкупниот број на туристи во Косово (домашни и странски) по региони, тогаш може да се забележи дека на прво место по посетеност во Косово е регионот на Приштина кого во 2021 година го посетиле 139 182 туристи, а потоа следат регионите: Призрен (77 969), Пеќ (76 013), Митровица (30 973), Урошевац (27 050), Гњиљане (11 937) и на крај Ѓаково кого во 2021 година го посетиле само 4800 туристи (табела 8 и график 6).

Според вкупниот број на ноќевања на домашните и странските туристи во 2021 година на прво место се наоѓа регионот на Приштина каде се реализирале вкупно 215 841 ноќевање, а потоа следат регионите: Пеќ (157 601), Призрен (101 163), Урошевац (36 674), Митровица (32 424), Гњиљане (15 632) и Ѓаково (8 048) (табела 8 и график 6).

Кога се анализира територијалната разместеност на странскиот туристички промет во Косово во 2021 година, на прво место по број на странски туристи се наоѓа регионот на Приштина (103 393), а потоа следат регионите Призрен (46 216), Пеќ (37 078), Митровица (19 147), Урошевац (10 980), Гњиљане (5 641) и Ѓаково (3 172) (табела 9 и график 7).

Според бројот на ноќевања пак на странските туристи на прво место се наоѓа регионот на Приштина каде во 2021 година се реализирале 160 743 ноќевања на странските туристи, а после него следат регионите Пеќ (76 020), Призрен (59 981), Митровица (19 591), Урошевац (14 797), Гњиљане (8 264) и Ѓаково (5 621) (табела 10 и график 8).

Табела 8. Регионална разместеност на посетителите и ноќевањата, 2017-2021

	2017		2018		2019		2020		2021	
	посетители	ноќевања	посетители	ноќевања	посетители	ноќевања	посетители	ноќевања	посетители	ноќевања
Ѓаково	13 560	23 517	14 521	21 388	7 995	13 423	1 618	2812	4 800	8 048
Гњилане	5 929	8 827	8 604	12 806	8 507	10 789	2 798	4305	11 937	15 632
Митровица	9 609	10 896	14 159	15 473	15 765	16 744	14 188	14 487	30 973	32 424
Пеќ	57 312	114 018	75 151	130 954	65 099	149 803	42 521	97 121	76 013	157 601
Призрен	45 097	63 466	52 465	71 803	55 107	68 393	30 193	39 045	77 969	101 163
Приштина	107 691	182 954	114 071	183 843	122 541	213 700	56 488	102 541	139 182	215 841
Урошевац	12 092	13 789	12 445	19 036	12 069	17 549	4 011	6 180	27 050	36 674
Вкупно	251 290	397 469	300 803	476 446	287 083	490 401	151 816	266 491	367 925	567 419

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

График 5. Број на посетители (домашни и странски) по региони во Косово, 2017-2021

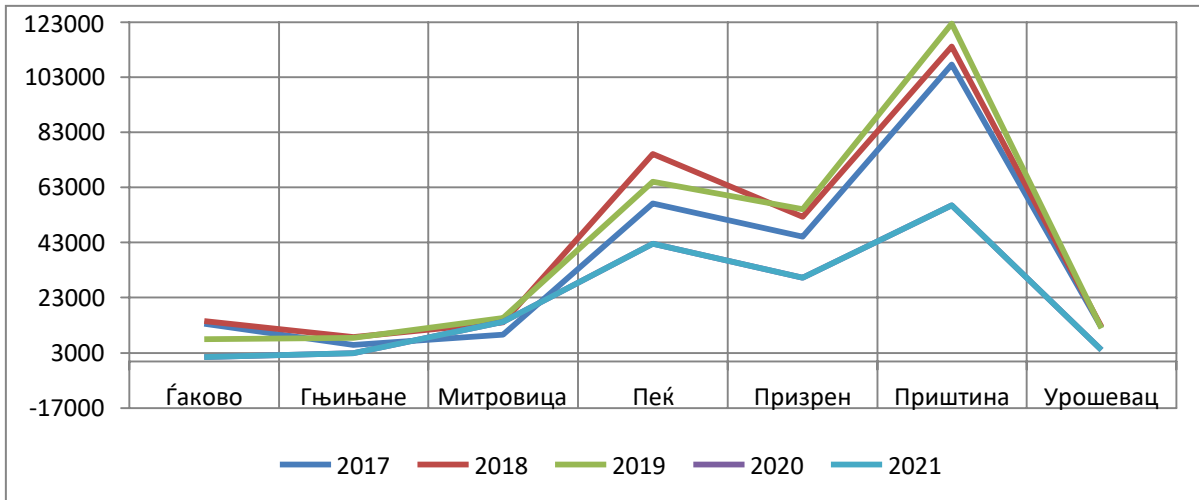
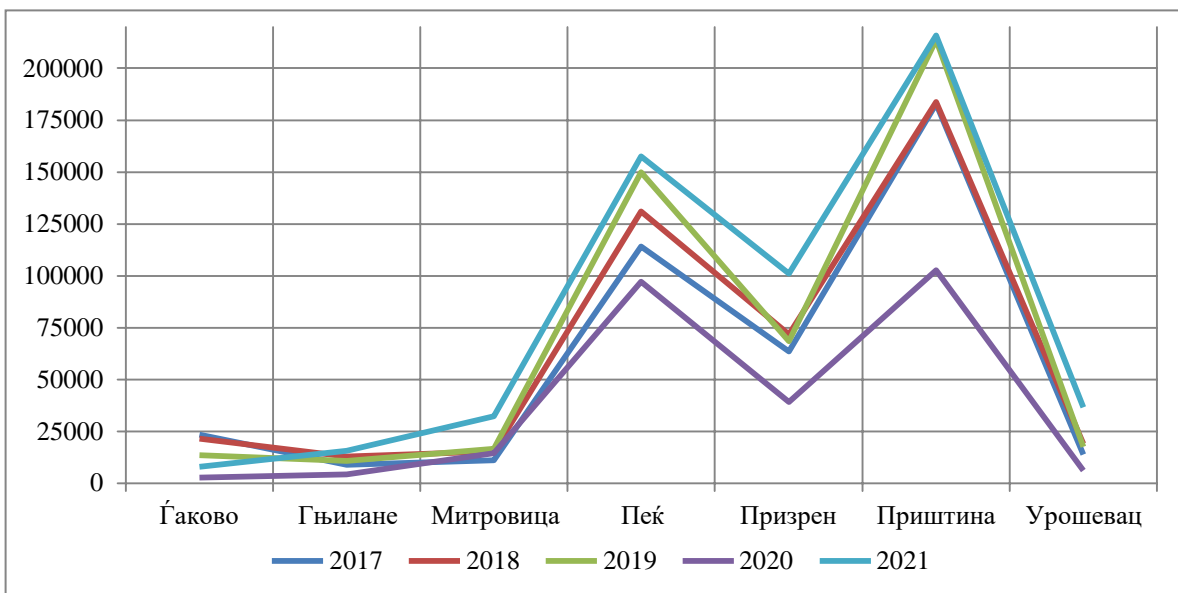


График 6. Број на ноќевања на посетителите и (домашни и странски) по региони во Косово, 2017-2021

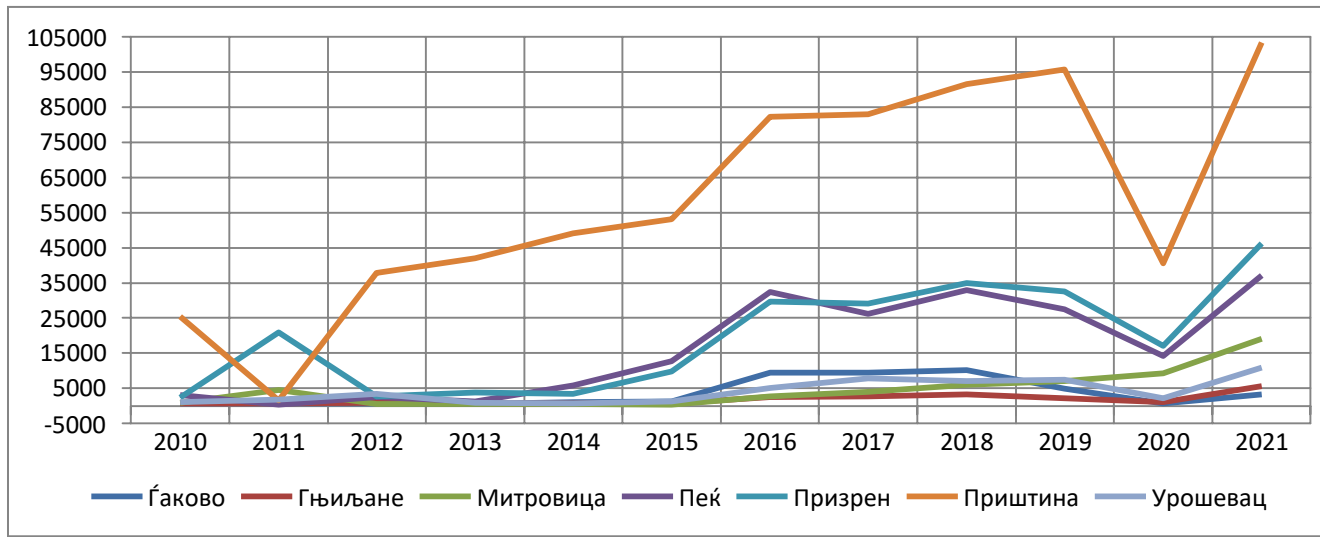


Табела 9. Број на странски туристи во Косово по региони

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ѓаково	734	647	739	547	1 003	1 267	9 385	9 511	10 181	4 957	781	3 172
Гњиљане	779	755	886	737	794	712	2 616	2 632	3 178	2 098	1 024	5 641
Митровица	827	4 458	557	616	532	385	2 763	4 065	5 990	7 082	9 279	19 147
Пеќ	3 152	260	2 588	1 326	5 761	12 694	32 295	26 092	32 924	27 438	14 242	37 078
Призрен	2 334	20 832	2 695	3 799	3 520	9 779	29 646	29 150	34 860	32 618	17 093	46 216
Приштина	25 428	1 635	37 897	42 083	49 041	53 057	82 118	82 934	91 527	95 669	40 581	103 393
Упошевац	1 128	1 762	3 428	966	662	1 344	5 163	7 849	7 034	7 497	2 215	10 980
Вкупно	34 382	30 349	48 790	50 074	61 313	79 238	163 987	162 234	192 761	177 358	85 215	225 627

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

График 7. Број на странски туристи по региони во Косово

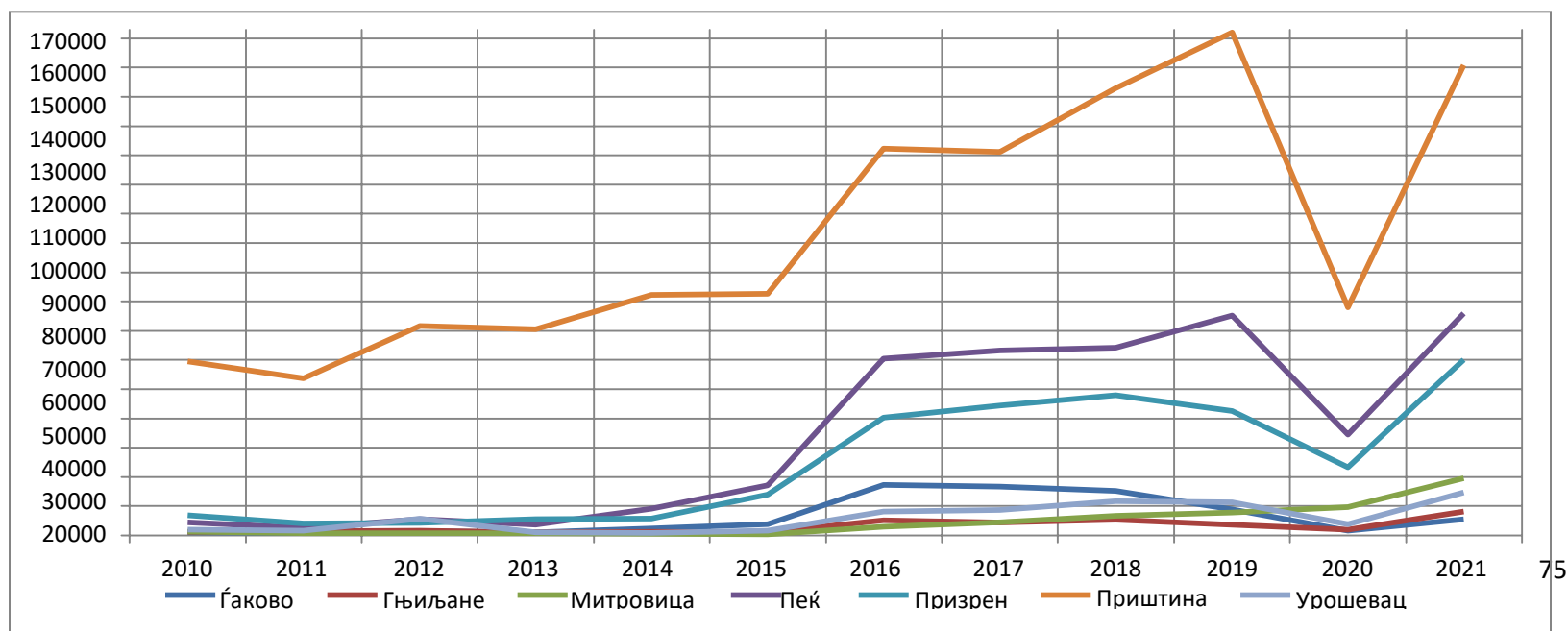


Табела 10. Ноќевања на странските туристи во Косово по региони

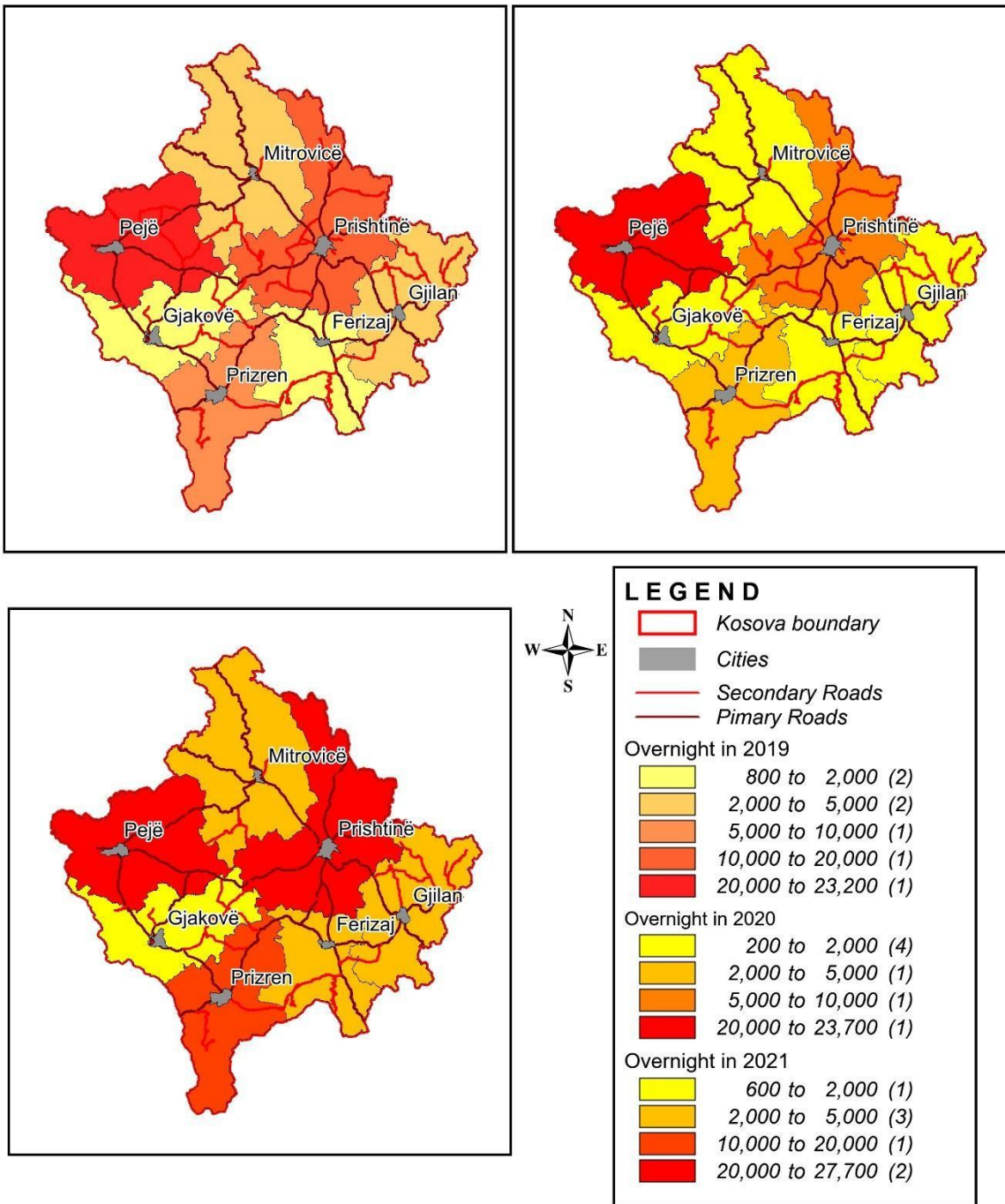
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ѓаково	1 032	980	1 512	1 062	2389	3 836	17 396	16 712	15 253	8 921	1 624	5 621
Гњиљане	1 203	1 546	1 594	1 198	1222	1 109	5 256	4 482	5 468	3 691	1 993	8 264
Митровица	1 222	813	647	692	532	414	3 059	4 536	6 692	7 885	9 598	19 591
Пеќ	4 470	2 692	5 554	3 733	9197	17 224	60 512	63 334	64 173	75 095	34 453	76 020
Призрен	6 846	4 066	4 369	5 521	5694	13 947	40 383	44 466	47 859	42 505	23 236	59 981
Приштина	59 542	53 763	71 555	70 517	82194	82 561	132 233	13 1097	152 915	172 080	77 987	160 743
Уошевац	2 079	1 724	5 737	1 160	837	1 578	8 244	8 766	11 701	11 405	3 862	14 797
Вкупно	76 394	65 584	90 968	83 883	102 065	120 669	267 083	273 394	321 308	321 581	152 753	345 017

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

График 8. Ноќевања на странските туристи во Косово



Overnight stays in the third quarter by regions in Kosovo



2. Туристички капацитети на Косово

Во Косово во 2019 година регистрирани се вкупно 490 единици односно објекти за сместување, од кои 232 хотели, 178 мотели, 41 бунгалови, 15 апартмани, 12 преноќишта и 12 хостели. Вкупниот број на соби во овие сместувачки капацитети изнесува 7 368, а вкупниот број на кревети 11 572 (табела 11).

Ако се анализираат капацитетите за сместување по региони во Косово, тогаш на прво место се наоѓа регионот на Приштина кој располага со 160 објекти за сместување, 2 778 соби, 3 765 кревети, а потоа следуваат следните региони: Пеќ (92 објекти, 1 235 соби, 2 327 кревети), Призрен (84 објекти, 1 227 соби, 2 504 кревети), Урошевац (63 објекти за сместување, 814 соби, 1 049 кревети), Гњиљане (34 објекти, 472 соби, 699 кревети), Митровица (29 објекти, 484 соби, 734 кревети) и Гаково (28 објекти, 358 соби, 494 кревети) (табела 12 и графикон 1).

Табела 11. Сместувачки капацитети во Косово според типот на сместување

	2018			2019		
	Единици	Соби	Кревети	Единици	Соби	Кревети
Хотели	214	4 457	7 195	232	4 708	7 569
Мотели	177	2 132	2 836	178	2 142	2 856
Преноќишта	10	46	99	12	60	129
Хостели	9	43	171	12	59	218
Апартмани	15	25	32	15	25	32
Бунгалови	41	374	768	41	374	768
Вкупно	466	7 077	11 101	490	7 368	11 572

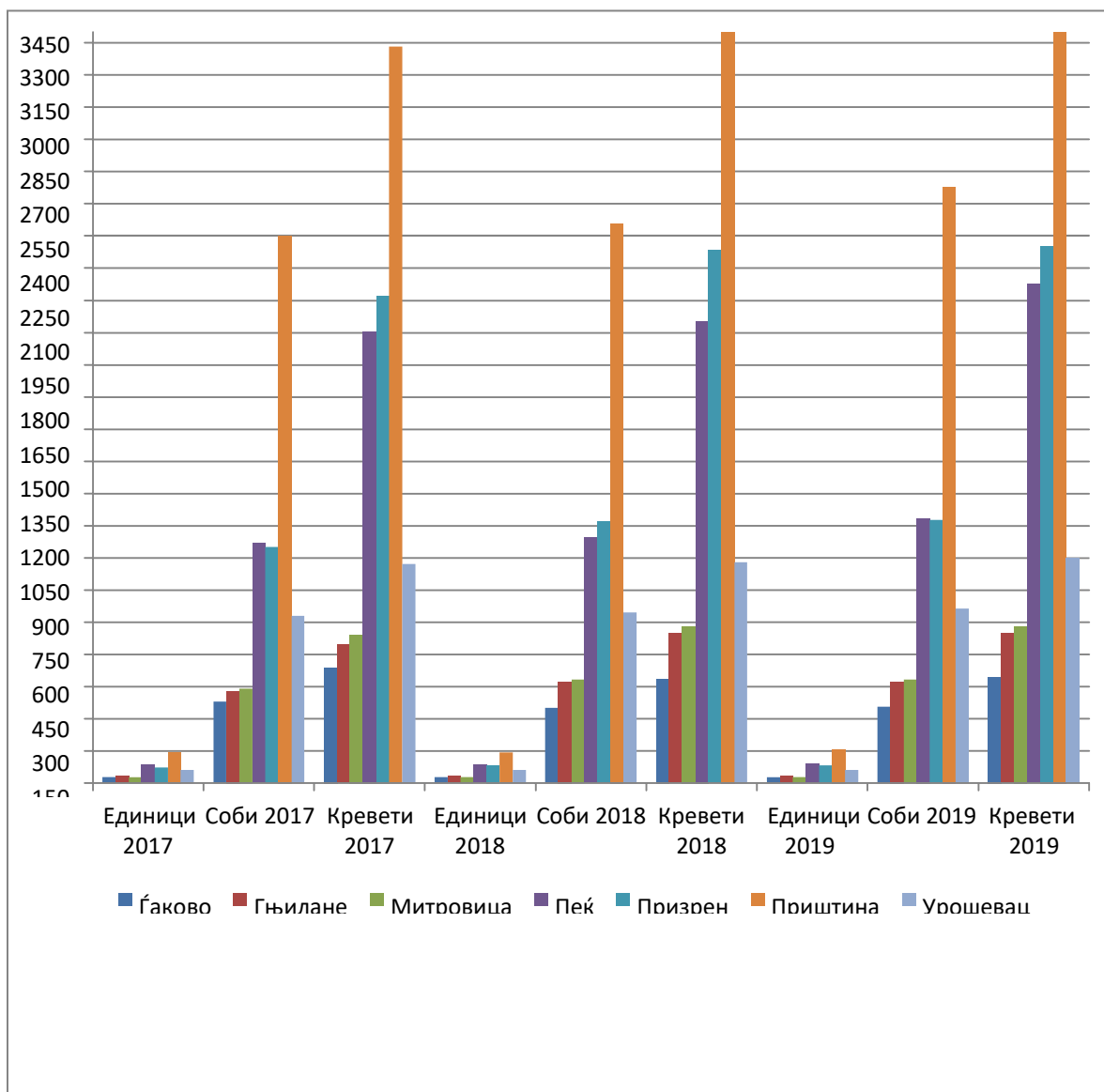
Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

Табела 12. Објекти за сместување во Косово по региони, години и варијабли

	2017			2018			2019		
	Единици и	Соби	Кревети	Единици И	Соби	Кревети	Единици	Соби	Кревети
Гаково	29	380	541	27	353	488	28	358	494
Гњилане	33	431	647	34	472	699	34	472	699
Митровица	27	442	692	29	484	734	29	484	734
Пеќ	85	1 119	2 106	87	1 145	2 154	92	1 235	2 327
Призрен	74	1 101	2 271	83	1 219	2 483	84	1 227	2 504
Приштина	143	2 553	3 432	144	2 607	3 514	160	2 778	3 765
Урошевац	62	780	1 021	62	797	1 029	63	814	1 049
Вкупно	453	6 806	10 710	466	7 077	11 101	490	7 368	11 572

Извор: Агенција за статистика на Косово, <https://ask.rks-gov.net/>

Графикон 1. Објекти за сместување во Косово по региони



Поглавје IV

Улогата на ГИС во креирањето на туристичките рути

1. Туристички рути

Туристичка маршрута (рута) значи креирана алтернатива на најбрзата или најдиректната патека до наведената дестинација, која минува низ места од потенцијален интерес за туристите. Туристичката рута е маршрута која поврзува различни туристички одморалишта, туристички места и објекти кои обезбедуваат туристички услуги поврзани со копнени, железнички, водни и воздушни транспортни линии.¹⁸

Маршрутата е основна карактеристика на туризмот и предуслов за појава на туризам, бидејќи “потрошувачот” треба да се доведе до производот или местото на искуството, мора да патува и претставува реципрочен настан - патникот патува до одредената туристичка дестинација и на крај повторно се враќа назад. За реализација на таа цел вклучени се транспортни средства и посета на единечни или на повеќе дестинации.

Според Sarmiento и Henriques „рутата е всушност нешто карактеристично за туризмот бидејќи туризмот е неизбежно „кинестетички“.¹⁹

Маршрутите (рутите) се просторни геометрии и може да варираат од релативно кратки пешачки или велосипедски патеки во град, до подолги моторизирани маршрути во руралните средини или интерконтинентални патувања, како што е Патот на свилата.²⁰

¹⁸ <https://www.lawinsider.com/dictionary/tourist-route>

¹⁹ Sarmiento J. and Brito-Henriques E. (2009). Overland tourism in the Istanbul to Cairo route: ‘real holidays’ or McDonaldised niche tourism?, In Simões J.M. and Ferreira C.. *Turismos de Nicho*, Centro de Estudos Geográficos, Lisbon, pp.283-295.

Конвенционалната дефиниција за маршрута неизбежно подразбира патување до едно или повеќе места, наречени „дестинации“.²¹

За разлика од туристичкото патување што го опфаќа целото искуство или користење на слободното време за одмор, турата (маршутата) е посебен елемент на одморот, при што постојат различни обрасци и модели на патување.

Маршутата на туристичкото патување е клучна и мошне значајна компонента на туристичкиот аранжман. Таа главно вклучува план со точно наведен редослед на посети кои се планирани до бројни точки на интерес (дестинации), кои мора да се завршат за одреден временски период. Во основа, маршутата е дизајнирана за да ја идентификува точката на поаѓање, денот на поаѓање, времетраење на турата, крајната туристичка дестинација и сите точки на застанување за време на патувањето (точките кои се од интерес за посета на туристите). Исто така, таа може да обезбеди и дополнителни информации како што се: информации за превозот, сместувањето и другите услуги за време на патувањето, вкупните трошоци на патувањето, детали за секоја посета (на пример, опис на местата на застанување, време на почеток и крај, цена итн.), одредени законски барања, изборни активности и оброци, ориентација на картата итн.

Маршутата се состои од различни делови кои се познати како сегменти. Практично, овие сегменти зависат од видот на патувањето на туристот.

Маршутата може да се нарече дури и централна точка за успехот на една туристичка компанија.

Квалитетот на туристичкиот аранжман се одредува според соодветноста, природата и сеопфатноста на маршутата. Маршутата не е само информација, туку продажна точка која е насочена кон убедување на потенцијалните клиенти.

²⁰ Sarmiento J. Turismo e cultura, Impresa Da Universidade de Coimbra, Coimbra University Press

²¹ Page S. (2007). Tourism Management: Managing for Change, second edition, Elsevier, p.12

2. Видови на туристички рути

Во суштина, постојат два типа на маршрути:

1. Општа маршрута, која е наменета и се продава на широк спектар на клиенти. Тоа е отворена маршрута која зема во предвид широк опсег на интереси.
2. Персонализирана маршрута, која е персонализиран план на патување специјално изготвен за одреден тип на клиенти земајќи ги во предвид потребите и интересите на клиентите.

За да биде поефективна, туристичката компанија треба да развие посебни и карактеристични маршрути за туристите, туристичките менаџери, туристичките придружници, продавачите и возачите на превозните средства.

- Маршрута за туристите - Маршрутата за туристите му се дава на секој турист со цел да има прегледност за патувањето како дел од пакет аранжманот. Туристот очекува турата да биде организирана според маршрутата наведена во пакет аранжманот што тој го купил. За планерите на тоа туристичко патување важно е да ја проверат изводливоста на таа маршрута. Општо земено, планерите организираат пробни патувања однапред, со цел да имаат "чувство" за маршрутата што треба да се реализира, да ги идентификуваат ограничувањата и да ги корегираат пред да бидат вградени во пакет аранжманот и да бидат достапни за туристите. Оттука, планерите на аранжманот треба да земат во предвид различни аспекти како што се: целта на турата, буџетот, сместувањето, транспортот, изборот на дестинации и атракции што треба да се посетат, активностите кои ќе се преземат во дестинациите, правните прашања, однесувањето на домаќините и гостите итн. Планерите на аранжманот, исто така, може да имаат замислено и испланирано одредени елементи како алтернативни за време на спроведување на маршрутата.

Во основа, туристичката маршрута е референца што туристот треба да ја следи за време на неговото патување како: точки на застанување, хотел, време поминато

помеѓу две точки (дестинации), планови за оброци, активности, атракции за посета итн. Се очекува тур-операторите строго да ја следат маршрутата. Доколку имаат намера да ја променат или изменат, тоа треба да биде само во интерес на безбедноста и сигурноста на туристите.

- Маршута за менаџерот на туристичкото патување - Улогата на менаџерот на маршрутата е од клучно значење за секој пакет аранжман бидејќи тој треба да извршува различни активности односно да има различни должности: од планирање на таа марпуга до континуирано вистинско функционирање на маршрутата. Професионалната експертиза, знаењето за различни прашања кои се поврзани со патувањето, управувањето (менаџирањето) со кризи и неговите лични искуства се многу важни при организирањето на турата. Маршрутата на менаџерот на патувањето ги вклучува целосните детали за целата тура од првиот ден до последниот ден. Освен општите детали за маршрутата кои што се наведени во маршрутата за туристите, маршрутата за менаџерите на турата исто така содржи информации за некои алтернативни аранжмани, детали за контакт, брзи референци, диференцијални тарифи и детали за тарифите, детали за возачите на превозните средства, за придружниците и туристичките водичи. Ова му помага на менаџерот да има целосна контрола за непречено одвивање на турата, како и да презема одредени активности доколку е тоа потребно при настанување на некои вонредни ситуации.
- Маршута за туристичкиот водич или придружник - Туристичкиот водич или придружник треба детално да знае каде треба да се однесе групата на туристи (до која крајна дестинација), кои активности и настани треба да се организираат за време на патувањето, правилно да управува со времето и други детали за групата. Огромното искуство и знаење кои ги има водичот или придружникот, и подготвеноста да се справи со одредени кризи и тешкотии, придонесува за успешно спроведување на турата. Придружниците кои се физички со групата туристи во текот на целото патување, треба да го испорачаат сето она што е наведено во маршрутата и да го задржат имиџот на компанијата.

- Маршута за продавачот - Продавачите играат голема улога во доставувањето (испорачувањето) на она што е наведено во маршутата на клиентите.
Оттука е неизбежно, да се внимава на специфичните делови од маршутата за да се направат потребните аранжмани однапред и да се постигне максимално задоволство кај гостите кога ќе пристигнат во одредената дестинација.
На пример, хотелот во кој ќе биде сместена групата, може да организира посебно изненадување за добредојде кога групата ќе пристигне во хотелот во зависност од природата на групата и времето на пристигнување на групата, може да понуди специјални услуги и да придонесе за зголемување на задоволството од услугата и додадената вредност.

- Маршута на возачот на автобусот - Типичната маршута на возачот на превозното средство (автобусот) ги вклучува: точката (крајната дестинација) и времето на пристигнување во крајната дестинација, точките и време на подигнување (земање) на патниците, точки на свртување, ограничени области на возење, активности за разгледување на знаменитости, други забавни активности, паркинг места, влезни точки, сите со одредено време. На пример, може да се види дека на одредени места се бара од возачот да вози бавно, што е споменато во неговиот план, со цел туристот да има подобар поглед на знаменитостите и да може да ги фотографира. Маршутата на туристот наликува на маршутата на возачот на автобусот со горенаведените дополнителни информации. Ова му помага на возачот да се координира со туристичкиот водич (придружник) во менаџирањето со групата.

3. Чекори во планирање на туристичките рути

При планирањето на туристичките маршрути мора да се следат следниве чекори:

Чекор 1. Истражување на други маршрути на пазарот - Потребно е внимателно планирање кога се развива маршрута за одредено туристичко патување. Корисна вежба е да се направи тура што ќе биде слична на турата што организаторот на патувањето сака да ја развие и да добие копии на брошури од други тури за споредба. Ова ќе му помогне да развие идеи за неговата тура, ќе му даде детални информации за условите и ќе му обезбеди можни идеи за дизајн на брошура за неговата тура, како и за нејзината содржина.

Чекор 2. Наведување на “името” на турата (маршутата)

Чекор 3. Наведување на времетраењето, фреквенцијата и точката (местото) на поаѓање.

Тргнување часот

Враќање..... часот

Колку често ќе се одвива оваа тура? / неделно

Каде ќе биде главната појдовна точка?

Дали ќе има сместување/ноќевање? Да Не

Чекор 4. Наведување на главните локации и најважните моменти на турата

Каде ќе патува групата?

Кои се главните моменти што ќе ги искушат посетителите? -----

Чекор 5. Истражување на содржината на турата и коментари - Треба да се наведат главните теми што организаторот на патувањето сака да ги вклучи во коментарите, како што се флората, фауната, историјата, културата, како и главните точки што треба да се земат предвид за секоја од тие теми, како и ресурсите што ќе се користат за да се најдат информациите.

Тема Главни точки што треба да се земат во предвид Коментари

Чекор 6 Наведување на сите активности, атракции, влезници и содржини од трети страни - Треба да се наведат сите активности или влезници кои ќе бидат понудени од други компании и да се одреди дали тие ќе бидат вклучени во цената на таа тура или ќе бидат понудени како додатоци. На пример крстарења, влез во национални паркови, влез во објекти од културно значење итн.

Опис на активноста	Детали	за	Цена по лице	Вклучено во цената
	добавувачот			ДА / НЕ

Чекор 7. Обезбедување на дозволи за пристап до одредени локации - Без разлика дали групата ќе поминува низ одредени локации или ќе застанува заради посета на одредени атракции, разни активности или заради оброци, неопходно е да се добие писмена дозвола или пак одредена лиценца за комерцијалниот оператор од

одредени институции или пак од сопственикот на имотот (ако станува збор за приватен имот).

Чекор 8. Усовршување на времето на туристичкото патување - Од клучно значење е прецизно да се мапира маршрутата на туристичкото патување со цел да се осигура дека ќе се пристигне на време во одредените места за извршување на активностите и за конзумирање на оброците и дека ќе се овозможи враќање во почетната дестинација во разумно време.

Застанувања	Време	Место	Вид на застанување – атракција, оброк, активност
--------------------	--------------	--------------	---

Почеток

Прво застанување

Второ застанување

Трето застанување

Крај

Чекор 9 Тестирање на маршрутата - Многу е важно да се направат неколку „пробни возења“ на маршрутата за да се утврди дека е направено правилно темпирање на времето. Исто така, добра идеја е да се поканат некои луѓе кои имаат одредени стручни знаења од областа на туризмот со цел да дадат конструктивни коментари за направената маршрута.

4. Просторна конфигурација на туристичките рути

Повеќе автори во литературата предлагаат различни просторни модели на туристички маршрути (Lue, Crompton, and Fesenmaier 1993; Oppermann 1995; Flognfeldt 1999; McKercher and Lew 2003, 2004) и обрасци на просторно движење на туристите во рамките на една дестинација (Lew and McKercher 2006).

Избраниот просторен модел на туристичко патување (односно видот на туристичката маршрута) зависи од типовите на достапни дестинации, нивната пристапност, атракциите што ги нудат и видот на областа во која се наоѓаат.

Според моделот на Lue, Crompton и Fesenmaier²² постојат пет просторни модели на туристичките маршрути и тоа:

- Наједноставниот просторен модел го одразува патувањето до една дестинација. Тоа е всушност патување на релација домицил – главна туристичка дестинација односно директно патување кон рецептивната туристичка дестинација без никакво застанување (модел 1 на слика 29).
- Вториот модел е модел на тн. попатни дестинации односно патување кон една главна туристичка дестинација (која претставува основна причина заради која се презема патувањето) со попатно застанување во повеќе места на интерес за туристите односно транзитни дестинации кои содржат значајни туристички атракции. Овие попатни атракции туристите може да ги посетат или кога ќе

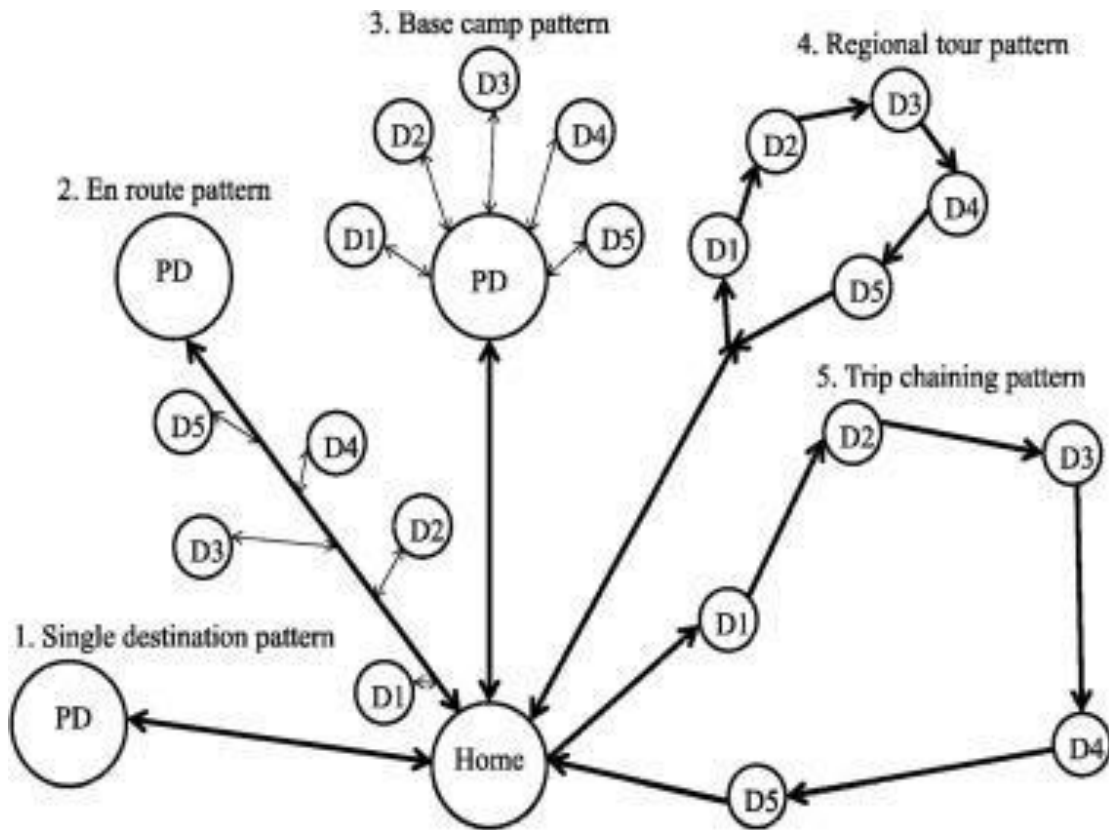
²² Lue C, Crompton L. J., Fesenmaier D.R. (1993). Conceptualization of Multi-destination Pleasure Trips, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp. 289-301.

патуваат од домицилот кон главната туристичка дестинација или кога ќе се враќаат од главната туристичка дестинација кон домицилот (модел 2 на слика 29).

- Третиот модел е наречен “базна станица” или “модел на радиус”. Всушност тоа претставува патување кон основната (примарната) дестинација во која туристите најмногу ќе престојуваат и која воедно ќе претставува нивна база за трансфер кон другите (сателитски) дестинации лоцирани во радиусот на основната дестинација (модел 3 на слика 29). Во некои ситуации, на сателитските дестинации може да им недостигаат потребните капацитети за поддршка, како што се сместувачките капацитети, за да бидат самостојни туристички атракции, па според тоа, може да зависат од симбиотскиот однос на услугите за поддршка што ги нуди основната (базната) дестинација.
- Четвртиот модел, е моделот на „регионално кружно движење или регионална тура“ со една централна туристичка дестинација. Во овој случај, туристите патуваат во некој регион и последователно посетуваат низа дестинации во областа пред да се вратат во домицилот. Getz наведува дека дестинациите во рамките на регионите кои нудат различни атракции во разумна географска близина, што е карактеристично за обрасците на базната станица и регионалните тури, може да соработуваат помеѓу себе со цел да создадат доволно „привлечна сила“ за туристите како резултат на бројните тематски настани со добри квалитети кои се групирани во времето и просторот. Во таква област, поединечните дестинации имаат своја привлечна моќ, но нивните разлики ќе овозможат задоволување на различни потреби на посетителите во истата географска област. Во овие модели, предизвикот за маркетинг креаторите на секоја дестинација е да ги препознаат комплементарните силни страни на другите дестинации во областа и да соработуваат со нив. Тоа ќе резултира со заеднички промотивни напори од кои туристите ќе ги имаат сите придобивки, а тоа ќе доведе и до зголемување на финансиските ефекти во тие туристички дестинации.
- Последната маршрута е моделот на „синцирести тури“. Ова туристичко патување вклучува голем број на фокуси односно дестинации на интерес, од кои во текот на патувањето една од дестинациите може, но и не мора да се издвои како централна.

Туристичката маршрута, во овој случај, вклучува посета на повеќе дестинации и одење од една до друга, наместо постоење на единствена фокусна дестинација.

Слика 29. Алтернативни просторни модели на туристички патувања



Извор: Lue C, Crompton L. J., Fresenmaier D.R. (1993). Conceptualization of Multi-destination Pleasure Trips, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp. 289-301.

5. Систем на географски информации – ГИС

Со развојот на компјутерската технологија, интернетот и социјалните мрежи постои можност за дистрибуција на широк опсег на туристички информации до заинтересираните страни во туризмот (како на страната на понудата, така и на страната на туристичката побарувачка). Генерално, информатичката технологија и туризмот се двата најдинамични двигатели во глобалната економија. Во последните децении, од огромно значење за развојот на туризмот е употребата на информационите системи кои воедно инкорпорираат бројни географски податоци за одредени локации односно ГИС.

ГИС е генерички термин кој подразбира употреба на компјутери за креирање и прикажување на дигитални мапи. ГИС овозможува мапирање, моделирање, барање, анализа и прикажување на огромен број на разновидни податоци од една база на податоци. Неговата моќ и привлечност произлегуваат од неговата способност да интегрира бројни информации за животната средина и широкиот репертоар на алатки што ги обезбедува за истражување на различните податоци.

Историјата на развојот на ГИС е паралелна со историјата на развојот на дигиталните компјутери и системите за управување со бази на податоци од една страна и оние во картографијата и автоматизацијата на креирањето на карти од друга страна. Развојот на ГИС, исто така, се потпира на иновации кои се направени во неколку други дисциплини како што се географија, фотограметрија, далечинско согледување, градежништво, статистика, сообраќај итн.

ГИС (Географските Информациони Системи) како технологија нудат големи можности за развој на современи туристички апликации со користење на дигитални геореференцирани мапи и атрибутски податоци за туристички локации, маршрути, објекти и атракции. Овие системи создаваат основа за дигитално и интернет мапирање, креирање мобилни и интерактивни туристички мапи. Во исто време, технолошкиот напредок, особено софтверот и хардверот, придонесоа за развој на системите за

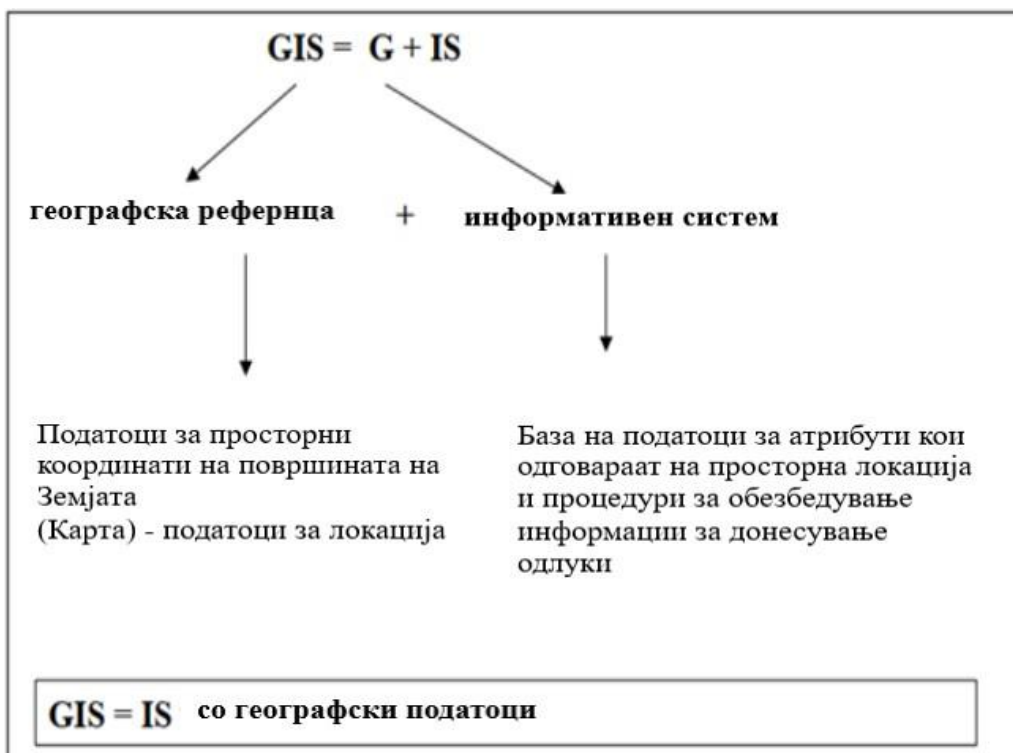
пробарување, презентација и аналитички функции кои се особена важност за туризмот на едноставен начин за корисниците.

Најраната употреба на географскиот метод се поврзува со името на John Snow во 1854 година кој ја прикажал епидемијата на колера во Лондон користејќи точки за да ги претстави локациите на некои поединечни случаи на оваа болест, што довело до пронаоѓање на изворот на болеста. Иако основните елементи на топологијата и темите постоеле претходно во картографијата, мапата на John Snow била уникатна бидејќи користела картографски методи не само за прикажување, туку и за анализа на кластери на географски зависни феномени, што било направено за прв пат.

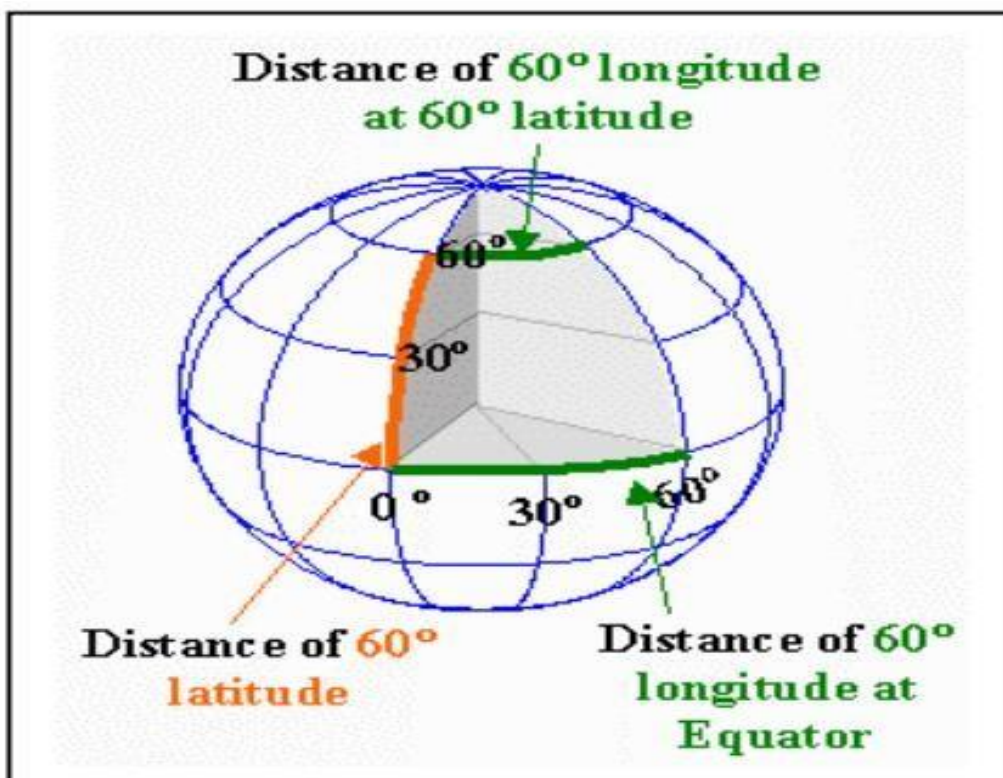
Првиот вистински оперативен ГИС во светот бил развиен во 1962 година од страна на Dr. Roger Tomlinson од федералниот оддел за шумарство и рурален развој во Отава, Канада. Овој систем бил наречен „Канадаски географски информациски систем“ (CGIS) и се користел за складирање, анализа и манипулација со податоците кои биле собрани за пописот на земјиштето во Канада. Тоа претставувало иницијатива за одредување на капацитетот на земјиштето за рурална Канада со мапирање на информации за почвите, земјоделството, рекреацијата, дивниот свет, шумарството и користењето на земјиштето во размер 1:50.000. CGIS бил првиот „систем“ во светот и претставувал значително подобрување на апликациите за „мапирање“ бидејќи обезбедувал можности за преклопување, мерење и дигитализирање или скенирање. Тој поддржувал национален координатен систем што го опфаќал целиот континент, кодирани линии со вистинска вградена топологија, кој ги складираше информациите за атрибутите и локацијата во посебни датотеки. Всушност, Dr. Roger Tomlinson во литературата се смета за „татко на ГИС“ поради приказите на преклопувања во промовирањето на просторните анализи на конвергентни географски податоци.

ГИС претставува компјутерски информациски систем. Меѓутоа помеѓу него и другите компјутерски бази на податоци постои важна разлика која се состои во тоа што сите информации во ГИС мора да бидат поврзани со географска (просторна) референца (географска ширина/должина или други просторни координати) (слики 30 и 31).

Слика 30.



Слика 31. Географски референци / координатни системи



Извор: ESRI, 2010

Компонентите на географските информации системи се: хардвер, софтвер, бази на податоци и образовани кадри.

Во литературата може да се сретнат бројни и различни дефиниции за ГИС, кои нагласуваат различни аспекти од неговата употреба.

Имајќи ја предвид специфичноста на елементите на географските информациски системи, првите дефиниции за ГИС се засновале на информациски принципи.

Така на пример, Duckert²³ го дефинира ГИС како посебен случај на информациски системи каде базата на податоци се состои од набљудувања на просторно распределени карактеристики, активности или настани, кои се дефинирани во просторот како точки, линии или области. ГИС манипулира со податоци за овие точки, линии или области за да добие податоци за ad hoc прашања и анализи.

ESRI (меѓународен понудувач на софтвер за Географски Информциски Систем ГИС, веб-ГИС и апликации за управување со гео-бази на податоци, со седиште во Редландс, Калифорнија), го дефинира ГИС како организирана збирка на компјутерски хардвер, софтвер, географски податоци и персонал, дизајниран за ефикасно снимање, складирање, ажурирање, манипулирање, анализа и прикажување на географски референцирани информации.

ESRI, исто така, дал поедноставна дефиниција за ГИС објаснувајќи го како компјутерски систем способен да чува и користи податоци што ги опишуваат местата на површината на Земјата.²⁴

Според Department of Environment (DOE, 1987)²⁵ „ГИС е систем за собирање, складирање, верификација, ракување, анализа и прикажување на податоци кои се просторно врзани за Земјата “.

Smith et al. (1987),²⁶ го дефинираат ГИС како: „Систем на бази на податоци во кој повеќето податоци се просторно индексирани и преку кој се управува со низа постапки за

²³ Ducker J. (1979). Land Resource Information Systems: A Review of Fifteen Years Experience. Geo-Processing, Vol. 1, pp. 105-28.

²⁴ ESRI . (1990). Understanding GIS

²⁵ Department of the Environment (DoE). (1987). Handling Geographic Information, HMSO, London.

²⁶ Smith T. R., Menon S., Starr J. L., Estes J. E. (1987). Requirements and principles for the implementation and construction on large – scale geographic information systems, International Journal of Geographical Information Systems 1:13-31.

да се одговори на прашањата за просторните ентитети кои се наоѓаат во базата на податоци“.

Carter (1989) ²⁷ ја дава следната дефиниција за ГИС: Институционален ентитет, кој ја одразува организациската структура што ја интегрира технологијата со база на податоци, експертиза и континуирана финансиска поддршка низ времето.

Cowen (1988) ²⁸ го дефинира ГИС како систем за поддршка на одлуки што вклучува интеграција на просторни референтни податоци за решавање на проблеми во опкружувањето.

Според Koshkariov et al. (1989) ²⁹ ГИС е систем со напредни капацитети за гео-моделирање.

Devine and Field (1986) ³⁰ го сфаќаат ГИС како форма на MIS (Management Information System) што овозможува прикажување на општите информации на мапа (карта).

Во основа, дефинициите на ГИС може да се групираат во следните пет категории (табела 13).

²⁷ Carter J. R. (1989). On defining the geographic information system. In Fundamentals of Geographic Information Systems: A Compendium, (Falls Church, Virginia: ASPRS/ACSM) pp. 3-7

²⁸ Cowen D. J. (1988). GIS versus CAD versus DBMS: what are differences? Photogrammetric Engineering and

Remote Sensing, 54: 1551-4.

²⁹ Koshkariov A. V., Tikunov V. S., Trofimov A. M. (1989). The current state and the main trends in the development of geographical information systems in the USSR, International Journal of Geographical Information Systems, 3 (3): 257-72.

³⁰ Devine H. A., Field R. C. (1986). The gist of GIS. Journal of Forestry, 17-22.

Табела 13. Дефиниции за ГИС

Дефиниција	Својства на ГИС	Аналитички функции на ГИС
Процес	Систем за прибирање, складирање, проверка, манипулација, анализа и прикажување податоци кои се просторно референцирани на земјата (DoE, 1987: 132).	Презентација и тематско мапирање Барање за податоци Просторно барање
Алатка	Содржи алатки за собирање, складирање, преземање, трансформирање и прикажување на просторни податоци (Burrough, 1986: 6).	Интеграција на бази на податоци Наоѓање на маршрута
База на податоци	Од просторно референцирани ентитети (Smith et al., 1987).	Точка во анализа на многуаголници Преклопувања Пуферирање Визуелизација и 3-Д моделирање
Апликација	Катастарски информациски систем, Маркетинг информациски систем, Плански информациски систем итн.	
Систем за поддршка на одлуки	Интегрирање на просторни податоци во решавање на проблеми на опкружувањето (Cowen, 1988).	

Извор: Bahaire & White, 1999, p. 161

Со анализата на стратешките, деловните и општите дефиниции на ГИС, изведена е

сеопфатна дефиниција која е прифатена во научните кругови, која гласи: Географскиот информационален систем е организиран збир на компјутерски хардвер, софтвер, податоци, персонал и мрежи за ефикасно собирање, складирање, ажурирање, ракување, анализа, моделирање, пренос и прикажување на сите форми на просторни информации.

Grimshaw³¹, (1993) дава целокупна дефиниција за ГИС „ГИС е наједноставно ниво на технологија која им овозможува на носителите на одлуки да ја истражат географската димензија на податоците“.

Географските информациски системи обезбедуваат голема количина на информации потребни за донесување одлуки.

Најчестиот излезен резултат на ГИС се картите. Во повеќето случаи, тоа се тематски карти кои ги илустрираат просторните варијации или шемата на одредена променлива.

Сите карти, како излезни резултати од ГИС, може да се класифицираат во неколку групи:

- карти кои покажуваат одредени локации;
- карти кои прикажуваат промени во просторот;
- карти кои го прикажуваат резултатот од просторна анализа и геопроектирање;
- посебен вид на карти - динамични карти кои содржат голем број објекти на прикажување.

Денес, ГИС се користи за следните цели³²:

- мапирање на природните ресурси,
- дигитална картографија,
- просторно (и урбанистичко) планирање,

³¹ Grahman A. (2010). Application of GIS in Ecotourism Development : A case study in Sundarbans, Bangladesh, A Master Thesis, Mid-Sweden University, p.20.

³² Mičić Maksin M. (2008) Turizam i proctor, Univerzitet Singidunum, Departman za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd, p.218.

- просторни и економски анализи,
- создавање на големи системи за насочување на развојот, уредувањето и заштитата на просторот,
- управување со инфраструктурата и капиталните инвестиции,
- поддршка при одлучување,
- специфични намени: воени, воздухопловни, набљудувачки, комуникации итн.,
- мониторинг на временски сукцесивни серии на податоци за да може да се прикаже развојот на одредени појави низ времето (на пр. фази на развој на урбани и туристички центри)

6. Примена на ГИС на страната на туристичката понуда

ГИС може да се користи на две нивоа на страната на туристичката понуда во поширока смисла на зборот. Едното ниво на негова примена се однесува на носителите и спроведувачите на туристичката политика односно на државните органи, организации, ресорните министерства и туристичките организации кои се задолжени за туризмот, а второто ниво се одредени стопански субјекти во рамките на туристичката дејност. Меѓутоа, во пракса често не е можно да се направи разлика помеѓу овие две нивоа, бидејќи истите функции на ГИС се потребни и од јавниот и од приватниот сектор.

Bahaire и Elliott-White³³ (1999) ги навеле основните функции на ГИС и потенцијалот на нивната примена во областа на туризмот на страната на понудата (табела 14).

³³ Bahaire J. T. and Elliott-White M. (1999). The application of geographical information systems (GIS) in sustainable tourism planning: A review, *Journal of Sustainable Tourism*, 7(2)

Табела 14. Главни можности на ГИС и примена во туризмот

Функционални можности на ГИС	Главни области и прашања на кои може да се даде одговор со користење на ГИС		Примени во туризмот
Внесување на податоци, складирање и обработка	Локација	Каде се наоѓа ?	Планирање и одредување на соодветни локации за развој
Производство на карти	Услови	Што е тоа?	Попис на туристички ресурси
Интеграција на бази на податоци и менаџмент	Трендови	Што се променило?	Мерење на влијанието на туризмот
Прашања и пребарувања	Одредување на маршрути	Кој е најдобриот пат?	Патување на посетителите и менаџмент
Просторна анализа	Шаблон	Кој шаблон се појавува?	Анализа на односите кои настануваат во врска со употребата на ресурсите
Просторно моделирање	Моделирање	Што ако?	Проценување на потенцијалните влијанија од туристичкиот развој
Поддршка при одлучувањето	-	-	-

Извор: Bahaire and Elliot – White. (1999), Fasari and Prastacos, 2004

Одредувањето на локацијата веројатно претставува најчестата примена на ГИС. Во овој контекст, и во туризмот ГИС најмногу се користи за утврдување на соодветноста на локациите за развој на туризмот. За таа цел се неопходни бројни информации кои може да се добијат како резултат на користењето на ГИС. Такви информации се на пример конфликт на областа на која ќе се планира туристичкиот развој и заштитата на животната средина, комплементарно користење на земјиштето за развој на туризмот и за други дејности, достапност на инфраструктурата на одредена локација и нејзината примена во туристички цели, овозможувањето или ограничувањето на природните ресурси за развој на туризмот итн. Ова се основни географски варијабли за одредување на потенцијалот и капацитетот на некое место или простор како туристичка дестинација.

Одредувањето на локациите е само еден дел од поширокиот процес на планирање во областа на туризмот. Туристичкото планирање се однесува на интегрирано планирање на сите туристичките атракции (како природни атракции, така и изградени - антропогени атракции), услуги (сместувачки капацитети, ресторани, продавници, трговски центри, менувачници, медицински установи, пошти итн.) и транспортни можности (материјална инфраструктура и транспортни услуги). Процесот на планирање на туризмот бара собирање и обработка на голема количина на просторни податоци бидејќи сите локации и нивните меѓусебни односи мора да бидат дефинирани и анализирани во согласност со просторниот контекст. За овие цели, ГИС може да опишува и идентификува елементи на туристичката инфраструктура на геометриски, тематски и/или тополошки начин. Исто така, ГИС може да обработува објектно-ориентирани податоци (на пр. трговски центри, железници), како и просторни податоци (на пр. влажност на воздухот, надморска височина). Многу области на развојот на ГИС се обидуваат да ги прикажат сложените интеракции помеѓу биотичките, абиотичките и човечките процеси во просторот и времето, кои имаат големи импликации на рекреацијата и планирањето на туризмот.

Попис на туристички ресурси. Пописот на туристички ресурси се користи за да се добијат организирани, структурирани информации за параметрите кои се од интерес за

планерите на туризмот и заинтересираните страни за развој на туризмот. Овој попис може да вклучува природни ресурси, заштитени предели, туристичка и друга инфраструктура, разни демографски податоци, податоци за локалитетите на културното наследство и др. ГИС, во овој случај, ја користи својата способност да интегрира, складира и манипулира со различни видови на информации (квалитативни и квантитативни, просторни и непросторни), како и да ги визуелизира наведените информации.

Мерење и мониторинг на влијанието на туризмот - Оваа категорија на апликации опфаќа идентификација на трендовите кои се практикуваат од страна на туристите и нивната промена со текот на времето и во одредена област односно дава одговор на прашањето „што се смени?“. За таа цел се избираат одредени параметри кои се од посебен интерес за носителот на понудата и се следат во одредената област низ временска рамка.

Друга димензија на листата на туристички ресурси е давање на информации за туристичките дестинации преку web. Картографските информации кои се важни за туристите, а кои не може да се најдат на класичните web сајтови, може да претставуваат популарна апликација на ГИС. Сè поголем број на туристички дестинации ја користат оваа технологија за промоција преку web. Во зависност од апликацијата, туристичките карти може да бидат статични, динамични или интерактивни, овозможувајќи ограничени операции кои можат да се вршат онлајн во реално време.

Управување со протокот на посетители – Овде станува збор за примена на ГИС во одредување на најдобрата маршрута (рута) врз основа на различни критериуми, како на пример одредување на најкратката можна рута помеѓу две локации или рута што комбинира минување низ различни точки на патувањето. Целта на оваа апликација е всушност просторно - временската анализа на патувањето. Со помош на ГИС може да се измерат различни растојанија кои им се потребни на туристите (на пример мерење на растојанието помеѓу емитивната и рецептивната туристичка дестинација, помеѓу местото

на доаѓање и сместувачкиот капацитет, растојанија помеѓу поединечни локалитети, растојанија помеѓу излетнички места итн), потоа да се измерат должините на различни пешачки патеки, велосипедски патеки итн.

ГИС може да се користи и за добивање на подобар увид во структурата (изгледот и поврзаноста) и функционалноста на транспортните мрежи што ги користат посетителите, како и за планирање на одржлива туристичка инфраструктура бидејќи тој овозможува опис и идентификација на транспортните мрежи - геометриски, тематски и тополошки, интегрирајќи ги објектите и просторните податоци.

Анализа на односите кои настануваат во врска со користењето на ресурсите („која е шемата?“) - Со користење на ГИС, научниците, планерите и носителите на одлуки од областа на туризмот може да ги откријат обрасците на користење на туристичките ресурси од страна на туристите, нивните појавни облици и дистрибуција. Исто така, ГИС може да се користи и за одредување на областите кои не смеат да бидат нарушени како резултат на туристичките активности. Анализата на влијанието може да се користи за да се идентификуваат моделите и интеракциите помеѓу различните компоненти и да се процени потенцијалното влијание на туристичкиот развој врз природното и општественото опкружување.

Проценување на потенцијалните влијанија од туристичкиот развој - оваа примена опфаќа неколку од горенаведените категории. Одговарајќи на прашањето „што ако?“, се однесува на развој и проценка на различни сценарија. Визуелната анализа на влијанието, односно предвидувањето на влијанието на предложената промена врз опкружувањето претставува една од главните можни примени на ГИС. Како резултат на тоа, ГИС има голема улога при процесот на одлучување во областа на туризмот бидејќи обезбедува бројни информации кои претставуваат основа за квалитетно одлучување. ГИС додава вредност на информациите и на тој начин го олеснува донесувањето одлуки.³⁴

³⁴ Farsari Y., & Prastacos P. (2004). GIS applications in the planning and management of tourism.

ГИС исто така може да биде моќна алатка која ќе им овозможи на локалните заедници да развијат стратегии за управување (менаџирање) со туристичките дестинации со вклучување на јавноста. Со обезбедување на податоци преку карти на кои е прикажан минатиот развој на туризмот и идните опции што се предлагаат, може лесно да се споделат идеите меѓу сите засегнати страни (стејкхолдери). На овој начин ГИС може да создаде чувство на медијација и споделување на грижата на заедницата меѓу сите стејкхолдери.

ГИС може да се примени и за решавање на бројни проблеми во областа на туризмот.

Според Bahaire и Elliott-White³⁵ (1999) главните проблеми во кои ГИС може да ја најде својата примена и да овозможи нивно решавање се следните: непознавањето на природата на влијанието на туризмот, недостатокот на контрола врз развојот на туризмот, недоволното разбирање на силата на туризмот и недостатокот на договори за развој на туризмот (табела 15).

³⁵ Bahaire J. T. and Elliott-White M. (1999). The application of geographical information systems (GIS) in sustainable tourism planning: A review, *Journal of Sustainable Tourism*, 7(2)

Табела 15. Туристички проблеми и можна апликација на ГИС

Туристички проблеми	Природа на проблемот	ГИС апликација
Непознавање	- Димензија, природа и моќ на туризмот од страна на клучните носители на одлуки и заедницата	- Клучен проблем е недостатокот на информации потребни за правилно донесување на одлуки. Употребата на ГИС за систематска инвентаризација на туристичките ресурси и анализа на трендовите може да го подобри решавањето на овој проблем.
	- Нивоа на одржливост на туристичкиот развој	- ГИС може да се користи за мониторинг и контрола на туристичките активности кога ќе се утврди нивото на развој кое се смета за прифатливо за стејкхолдерите. Со интеграција на туристичките податоци, податоците за опкружувањето, како и социо-културните и економските податоци, ГИС ја олеснува идентификацијата и мониторингот на индикаторите за одржлив развој.
Недостаток на способности	- За управување и контрола на развојот	- ГИС може да биде употребен за идентификација на соодветните локации за туристички развој, преку идентификација на зоните на конфликт и комплементарните зони
Недоволно	- Дека туризмот како	- ГИС може да биде употребен да ги

разбирање	<p>стопанска дејност предизвикува влијанија кои не можат лесно да се анулираат</p>	<p>симулира и моделира просторните последици од предложениот развој. ГИС овозможува визуелни анализи, мрежни анализи, гравитациони модели и сл.</p>
	<p>- Дека туризмот е динамичен, дека предизвикува промени и реагира на нив (туризмот е дел од поширокиот развој кој може да предизвика конфликти што може да ги уништат туристичките ресурси)</p>	<p>- ГИС овозможува интеграција на група податоци кои го претставуваат социо-економскиот развој и капиталот на опкружувањето во рамките на дадениот простор. ГИС се наоѓа на врвот на интегрираното и стратешко просторно планирање.</p>
<p>Непостигнување на договор</p>	<p>- Нивоа на соодветен развој, контрола и правец на развојот</p>	<p>- ГИС функционира како систем за помош при донесување на одлуки кои резултираат со аргументи и го олеснува создавањето на компромис. Предуслов за наведеното е кохерентното планирање и развојната контрола.</p>

Извор: Bahaire, T., and M. Elliott-White, 1999.

7. Примена на ГИС на страната на туристичка побарувачка

ГИС сè повеќе се користи во секојдневниот живот, од страна на крајните корисници. Особено е значајна неговата примена во областа на туризмот, на страната на туристичката побарувачка односно од страна на туристите. Туристичките патувања во странски земји, запознавањето на нови локации, планирањето на патувања, определување на оптимални локации за посети и сместување итн., неопходно ја наметнуваат употребата на овие системи од страна на туристите.

ГИС од страна на туристите се користи во периодот пред туристичкото патување и за време на туристичкото патување. Туристите го користат овој систем за:³⁶

- пребарување на туристичките ресурси,
- помош при донесување на одлуката за патување и
- олеснување на мобилноста во транзитот и во туристичката дестинација.

Клучните предности од користењето на ГИС за туристите се:³⁷

- визуелизација на туристичките дестинации и местата преку карти, дигитални слики и видео содржини,
- вредни информации за туристичките локации,
- селективни информации и посебни активности, како што се планирање на маршрутата, информации за сместувањето, за културните настани, специјалните атракции итн.
- лесно достапни информации преку веб,
- интерактивни карти како резултат на лични прашања на туристите итн.

³⁶ Jovanović V.(2015). Tematski turizam, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 237.

³⁷ Ibid., str.237.

8. Анализа на маршрути и туристички дестинации со помош на ГИС

ГИС може да врши голем број на геометриски прикази. Наједноставната апликација е прикажување на атрибутите на прикажаните објекти со нивно идентификување со графички курсор. Постојат пет форми на основни графички прикажувања: прикажување со точка, со правоаголник, со круг, со линија и со многуаголник.

Покомплексно прикажување е она кое како критериум за прикажување ги зема и геометриските прикази и атрибутските прикази заедно односно создава врски помеѓу различни бази на податоци со што се овозможува добивање на вистински хибридни просторни прикажувања и на тој начин може да помогне во процесот на донесување одлуки.

ГИС може да ги прикаже резултатите од пребарувањето во вид на карта (мапа) или графикон.

За да се прикаже одредена карта, најпрво треба во базата на податоци на ГИС да се одреди (внесе) името на дестинацијата односно географската локација за која се прави соодветната карта. Географската локација може да се однесува на цела земја (Косово), одредена зона од земјата или одредено место (град).

Потоа се одредува на кој начин да се прикаже картата (дали како топографија, патни мрежи итн).

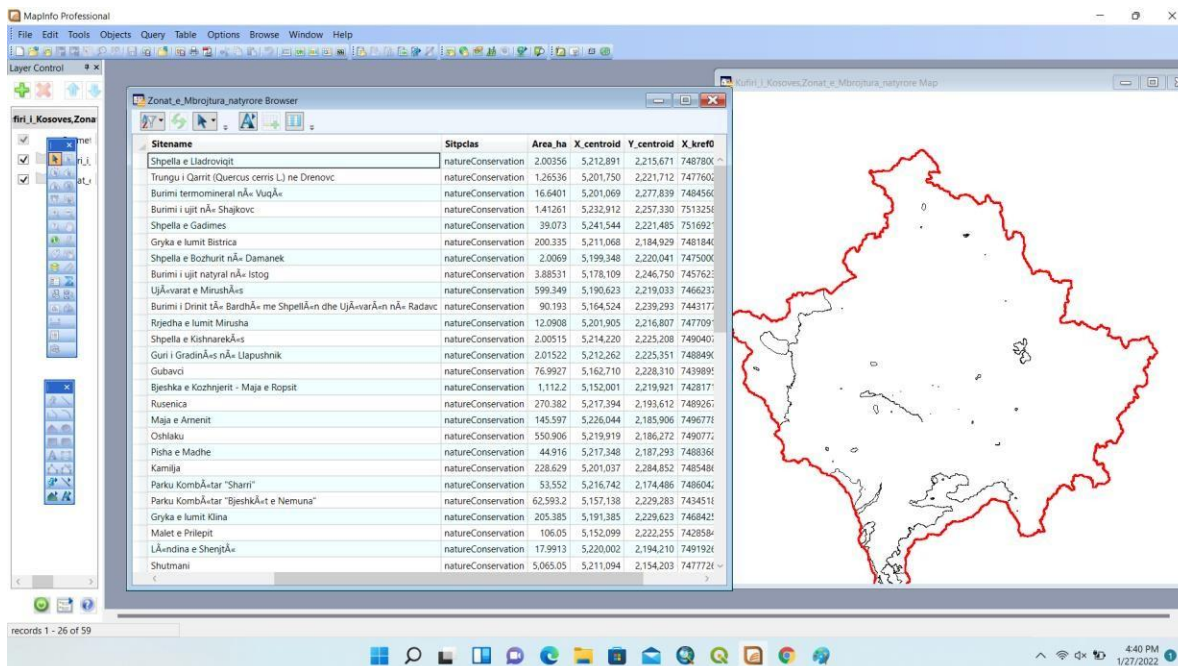
Кога ќе се одреди локацијата и начинот на прикажување, во софтверот треба да се одредат атрибутите кои се сакаат да се прикажат на одредената локација (дали историски и археолошки локалитети, национални паркови, езера, туристички зони, одредени објекти итн.). Притоа се избира обликот и бојата со којашто ќе се прикажуваат тие атрибути (точки, триаголници, квадрати, како површина).

Исто така со помош на ГИС може да се поврзуваат локациите и да се одреди растојанието помеѓу нив; да се прикаже времето што е потребно за да се помине тоа растојание со автомобил, велосипед или пеш; но и да се креираат туристички рути и да се одредат местата на таа рута што се сакаат да се посетат, а кои се од интерес за посетителите (туристите).

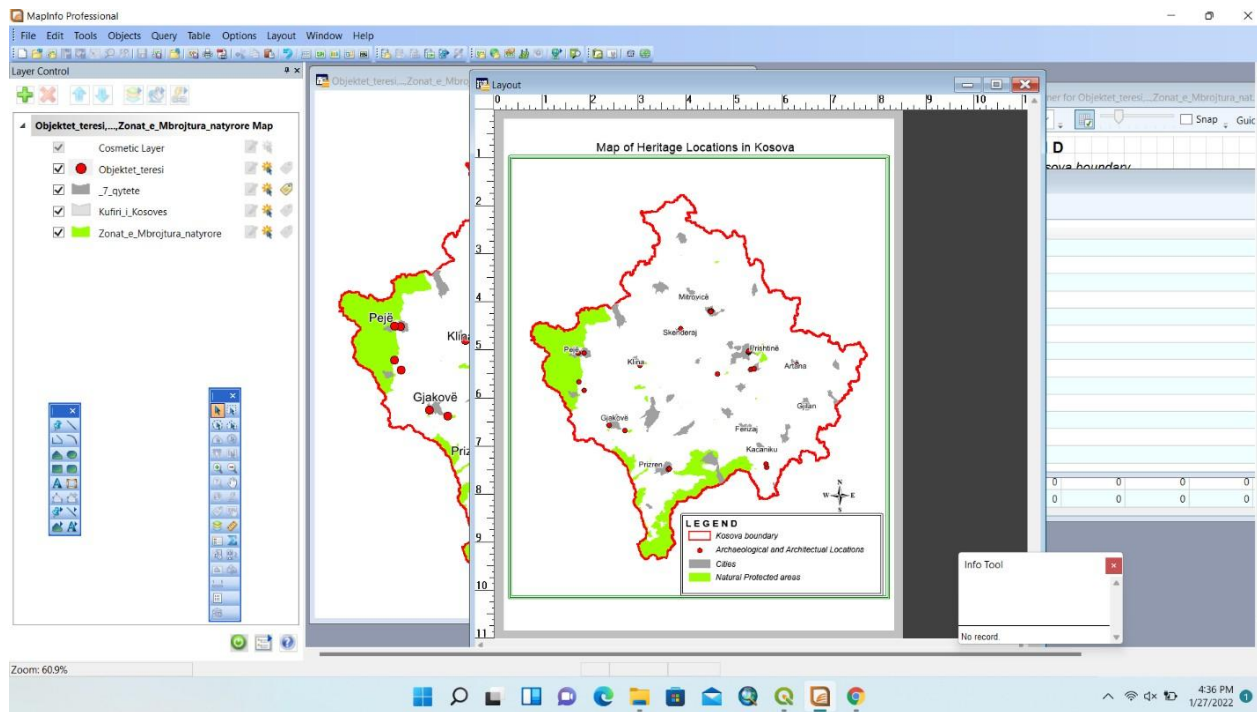
Картите и маршрутите може да се креираат со помош на различни сервери.

На следните слики се прикажани мапи на Косово со приказ на некои историски и археолошки локалитети при што како база на податоци за ГИС мапите се користени софтверите: MapInfo, QGIS - QuantumGIS, како и дигитализација на туристичките локации директно во Google Map преку QGIS).

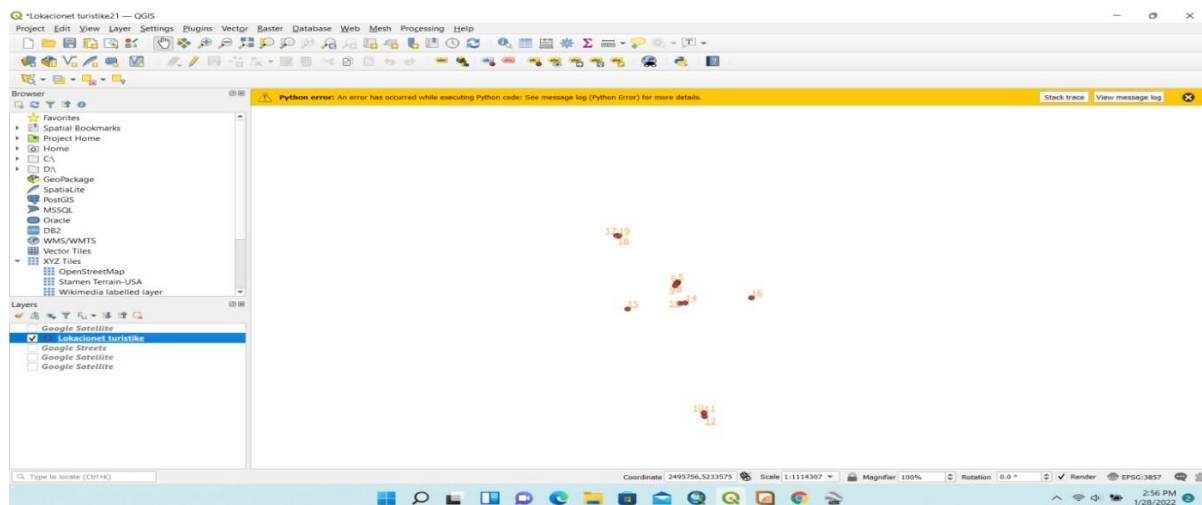
Слика 32. Приказ на ГИС карта со софтверот MapInfo



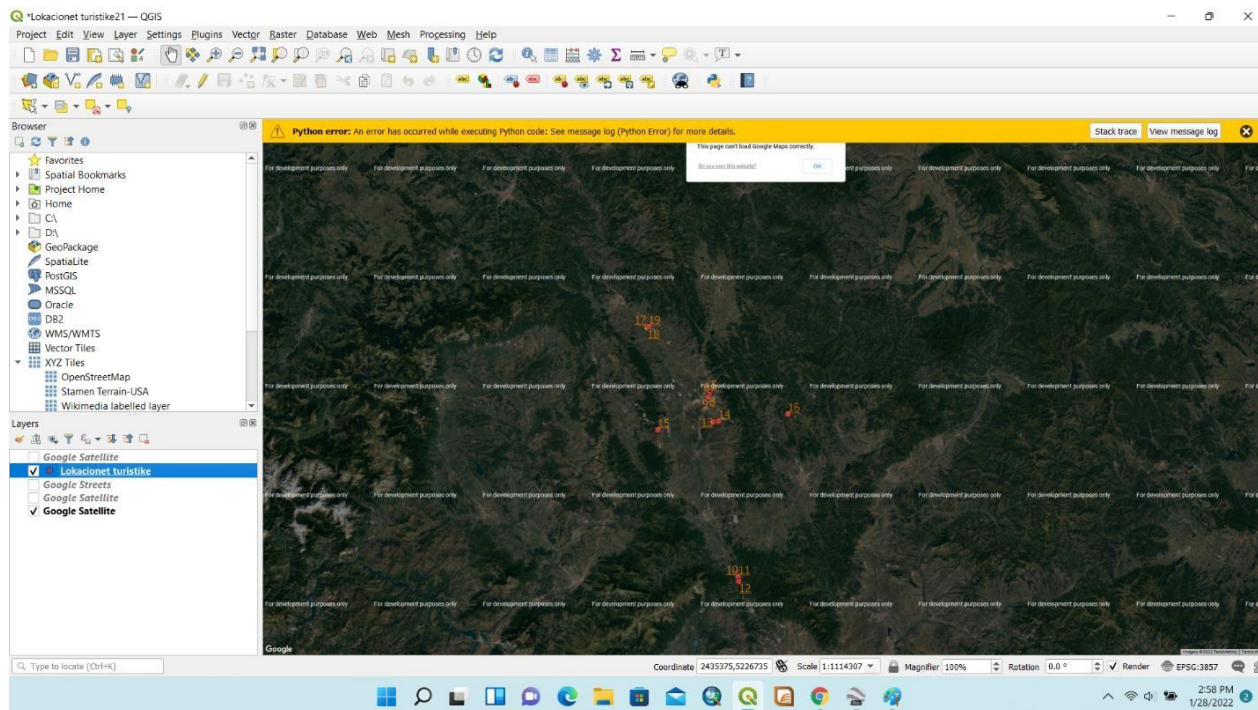
Слика 33. Дигитализација на локалитетите на културно наследство во Косово со користење на софтверот MapInfo



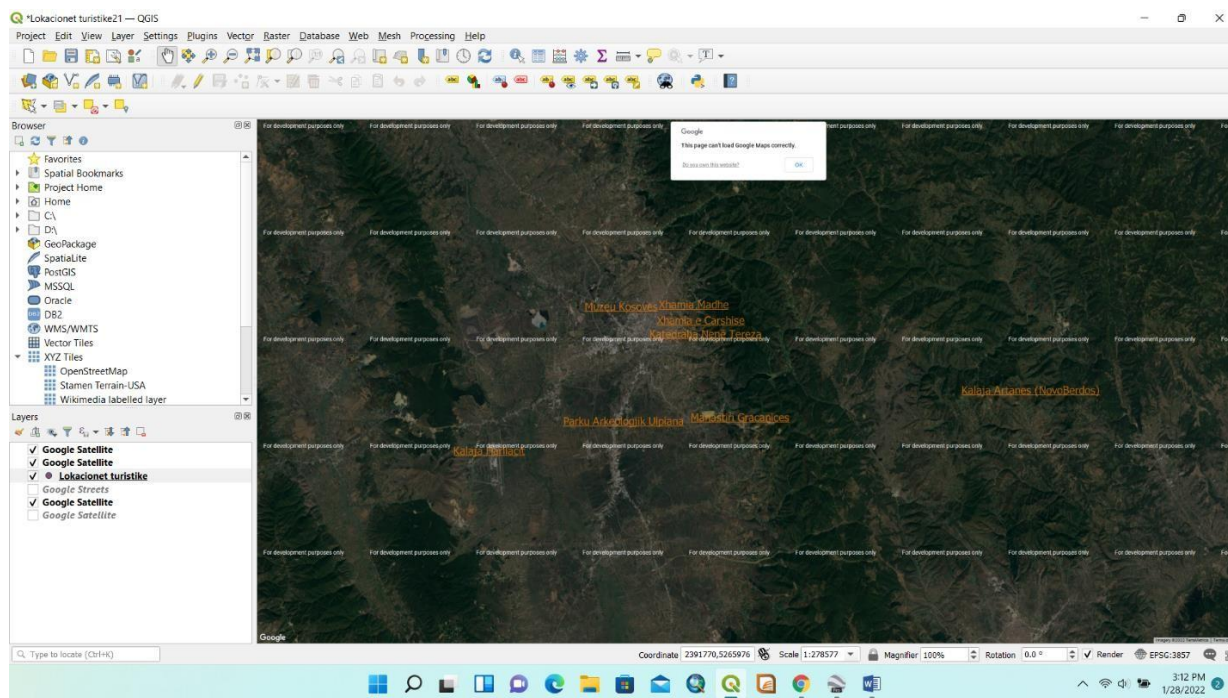
Слика 34. Дигитализација на локалитетите на културно наследство во Косово со користење на софтверот QGIS



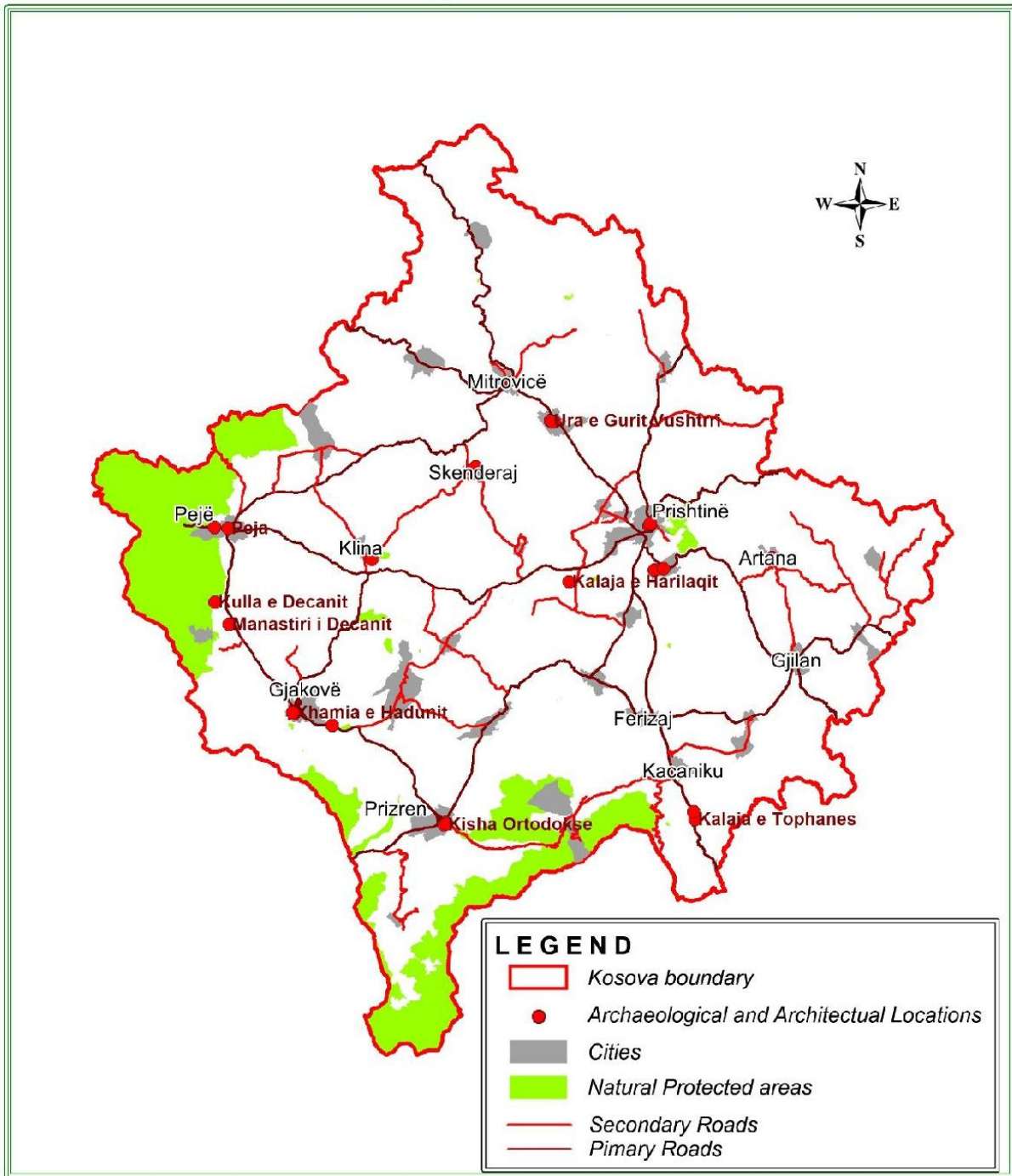
Слика 35. Слика Дигитализација на туристичките локации директно во Google Map преку серверот QGIS



Слика 36. Означување на локациите со имиња

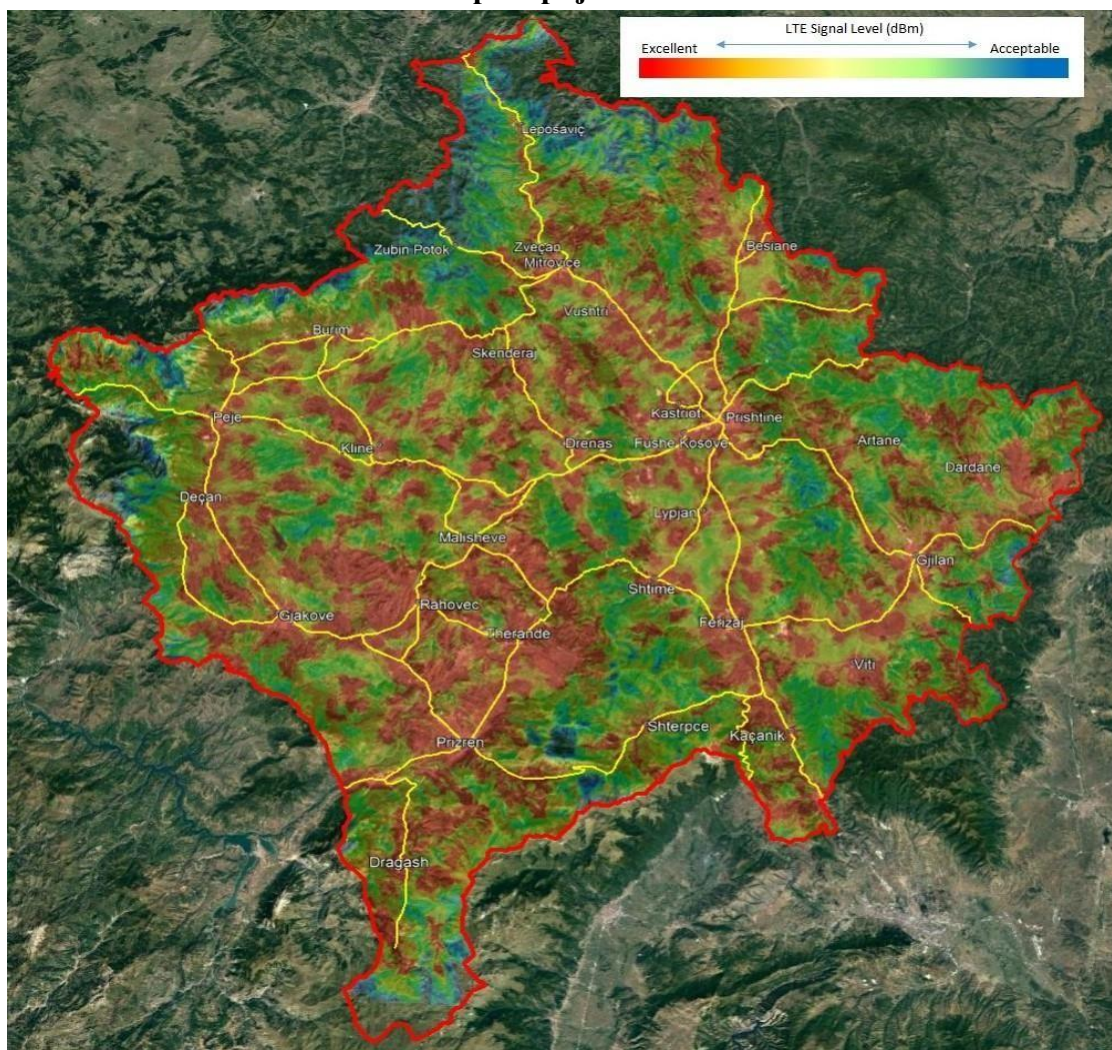


Map of Heritage Locations in Kosova



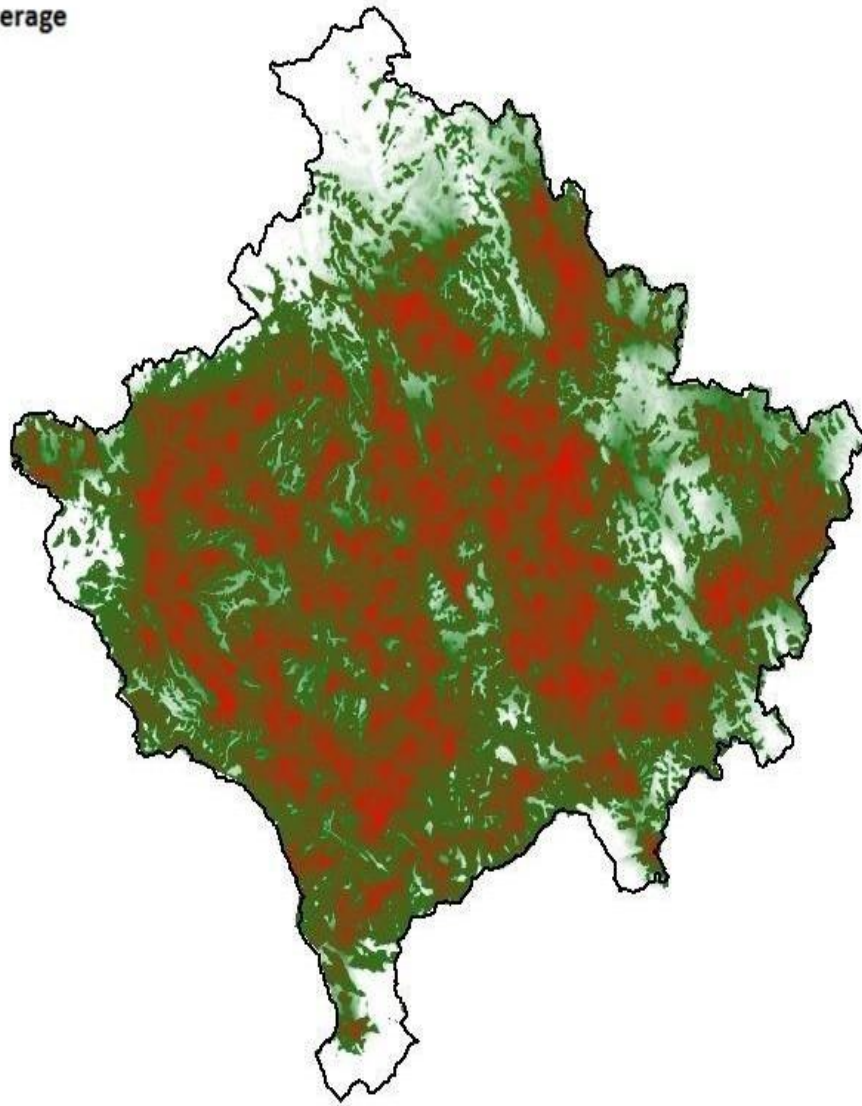
Територијата на Косово е покриена со мрежите 2G, 3G и 4G, што им овозможува на посетителите да ги користат информациите од интернет мрежата за пронаоѓање на локалитетите кои се од посебен интерес за нив, да се запознаат со некои подетални информации за одредени локалитети или објекти од историско и културно значење, како и да ги креираат своите туристички рути во одредените дестинации кои сакаат да ги посетат. На следните слики е даден приказ на покриеноста на територијата на Косово со мрежите 2 G, 3 G i4 G.

Слика 37. Карта на дистрибуција на 2G мрежата на операторот VALA 900 на територијата на Косово

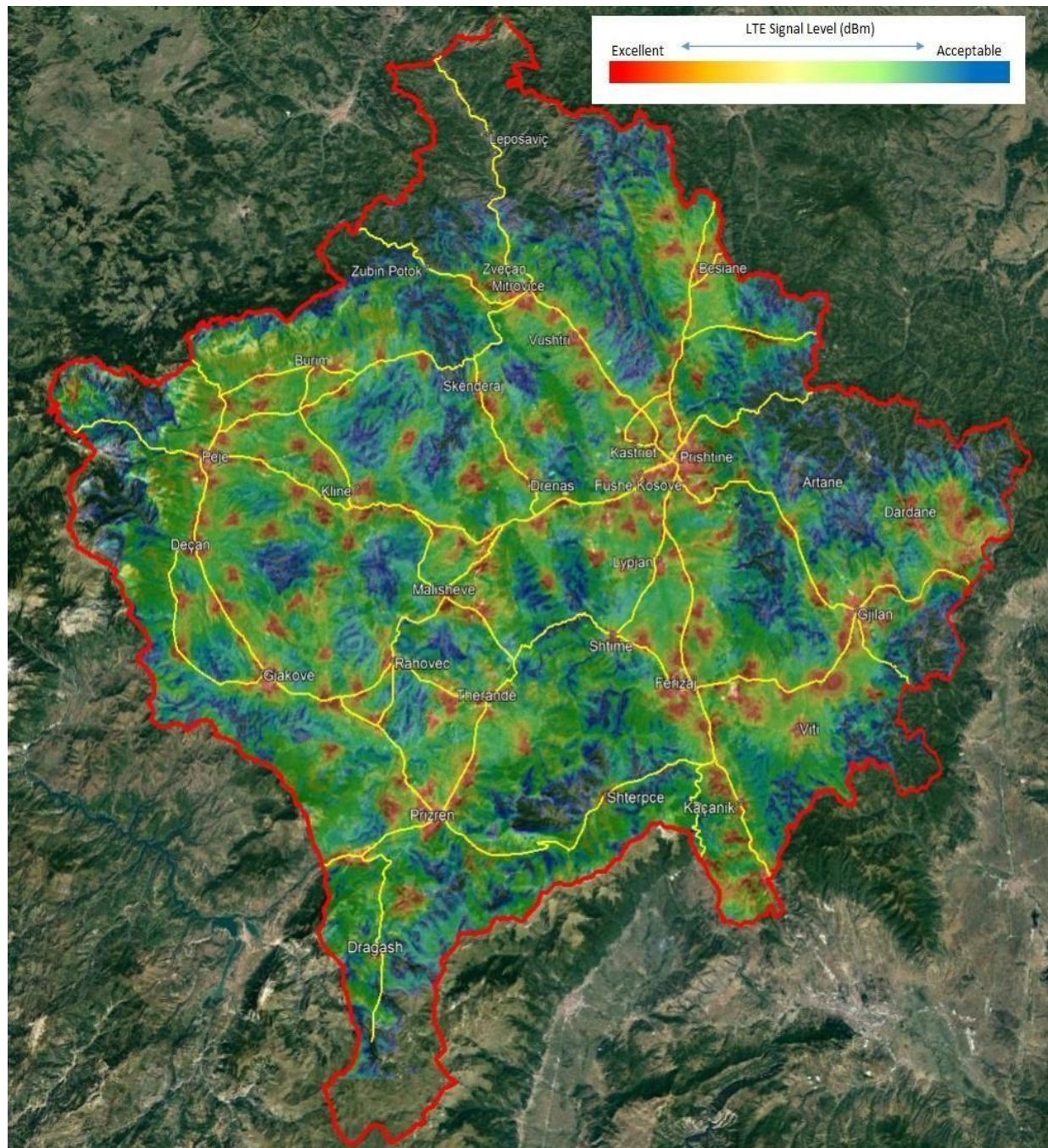


Слика 38. Мапа на покриеност на територијата на Косово со 3 G мрежата

3G Map Coverage

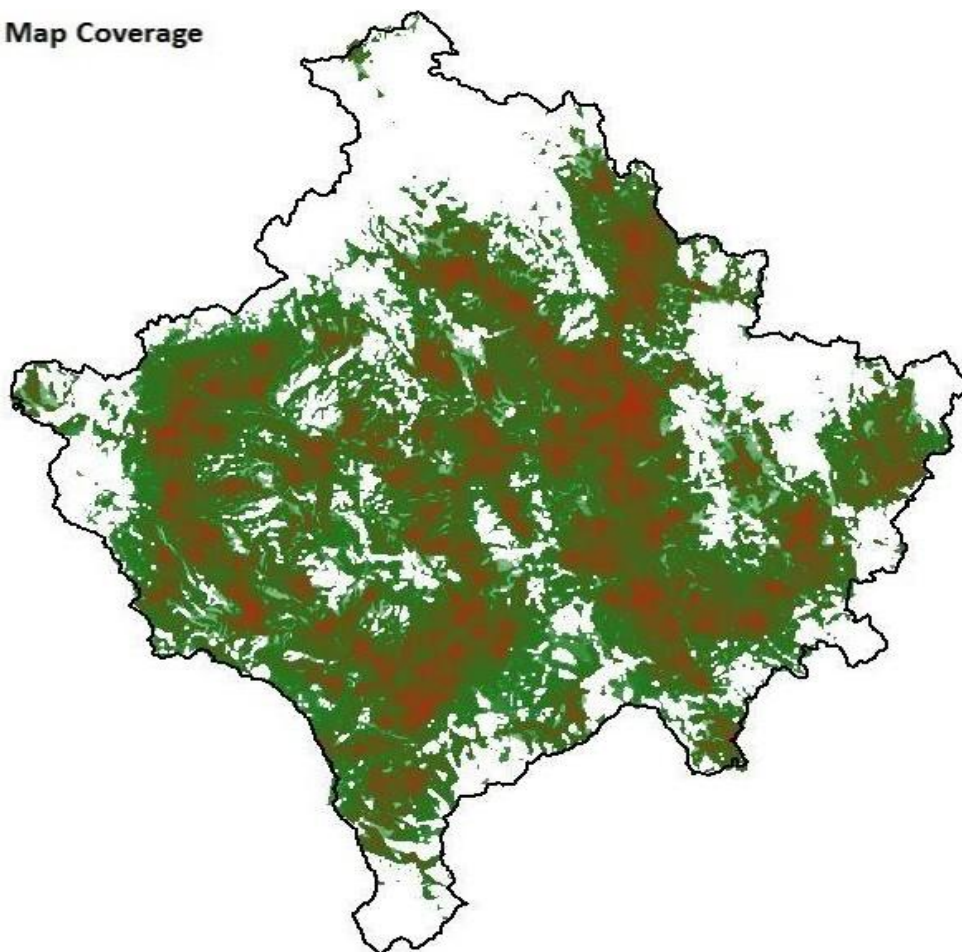


Слика 39. Карта на дистрибуција на 3G мрежата на операторот VALA 900 на територијата на Косово



Слика 40. Мапа на покриеност на територијата на Косово со 4G мрежа

4G Map Coverage



Поглавје V Истражување и анализа на проблемот

1. **Анализа на прашањата од анкетниот прашалник**

Истражувањето за оваа докторска дисертација беше спроведено во периодот 20 август-15 септември 2021 година. Во ова истражување беа опфатени вкупно 300 туристи од кои 159 (53%) беа од машки пол, а 141 (47%) од женски пол. Од вкупниот број на анкетирани туристи, најголемиот број (249 туристи односно 83%) се домашни туристи (со место на живеење на територијата на Косово), а останатите 51 туристи односно 17 % се странски туристи (со место на живеење надвор од Косово). Анкетираните туристи припаѓаа на различни возрасни категории и се со различен степен на образование,

Во анкетниот прашалник беа опфатени вкупно 19 прашања од кои 7 се однесуваа на индивидуални податоци за самите туристи, а останатите 12 се однесуваа на предметот на истражување на оваа докторска дисертација. Сите прашања кои беа опфатени во анкетниот прашалник беа од затворен тип односно прашања на кои беа дадени по неколку алтернативни одговори од кои испитаниците требаше да го изберат оној одговор кој сметаа дека најблиску го одразува нивното размислување и став,

Резултатите од ова истражување се следни:

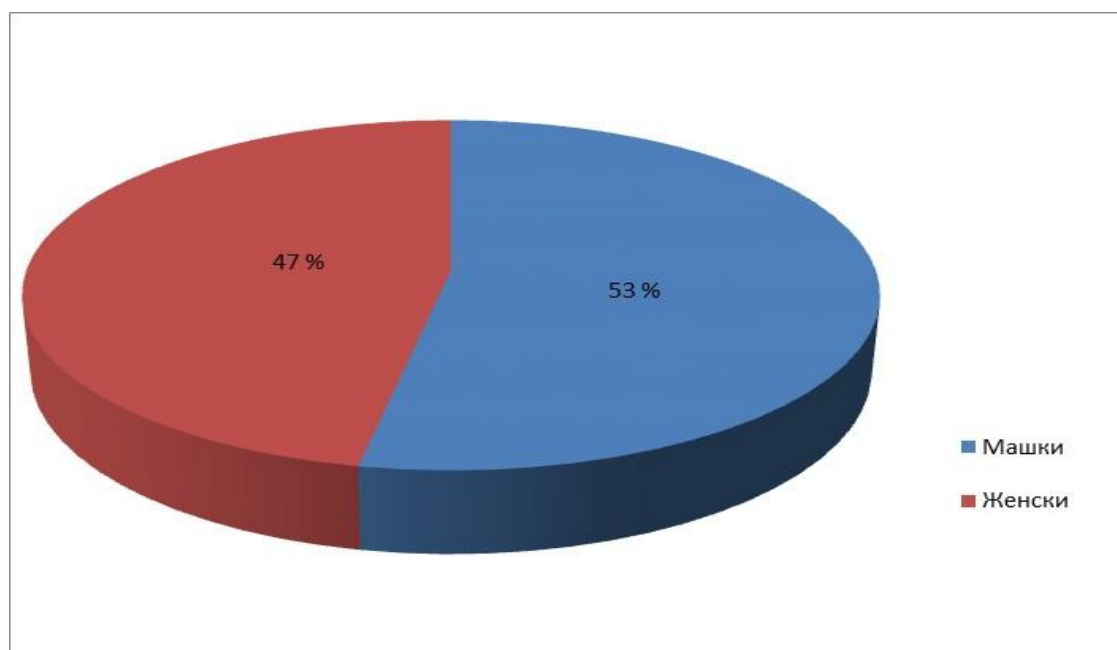
Прашање 1. Пол на анкетираниите туристи

За целите на истражувањето беа анкетирани вкупно 300 туристи. Од нив поголемиот број (159 туристи односно 53 % од испитаниците) беа од машки пол, а 47 % односно 141 испитаник беа од женски пол. Сите анкетирани туристи во целост ги дале своите одговори на анкетниот прашалник така што процентот се покопува со валидниот процент на анкетирани туристи (табела 16 и графикон 2).

Табела 16. Пол на анкетираниите туристи

Пол	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Машки	159	53.00	53.00	53.00
Женски	141	47.00	47.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 2. Пол на анкетираниите туристи



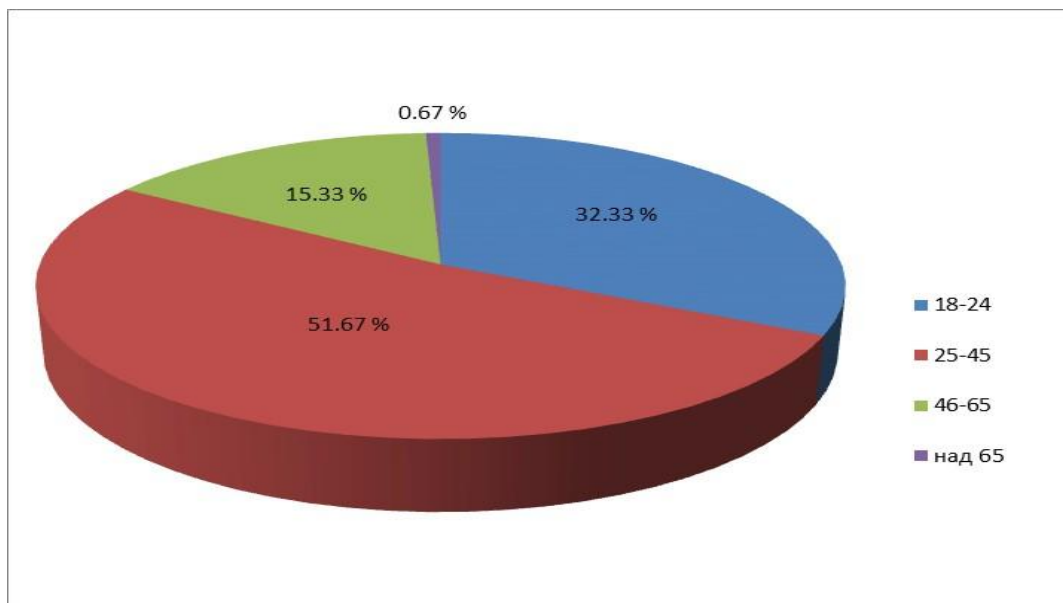
Прашање 2. Наведете ја Вашата возраст

Кога се анализира возраста на анкетираниите туристи, најголемиот број на анкетирани туристи припаѓаат на возрастната категорија 25 - 45 години (155 туристи односно 51,67 %), а потоа следат туристите од следните возрастни категории: 18 - 24 годишна возраст (97 туристи односно 32,33 %), 46 – 65 годишна возраст (46 туристи односно 15,33 %) и туристите кои припаѓаат на возрастната категорија со над 65 години (2 туристи односно 0,67 %) (табела 17 и графикон 3).

Табела 17. Возраст на анкетираниите туристи

Возраст	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
18-24	97	32.33	32.33	32.33
25-45	155	51.67	51.67	84.00
46-65	46	15.33	15.33	99.33
Над 65	2	0.67	0.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 3. Возраст на анкетираниите туристи



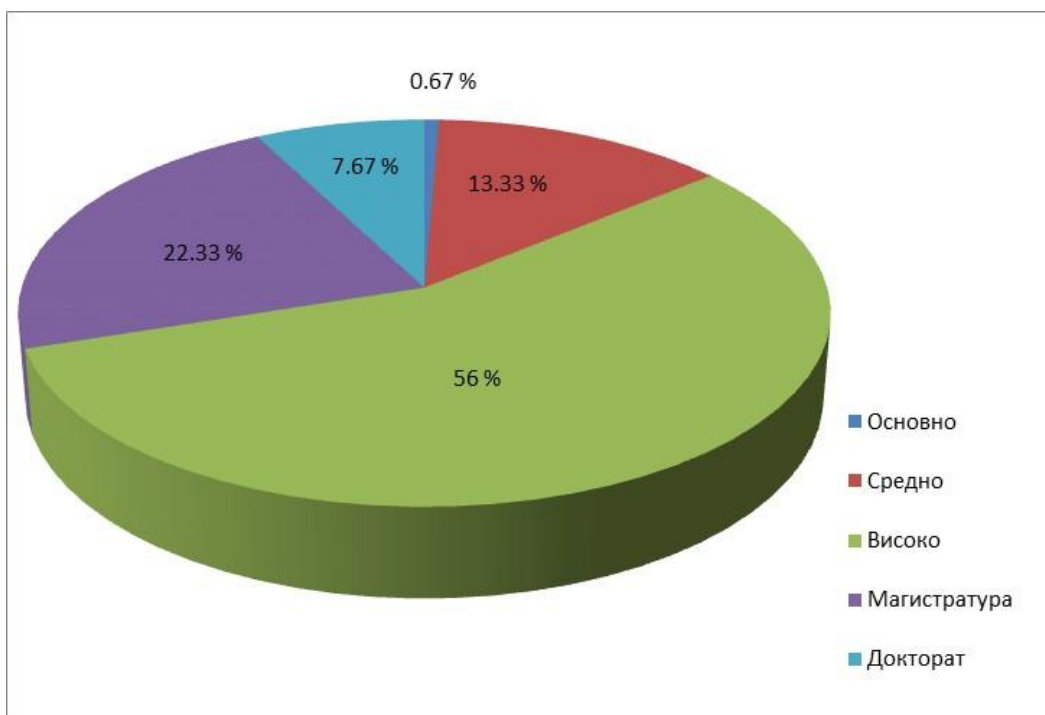
Прашање 3. Наведете го степенот на завршено образование

Според степенот на завршено образование, најголемиот процент на анкетирани туристи се со високо образование (168 анкетирани туристи односно 56 % од вкупниот број на анкетирани туристи); 22,33 % се со завршена магистратура (67 туристи); 13,33 % се со завршено средно образование (40 туристи); 7,67 % од анкетираниите туристи се доктори на науки; а само 0,67 % (2 туристи) имаат завршено основно образование (табела 18 и графикон 4).

Табела 18. Образование на анкетираниите туристи

Образование	Фрекванција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Основно	2	0.67	0.67	0.67
Средно	40	13.33	13.33	14.00
Високо	168	56.00	56.00	70.00
Магистер на науки	67	22.33	22.33	92.33
Доктор на науки	23	7.67	7.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 4. Образование на анкетираниите туристи



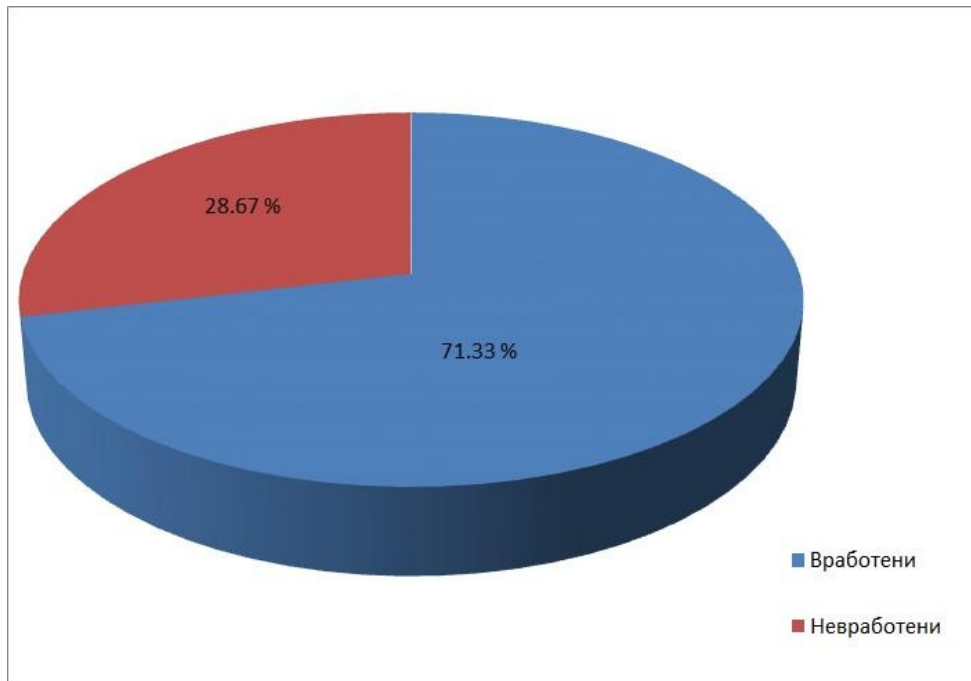
Прашање 4 Дали сте вработени?

Од вкупниот број на анкетирани туристи, 71,33 % (односно 214 туристи) се вработени; а 28,67 % (86 туристи) не се вработени (табела 19 и графикон 5).

Табела 19. Дали сте вработени?

Вработени	Број	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
ДА	214	71.33	71.33	71.33
НЕ	86	28.67	28.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 5. Дали сте вработени?



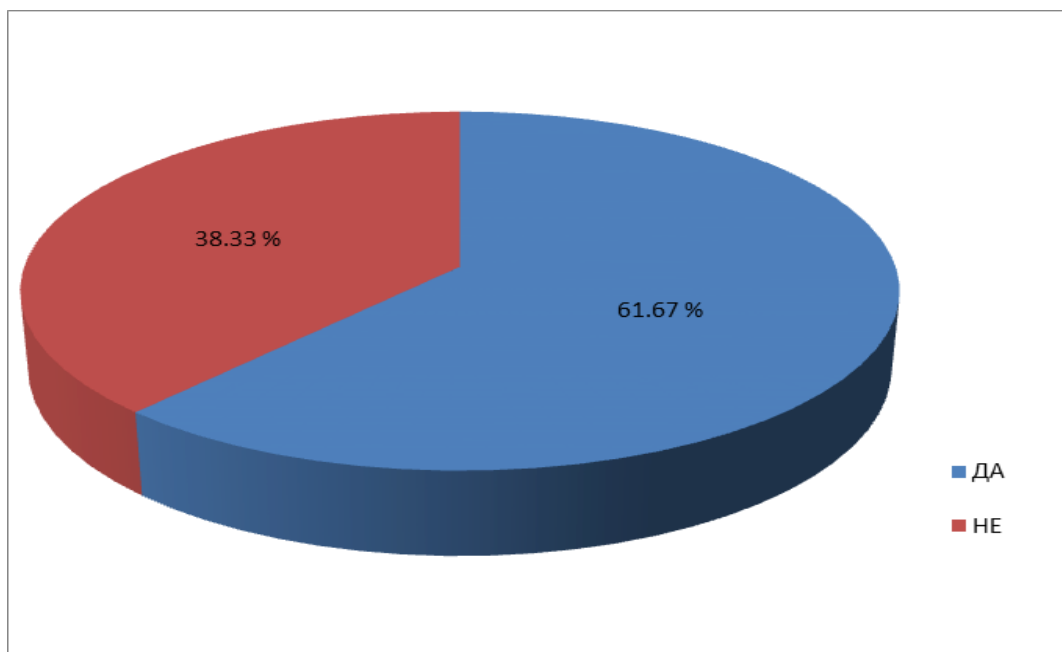
Прашање 5 Дали сте во Брак?

Поголемиот процент на испиници (61,65 % односно 185 туристи) се во брак, додека пак 38,33 % од анкетираниите туристи (115 туристи) изјавиле дека не се во брак (табела 20 и графикон б).

Табела 20. Дали сте во брак?

Брачна состојба	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
ДА	185	61.67	61.67	61.67
НЕ	115	38.33	38.33	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 6. Дали сте во брак?



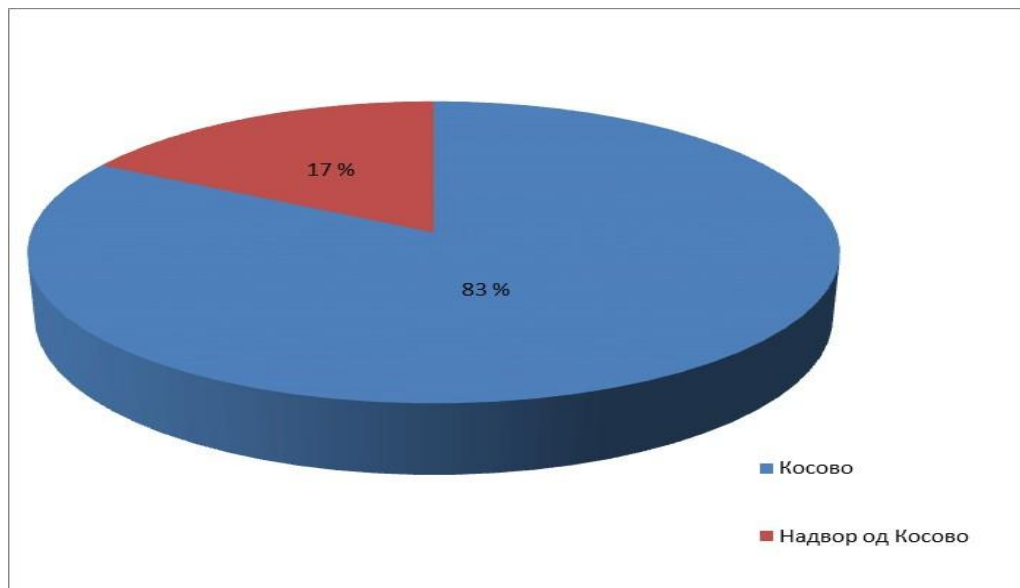
Прашање 6. Каде живеете?

Дури 83 % од анкетираниите туристи (249 туристи) изјавиле дека нивното место на живеење е Косово што значи дека најголемиот број на анкетирани туристи припаѓаат на категоријата домашни туристи, а само 17 % од анкетираниите туристи (51 турист) навеле дека живеат надвор од Косово, што значи дека станува збор за странски туристи (табела 21 и графикон 7).

Табела 21. Каде живеете?

Место на живеење	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Косово	249	83.00	83.00	83.00
Надвор од Косово	51	17.00	17.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 7. Каде живеете?



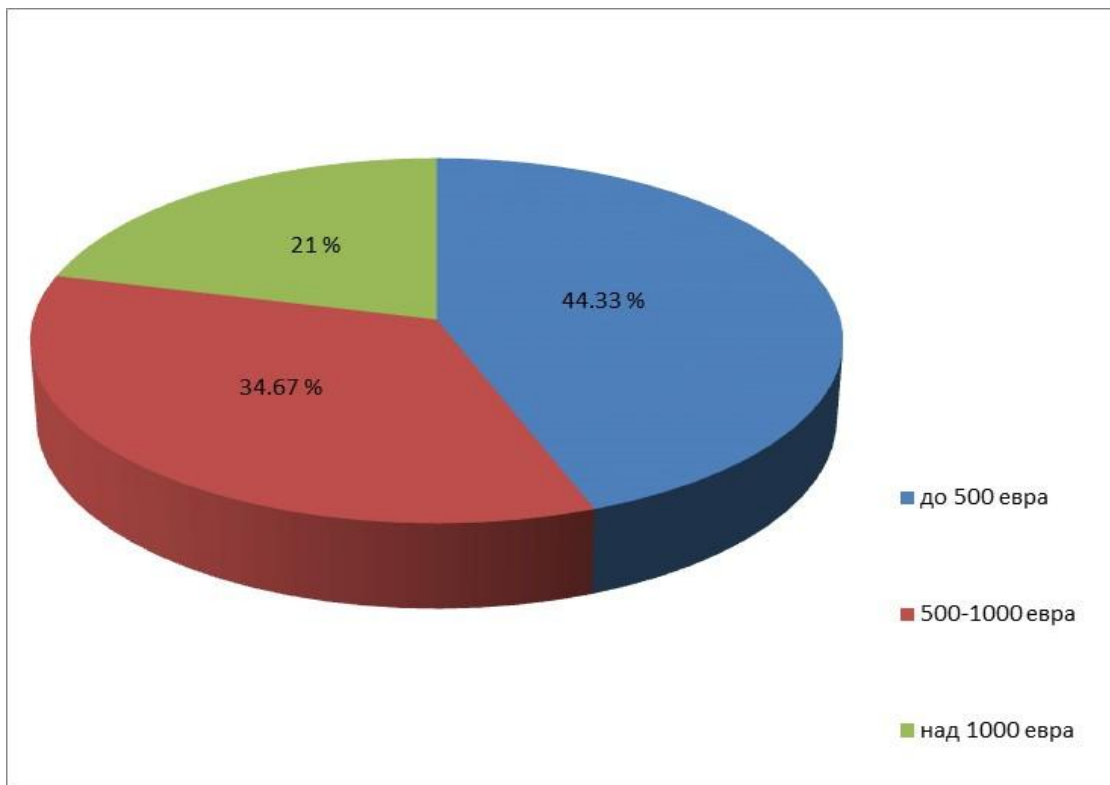
Прашање 7. Наведете го Вашиот вкупен семеен месечен приход

На ова прашање дури 44,33 % од анкетираниите туристи навеле дека нивниот вкупен семеен месечен приход изнесува до 500 евра; 34,67 % (104 туристи) навеле дека вкупниот семеен месечен приход им изнесува 500-1000 евра; а 21% од анкетираниите туристи (63 туристи) имаат вкупен семеен месечен приход кој изнесува над 1000 евра (табела 22 и графикон 8).

Табела 22. Наведете го Вашиот вкупен семеен месечен приход

Приход	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
До 500 евра	133	44.33	44.33	44.33
500-1000 евра	104	34.67	34.67	79.00
Над 1000 евра	63	21.00	21.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 8. Наведете го Вашиот вкупен семеен месечен приход



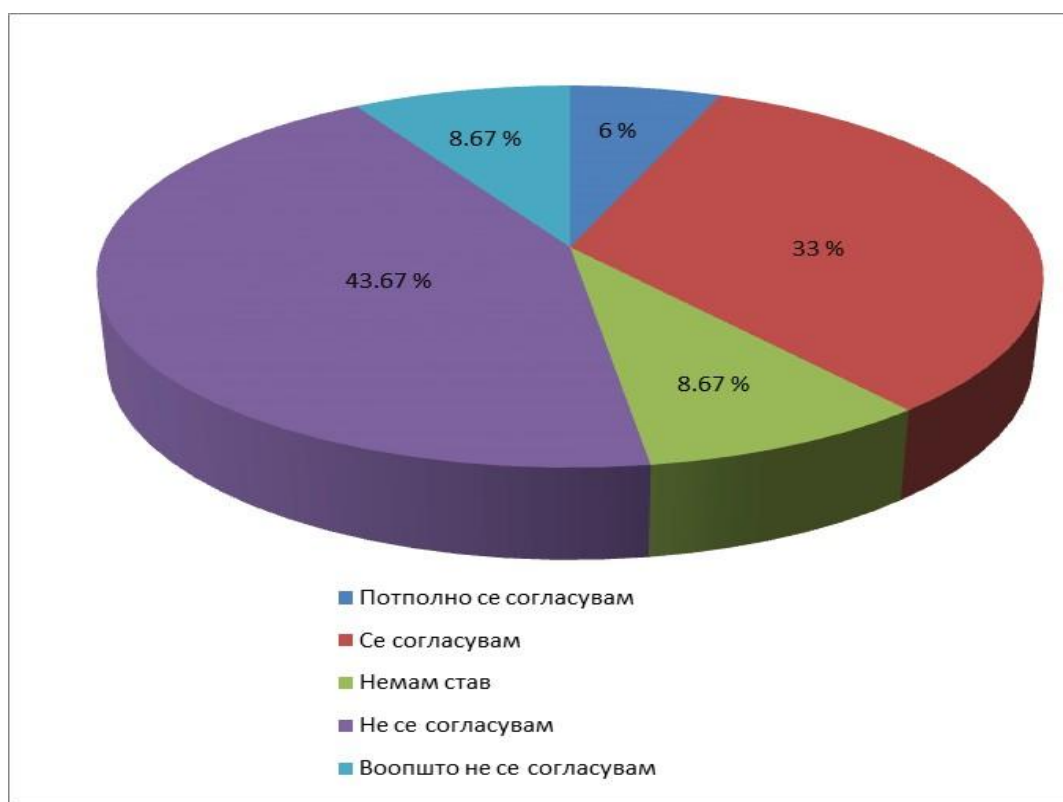
Прашање 8. Вашите приходи се доволни за да посетите различни места

Анкетираниите туристи сметаат дека нивните приходи не се доволни за да посетат различни туристички места. Овој став го имаат дури 52,33 % односно 157 од анкетираниите туристи (43,66 % кои не се согласуваат со изјавата дека нивните приходи се доволни за да посетат различни места и 8,67 % кои воопшто не се согласуваат со оваа изјава). Потврдно одговориле 39 % од анкетираниите туристи (33% кои се согласуваат со изјавата дека нивните приходи се доволни за да посетат различни места и 6 % кои потполно се согласуваат со оваа изјава), а 8,67 % од испитаниците (26 туристи) немаат став во однос на ова прашање (табела 23 и графикон 9).

Табела 23. **Вашите приходи се доволни за да посетите различни места**

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Потполно се согласувам	18	6.00	6.00	6.00
Се согласувам	99	33.00	33.00	39.00
Немам став	26	8.67	8.67	47.67
Не се согласувам	131	43.66	43.66	91.33
Воопшто не се согласувам	26	8.67	8.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 9. **Вашите приходи се доволни за да посетите различни места**



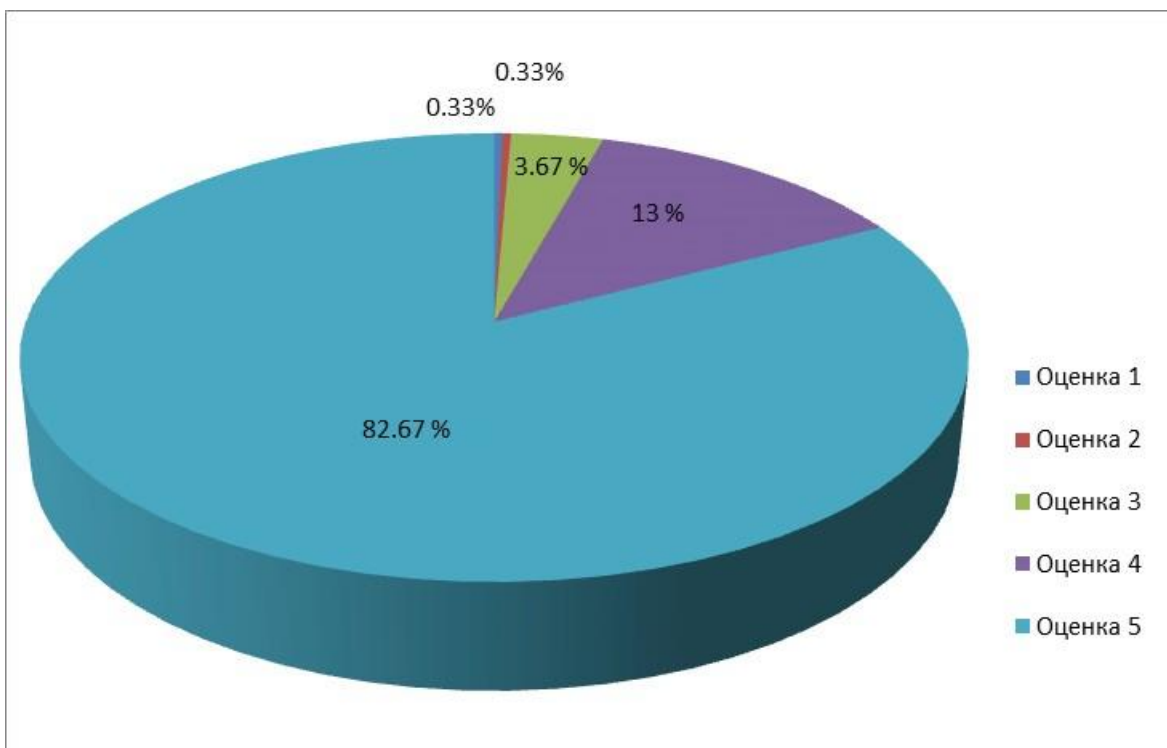
Прашање 9. Дадете оцена од 1 до 5 колку сакате да посетувате природни убавини: (1 е најниска оцена, 5 е највисока оцена)

Најголемиот број на анкетирани туристи изјавиле дека сакаат да посетуваат природни убавини. Тоа може да се согледа од фактот дека на ова прашање највисока оцена (оцена 5) дале дури 82,67 % од испитаниците, оцена 4 дале 13 % од испитаниците, оцена 3 дале 3,67 % од анкетираниите лица, а по еден анкетирани турист дал оцена 1 и оцена 2 (табела 24 и графикон 10).

Табела 24. Колку сакате да посетувате природни убавини?

Оценка	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
1	1	0.33	0.33	0.33
2	1	0.33	0.33	0.66
3	11	3.67	3.67	4.33
4	39	13.00	13.00	17.33
5	248	82.67	82.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 10. Колку сакате да посетувате природни убавини?



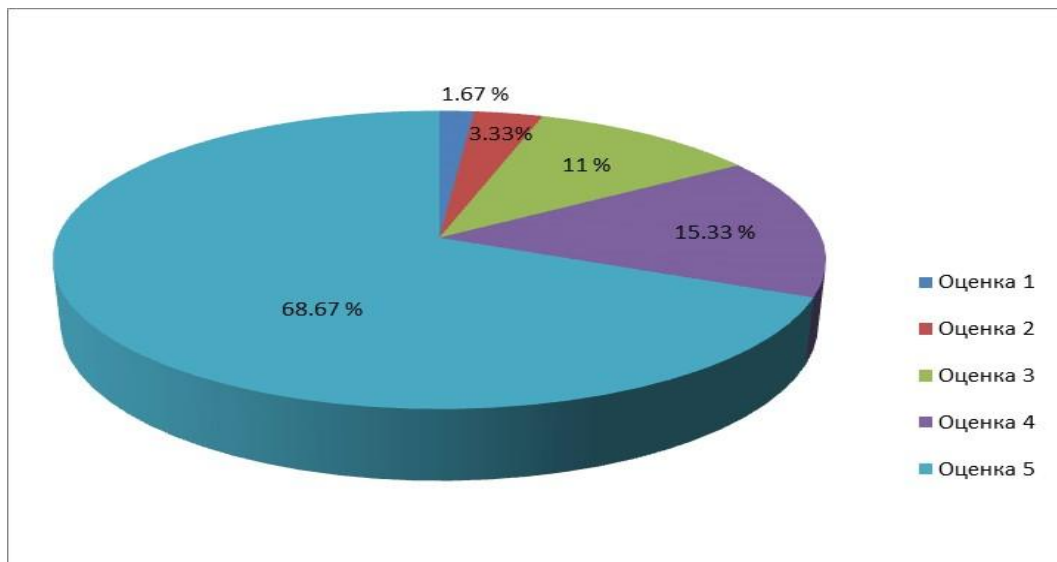
Прашање 10. Дадете оценка од 1 до 5 колку сакате да посетувате урбани средини: (1 е најниска оценка, 5 е највисока)

Анкетираните туристи исто така сакаат да посетуваат урбани средини. Доказ за тоа е највисоко дадената оцена 5 од страна на 206 анкетирани туристи (68,67% од испитаниците), како и дадената оцена 4 од страна на 15,33 % од анкетираните лица (46 туристи). Останатите анкетирани лица на ова прашање ги дале следните одговори: 11 % дале оцена 3; 3,33% дале оцена 2 и 1,67 % дале оцена 1 (табела 25 и графикон 11).

Табела 25. Колку сакате да посетувате урбани средини?

Оценка	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
1	5	1.67	1.67	1.67
2	10	3.33	3.33	5.00
3	33	11.00	11.00	16.00
4	46	15.33	15.33	31.33
5	206	68.67	68.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 11. Колку сакате да посетувате урбани средини?



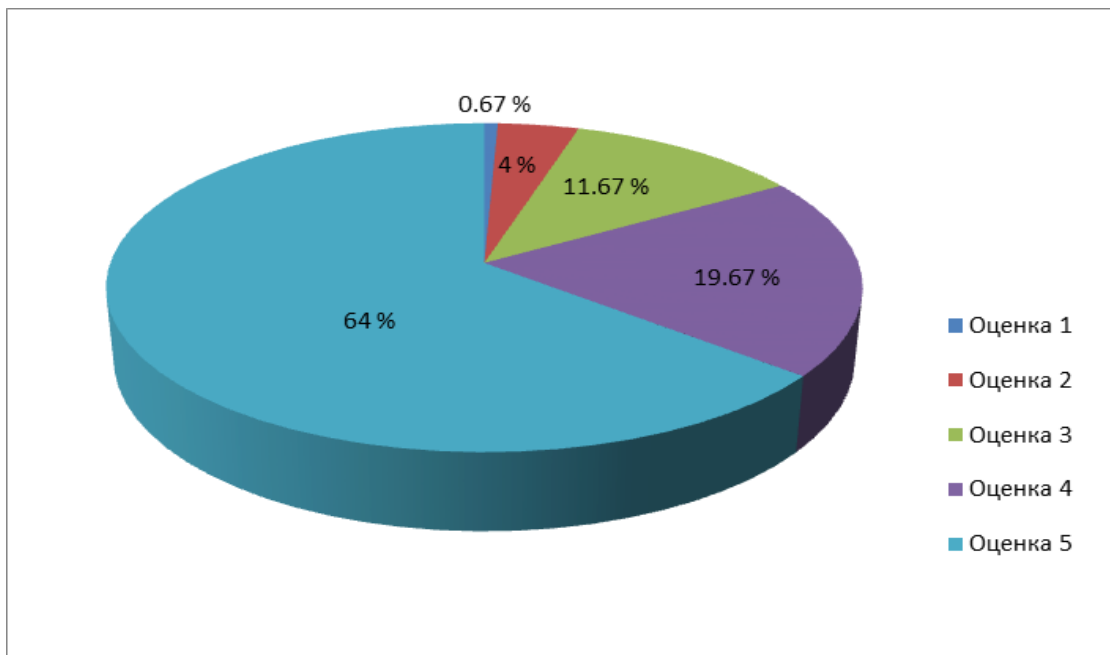
Прашање 11. Дадете оцена од 1 до 5 колку сакате да посетувате културно наследство:

И на ова прашање најголемиот процент на испитаници дале оцена 5, што значи дека тие се заинтересирани и сакаат да посетуваат секаков вид на културно наследство. Овој став го имаат 64 % од анкетираниите туристи. На второ место се наоѓаат испитаниците кои на ова прашање дале оцена 4 (19,67% од анкетираниите туристи), а потоа следат испитаниците кои на ова прашање дале оцена 3 (11,67%), оние кои дале оцена 2 (4%) и на крај е категоријата на испитаници кои не е заинтересирана за посета на културно наследство и дале оцена 1 (0,67%) (табела 26 и графикон 12).

Табела 26. Дадете оцена од 1 до 5 колку сакате да посетувате културно наследство

Оценка	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Оценка 1	2	0.67	0.67	0.67
Оценка 2	12	4.00	4.00	4.67
Оценка 3	35	11.67	11.67	16.34
Оценка 4	59	19.67	19.67	36.00
Оценка 5	192	64.00	64.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 12. Дадете оцена од 1 до 5 колку сакате да посетувате културно наследство



Прашање 12. Колку имавте претходни информации за местото кое сакате да го посетите ?

Околу 76% од испитаниците одговориле дека претходно имале делумно информации за местото кое сакале да го посетат. На второ место се испитаниците кои навеле дека имале доволно информации за местото кое сакале да го посетат (20.33 % од вкупниот број на испитаници), а 3.67% изјавиле дека претходно воопшто немале информации за местото кое што сакале да го посетат (табела 27 и графикон 13).

Табела 27. Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Имав доволно информации	61	20.33	20.33	20.33
Делумно имав информации	228	76.00	76.00	96.33
Воопшто немав информации	11	3.67	3.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 13. Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите



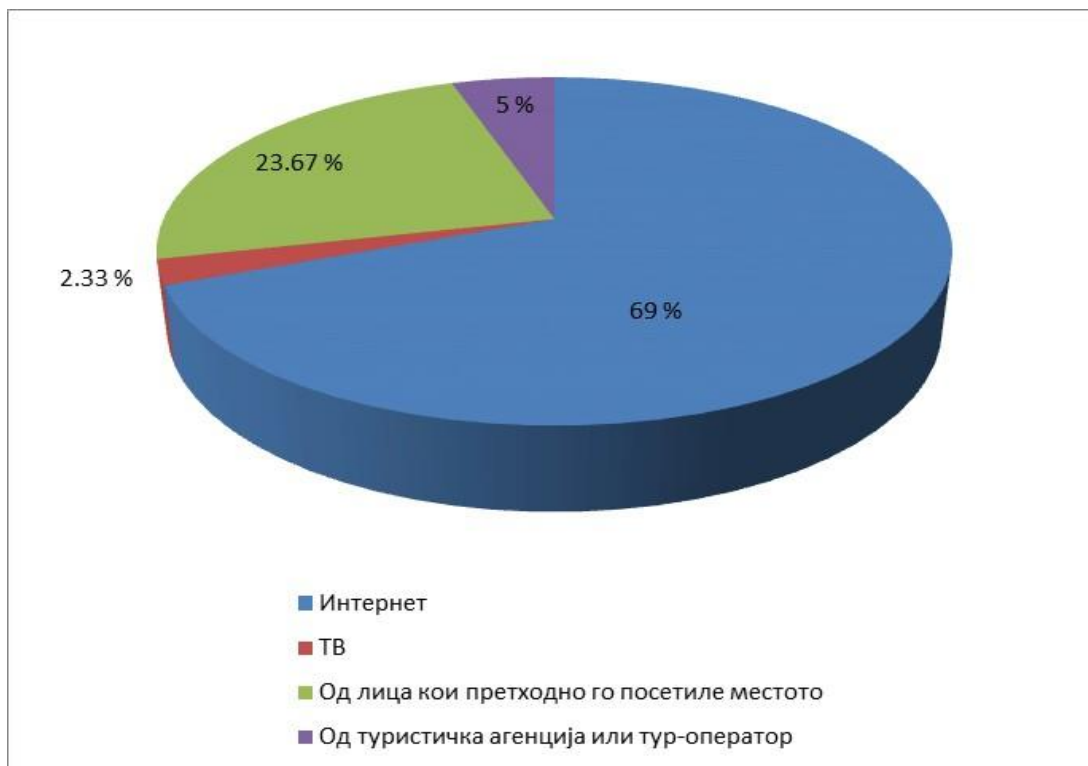
Прашање 13. Од каде ги имате добиено информациите за местото кое го посетивте?

На прашањето од каде ги добиле информациите за местото кое го посетиле, најголемиот број на туристи (69 %) навеле дека тие информации ги добиле од интернет, а потоа како извор на информации се наведуваат: лицата кои претходно го посетиле соодветното место (овој одговор го дале 13.67% од анкетираниите туристи), туристичките агенции или туроператори (оваа опција ја избрале 5 % од испитаниците) и ТВ (2.33 % од туристите) (табела 28 и рафикон 14).

Табела 28. Од каде ги имате добиено информациите за местото кое го посетивте?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Интернет	207	69.00	69.00	69.00
ТВ	7	2.33	2.33	71.33
Од лица кои претходно го посетиле местото	71	23.67	23.67	95.00
Од туристичка агенција или тур-оператор	15	5.00	5.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 14. Од каде ги имате добиено информациите за местото кое го посетивте?



Прашање 14. Дали Ве привлекуваат реклами за одредени туристички дестинации?

Рекламите за одредени туристички дестинации делумно ги привлекуваат анкетираните туристи и тоа ако се добро направени (овој одговор го избрале 72.33 % од анкетираните туристи). Околу 24 % од испитаниците навеле дека рекламите за туристичките дестинации прилично ги привлекуваат, а само 3.67 % воопшто не обрнуваат внимание и не се привлечени од рекламите за туристичките дестинации (табела 29 и графикон 15).

Табела 29. Дали Ве привлекуваат реклами за одредени туристички дестинации?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Воопшто не ме привлекуваат	11	3.67	3.67	3.67
Делумно ме привлекуваат, ако се добро направени	217	72.33	72.33	76.00
Прилично ме привлекуваат	72	24.00	24.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 15. Дали Ве привлекуваат реклами за одредени туристички дестинации?



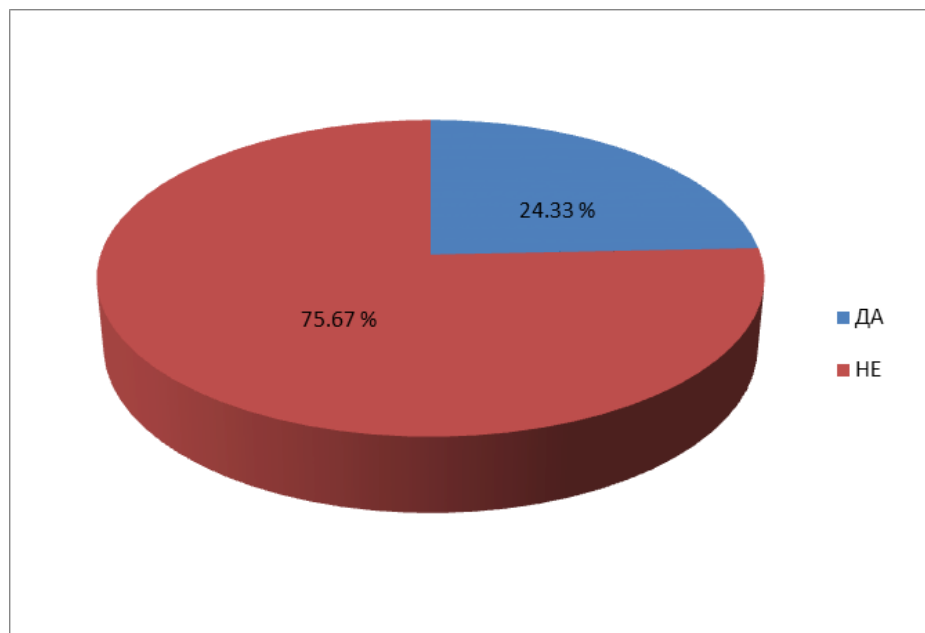
Прашање 15. Дали сте посетиле некое место во Косово со понуди од туристички агенции?

Најголемиот број на анкетирани туристи (227 туристи односно 75.67% од вкупниот број на анкетирани туристи) никогаш не посетиле некое туристичко место со понуда од туристичка агенција, додека пак останатиот број на испитаници (73 испитаници односно 24.33% од вкупниот број на анкетирани туристи) навеле дека имаат посетено одредени туристички дестинации со помош на понудата на некоја туристичка агенција (табела 30 и графикон 16).

Табела 30. Дали сте посетиле некое место во Косово со понуди од туристички агенции?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
ДА	73	24.33	24.33	24.33
НЕ	227	75.67	75.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 16. Дали сте посетиле некое место во Косово со понуди од туристички агенции?



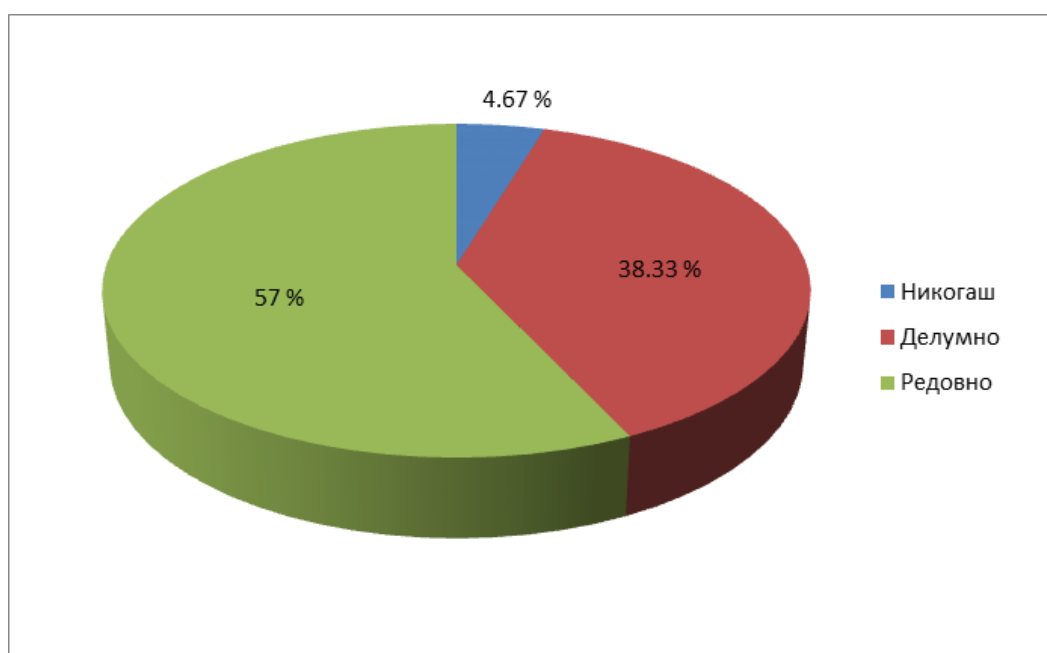
Прашање 16. Колку ја употребувате 3Г/4Г интернет мрежата?

Кога станува збор за употребата на 3Г/4Г интернет мрежата, околу 57 % од анкетираниите туристи навеле дека редовно ја употребуваат оваа интернет мрежа, потоа следат туристите кои делумно ја употребуваат интернет мрежата (38.33 %) и на крај доаѓаат оние испитаници кои навеле дека никогаш не ја употребуваат 3Г/4Г интернет мрежата (оваа опција ја избрале 4.67 % од вкупниот број на анкетираниите туристи) (табела 31 и графикон 17).

Табела 31. Колку ја употребувате 3Г/4Г интернет мрежата?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Никогаш не ја употребувам	14	4.67	4.67	4.67
Делумно ја употребувам	115	38.33	38.33	43.00
Редовно ја употребувам	171	57.00	57.00	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 17. Колку ја употребувате 3Г/4Г интернет мрежата?



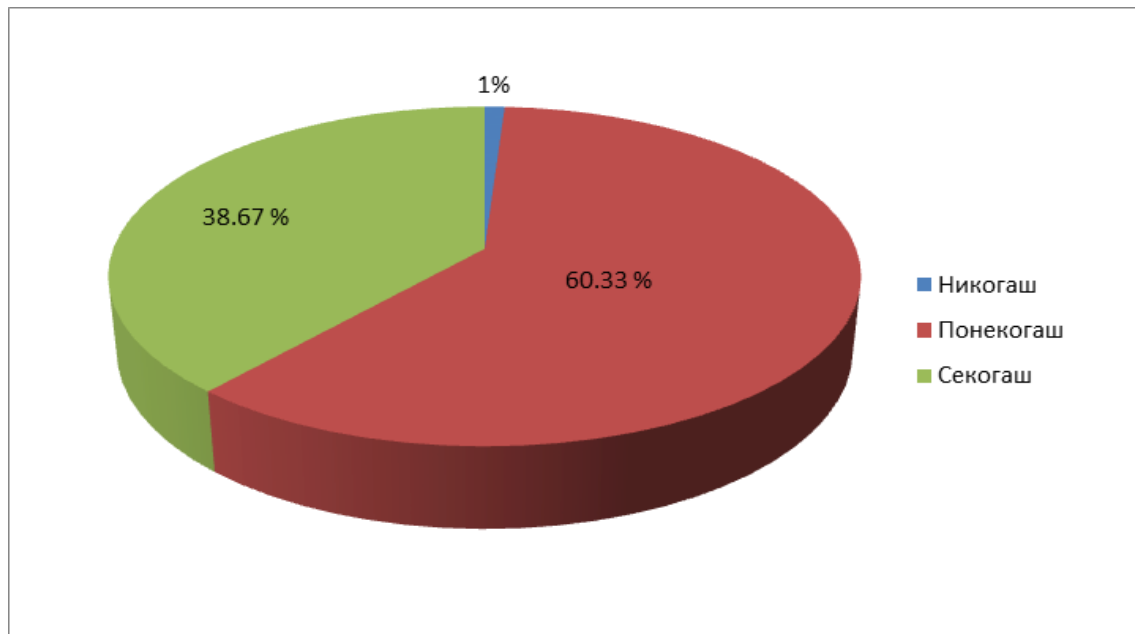
Прашање 17. Дали сметате дека со употреба на интернетот може да пристигнете на местото каде што сте тргнале?

Најголемиот број на испитаници немаат целосна доверба во интернетот кога станува збор за посетата на одредено место и сметаат дека со употреба на интернетот само понекогаш може да се пристигне на посакуваното место. Овој одговор го даде дури 60.33 % од анкетираниите туристи. Нешто помал процент на испитаници (околу 38.67 %) сметаат дека со употреба на интернетот секогаш може да се пристигне на посакуваното место, што значи дека тие имаат целосна доверба во интернет мрежата која им служи како помош во патните правци во текот на патувањето. Само 1 % од туристите сметаат дека со употреба на интернет мрежата никогаш не може да се пристигне на посакуваното место. (табела 32 и графикон 18)

Табела 32. Дали сметате дека со употреба на интернетот може да пристигнете на местото каде што сте тргнале?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Никогаш	3	1.00	1.00	1.00
Понекогаш	181	60.33	60.33	61.33
Секогаш	116	38.67	38.67	100.00
Вкупно	300	100.00	100.00	

Графикон 18. Дали сметате дека со употреба на интернетот може да пристигнете на местото каде што сте тргнале?



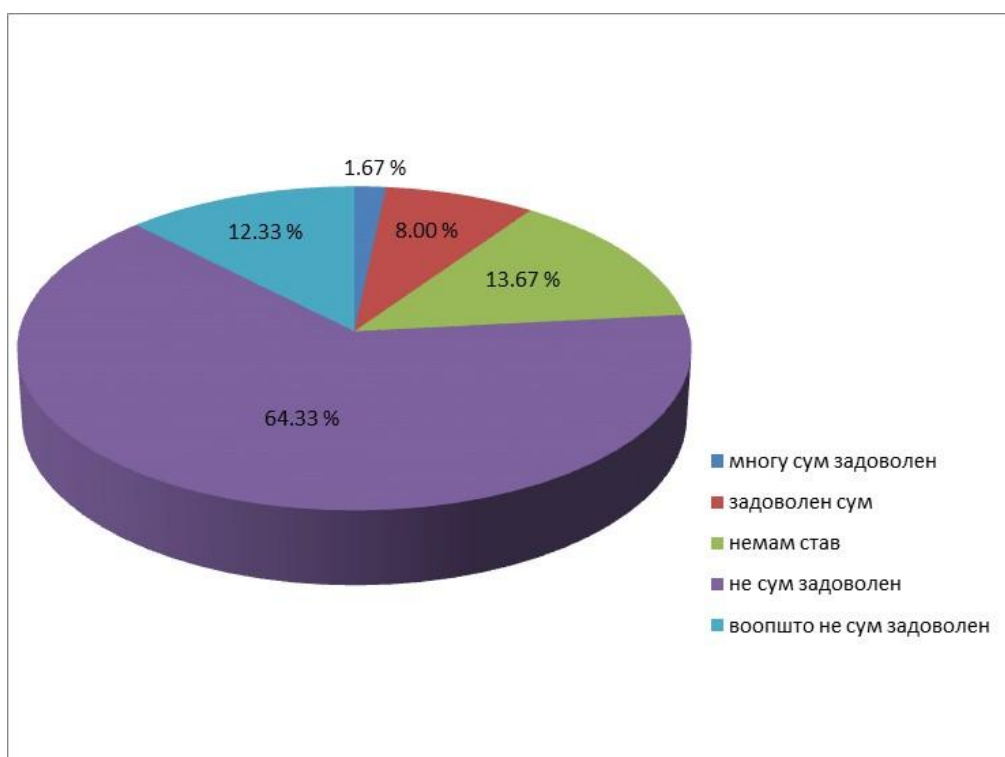
Прашање 18. Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн?

Туристите во најголем број не се задоволни со информациите за Косово кои што ги нашле на интернет и сметаат дека тие информации не се доволни. Овој став го имаат дури 72.3 % од вкупниот број на анкетирани туристи (при тоа 65 % не се задоволни од информациите што ги нашле на интернет за Косово, а 12.3% воопшто не се задоволни со тие информации). Околу 13 % од испитаниците немаат став во однос на ова прашање, додека пак 9.7 % сметаат дека информациите кои што може да се најдат за Косово на интернет се сосема доволни (во контекст на тоа зборува фактот што 8 % од испитаниците навеле дека се задоволни со информациите што на интернет ги нашле за Косово, додека пак 1.7 % се многу задоволни од тие информации) (табела 33 и графикон 19).

Табела 33. Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн?

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен
Воопшто се сум задоволен	37	12.3	12.3	12.3
Не сум задоволен	195	65.0	65.0	77.3
Немам став	39	13.0	13.0	90.3
Задоволен сум	24	8.0	8.0	98.3
Многу сум задоволен	5	1.7	1.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Графикон 19. Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн?



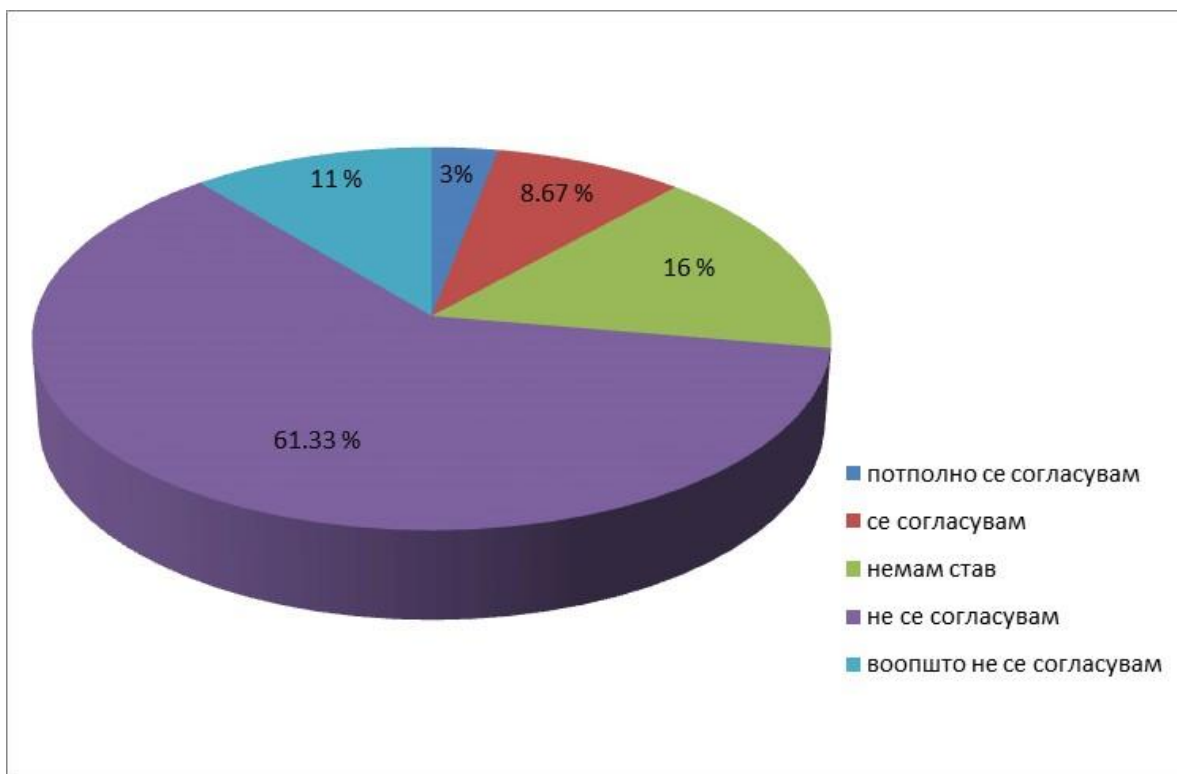
Прашање 19. Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација

Најголемиот број на анкетирани туристи (72.33%) сметаат дека информациите кои што ги нашле за Косово не ги исполнуваат нивните индивидуални преференции за посета на одредена туристичка дестинација. Имено 61.33 % од анкетираниите туристи не се согласуваат со ставот дека информациите кои ги нашле за Косово ги исполнуваат нивните индивидуални преференции за посета на некоја туристичка дестинација, а 11 % воопшто не се согласуваат со овој став. Напротив, 8.67 % од анкетираниите туристи се согласуваат со овој став, а 3 % потполно се согласуваат со овој став. Останатите 16 % од испитаниците немаат став во однос на ова прашање (табела 34 и графикон 20).

Табела 34. Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација

	Фреквенција	Процент	Валиден процент	Кумулативен процент
Потполно се согласувам	9	3.00	3.00	3.00
Се согласувам	26	8.67	8.67	11.67
Немам став	48	16.00	16.00	27.67
Не се согласувам	182	61.33	61.33	89.00
Воопшто не се согласувам	33	11.00	11.00	100.00
Вкупно	298	100.00	100.00	

Графикон 20. Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација



2. Тестирање на поставените хипотези

За да може да се утврди дали ќе се прифатат или нема да се прифатат хипотезите кои се поставени во трудот и врз основа на тоа да се донесат одредени заклучоци, неопходно е да се изврши тестирање на хипотезите врз основа на прашањата кои се поставени во прашалникот.

За да се тестира првата помошна хипотеза H1 која гласи “Дестинациите кои туристите сакаат да ги посетат, не нудат доволно информации”, ќе направиме вкрстено тестирање на шестото прашање кое се однесува на земјата на потекло на испитаниците и дванаесеттото прашање: „Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите?”. Изборот на прашањето за земјата на потекло на испитаниците е затоа што претпоставуваме дека домашните туристи имаат повеќе информации за атракциите на Косово, но и поголем број на извори од каде што можат да се информираат, додека странските туристи претежно се информираат преку информациите што се дадени онлајн. Како резултат на вкрстување на овие две прашања, се добива следната табела (табела 35).

Табела 35

Кростабулација на прашање бр. 6 и прашање бр.12

Каде живеете: * Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите:
меѓусекциска анализа

			Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите:			Вкупно
			воопшто немав	делумно имав	имав доволно информации	
Каде живеете: Косово	Реална вредност		8	192	48	248
	Очекувана вредност		9.1	188.3	50.6	248.0
Надвор од Косово	Реална вредност		3	35	13	51
	Очекувана вредност		1.9	38.7	10.4	51.0
Вкупно	Реална вредност		11	227	61	299
	Очекувана вредност		11.0	227.0	61.0	299.0

Врз основа на добиените податоци, може да се забележи дека 200 испитаници од Косово или 80,6% од домашните туристи немале воопшто или имале делумно информации за местата кои ги посетиле (не можеле да ги најдат сите потребни информации кои им биле потребни), додека кај странските туристи 38 туристи, односно 74,5% немале доволно информации од расположивите извори за информирање, најмногу од интернет.

Во следната табела 36 се дадени вредностите на хи-квадрат тестот за оваа вкрстена анализа и р вредноста за овој тест.

Табела 36. Хи квадрат тест за вкрстената анализа за хипотеза H1.

	Вредност	Степени на слобода	Асимптотско значење (2-sided)
Пирсон Хи –квадрат	2.023 ^a	2	0.364
Стапка на веројатност	1.890	2	0.389
Линеарна-линеарна асоцијација	0.240	1	0.624
Број на валидни случаи	299		

а. 1 ќелија (16.7%) има очекувани вредности помали од 5. Минималната очекувана вредност е 1.88.

Вредноста на хи-квадрат тестот е 2,023, а р вредноста е 0,364. Оваа вредност е поголема од 0,05, односно 5%, што укажува дека со ниво на значајност од 5% нема разлика во ставовите на испитаниците домашни и странски туристи. Во основа сите туристи имаат потреба од дополнителни информации за дестинациите кои сакаат да ги посетат.

За да може да се тестира втората посебна хипотеза која гласи: Достапните информации не се доволни за да побудат интерес за посета, потребно е да се постави нулта хипотеза која гласи H0: Достапните информации се доволни за да побудат интерес за посета, и да се тестира нултата хипотеза. За таа цел најпрво треба да се вкрсти прашањето број 6 кое се однесува на земјата на потекло на испитаниците со прашањето број 19 кое гласи: Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација. Резултатите од

вкрстувањето на прашањето број 6 и прашањето број 19 се претставени во следната табела (табела 37).

Табела 37

Вкрстување на прашањата бр.6 и бр.19

Каде живеете: * Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација: Меѓусекциска анализа

			Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација:					Вкупно
			Воопшто не се согласувам	Не се согласувам	Немам став	Се согласувам	Целосно се согласувам	
Каде живеете:	Косово	Реална вредност	31	151	40	19	7	248
		Очекувана вредност	27.5	151.5	39.9	21.6	7.5	248.0
	Надвор од Косово	Реална вредност	2	31	8	7	2	50
		Очекувана вредност	5.5	30.5	8.1	4.4	1.5	50.0
Вкупно		Реална вредност	33	182	48	26	9	298
		Очекувана вредност	33.0	182.0	48.0	26.0	9.0	298.0

Од табелата може да се забележи дека најголемиот број од испитаниците и од Косово и од странство одговориле дека не се согласуваат дека податоците до кои дошле за дестинацијата во Косово ги исполнува индивидуалните преференции за посета на туристичката дестинација. Процентот на негативни одговори за туристите од Косово е 73,4%, додека процентот на негативни одговори кај туристите од странство е 66%.

Во следната табела 38 е дадена табелата со вредности за хи-квадрат тест од ова вкрстување.

Табела 38. Хи квадрат вредност за вкрстена анализа на прашањата 6 и 19

	Вредност	Степени на слобода	Асимптотска важност (2 –страна)
Пирсон Хи –квадрат	4.831 ^a	4	.305
Стапка на веројатност	5.304	4	.257
Линеарна-линеарна асоцијација	3.159	1	.075
Број на валидни случаи	298		

а) 2 ќелии (20.00%) се очекува да бројат помалку од 5. Минимумот што се очекува да брои е 1,51

Вредноста на Хи квадрат тестот изнесува 4,831, степенот на слобода (df) е 4, а вредноста на p изнесува 0,305 (табела 38). Врз основа на оваа вредност може да се утврди дека не постои значајна разлика во ставовите на домашните и странските туристи во делот на тоа дали добиените информации за дестинациите во Косово ги исполнуваат очекувањата на туристите.

За да може да се донесе став за основната хипотеза “Посетителите, а посебно туристите од странските земји имаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат”, треба најпрво да се постави нултата хипотеза H_0 која гласи: “Посетителите, а посебно туристите од странските земји немаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат” и истата да се тестира.

За таа цел треба да се изврши вкрстување на прашањето број 6 кое се однесува на местото на живеење на посетителите со прашањето број 18 кое гласи: “Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн”. Резултатите од вкрстувањето на овие две прашања се прикажани во следната табела (табела 39).

Табела 39. Вкрстување на прашањата бр. 6 и бр.18.

Каде живеете: * Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн: меѓусекциска анализа

			Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн:					Вкупно
			Воопшто се задоволен	Не сум задоволен	Немам став	Задоволен сум	Многу сум задоволен	
Каде живеете:	Косово	Реална вредност	34	161	30	18	5	248
		Очекувана вредност	30.7	160.9	32.3	19.9	4.1	248.0
	Надвор од Косово	Реална вредност	3	33	9	5	1	51
		Очекувана вредност	6.3	33.1	6.7	4.1	.9	51.0
Вкупно		Реална вредност	37	194	39	24	5	299
		Очекувана вредност	37.0	194.0	39.0	24.0	5.0	299.0

Од табелата може да се забележи дека не постои значајна разлика во рапределбата на одговорите по категории. Имено, најголемиот број на испитаници од Косово во најголем дел (195 или 78,6%) одговориле дека се многу незадоволни или незадоволни, додека кај странските туристи тој број е 36, односно 70,6%.

Во табелата 40 е дадена вредноста за хи-квадрат тестот од ова вкрстување.

Табела 40. Хи квадрат вредност за вкрстена анализа на прашањата 6 и 18

	Вредност	Степен на слобода	Асимптотска важност (2 – страна)
Пирсон Хи –квадрат	3.366 ^a	4	.499
Стапка на веројатност	3.684	4	.450
Линеарна-линеарна асоцијација	2.174	1	.140
Број на валидни случаи	299		

а) 2 ќелии (20.00%) се очекува да бројат помалку од 5. Минимумот што се очекува е 0,85

Хи квадратот изнесува 3,366, а р вредноста на хи квадратот е 0,499, што е значително поголема вредност од 5%. Бројот на ќелии во кои вредноста е под 5 е 20%, што е гранична вредност за прифатлива распределба според теоријата за хи-квадрат распределба. Според тоа, и овој тест ни покажува дека нема значителни разлики во ставовите на испитаниците од Косово и од други држави и според тоа може да се заклучи дека туристите нашле доволно податоци онлајн за нивната посета на Косово.

Врз основа на тоа може да се заклучи дека се потврдени основната и помошните хипотези кои беа поставени на почетокот на трудот пред да се пристапи на процесот на истражување.

Тоа беа следните хипотези:

H0: Посетителите, а посебно туристите од странските земји, имаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат бидејќи не можат да најдат доволно информации за туристичките атракции, за околината на местото кое го посетуваат, без разлика дали станува збор за природни или археолошки туристички монументи, архитектонско наследство и слично.

H1: Дестинациите кои туристите сакаат да ги посетат, не нудат доволно информации.

H2: Достапните информации за туристичките дестинации не се доволни за да побудат интерес за посета кај посетителите.

ЗАКЛУЧОК

Во последните децении кои се карактеризираат со енормен развој на информатичката технологија, маркетингот и особено нагласената комерцијалност во работењето, настануваат интензивни и динамички промени на туристичкиот пазар. Зголемената конкуренција од најстар вид не е карактеристична само за економските субјекти на страната на туристичката понуда, туку и за самите туристички дестинации.

Дестинациите кои ќе успеат да создадат супериорна вредност и сопствен бренд, кои содржат голем број на капацитети од најразличен вид и од највисока категорија, кои инкорпорираат производи и услуги со врвен квалитет, кои нудат најразлични активности за збогатување на туристичкиот престој, кои ќе овозможат целосно и квалитетно задоволување на потребите на туристите и креирање на богато, уникатно и незаборавно искуство на туристите, имаат поголеми шанси за привлекување на поголем број на туристи, за остварување на повисоки економски ефекти од развојот на туризмот, за подолгорочно опстојување на пазарот и за елиминирање на конкуренцијата.

Од друга страна пак, разликите меѓу туристите стануваат се поизразени. Тие се разликуваат помеѓу себе не само по социо-демографските и економските карактеристики (возраст, пол, степен на образование, висина на приходи, куповна моќ, начин и стил на живот итн.), туку и од аспект на нивните желби, потреби, барања, ставови, следење на современите текови на мода итн., што неизбежно наметнува разлики во поглед на донесувањето на одлуки за туристичкото патување, видот на туристички производи и услуги и изборот на туристичката дестинација во која ќе патуваат.

Конечната одлука на потрошувачите за посета на одредена туристичка дестинација и за купување на туристичкиот производ, подразбира сериозно и подолгорочно прибирање информации за нив од различни извори: сопствените претходни искуства во врска со туристичките патувања и посета на одредени дестинации, искуства од роднини и

пријатели, како и разни промотивни активности кои се креирани од страна на конкретната туристичка понуда. Меѓутоа, во најголем број на случаи, потенцијалните туристи пред да се одлучат за посета на одредена туристичка дестинација, информациите за неа, за нејзините туристички можности и капацитетите со кои располага, ги пребаруваат на интернет.

Информатичката технологија е поим што ги опфаќа сите форми на технологија што се користат за креирање, снимање, манипулирање, комуникација, размена, презентирање и користење на податоци во сите нивни различни форми (деловни податоци, гласовен разговор, неподвижни слики, подвижни слики, мултимедијални презентации и други форми). Со развојот на технологијата и дигитализацијата на информациските процеси, интерактивната комуникација преку интернет води кон развој на нови трендови во туристичката индустрија. Новите технологии овозможуваат побрз пренос на информации и високо вмрежување преку бројни платформи кои влијаат на динамиката на туристичките движења.

Од друга страна пак, интернетот им овозможува на носителите на туристичката понуда ефикасно да ја претставуваат својата понуда на нови пазари и да формираат нови пакети кои ќе им бидат понудени на корисниците во областа на гастрономијата, автохтоните производи, забавата, авантуристичките и научните содржини. Носителите на туристичката понуда го доживуваат интернетот и неговите платформи како неопходност во современото секојдневно работење, како можност за промоција на своите производи и услуги, приближување кон нови и најоддалечени пазари, можност за директна комуникација со клиентот, средство за зголемување на продажбата и намалување на трошоците од работењето итн.

Со спојување на информативните системи со географските референци во последниве децении настанаа Географските информациона системи (ГИС). ГИС претставува компјутерски информациски систем. Меѓутоа помеѓу него и другите компјутерски бази на податоци постои важна разлика која се состои во тоа што сите информации во ГИС мора да бидат поврзани со географска (просторна) референца (географска ширина/должина или други просторни координати).

Географските информациона системи се карактеризираат со способност за интегрирање на геопросторни податоци од голем број на различни извори. Функционалноста на ваквите системи дава можности за вршење на различни просторни анализи кои се базираат на различни модели за апликација. Една од нивните можности е изработка на различни мапи (карти).

ГИС може да се примени во сите сфери на човековото живеење и кај сите активности (економијата, земјоделството, шумарството, војската, полицијата, урбаното и туристичкото планирање, деловното работење, туризмот итн.).

Овие системи во последните децении наоѓаат особено значајна примена во областа на туризмот. Тие овозможуваат бројни предности како за страната на туристичката понуда, така и за страната на туристичката побарувачка односно за туристите.

Нивната апликација им овозможува пронаоѓање и разгледување на сите места од земјината топка, одредување на растојанијата меѓу местата, прикажување на времето потребно за да се стигне од едно место до друго во зависност од начинот на патување (автомобил, велосипед, пешачење), прикажување на различните атрактивности кои постојат на одредени локации (културно историски споменици, археолошки локации, природни ресурси - езера, бањи, планински врвови), сместувачки капацитети, безниски станици, па дури и можности за свое индивидуално креирање на туристичките рути.

Со цел да се испитаат ставовите на туристите за достапноста на информациите за креирање на туристички рути во Косово, беше спроведено испитување во кое беа опфатени вкупно 300 туристи од кои 159 (53%) од машки пол и 141 (47%) од женски пол. Од вкупниот број на анкетирани туристи, најголемиот број на туристи (249 туристи односно 83%) беа домашни туристи (со место на живеење на територијата на Косово), а останатите 51 туристи односно 17 % странски туристи (со место на живеење надвор од Косово). Анкетираниите туристи припаѓа на различни возрастни категории и различен степен на образование,

Во истражувањето, евидентирано е дека анкетираниите туристи сакаат да посетуваат природни убавини, урбани средини и места со културно-историско наследство.

Но, кога станува збор за информациите што на располагање ги имаат туристите за одредено туристичко место што сакаат да го посетат, дури 76% од испитаниците одговориле дека имале само делумно информации за местото кое сакале да го посетат. Информациите за местото на посета, најголемиот процент на туристи ги добива од интернет. Кога станува збор за употребата на 3Г/4Г интернет мрежата, околу 57 % од анкетираниите туристи навеле дека редовно ја употребуваат оваа интернет мрежа.

Туристите во најголем број не се задоволни со информациите за Косово кои што ги нашле на интернет и сметаат дека тие информации не се доволни.

Вредноста на хи-квадрат тестот за вкрстувањето на 6-то и 12-то прашање „Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите“ е 2,023, а p вредноста е 0,364. Оваа вредност е поголема од 0,05, односно 5%, што укажува дека со ниво на значајност од 5% нема разлика во ставовите на испитаниците домашни и странски туристи. Во основа сите туристи имаат потреба од дополнителни информации за дестинациите кои сакаат да ги посетат. Врз основа на тоа, може да се каже дека поставената хипотеза H_1 која гласи: Дестинациите кои туристите сакаат да ги посетат, не нудат доволно информации, може да се прифати.

Како резултат на тоа може да се заклучи дека дестинациите кои туристите сакаат да ги посетат, не им нудат доволно информации за местото на посета.

Најголемиот број на анкетирани туристи (72.33%) сметаат дека информациите кои што ги нашле за Косово не ги исполнуваат нивните индивидуални преференции за посета на одредена туристичка дестинација. Со вкрстување на соодветните прашањата од анкетниот прашалник добиена е вредноста на Хи квадрат тестот која изнесува 4,831, степенот на слобода (df) е 4, а вредноста на p изнесува 0,305 (табела 37). Врз основа на оваа вредност може да се утврди дека не постои значајна разлика во ставовите на домашните и странските туристи во делот на тоа дали добиените информации за дестинациите во Косово ги исполнуваат очекувањата на туристите. Врз основа на тоа може да се заклучи дека се прифаќа хипотезата која гласи: „Достапните информации не се доволни за да побудат интерес за посета“.

Со цел да се донесе став за основната хипотеза “Посетителите а посебно туристите од странските земји имаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат”, извршено е вкрстување на прашањето кое се однесува на земјата на потекло на посетителите со прашањето кое гласи: “Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн”.

Врз основа на пресметките, утврдено е дека Хи квадратот изнесува 3,366, а p вредноста на хи квадратот е 0,499, што е значително поголема вредност од 5%. Бројот на ќелии во кои вредноста е под 5 е 20%, што е гранична вредност за прифатлива распределба според теоријата за хи-квадрат распределба. Според тоа, и овој тест ни покажува дека нема значителни разлики во ставовите на испитаниците од Косово и од други држави и според тоа може да се заклучи дека туристите нашле доволно податоци онлајн за нивната посета на Косово. Врз основа на тоа постои може да се прифати хипотезата која гласи “Посетителите а посебно туристите од странските земји имаат потреба од дополнителни информации за местото кое го посетуваат.”

Врз основа на тоа, мора да се наведе дека за да може Косово да претставува туристичка дестинација која ќе побуди интерес за посета кај странските туристи мора да ги стимулираат сите носители и креатори на туристичката политика во Косово да го зголемат квантитетот и квалитетот на информациите кои се од големо значење за развојот на туризмот во оваа туристичка дестинација. Овие информации треба да бидат колку што е можно подетални и побогати, и треба да се однесуваат на сите аспекти од областа на туризмот: капацитетите во Косово, природните и антропогените ресурси, патните информации, климатските информации итн. што ќе им овозможат на туристите збогатување на нивното знаење за оваа дестинација и можност за креирање на сопствени рути на патувања. Информациите за туристичката понуда интегрирани со богатото културно – историско наследство на Косово, мноштвото на природни ресурси и квалитетните туристички производи и услуги, ќе придонесат за привлекување на поголем број на туристи, конкурентност на Косово како туристичка дестинација, создавање на бренд, како и зголемување на економските ефекти од развојот на туризмот.

ПРИЛОГ

Прашалник за испитување на мислењата на туристите

1. Пол:

- М
- Ж

2. Вашата возраст е :

- 18-25 год.
- 25-45 год.
- 45-64 год.
- над 65 год.

3. Вашето ниво на образование :

- Основно образование
- средно образование
- високо образование
- м-р науки
- д-р на науки

4. Дали сте вработени :

- ДА
- НЕ

5. Дали сте во брак

- ДА
- НЕ

6. Каде живеете:

- Косово
- Надвор од Косово

7. Вашиот семеен месечен приход

- до 500 ЕУ
- 500-1000 еу
- над 1000 Еу

8. Вашите приходи се доволни за да посетите различни места:

- Целосно се согласувам
- Се согласувам
- Немам став
- Не се согласувам
- Воопшто не се согласувам

9. Дадете оценка од 1 до 5 колку сакате да посетувате природни убавини: (1 е најниска оценка, 5 е највисока)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

10. Дадете оценка од 1 до 5 колку сакате да посетувате урбани средини: (1 е најниска оценка, 5 е највисока)

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

11. Дадете оценка од 1 до 5 колку сакате да посетувате културно наследство:

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

12. Колку имавте предходни информации за местото кое сакате да го посетите

- воопшто немав
- делумно имав
- имав доволно информации

13. Од каде ги имате добиено информациите за местото кое сакате го посетивте:

- Интернет
- Телевизија
- од лица кои претходно го имаат посетено
- од туристичка агенција или тур-оператор

14. Дали ве привлекуваат реклами за одредени туристички дестинации:

- Воопшто не ме привлекуваат
- делумно, ако се добро изработени
- доволно ме привлекуваат за да се заинтересирам за посета на дестинацијата

15. Дали сте посетиле некое место во Косово со понуди од туристички агенции:

- ДА
- НЕ

16. Колку ја употребувате 3Г/4Г интернет мрежата:

- воопшто
- делумно
- редовно

17. Дали мислите дека со употреба на интернетот може да пристигнете на местото каде што сте тргнале:

- никогаш
- некогаш
- секогаш

18. Колку сте задоволни од информациите за Косово кои сте ги нашле онлајн

- Воопшто не сум задоволен
- Задоволен сум
- Немам став
- Не сум задоволен
- Воопшто не сум задоволен

19. Информациите кои ги најдовте за Косово ги исполнуваат Вашите индивидуални преференции за посета на туристичка дестинација

- Целосно се согласувам
- Се согласувам
- Немам став
- Не се согласувам
- Воопшто не се согласувам

ЛИТЕРАТУРА

1. Аврамоски М. (2015). Економика на туризмот и угостителството, шесто издание, ФТУ – Охрид, Институт за истражување на туризмот, Охрид.
2. Agencija za zaštitu sredine Kosova. (2017). Godišnji izveštaj o stanju životne sredine na Kosovu, Priština.
3. Ake D. (2001). GIS and the tourism industry, SEDA – Council of Governments, Lewisburg.
4. Ali A. B. (2015). Travel and Tourism Management, PHI Learning Private Limited.
5. Anderson C. (2004). The Long Tail, Wired Magazine, v.12 n.10, pp. 170–177.
6. Andreeski C., Dimoska T. (2005). 2005: "Trends in tourism, analysis and estimation", International Conference "Theoretical Advances in Tourism Economics", Évora, Portugal.
7. Bajraktari F., Behrami S., Katallozi F. (2010). Shpellat e Kosovës. ProGEO-Kosova, Prishtinë.
8. Bansal S. P., Gautam P. K., Swain S. K., Marie C. S., Parida J. K.: Components of the Tourism System, No. 6, An MHRD project under the National Mission on Education through ICT (NME-CT).
9. Beaver A. (2005). A Dictionary of Travel and Tourism Terminology, second edition, CAB International Publishing.
10. Beltramo R., Peira G., Bonadonna A. (2021). A Creating a Tourism Destination through Local Heritage: The Stakeholders' Priorities in the Canavese Area (Northwest Italy), Land, 10, 260.
11. Bhandari S.P., Hussin Y.A. & Sharifi M.A. (2004). Detection and characterization of selective logging using remote sensing and GIS in tropical forest of East Kalimantan. In: Asian journal of geoinformatics, 3, 57-70.

12. Bhatia A. K. (2003). *Tourism Development: Principles and Practices*, Sterling Publishers, New Delhi.
13. Bhatia A. K. (2007). *The Business of Tourism: Concepts and Strategies*, Sterling Publishers Private Limited.
14. Boavida I., Ferreira C. C., Rocha J. (2017). Identifying Tourist Places of Interest Based on Digital Imprints: Towards a Sustainable Smart City Luis, *Journal of Sustainability*, 9, 2317; doi:10.3390/su9122317.
15. Borovci B., Tahiri A., Kovaçi I. (2021). Consumer Behavior towards the Tourist Offer in Kosovo - With a Focus on the Development of Mountain Tourism, *International Journal of Innovative Science and Research Technology - IJISRT Volume 6, Issue 2*, pp. 328-332.
16. Borovci B., Tahiri A., Kovaçi I. (2021). Promotion of Cultural Heritage and its Impact on Tourism Development - with a Focus on the Prizren Region, *International Journal of Innovative Science and Research Technology - IJISRT Volume 6, Issue 1*, pp. 1216-1219.
17. Borovci B., Tahiri A., Kovaçi I. (2020). Tourism and Hotel Management: Their Impact on the Number of Visitors and the Utilization of Hotel Capacities in Kosovo, *EUROPEAN ACADEMIC RESEARCH*, Vol. VII, Issue 11, /pp. 5518-5527.
18. Bytyqi B., Rrustemi P., Tahiri A., Kovaçi I. (2021). The Importance of Sustainable Development of Travel and Tourism Industry in the Turnover of Foreign Visitors: The Case of Kosovo, *International Journal of Economics and Business Administration - IJEBA Volume IX, Issue 2/2021/pp. 394-404*.
19. Bracewell W. (2009). *Orientations: An Anthology of East European Travel Writing, ca. 1550-2000*, Central University Press.
20. Brown J. R., and Goolsbee A. (2002), Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance Industry, *Journal of Political Economy*, vol. 110, no. 3
21. Brynjolfsson E., Hu Y. J., Smith M. D. (2003). Consumer Surplus in the Digital Economy: Estimating the Value of Increased Product Variety at Online Booksellers, *Management Science* 49 (11), pp. 1580- 1596.

22. Brynjolfsson E., Hu Y. J., Simester D. (2011). Goodbye Pareto Principle, Hello Long Tail: The Effect of Search Costs on the Concentration of Product Sales, *Management Science* 57 (8), pp. 1373- 1386.
23. Carter J. R. (1989). On defining the geographic information system.
24. Chakraborty A., Chakraborty B. K. (2008). *Global Tourism*, A. P. H. Publishing Corporation.
25. Cenamor I., De la Rosa T., Nunez S., Borrajo D. (2017). Planning for tourism routes using social networks, *Expert System with Applications*, Vol. 69, pp.1-9.
26. Chen R. J.C (2007). Geographic information systems (GIS) applications in retail tourism and teaching curriculum. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14, 289–295.
27. Cohen E. (1974). Who is a tourist? – A Conceptual Clarification, *The Sociological Review*, Wiley Online Library, Vol. 22, Issue 4, p. 527-555.
28. Cooper C., Fletcher J., Fyall A., Gilbert D., Wanhill S. (2008). *Tourism: Principles and Practice*, fourth edition, FT Prentice Hall.
29. Council of Europe. (2015). *Cultural Routes Management: from Theory to Practice*, Institut Europeen des Itinéraires Culturels.
30. Cowen D. J. (1988). GIS versus CAD versus DBMS: what are differences? *Photogrammetric Engineering and Remote Sensing*, 54: 1551-4.
31. Department of the Environment (DoE). (1987). *Handling Geographic Information*, HMSO, London.
32. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), (2017). *Natural Resource Management in Southeast Europe: Forest Soil and Water*, Skipje.
33. Devine H. A., Field R. C. (1986). The gist of GIS. *Journal of Forestry*, 17-22.
34. Dimoska T., Nikolovski B., Gogoski R. (2011). Competitiveness strategies for supporting economic development of the touristic destination, XI International Conference “Service sector in terms of changing environment”, Faculty of tourism and hospitality – Ohrid; also published in the *Journal Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Volume 44, 2012, p.279-288.
35. Dimoska T., Petreska B. (2012). Indicators for sustainable tourism development in Macedonia, First International Conference on Business, Economics and Finance

- ICBEF: “From Liberalization to Globalization – Challenges in a Changing World”, University “Goce Delcev” – Stip, Macedonia.
36. Dimoska T., Kebakoski B. (2014). Indicators for sustainable development of the environment in the Republic of Macedonia - Faculty of Electrical Engineering and Information Technologies (FEIT) - Skopje 2014.
 37. Dos Santos Queriros A. (2020). Examining a New Paradigm of Heritage with Philosophy, Economy and Education, IGI Global.
 38. Dye A. S & Shaw, L.S (2006). A GIS-based spatial decision support system for tourists of Great Smoky Mountains National Park. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14, 269–27.
 39. Eichengreen B., Lafarguette R., and Mehl A. (2016). Cables, Sharks and Servers: Technology and the Geography of the Foreign Exchange Market, NBER Working Paper No. 21884.
 40. Енциклопедија Југославије. (1978). ЈЗП, Загреб.
 41. Farronato C., Fradkin A. (2018). The Welfare Effects of Peer Entry in the Accommodation Market: The Case of Airbnb, National Bureau of Economic Research Working Paper 24361.
 42. Farsari Y. & Prastacos P. (2004). GIS applications in the planning and management of tourism.
 43. Flognfeldt T. (2005). The tourist route system – models of travelling patterns, *Belgeo*, Open Edition Journals, *Belgian Journal of Geography*, 1-2, p.35-58, <https://journals.openedition.org/belgeo/12406?lang=de>
 44. Fradkin A., Grewalz E., and Holtz D. (2018). The Determinants of Online Review Informativeness: Evidence from Field Experiments on Airbnb, Mimeo (20 April 2018).
 45. Freund C. L., and Weinhold D. (2002). The Internet and International Trade in Services, *The American Economic Review*, Vol. 92, No. 2, pp. 236- 240.
 46. Freund C. L., and Weinhold D. (2002), The effect of the Internet on international trade, *Journal of International Economics* 62 (2004), pp. 171– 189.
 47. Gavrilović D.; Menkovic L, Belij C. (1998). *Zaštita geomorfoloških objekata u geonasleđu Srbije. Zaštita prirode.*

48. Goldfarb A., Tucker C. (2019). Digital Economics, *Journal of Economic Literature*, 57(1), pp. 3–43
49. Gribb W. (1991). Integrating Visitor Surveys, Environmental factors, and GIS into Recreation Planning: Site Development at Grayrocks Reservoir, Wyoming. *GIS/LIS '91 Proceedings*, 1 American Congress on Surveying and mapping, US.
50. Hannam K., Knox D. (2010). *Understanding Tourism: A Critical Introduction*, SAGE.
51. Hasse J. C. & Milne S. (2005). Participatory Approaches and Geographical Information Systems (PAGIS) in Tourism Planning. *Tourism Geographies*, 7 (3), 272-289.
52. Hernadez D., Bennison S., Cornelius H., Scholten M., Der Beek V. & Biasiotto M. Explaining Retail GIS: The Adoption, Use and Development of GIS within Retailing in the Netherlands, the UK and Canada. *Netherlands Geographical Studies*.
53. Hoonsawat R. (2016). Information Searching: The Case of Tourism Promoted Through the Internet, *Global Economy Journal*, Vol. 16 , No. 1, pp. 33–47
54. Hossain M. S., Chowdhury S.R., Das N.G., Sharifuzzaman S.M., & Sultana A. (2008). Integration of GIS and multicriteria decision analysis for urban aquaculture development in Bangladesh. *Landscape and Urban Planning*, 90, 119–133.
55. Hmidani Z., Sguenfle M. (2018). Tourist routes as Tafilalet Oasis and the prospects of territorial development, *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3-3: 139-147.
56. Ibrahim H., Gashi A., Rexhepaj D., Zhushi Etemi F., Grapci Kotori L., Fehér Z., Bino T., Šerić Jelaska L., Mesaroš G., Théou Ph. (2019). *Red Book of Fauna of The Republic of Kosovo*, Ministry of Environment and Spatial Planning & Kosovo Institute for Nature Protection, Prishtina.
57. Institut za prostorno planiranje. (2019). *Mapa Zoniranja Kosova 2020-2028+*, Priština.
58. Joaos S. *Tourism routes: material heritage of Portuguese origin in Morocco and Goa*, Impresa da Universidade de Coimbra.
59. Jović - Lazić A. (2004). Protection of cultural heritage in Kosovo and Metohija, *Međunarodni problem*, Vol. LVI, br.4, pp. 465-489.
60. Jovanović V. (2020). *Turizyam i prostor*, 2 izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd.

61. Kadošić A., Mesanović D., Smajić S. (2018). Turistička geografija: fizičko-geografske i društveno-geografske osnove turizma, OFF-SET, Tuzla. Str.62.
62. Kamra K., Chand M. (2002). Basics of Tourism: Theory, Practice and Operation, Kanishka Publishers and Distributors, New Delhi.
63. Koshkariov A. V., Tikunov V. S., Trofimov A. M. (1989). The current state and the main trends in the development of geographical information systems in the USSR, *International Journal of Geographical Information Systems*, 3 (3): 257-72.
64. Kosovska agencija za zaštitu prirode. (2020). Životna sredina Kosova 2020: Izveštaj o indikatorima životne sredine, Priština.
65. Kosovski institut za zaštitu prirode. (2019). Izveštaj o stanju prirode 2015 -2017, Priština.
66. Kosovski institut za zaštitu prirode. (2010). Izveštaj o stanju prirode 2008 -2009, Priština.
67. Kosovo Environmental Agency. (2015). State of Environment in Kosovo 2015 Report, Priština.
68. Kovači I. (2017). Transition, modernization and national identity, geocultural influence in the Western Balkans, III International Symposium on Education and Social Sciences at Turkey-Skopje, Geographic Cultural University.
69. Kovači I., Hasanaj P., Krasniqi A., Tahiri A. (2021). The Impact of Tourism on the Economic Development of Kosovo, *Journal of Environmental Management and Tourism – JEMT*, Vol. 12, No. 1, pp. 146 – 153.
70. Kovači I., Tahiri A. (2022). TURIZMI I QËNDRUESHËM, Pristine.
71. Krivošejev V. (2014). Upravljanje Baštinom i Održivi Turizam, Narodni Muzej Vačjevo & Artis Centar, Valjevo - Beograd.
72. Lieber E., and Syverson C. (2012). Online versus Offline Competition, in *The Oxford Handbook of the Digital Economy*, Martin Peitz and Joel Waldfogel (eds.).
73. Leiper N. (1979). The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry, Australia.
74. Lickorish L. J., Jenkins C. L. (2011). Introduction to Tourism, Routledge.

75. Lopez-Cordova E. (2020). Digital Platforms and the Demand for International Tourism Services, Policy Research Working Paper 9 9147, World Bank Group, Finance, Competitiveness and Innovation Global Practice.
76. Lue C, Crompton L. J., Fresenmaier D.R. (1993). Conceptualization of Multi-destination Pleasure Trips, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp. 289-301.
77. Luqman M, Ahmad S. R., Khan S., Akmal F., Ahmad U., Raza A., Nawaz M., Javed A., Ali H. (2015). GIS Based Management System for Photovoltaic Panels, *Journal of Geographic Information System*, Vol.7 No.4.
78. Maksin M. (2012) *Turizam i proctor*, Univerzitet Singidunum, Departman za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd.
79. Marinoski N., Stamenković P., Ilić D. (2015). *Turistička geografija*, Visoka Poslovna Škola Strukovnih Studija, Leskovac.
80. Mason P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*, Butterworth Heinemann.
81. Medlik S. (1993). *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality*, Butterworth Heinemann.
82. Medlik S. (2012). *Dictionary of Travel, Tourism & Hospitality*, third edition, Routledge.
83. Ministarstvo Kulture, Omladina i Sporta Kosova. (2016). *Nacionalna Strategija za Kulturno Nasleđe 2017 – 2027*.
84. Ministry of Culture, Youht and Sport of Kosovo. (2017). *Cultural Heritage List for Temporary Protection*, Priština.
85. Ministarstvo za Regionalni Razvoj. (2020). *Strategije za Regionalni Razvoj 2020 - 2030*, Priština.
86. Ministarstvo sredine i prostornog planiranja. (2018). *Godišni izveštaj o stanju životne sredine na Kosovu 2017*, Priština.
87. Ministarstvo sredine i prostornog planiranja Kosova. (2019). *Izveštaj o stanju prirode 2015-2017*, Priština.
88. Mičić Maksin M. (2008) *Turizam i proctor*, Univerzitet Singidunum, Departman za turistički i hotelijerski menadžment, Beograd.

89. Meha A., Tahiri A., Zhubi M. (2020). Importance of Cultural Heritage in Tourism Development: The Case of Kosovo, *Acta Universitatis Danubius*, Vol. 16, No. 6, pp.224-236.
90. Murray M., Graham B. (1997). Exploring the dialectics of route –base tourism: the Camino de Santiago, *Tourism Management*, Vol. 18, Issue 8, pp. 513-524.
91. Mustafa B., Hajdari A., Mustafa V., Pulaj B. (2018). Natural Heritage in the Republic of Kosovo: Looking for Potential UNESCO Sites, *Landscape Online* 63:1-16, DOI 10.3097/LO.201863.
92. Mutuku K. (2013). *Tourism Destinations: Definitions, Changes and Trends*, GRIN Verlag.
93. Nikolovski B., Dimoska T., Tuntev Z. (2015). Developing destination competitiveness: small tourism enterprises (STE) as innovation drivers, *International Scientific Journal: Horizons, Series A, Social Sciences and Humanities*, Vol. 18, University “St. Kliment Ohridski”, Bitola, September 2015, pp. 67-78.
94. Nikolovski B., Dimoska T. (2015). Marketing positioning improvement strategies for small and medium-sized tourism enterprises, *Knowledge International Journal “Scientific & Applicative Papers”*, Vol. 9, 2015, pp. 213-217, (Proceedings from the V International Scientific Conference: Knowledge – Capital of the future: “Knowledge – who and what”, Bansko, Bulgaria, 21-25 May 2015), Institute of Knowledge Management, Skopje, Macedonia.
95. Organization for Security and Co-operation in Europe, *Mission in Kosovo*. (2014). *Challenges in the Protection of Immovable Tangible Cultural Heritage in Kosovo*.
96. Orlov E. (2011). How Does the Internet Influence Price Dispersion? Evidence from the Airline Industry, *Journal of Industrial Economics* 59 (1):21–37.
97. Page S. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*, second edition, Elsevier.
98. Pasamitros N. (2017). *Cultural Heritage: Contested Perspectives and Strategies in Kosovo*, Kosovo Foundation for Open Society
99. Petkovic S. (2019). *Menadžment kulturnih resursa u turizmu*, prvo izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd.
100. Pineda F. D. (2014). *Tourism and Environment*, WIT Press.

101. Popesku J. (2016). Menadžment Turističke Destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd.
102. Rodgers J. (2001). Travel and Tourism, Heinemann Educational Publishers.
103. Ryngnga P. K., (2008). Ecotourism Prioritization : A Geographical Information System Approach. South Asian Journal of Tourism and Heritage, 1, 49-56.
104. Saayman J. (2013). En Route with Tourism: An Introductory Text, Juta Academic.
105. Schonfelder S., Axhausen K. W. (2016). Urban Rhythms and Travel Behaviour: Spatial and Temporal Phenomena of Daily Travel, Routledge, Taylor & Francis Group.
106. Scott D., Gössling S., De Freitas E. R. (2007). Climate preferences for tourism: an exploratory tri-nation comparison, Development in Tourism Climatology, Commission on Climate, Tourism and Recreation, International Society of Biometeorology, Freiburg.
107. Shaw G., Williams A. M. (2004). Tourism and Tourism Space, SAGE Publications.
108. Singh P. (2015). Role of geographical information systems in tourism decision making process: a review, Journal of Information Technology and Tourism.
109. Smith T. R., Menon S., Starr J. L., Estes J. E. (1987). Requirements and principles for the implementation and construction on large – scale geographic information systems, International Journal of Geographical Information Systems 1:13-31.
110. Tahiri A., Kovaçi I., Lekiqi B., Rexhepi A. (2021). Tourism and Hotel Industry: Definition, Concepts and Development - The Case of Kosovo, Quality - Access to Success, Vol. 22, No. 182, /pp. 110-115.
111. Tahiri A., Kovaçi I. (2020). Cultural Heritage and its Impact on Tourism Industry in Kosovo, XV International Scientific Conference on Service sector INSCOCSES 2020, Ohrid.
112. Tahiri A., Kovaçi I. (2018). Promotional Activities in Tourism and the Republic of Kosovo, International Journal of Economics, Commerce and Research – IJECR, Vol. 8, Issue 2.
113. Tahiri A., Kovaçi I. (2017). The theory of sustainable Tourism Development, Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences, Vol. 3, No. 1, pp. 343-349.

114. Tahiri A., Kovači I. (2017). The impact of geography on the development of Kosovo tourism, *Journals of Advanced Scientific Research and Innovation – JASRI*, Vol. 11, No. 31.
115. Tahiri A., Kovači I., Bushi F. (2020). Sustainable tourism development - Analysis of tourism development in Kosovo, *ACC JOURNAL* Volume 26, Issu 2, pp. 83-92.
116. Tahiri A., Kovači I. (2015). Peja city tourist potentials as an opportunity for economic development, *Third Scientific Conference - Scientific Bulletin "Dardania" Br/Nr. 7 Vëllimi 2*.
117. Tahiri A., Kovači I. (2016). Kosovo's tourism potential and its development strategies, *Third Scientific Conference - Scientific Bulletin "Dardania" Br/Nr. 7 Vëllimi 2*.
118. Tahiri A., Kovači I., Bushi F. (2020). Travel and tourism industry development - The case of Kosovo, *Analele Universității din Oradea, Seria Geografie XXX*, No. 2, pp.147-156.
119. Tahiri A., Kovači I., Thaqi A., Jashari Goga A. (2020). Effects of Human Resource Management on Health Tourism in Thermal Centres in Kosovo Case study: Centre's of Thermal Tourism in Kosovo, *ACTA UNIVERSITATIS DANUBIUS ECONOMICA* Vol. 16, No. 3, pp. 248-259.
120. Theobald W. F. (2005). *Global Tourism*, third edition, Elsevier.
121. Thomas E. (2020). *The Meaning of Travel: Philosophers Abroad*, OXRORD University Press.
122. Тунтев З., Димоска Т. (2010). Одржлив развој на туризмот, ЦНИР, ФТУ – Охрид.
123. Тунтев З., Димоска Т. (2012). Integrated plan for the promotion of the joint architectural heritage and the development of religious tourism in Krusevo and the cross border area Promokros.
124. UNWTO and ETC (European Travel Commission). (2017). *Handbook on Marketing Transnational Tourism Themes and Routes*.
125. USAID. (2018). *Kosovo Biodiversity Analysis – Foreign Assistance Act 119*.
126. Vakanjac B., Ristić Vakanjac V., Đumić T. (2020). *Geodiverzitet Osnovi geologije u životnoj sredini*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za životnu sredinu sredinu i održivi razvoj, Beograd.

127. Wahab S., Pigram J. J. (2005). *Tourism Development and Growth: The Challenge of Sustainability*, Routledge.
128. Walker J. R., Walker J. T. (2011). *Tourism Concepts and Practices*, Prentice Hall.
129. Wang Y., Pizam A. (2011). *Tourism Destination Marketing and Management: Theories and Applications*, CABI International.
130. Ward – Perkins D., Beckmann C., Ellis J. (2020). *Tourism Routes and Trails: Theory and Practice*, CABI International.
131. Wahab S., Pigram J. J. (1997). *Tourism Development and Growth: The Challenge of Sustainability*, Routledge, p.87
132. Yildirim G., Ozbek O., Kilinc C. C., Tarinc A. (2020). *Cases on Tour Guide Practices for Alternative Tourism*, IGI Global.
133. Zervas G., Proserpio D., Byers J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry, *Journal of Marketing Research* 54 (5): 687– 705.