

УНИВЕРЗИТЕТ “СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“ – БИТОЛА
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО – ОХРИД



ДОКТОРСКИ ТРУД

ТУРИСТИЧКИТЕ ПОТЕНЦИЈАЛИ – ЗНАЧАЕН ФАКТОР ЗА
ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Кандидат:
М-р Хусни Ахмети
Индекс бр.34

Ментор:
Проф. д-р Татјана Димоска

Охрид, 2019 год.

Содржина:	Страница
АПСТРАКТ	5
ВОВЕД	7
ДЕЛ ПРВИ: Теоретско-методолошки пристап во истражувањето	15
1. Предмет и цел на истражување	15
2. Методологија на истражување	16
3. Основна и помошни хипотеза	17
4. Очекувани резултати	18
ДЕЛ ВТОРИ: Природни и антропогени ресурси за развој на туризмот	19
I. ПРИРОДНИ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ	19
1. Природни туристички ресурси	20
1.1. Геолошки и геоморфолошки ресурси	21
1.2. Климатски ресурси	23
1.3. Хидрографски ресурси	24
1.4. Биогеографски ресурси	25
1.5. Пејсажни ресурси	26
II. АНТРОПОГЕНИ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ	28
1. Основни карактеристики на антропогените туристички ресурси	28
2. Најзначајни антропогени вредности и мотиви	30
2.1. Археолошки локалитети	31
2.2. Архитектура	32
2.3. Музеи и галерии	33
2.4. Уметноста	35
2.5. Фестивали и слични манифестации	36
2.6. Верски обреди и обичаи	39
2.7. Занаетчиство	40
2.8. Традиционална кујна	41
ДЕЛ ТРЕТИ: Одржлив развој на туризмот	42
I. КОНЦЕПТ НА ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ И ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ	42
1. Поим и карактеристики на одржливиот развој	42
2. Концепт на одржлив развој на туризмот	44
3. Основни принципи на одржлив туризам	46
3.1. Принцип на креирање на туристичка политика	49
3.2. Принцип на економичност, инвестирање и конкурентност	57
3.3. Принцип на вработување и развој на човечките ресурси	62

3.4. Принцип на намалување на сиромаштијата и социјална Инклузивност	65
3.5. Принцип на заштита на природните и културните вредности	70
II. ВИДОВИ ВЛИЈАНИЈА НА ТУРИЗМОТ	74
1. Економски влијанија на туризмот	75
2. Некономски (општествени) влијанија на туризмот	77
3. Влијанија на туризмот врз животната средина	81
ДЕЛ ЧЕТВРТИ: Главни карактеристики на туризмот во Призрен	85
I. МЕСТОТО И УЛОГАТА НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН	85
1. Краток историски осврт на Призрен	86
2. Географската положба и инфраструктурна поврзаност на Призрен	88
2.1. Регионална поврзаност	89
2.2. Локална поврзаност	91
3. Анализа на статистичките податоци за бројот на туристи и остварени ноќевања во Косово за периодот 2010-2018	93
3.1. Број на туристи во Косово	93
3.2. Остварени ноќевања во Косово	95
3.3. Земја на потекло на туристите	96
4. Анализа на статистичките податоци за туризмот во Призрен за временскиот период 2010-2018	102
4.1. Број на домашни туристи	103
4.2. Број на странски туристи	104
4.3. Остварени ноќевања на домашни туристи	105
4.4. Остварени ноќевања на странски туристи	106
4.5. Капацитети за сместување	107
4.6. Степен на искористеност на капацитетите за сместување	109
4.7. Број и видови на угостителски објекти за исхрана	110
5. SWOT анализа на можностите и предизвиците за развој на туризмот во Призрен	112
II. ПРИРОДНИТЕ И КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИТЕ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН	117
1. Природните ресурси како потенцијал за развој на туризмот во Призрен	118
1.1. Национален парк “Шар Планина“	121
1.2. Биорезерват “Лумбарди“	125
1.3. Регион Жупа	126
2. Потенцијали за развој на позначајни алтернативни форми на туризам во Призрен	128

3. Културно-историските ресурси за развој на туризмот во Призрен	139
3.1. Културно – историски монументи	140
3.1.1. Призренско Кале	140
3.1.2. Амам на Гази Мехмед Паша	141
3.1.3. Беледија	142
3.1.4. Камен мост	142
3.1.5. Замок на девојки	143
3.1.6. Џамијата К’р’к	144
3.1.7. Призренска Лига	145
3.1.8. Црквата Св.Горѓи	146
3.1.9. Катедрала Спасителка Богородица	147
3.1.10. Други објекти	148
3.2. Националните носии како значајна културна и туристичка Вредност	151
ДЕЛ ПЕТТИ: Одржлив развој на туризмот во Призрен како значајна туристичка дестинација во Косово	152
I. ИСТРАЖУВАЊЕ И АНАЛИЗА НА ОСНОВНИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН	152
1. Законска регулатива во областа туризмот	152
2. Придонес на туризмот во економскиот развој на Призрен	154
3. Управување со човечките ресурси во областа на туризмот во Призрен	157
4. Пристап за намалување на сиромаштијата и вклучување на ранливите групи во развојот на туризмот во Призрен	160
II. ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧУВА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН	164
1. Проблеми во врска со туристичките субјекти	164
2. Проблеми со културното наследство	166
3. Проблеми во врска со деградација на животната средина	167
III. ПЕРСПЕКТИВИ ЗА ПОНАТАМОШЕН РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН	171
1. Стратегија за развој на туризмот во Призрен	173
2. Учество на централната и локалната власт во развој на туризмот	173
3. Соработка меѓу субјектите од областа на туризмот	174
4. Заштита и зачувување на животната средина и културното наследство на Призрен	175
ТЕРЕНСКО ИСТРАЖУВАЊЕ	178
ЗАКЛУЧОК	220
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	232

АПСТРАКТ

Туризмот може да се дефинира како збир на односи и феномени кои се резултат на движењето и привремениот престој на луѓето што патуваат од едно место на друго, најчесто кога имаат слободно време и поради рекреација и забава. За разлика од другите форми на поминување на слободното време, туризмот не го гледа патувањето и престојот на туристите само од аспект на задоволувањето на нивните потреби и барања, туку и од аспект на економијата и развојот.

Значајноста на туристичките вредности и управувањето со тие вредности во земјите на регионот, Европа и пошироко, како и поради туристичките вредности со кои располага Косово, како и поради важноста на управувањето со тие туристички вредности, сме се обиделе да придонесеме во таа област и овој труд да се надополни во иднина со нови истражувања на менаџирањето со туризмот. Последните години привлекуваат посебно внимание и будат зголемен интерес за истражување, како и зачувување и унапредување на тие вредности од друга страна.

Развојот на туризмот во Општина Призрен, е процес кој е во тек, особено кај планински места кои започнале со инвестирање во угостителски објекти, но во исто време се бара од општинските власти поголемо внимание и инвестирање според можностите во областа на заштитата и унапредувањето на туристичките вредности.

Општина Призрен и целата држава Косово минуваат низ една транзициона фаза на развој, но иднината ветува многу работи во сферата на менаџирањето со туризмот и негов одржлив развој и се очекува брзо таквата работа да побуди зголемен интерес и третман од страна на локалните и државните институции.

Клучни зборови: туризам, одржлив развој, одржлив туризам, Призрен.

ABSTRACT

Tourism can be defined as a set of relationships and phenomena that derive from the movement and the temporary stay of people traveling from one place to another, most often for leisure, recreation and entertainment. Unlike other forms of leisure travel, tourism does not see the travel and stay of tourists only in terms of satisfying their needs and requirements, but also in terms of economy and development.

The significance of tourist values and the management of those values in the countries of Europe and beyond, as well as the tourist values available to Kosovo, as well as the importance of managing these tourist values, are the purpose that we try to contribute in this area and the paper will be upgraded in the future with new research on tourism management. Recent years have attracted special attention and have increased interest in research, as well as preserving and promoting these values on the other.

The development of tourism in the Municipality of Prizren is a process that is ongoing, especially in mountainous areas where people are investing in catering facilities, but at the same time, it is required by the municipal authorities to pay greater attention and invest in accordance with the possibilities in the field of protection and promotion of tourist values.

The Municipality of Prizren and the entire state of Kosovo go through a transitional phase of development, but the future promises many things in the field of tourism management and its sustainable development, and it is expected that such work will prompt increased interest and treatment by local and state institutions.

Key words: tourism, sustainable development, sustainable tourism, Prizren.

ВОВЕД

Туризмот е еден од најголемите и најбрзо растечките сектори во глобалната економија и бележи значителни економски, развојни и општествени ефекти, било тоа да се позитивни или негативни. Доколку се настапи одговорно, туризмот може да биде движечка сила за континуиран развој, во спротивно може да биде социјално, културно и економски ерозивен.

Влади, приватни сектори, регионални и локални авторитети и други субјекти кои се вклучени во меѓународната трговија и економскиот развој, ја признаваат улогата што му се придава на туризмот. Доколку бариерите при патувањето ширум светот се елиминираат или значајно се редуцираат, меѓународната трговија на туристички услуги драматично би се зголемила.

Туризмот е детерминиран како широк услужен сектор со голем опсег на едноставни и комплексни добра и услуги кои го поддржуваат. Туристичката дејност инкорпорира во себе голем број компоненти како: туристички оператори, туристички агенции, институции кои обезбедуваат престој за туристите, банки, осигурителни компании, транспортни компании, трговски претпријатија, институции од областа на културата и сите останати институции кои се резултат на општественото живеење на човекот. Токму во тоа се состои неговото влијание врз секоја национална економија преку неговото учество во бруто - националниот производ и вработувањето.

Поттикнувањето на свесен начин на доживување на природното и културното наследство за туристички цели значи создавање на нови работни места, намалување на сиромаштијата, спречување на миграцијата на руралното население, како и искажување на чувство на гордост кај локалното население и кај самите туристи.

Имајќи ја предвид динамиката на развој на општеството, и туризмот ја следи таа динамика и се развива паралелно со него.

Во средината на минатиот век се почувствува вистинска експанзија на туристичкото движење. Имено, во 1950 година низ светот патувале 25 милиони туристи, во 2000 година имало 700 милиони туристи, а во 2015 година тој број изнесувал 1.2 милијарди, со предвидување дека до 2020 година тој број ќе достигне 1.6 милијарди туристи.¹

Масовноста на туристичките движења го претворија туризмот не само во најмоќен економски фактор, туку и во фактор кој има силно и големо влијание врз физичко-географскиот простор и врз животната средина. Влијанието врз животната средина е очекувано и нормално ако се знае дека туризмот како феномен и појава се одвива во географскиот простор.

¹ UNWTO, Barometers: Vision 2020, 2015 година (за подетални информации погледни на: www.unwto.org)

Денес животната средина е основата на современиот туристички производ. Во последните три децении се поголемо внимание и значење се дава на животната средина, нејзината заштита и зачувување. Идните проекти (во секој стопански сектор) кои нема да ја поддржуваат заштитата на животната средина и покрај нивната економска оправданост и профитабилност ќе бидат неиздржани, ќе останат нереализирани и однапред се осудени на неуспех.

Перспективите и профитабилноста на туристичката индустријата се повеќе ќе зависи од зачувувањето и одржувањето на атрактивноста на туристичките дестинации кои туристите сакаат да ги посетат, видат и доживеат. Поради ова, современите субјекти (од сите нивоа) во туристичката индустријата, мора да дадат приоритетно значење на заштитата на животната средина.

Туризмот има моќ да влијае и да ја менува животната средина, да обезбеди фондови и средства за конзервација, да ја негува културата, традицијата, историјата и етнографските вредности, да обезбеди одржливо користење на ресурсите, да ги заштити природните атрактивности и слично.

Меѓутоа, туризмот има моќ и да уништува. Доколку туризмот правилно не се планира и имплементира, може да ја уништи флората и фауната, да ги загади плажите, да предизвика и стимулира непланска градба, да го деградира просторот, да создаде проблеми со отпадните води, да ги игнорира и запостави потребите на домицилното население итн.

Туризмот мора да овозможи заштита на животната средина, заштита на природните туристички ресурси и атрактивности, за да се задоволат потребите и мотивот на туристите, а истовремено да се осигура неговата одржливост.

Односот туризам-животна средина не е едноставен, напротив тој е многу комплексен и сложен. Нивниот однос еволуирал и се менувал со текот на времето, зависно од периодот и динамиката на развојот на туризмот. Во почетокот односот помеѓу туризмот и животната средина може да се окарактеризира како однос на „коегзистенција“ каде туризмот и животната средина постојат истовремено и засебно.

Туристичките активности не биле секогаш компатибилни со потребите на животната средина, но сепак не доведувале до загрозување и нејзино уништување. Ваквиот однос помеѓу туризмот и животната средина се задржал се до појавата на масовните форми на туризам. Во овој период односот еволуира и се создава друг однос помеѓу туризмот и животната средина кој можеме да го окарактеризираме како однос на „конфликт“.

Во оваа фаза туризмот динамично се развива, драстично се зголемуваат меѓународните туристички движења, се посетуваат нови, далечни и нетрадиционални туристички дестинации итн. Сето ова резултира со директни и индиректни, намерни и ненамерни влијанија на деградација на животната средина поради што туризмот и животната средина се наоѓаат во меѓусебен конфликт.

Еволуцијата на односот помеѓу туризмот и животната средина продолжува, така да денес нивниот меѓусебен однос можеме да го окарактеризираме како однос на „симбиоза“ што подразбира дека тие се зависни еден од друг и се во меѓусебна тесна, корисна и трајна заедница од што зависи и нивниот понатамошен развој.

По ваквите согледувања се наметнува прашањето: дали најголемата светска индустрија, туристичката индустријата, има најголемо влијание врз животната средина? Одговорот на ова прашање може да се најде онаму каде ќе се спознаат влијанијата (позитивните и негативните) на туризмот врз животната средина.

За да се намали и елиминира негативното влијание на туризмот, а истовремено да се иницираат неговите позитивни ефекти врз животната средина, воведени се нови концепти за развој на туризмот. Такви се: концептот на одржлив развој на туризмот, екотуризам, природен туризам и останатите алтернативни форми на туризам, концептот на максимални носечки капацитети и слично.

Развојот на туризмот претставува многу значаен дел од економскиот развој на една држава. Ако постојат потенцијали за туристички развој, тогаш сигурно дека тие произлегуваат од природните и човечките ресурси.

Република Косово со својата централна местоположба на Балканскиот полуостров е мост кој ги поврзува земјите од Европа.

Територијата на Општина Призрен е богата со објекти од културното и историското минато од дамнешни времиња, а најголемото богатство се токму наследените вредности низ вековите кои се манифестираат со совршена архитектура и урбана структура од една страна и народната традиција од друга страна.

Призрен е познат град уште од античко време како уникатно место на Балканот поради своите културно-историски вредности и различните религии кои дејствуваат во него. Призрен е еден од најубавите градови на Косово и благодарение на поволната географска положба помеѓу Истокот и Западот, овој град во текот на историјата е познат и како значаен економски, културен и дипломатски центар.

Развојот на туризмот во Општина Призрен е процес кој е во тек, особено кај планинските места кои започнале со инвестирање во угостителски објекти, но во исто

време се бара од општинските власти поголемо внимание и инвестирање според можностите во областа на заштитата и унапредувањето на туристичките вредности.

Општина Призрен и целата држава Косово минуваат низ една транзициона фаза на развој, но иднината ветува многу во сферата на менаџирањето со туризмот и неговиот одржлив развој и се очекува брзо таквата работа да побуди зголемен интерес и третман од страна на локалните и државните институции.

Позицијата на Призрен на туристичкиот пазар е слаба. Призрен има недостаток на финансиски средства и недоволно професионално квалификуван кадар. Понудите се ориентирани речиси исклучиво на пазарот кој има мали можности за плаќање (lowcost буџет).

Недостатоците кои произлегуваат од зголемувањето на трошоците за инвестирање и поради фактот дека хотелите се изградени без критериуми за работење, влијае туристичката побарувачка за рурален туризам во регионот на Призрен да е на ниско ниво.

Овој докторски труд се состои од пет делови:

Првиот дел “Теоретско-методолошки пристап во истражувањето“ го објаснува предметот и целта на истражување на овој труд, методите кои се користени во истражувањето и методолошкиот пристап на проучување. Составен елемент на овој дел е утврдувањето на основната и помошната или помошните хипотези, кои во текот на трудот и на крај треба да се потврдат или отфрлат. Овој дел исто така содржи и презентација на очекуваните резултати.

Вториот дел со наслов “Природни и антропогени ресурси за развој на туризмот“ се состои од две поглавја. Во првото поглавје се наведени природните ресурси за развој на туризмот (поим и карактеристики на природните туристички ресурси, поделбата на природните ресурси на: геолошки и геоморфолошки ресурси, климатски ресурси, хидрографски ресурси, биогеографски ресурси и пејсажни ресурси).

Второто поглавје со наслов “Антропогени ресурси за развој на туризмот“ се однесува на дефинирањето и објаснувањето на основните карактеристики на антропогените туристички ресурси според повеќе автори, понатаму се објаснуваат најзначајните антропогени вредности и мотиви (археолошките локалитети, архитектурата, музеите и галериите, уметноста, фестивалите и слични манифестации, верските обреди и обичаи, занаетчиството, традиционалната кујна).

Важно е да се спомнат и објаснат природните и антропогените туристички вредности од причина што врз основа на таквата поделба ќе може полесно да се идентификуваат туристичките потенцијали на една земја или дестинација.

Третиот дел “Одржлив развој на туризмот “ има за цел да го прикаже, односно објасни основниот концепт на одржлив развој како основа за одржливиот развој на туризмот. Овој дел исто така се е состои од две поглавја. Во првото поглавје кое носи наслов “Концепт на одржлив развој и одржлив туризам“ најпрво се објаснуваат основните карактеристики и поими за одржливиот развој воопшто, како и на концептот на одржлив развој на туризмот.

Понатаму, целта на ова поглавје е да се објаснат најзначајните принципи на одржливиот развој на туризмот: принципот на креирање на туристичката политика, принципот на економичност, инвестирање и конкурентност, принципот на вработување и развој на човечките ресурси, принципот на намалување на сиромаштијата и социјална инклузивност и принципот на заштита на природните и културните вредности.

Второто поглавје на овој дел се однесува на основните видови влијанија на туризмот. Тука ќе се обидеме да ги објасниме економските влијанија, општествените влијанија и влијанијата врз животната средина. Всушност, основен предуслов за развој и функционирање на туристичкиот сектор во современите текови на живеење е фактот дека овој сектор треба да ги прифати и спроведе во пракса принципите на одржливиот туризам и да се фокусира на остварувањето на целите на одржливиот развој.

Одржливиот туризам не треба да се смета како посебна компонента на туризмот, туку како услов за туристичкиот сектор во целина. Треба да се истакне дека тие принципи се составени од повеќе прашања (issues) кои се директно поврзани со целите, меѓутоа се подетални и обработуваат поспецифични аспекти.

Четвртиот дел со наслов “Главни карактеристики на туризмот во Призрен“ се однесува токму на идентификување на туристичките потенцијали на Призрен како значајна туристичка дестинација во Косово, а овој дел се состои од две поглавја. Во првото поглавје станува збор за местото и улогата на туризмот во Призрен и се состои од пет точки. Првата и втората точка од ова поглавје се однесува на краткиот историски осврт на Призрен, како и на географската положба и неговата инфраструктурната поврзаност (локална и регионална поврзаност).

Третата точка од ова поглавје се однесува на статистичките податоци за бројот на туристи, остварени ноќевања во Косово за периодот 2010-2018 со цел да се утврди местото и улогата што ги има Призрен како туристичка дестинација во рамките на Косово. Во оваа точка поодделно се анализираат податоците за бројот на туристи во

Косово, остварени ноќевања во Косово, како и земјите на потекло од кои најчесто доаѓаат туристите кои престојуваат во Косово.

Четвртата точка од првото поглавје на детален начин ги анализира најзначајните статистички податоци за развојот на туризмот во Призрен за временскиот период 2012-2018 година, поодделно за повеќе различни категории на податоци: број на домашни туристи, број на странски туристи, остварени ноќевања од домашни гости, остварени ноќевања од странски туристи, број на туристи според земјата на потекло, остварени ноќевања според земја на потекло, капацитети за сместување на гости, степен на искористеност на капацитетите за сместување, број и видови на угостителски објекти за исхрана.

Последната точка од ова поглавје се однесува на СВОТ анализата на можностите и предизвиците за развој на туризмот во Призрен. Од поголемиот број на методи кои се користат во процесот на планирање и изготвување на стратегиите за развој на туризмот, најчесто се користи СВОТ анализата со која се вреднуваат силните и слабите страни, како и можностите и предизвиците, односно ризиците кои се појавуваат за развојот на туризмот во оваа туристичка дестинација.

Според истражувањата кои се направени, постојните силни и слаби страни, како и можностите за развојот и иднината на Призрен се определни од меѓународните и локалните експерти на Призрен. Во ова анализа се прикажани најважните аспекти на главните проблеми и решенија во општина Призрен.

Второто поглавје на овој дел носи наслов “Природните и културно-историските ресурси за развој на туризмот во Призрен“ и има за цел да ги прикаже најзначајните природни и културно-историски ресурси во Призрен. Призрен како туристичка дестинација му посветува посебно внимание на туризмот, особено поради поволните климатски услови и природата позитивно влијаат врз развој и унапредувањето на туризмот, како многу значаен дел од целкупната туристичка понуда на овој регион.

Досегашните истражувања на можностите за развојот на туризмот во Призрен покажуваат дека постојат природни извори за развој на туризмот според меѓународни стандарди, но токму недостатокот на инфраструктура и капитални инвестиции го оневозможиле искористувањето на тие природни ресурси за развој на туризмот.

Како најзначајни природни ресурси во Призрен се сметаат: националниот парк “Шар Планина“, биорезерватот “Лумбарди“ и регионот Жупа. Од друга страна Призрен располага и со мноштво други потенцијали кои може да придонесат за развој на позначајни алтернативни форми на туризам како што се: екотуризам, рурален туризам, други форми на алтернативен туризам.

Третата точка на ова поглавје ги прикажува културно-историските ресурси за развој на туризмот во Призрен, односно најзначајните културни монументи во Призрен. Најголемото богатство на Призрен е културното наследство од минатите векови и тие се манифестираат преку многу убави и типична архитектура и урбана структура од една страна и народната традиција од друга страна.

Призрен е место каде се среќаваат различни цивилизации а нивниот придонес овозможил Призрен да има вредност на светски град со огромно културно наследство. Како најзначајни културни вредности на Призрен се сметаат: Призренската Лига, Призренското Кале, амамот на Гази Мехмед Паша, џамијата К'р'к, црквата Св.Ѓорѓија, катедрала Спасителка Богородица, Беледија, Камен мост, Замокот на девојки, како и националните носии како значајна културна и туристичка вредност.

Петтиот дел со наслов “Одржлив развој на туризмот во Призрен како значајна туристичка дестинација на Косово“ е последниот дел на овој докторски труд, а претставува согледување на состојбата на туризмот од аспект на одржливиот развој кој пак се соочува со повеќе проблеми, но и со перспективи за понатамошен развој.

Најнапред, во првото поглавје на овој дел се прави анализа на основните показатели за одржлив развој на туризмот во Призрен: спроведување на законските рамки за развој на туризмот, мерење на придонесот на туризмот врз економскиот развој на Призрен, управување со човечките ресурси во областа на туризмот во

Призрен, пристап за намалување на сиромаштијата и вклучување на ранливите групи во развојот на туризмот во Призрен.

Како надополнување на претходната точка, во второто поглавје на овој дел се анализираат најголемите проблеми со кои се соочува туризмот во Призрен кои поради структурата на овој труд се групираат во три групи и тоа: проблеми од областа на туристичките субјекти, проблеми со културното наследство, проблеми поврзани со деградацијата на животната средина.

Во последното трето поглавје на овој дел се наведуваат перспективите за понатамошен развој на туризмот во Призрен. За постигнување на успех во развојот на туризмот многу е важно менаџирањето на туризмот, а искуството на многу земји покажало дека правилното управување на развојот на туризмот може да донесе повеќе придобивки како на пример зачувување на туристичките пазари, како и развој на туристичките пазари кои се многу неопходни за животниот циклус на туристичките дестинации.

Ако правилно се реализира процесот на менаџирање во областа на туризмот, тогаш преку анализа, предвидување и оценување на постојните туристички

потенцијали ќе може точно да се утврдат идните движења и развој на оние аспекти кои имаат поголем приоритет, а резултатите од менаџирањето ќе бидат повидливи и сигурно ќе влијаат врз понатамошниот развојот на туризмот.

Впрочем, перспективите за развој на туризмот во Призрен полесно може да се утврдат ако се земат во предвид одредени значајни фактори: изготвувањето на стратегија за развој на туризмот во Призрен, учеството на централната и локалната власт во развојот на туризмот, соработката меѓу субјектите од областа на туризмот, како и заштитата и зачувувањето на природната средина и културното наследство на Призрен.

На крајот од трудот ќе бидат изнесени заклучните согледувања од спроведената анализа преку која ќе се идентификуваат проблемите и недостатоците кои се присутни не само во Косово како туристичка дестинација, туку и во сите туристички места во рамките на Косово, со посебен осврт на Призрен како дестинација со големи природни и културни вредности и потенцијали за развој на туризмот во овој регион и пошироко.

ДЕЛ ПРВИ:

Теоретско-методолошки пристап на истражувањето

ЦЕЛ И ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Туризмот може да се дефинира како збир на односи и феномени кои се резултат на движењето и привремениот престој на луѓето што патуваат од едно место на друго, најчесто кога имаат слободно време и поради рекреација и забава. За разлика од другите форми на поминување на слободното време, туризмот не го анализира патувањето и престојот на туристите само од аспект на задоволувањето на нивните потреби и барања, туку и од аспект на економијата и развојот.

Поради туристичките вредности со кои располага Косово, во последните години привлекува посебно внимание и буди зголемен интерес за истражување, како и за зачувување и унапредување на овие туристички вредности.

Развојот на туризмот во Општина Призрен, е процес кој е во тек, особено кај планинските места кои започнале со инвестирање во угостителски објекти, но во исто време се бара од општинските власти поголемо внимание и инвестирање според можностите во областа на заштитата и унапредувањето на туристичките вредности.

Општина Призрен и целата држава Косово минуваат низ една транзициона фаза на развој, но зголемените активности во областа на туризмот, менаџирањето на туризмот, како и заложбите за заштита на животната се очекува да побуди зголемен интерес и залагање од страна на локалните и државните институции.

Целта на ова истражување е да се анализира развојот на туризмот во општина Призрен, неговите туристичките движења и трендови, статистичките показатели и други фактори кои се многу важни и предуслов најнапред за одржлив, а потоа и за профитабилен развој на туризмот.

Предмет на ова истражување е да се утврди местото и улогата на туризмот во општина Призрен, како и најзначајните проблеми и главните перспективи за развој на Призрен како значајна туристичка дестинација во Косово.

МЕТОДОЛОГИЈА НА НАУЧНОТО ИСТРАЖУВАЊЕ

При изработка на овој труд, како најсоодветни методи за прибирање и обработка на податоците се користени следните методи:

Метод на анализа и синтеза. Анализата е почетна фаза во едно истражување која ќе ни овозможи врз основа на расчленување, односно разделување на основните поими, да ги спознаеме деловите и основните карактеристики на нивните составни елементи. Од друга страна пак, синтезата е завршната фаза на истражувањето преку која се спознава целината и се доаѓа до соодветен заклучок. Врз основа на расчленетите делови односно компоненти, се согледува врската помеѓу сите елементи кои влијаат врз развојот на туризмот на земјата.

Индуктивна метода. Оваа метода се однесува на истражување почнувајќи од специфичното и поединечното спрема општото, односно таканаречен “bottom-up approach” каде собраните податоци се анализираат понатаму.

Дедуктивна метода. Може да се користи за разновидни цели и таа е метода која се движи од општото кон посебното, односно поединечното.

Дескриптивна метода. Заради собирање, обработка, презентирање и опишување на самите појави и спознавање на нивните карактеристики и составни елементи, како и изведување на заклучок, во овој труд, ќе се примени дескриптивната метода односно методата на опишување.

Компаративна метода. Ова претставува метода или принцип на споредливост, ќе се примени во делот на обработка на податоците со цел конкретните туристички места и сите појави и односи да се стават во компаративен, споредбен однос со таквите појави и односи во рамките на други туристички региони и Косово во целина.

Квантитативна метода. Во истражувањето ќе се користи и квантитативната метода што значи дека преку бројки ќе се прикажат ноќевањата во Призрен и останатите туристички дестинации во Косово, бројот на туристи како домашни така и

странски, бројот на објекти за сместување, бројот на легла, бројот на останатите туристички објекти во Призрен и Косово, итн.

Во ова научно истражување се користат податоци од Агенцијата за статистика на Косово, како и знаењата и искуствата од автори кои работат подолго време во туризмот и кои се занимаваат со слични потенцијални места за развој на одредени видови на туризам во Призрен и Косово.

При изработката на овој труд се користат примарни и секундарни извори на податоци врз основа на кои се прави обид да се конструираат и соодветни заклучоци. Истражувањето на трудот најмногу се темели на кабинетскиот пристап (desk research).

ОСНОВНА И ПОМОШНИ ХИПОТЕЗИ

Во истражувањето на овој труд се поаѓа од поставувањето на следната **општа хипотеза**:

Туристичките потенцијали на Призрен претставуваат значаен фактор за развој на туризмот во согласност со начелата на одржливиот развој.

Како **посебни хипотези** во истражувањето на овој труд ќе се користат следните:

- 1.1. Одржливиот развој на туризмот во Призрен обезбедува подобри услови за живеење на локалното население.
- 1.2. Одржливиот развојот на туризмот влијае врз заштитата и зачувувањето на природната средина и културното наследство на Призрен.
- 1.3. Примената на начелата за одржлив развој на туризмот игра многу важна улога во процесот на создавање на стратегија за развој на туризмот во Призрен како туристичка дестинација.

ОЧЕКУВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Овој труд ги прикажува и објаснува најзначајните туристичките потенцијали од природен и антрополошки карактер во Призрен како значајна туристичка дестинација во Косово, кои треба да помогнат во поттикнување на развојот на туризмот, а во исто време да придонесат за целокупниот економски и туристички развој не само на Призрен, туку и пошироко во рамки на Косово. Мора да се напомене дека развојот на туризмот мора да биде правилно креиран и реализиран и во склад со принципите на одржливост со цел да се максимизираат сите позитивни ефекти кои ги носи туризмот, а да се минимизираат негативните ефекти. Само на тој начин преку правилно креирање и развој на туристичката дестинација ќе се добијат максимални финансиски ефекти, а од друга страна ќе се сочуваат природните туристички потенцијали, како и животната средина во целина за идните генерации.

Просторот, елементите на биодиверзитетот, географската и комуникациската положба на Призрен, како и климата и другите природни особини се добра основа за креирање на силна туристичка понуда на Призрен. Сето ова треба да се базира на принципите на одржлив развој за да може туристичките ресурси да се валоризираат, да се заштитат и одржат за идните генерации и со тоа да се овозможи подобар пласман на туристичките производи на домашниот и странскиот туристичкиот пазар, а оваа туристичка дестинација да стане поконкурентна на пазарот.

ДЕЛ ВТОРИ:

Природни и антропогени ресурси за развој на туризмот

I. ПРИРОДНИ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Ресурсите може да се дефинираат како природни или антропогени добра кои можат да бидат економски искористени (валоризирани). Тие се составен дел на целокупниот економски развој на еден регион или земја во целина, а богатството со ресурси значи компаративна предност во економскиот развој. Но, многу земји, дури и оние со ограничени ресурси, можат да постигнат висок степен на економски односно севкупен развој благодарение на добро развиениот промет на добра и услуги или со помош на вклопувањето во светскиот пазар на трудот и меѓународната трговија.

Состојбата во областа на туризмот сепак е малку поинаква. Не постои развој на туризмот во одредена област доколку областа нема природни или антропогени ресурси со висок степен на атрактивност кои со своите карактеристики можат да привлечат одреден сегмент од туристичката побарувачка и да овозможат туристичка, односно економско-туристичка валоризација.

Квалитетен простор во туризмот со своите природни и антропогени ресурси е значаен елемент на туристичката понуда и затоа има своја добро воспоставена економска или туристичка пазарна вредност врз основа на атрактивните својства и карактеристики на постоечките ресурси. Ако некој ресурс не привлече туристи, тоа е само природен елемент или фактор што во туризмот нема значење.

Последните трендови и правци во развојот на туризмот во последните неколку децении се повеќе се фокусираат на индивидуализирањето на понудата на туристичките ресурси и атракции во рецептивните туристички места и региони, диверзификација на атрактивната база и дизајнирање и креирање на нови услуги.

Денешниот туризам и покрај зголемениот интерес на туристите за некои форми на селективен туризам во кој природната атрактивна основа не е мотив за патување или веќе е маргинален интерес, сè уште во голема мера се базира на валоризацијата на природата. Токму еден од трите главни компоненти на географскиот простор со кој модерниот туризам е во директна интеракција и според концептот на одржлив развој на туризмот, е природна основа или еколошката компонента.

Бидејќи масовноста и распространетоста на туризмот во Светот се многу големи, со тенденција на понатамошен раст, а интеракцијата која постои помеѓу просторот и туризмот добива непожелни текови, резултирало користењето на просторот како темелен туристички ресурс во склоп на одржливиот развој на економијата, како и заштитата на просторот и околината, да добиваат се поголемо значење.²

Многу научници и стручњаци не ги делат туристичките ресурси на еднаков начин, туку тие користат различни групирања, методи и називи. Меѓутоа, најголемиот број од нив, туристичките ресурси ги делат според нивното настанување, во две групи: природни и антропогени туристички ресурси или вредности.

1. Природни туристички ресурси

Природните туристички ресурси се состојат од сите природни елементи и фактори кои поседуваат висок степен на атрактивност и кои го одразуваат нивното географско опкружување, а може да се вреднуваат за туристички цели. Според нивните релевантни карактеристики, овие ресурси може да се класифицираат како геоморфолошки, климатски, хидрографски и биогеографски и како заштитено природно наследство.³

Природните туристички ресурси се создадени од страна на самата природа и тие како такви постојат во географски простори независно од побарувачката и потребата на туристите. Тие може да се сметаат како рекреативни туристички ресурси ако се искористат од страна на туристите заради задоволување на нивните рекреативни потреби (на пример, планинските области се независни од потребите и желбите на луѓето, но во моментот кога тие се користат за рекреација на туристите, тие стануваат природни рекреативни туристички ресурси).⁴

Според овој пристап, природните туристички ресурси можат да бидат: планини, реки, езера, флора и фауна, а од ваквите ресурси произлегуваат следните рекреативни туристички активности: планинарење, пешачење, алпинизам, скијање, крос со автомобили, велосипедизам, параглајдерство, пливање, водни спортови, лов и риболов и слично.

² Kusen E., Turizam i prostor, Klasifikacija turistickig atrakcija, Izvorni znanstveni clanak, Institut za turizam, Zagreb, 2002, str.2

³ Knezevic R., Contents and Assessment of Basic Tourism Resources, Tourism and Hospitality Management, Vol. 14, No. 1, pp. 79-94, 2008

⁴ Gjorgievski, Mijalce, Saso Kozuharov, and Dejan Nakovski. 2013. Typology of Recreational-tourism Resources as an Important Element of the Tourist Offer. Special issue, UTMS Journal of Economics 4 (1): 53

Познавањето на карактеристиките на природните туристички атрактивности и нивното групирање е од голема важност за нивното валоризирање и туристичко активирање. Природните атрактивности, професор Науме Мариноски, ги групира во една од следниве категории:⁵

геолошки и геоморфолошки;

климатски;

хидрографски;

биогеографски и

пејзажни.

Токму за да се задоволат човековите потреби, природните ресурси обично имаат рекреативни својства односно тие влијаат врз физиолошките функции на човекот (освежување, регенерација, одмор, забава и слично).

1.1. Геолошки и геоморфолошки ресурси

Природните туристички фактори се создадени по природен пат и ја отсликуваат географската средина на една земја. Природните убавини, климатските услови, термоминералните води, пештерите, геоморфолошките форми, флората и фауната, се сметаат за основна “суровина“ за развојот на туризмот на едно место или на целата земја.

Геолошките и геоморфолошките вредности се мошне значајни за туристичките посетители. Имено надворешниот изглед е плод на геолошките процеси. Геоморфолошките туристички атрактивности претставуваат такви туристички ресурси чие атрактивно дејство и карактер произлегува од релјефните особености на појавите и процесите во просторот.

Релјефот го чинат облиците кои се создадни под влијание на внатрешни и надворешни сили. Формите на земјината површина можат да бидат изразени преку вертикална димензија како вдлабнатини и возвишенија. Релјефните форми изразени како вдлабнатини и возвишенија поседуваат определени специфичности во планинскиот и котлинскиот простор.⁶

⁵ Согојева, Х., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година, стр.40

⁶ Согојева, Х., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година, стр.40-48

Геоморфолошки вредности со најголемо туристичко значење се: планините, врвовите на планините, потоците, реките и планинските езера, снежните просторства, клисурите и кањоните, превалците, вулканските форми, пештерите и слично.

Овие геоморфолошки форми се мошне интересни за развојот на туризмот. Планините како природни ресурси поседуваат бројни природни богатства. Тие ресурси се изразени со прекрасни пејзажи на планинските падини, со големи можности за одмор и рекреација и еко-туристички активности. Сите планини може да се искористат за развој на зимските спортови.

Релјефната конфигурација⁷ на секоја земја во Светот е создадена со всекување на реките во свежите наталожени езерски седименти и со денивелирање на езерското дно. Тие во туристичка смисла имаат едукативно и куриозитетно значење. Мора да се напомене дека населението постојано се стреми кон заштита и зачувување на овие ресурси односно тоа е показател дека населението е ориентирано кон развојот на туризмот како важна економска активност и кон искористување на целокупниот потенцијал на туризмот.

Друга значајна геоморфолошка форма која може да се искористи во областа на туризмот се и глацијалните форми како комплементарна вредност што може да најде посебно место во туристичката понуда на земјите кои располагаат со такви ресурси.

Геолошката структура на варовниците е причина за појава на многу карстни форми кои имаат висок степен на атрактивност и може да побудат интерес и од едукативен аспект.

Сепак, за најинтересни се сметаат подземните форми каде доминираат пештерите. Тие всушност се и најзначајниот облик на карстна ерозија, а располагаат познати со богат накит од сталактити и сталагмити, пештерски столбови и палеонтолошки наоди на животни.

⁷ Согојева, Х., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година, стр.40

1.2. Климатски ресурси

Поволната клима е еден од најважните фактори кои позитивно влијае на привлекување на туристите во едно место, регион или поголема просторна единица. Во однос на интензитетот на делувањето, климата е комплементарен туристички ресурс, но исто така може да дејствува самостојно за да ги привлече туристите поради нејзините рекреативни својства.

Една клима дејствува позитивно на организмот и целокупното расположение на човекот, неговите физички и ментални функции, додека друг вид на клима може да делува негативно и дестимулативно. Поради овие причини, човекот бара такви области или региони кои се карактеризираат со пријатна клима која позитивно ќе влијае врз неговиот одмор и рекреација, во кои тој ќе се чувствува опуштено, одморено и расположено.

Опсегот на климатски елементи го определува и одредува опстанокот на живите организми, секојдневниот живот и економијата на различни општествени заедници, насоките и тековите на населбите и миграциите, локацијата на населбите итн.

Климата била еден од најважните мотиви за патување и посета на туристите од времето на антиката до денешните времиња. На пример, масовните патувања на туристите во лето од земјите од Средна, Северна и Западна Европа кон Медитеранот во голема мера се мотивирани од климатските предности на медитеранските туристички места и региони.

Во текот на подготовките и спроведувањето на индивидуалните или групните туристички патувања и секојдневните рекреативни активности на човекот, улогата на климата е клучна за успешен и пријатен престој во рецептивните региони и места. Постојат бројни климатски елементи и фактори кои влијаат врз времетраењето и квалитетот на исполнување на слободното време во зимскиот или летниот период без разлика дали тоа е рекреација во местото на постојаното живеалиште или избраното место за одмор во туристичка дестинација.

Состојбата со климата во рецептивните туристички региони и места не е важна само за пријатниот престој и искуство на туристите, туку директно се одразува и на економскиот успех на туристичките агенции и промоторите, хотелските и угостителските објекти, единиците на локалната и регионалната самоуправа, домицилната популација која на било каков начин зависи од туризмот.

1.3. Хидрографски ресурси

Соларното зрачење, почвата, составот на атмосферата и водата се клучни фактори за живот на Земјата. Водата е единствена природна супстанца која го условува животот и ги овозможува сите човечки и економски активности. Таа е универзална супстанца бидејќи се јавува во три агрегатни состојби: цврста, течна и гасовита и е присутна речиси насекаде.

Хидросферата на планетата Земја е формирана пред 3,5 до 4 милијарди години и е поврзана и испреплетена со литосферата, атмосферата и биосферата. Водата е предуслов за опстанок на човекот, растителниот и животинскиот свет, а водените места се најповолни локации за животот на луѓето и за изградба на населби.⁸

Водните површини исто така овозможуваат евтини и лесни превозни или сообраќајни врски. Поради климатските и други карактеристики, водата денес е најзначајниот природен ресурс за развој на туризмот. Во тој контекст, водата е првенствено предуслов за развој на морскиот, езерскиот, речниот туризам, бањскиот туризам, кајакарењето, едриличарството и останатите спортови на вода.

Водата на Земјата е поделена на: вода на копно и светско море, а водата на копно се дели на проточна вода (реки и потоци), непроточна вода (езера и бари) и подземни води. Она што е особено важно од аспект на туризмот се следните елементи на водата:⁹

Количина на водата,

Посебните својства на водата (испарување, обновување и автопурификација),

Соленост/слаткост на водата,

Температура на водата,

Густина на водата,

Боја и просирност,

Други карактеристики.

Водата во туризмот има главно рекреативни, но исто така и естетски карактеристики. Тоа најчесто значи комплементарен однос во комбинација со климата. Водата позитивно влијае на луѓето преку подобрувањето на циркулацијата на крвта, намалување на телесната топлина, детоксикација на организмот и бројни други здравствени ефекти кои се резултат на практикувањето на водните спортови и активности, како и на разните бањски третмани.

⁸ Vojnovic N., Prirodna osnova i turizam, Sveuciliste Jurja Dobrile, Pula, 2017 god., str.46

⁹ Ibid, стр.46-73

1.4. Биоеографски ресурси

Биоеографските ресурси имаат особено значење за развојот на туризмот. Всушност, флората и фауната односно растителниот и животинскиот свет претставуваат составен дел на туристичката понуда во одреден простор и истата во разгледуваниот простор се одликува со богатство од различни видови, со значајни туристички вредности и во таа смисла со можност за користење на тие потенцијали во различни туристички активности.¹⁰

Растителниот и животинскиот свет имаат посебно значење за туристичките движења. Иако во природата постои тесна поврзаност помеѓу двете основни категории жив свет, нивните специфични карактеристики различно се манифестираат во туристичките движења.

Во целина, вегетацијата има поголемо туристичко значење. За научна валоризација на одреден простор или дел од природата неопходно е да се применат соодветни критериуми. Не постои универзална метода за валоризација на природните простори бидејќи секое подрачје е пример за себе и како такво треба да се анализира земајќи ги во предвид неговите природни карактеристики. Под природни карактеристики се подразбираат: автентичноста, репрезентативноста, интегралноста, пределските вредности и разновидноста. Природните услови овозможуваат брза регенерација на флората и фауната и го прават тоа место многу привлечно како рекреација и други спортски активности, така и за развој на ловниот и риболовниот туризам. Блинаја претставува затворен простор за ловење, што значи дека нема слободно движење на дивечот и природните месојадци не може да опстанат во доволен број за да може по природен пат да се контролира бројот на дивите животни.

Високите температури во лето и ниските во зима, големите врнежи во зима, како и орографските фактори како што се рељефот, надморската висина и косината на ридовите, се главните елементи за да има оптимални услови за постоење на шуми. Шумската вегетација пак, е значаен извор на храна за животинскиот свет во пролет бидејќи овозможува добро „снабдување“ со трева, а наесен со шумски овошја (диви јаболка, круши, диви јагоди и други овошки). Дополнителна вегетација се наоѓа и на пасиштата кои се богати со многу видови растенија и тревы.

Биоеографските ресурси имаат свои предности и можности кои може и треба да се искористат за развој на туризмот, а со тоа и на локалната економија на зедницата.

¹⁰ Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.101-

Меѓутоа, потребна е стратегија и програми на активности кои ќе помогнат во насочување на развојот на овие ресурси како туристичка атракција, а кои се однесуваат на скенирање и оценување на надворешната и внатрешната средина, анализа на стратегиските фактори (силните и слабите страни, можностите и заканите) и др. Денес, биогеографските ресурси се еден од главните мотиви за туристичките патувања почнувајќи од праисториските или примитивните движења, во античкиот и средновековниот период до денес. Растенијата и дивиот свет некогаш биле извор за опстанок на човекот, а денес значаен туристички ресурс за рекреативни и ловни активности. Така на пример, во денешно време, тропските дождовни шуми во Бразил, Конго и Индонезија станаа главен мотив во екотуризмот и другите сродни форми на туризам (авантуризмот и екстремниот туризам). Некои загроени растителни и животински видови пск, како и ендемичните видови на растителен и животински свет коишто постојат само во одредени дестинации во Светот, претставуваат главен мотив за посета на туристите на тие дестинации, како и за разни научни експедиции и истражувања.¹¹

Во овој контекст заинтересираните и инволвирани страни во туризмот може да имаат улога на активни учесници (туристи) кои се обично побарувачка во овој случај, како и улога на зачувување и заштита на сложените и загроени екосистеми (страната на понуда) која мора да дејствува во согласност со концептот на одржлив туризам со цел да ги зачува највредните копнени и морски живеалишта на растителниот и животинскиот свет во тие туристички дестинации.

1.5. Пејсажни ресурси

Пејсажните туристички ресурси најчесто претставуваат природни ресурси кои се дополнети со разни антропогени форми. Зависно од релјефните, климатските, хидрографските и биогеографските карактеристики на просторот може да се издвојат различни типови на пејсажи кои му даваат посебна физиономија на просторот.

Пејсажните туристички мотиви без оглед на начинот на кој се издвоени, содржат комплексен атрактивен карактер, со оглед на присуството на повеќе мотивски атрибутивни својства. Некои автори го класифицираат пејзажот како природен ресурс, додека други веруваат дека пејзажите, заедно со амбиенталните единици, припаѓаат на комплементарни туристички ресурси и припаѓаат на групата на антропогени ресурси.

¹¹ Vojnovic N., Prirodna osnova i turizam, Sveuciliste Jurja Dobrile, Pula, 2017 god., str.80

Имено, многу е тешко да се направи строга поделба помеѓу амбиенталните и пејсажните туристички ресурси. Оваа поделба може да се прифати само условно. Затоа, денес е многу тешко да се зборува за целосно сочувана природна површина во вид на планински висорамнини, масиви, видиковци, реки или брегови на езеро и слично.¹²

¹² Micic, M., Turizam i prostor, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2007, str. 151.

II. АНТРОПОГЕНИ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

За разлика од природните, антропогените туристички ресурси се создадени со човечката активност низ историјата и претставуваат изградени или општествено/антропогени елементи на просторниот систем кои поседуваат одредени карактеристики, атрибути и привлечност/атрактивност.

Антропогените ресурси претставуваат еден од најважните поттикнувачи за развој на туризмот. Атрактивноста на индивидуалните ресурси е варијабилна компонента бидејќи таа се менува со промените на вредносните критериумите во општеството, начинот и стилот на животот, вкусот и начинот на изразување и задоволување на општите културни потреби. Антропогените ресурси ги опфаќаат производите од материјалната и духовната креативност на поедините нации во Светот.

Во научната и стручната литература, за поимот антропогени вредности или ресурси се користат и други поими како што се: општествени ресурси, културни ресурси, создадени вредности и слично.

Антропогените ресурси се составен дел на туристичката понуда кој им овозможува на туристите да го продолжат времетраењето на нивниот престој, што позитивно влијае на продолжување на туристичката сезона и на економските ефекти од туризмот.

1. Основни карактеристики на антропогените туристички ресурси

Вредноста на еден антропоген ресурс се заснова на стилските, естетските атрибути и уметноста што е содржана во објектите од културното и историското наследство. Посетите на туристите на културно-историските монументи, музеите, галериите, спортските манифестации и фестивалите се најчестите форми на туристички активности кои резултираат со зголемена туристичка потрошувачка или пак претставуваат вонсезонска потрошувачка кон која стремат многу земји во светот.¹³

Бројни автори ги класификуваат антропогените туристички ресурси на различни начини во зависност од тоа дали се наменети за потребите на маркетингот или планирањето, односно за применување на методолошки пристапи и почетни критериуми. Не постои универзално прифатена дефиниција или поделба на овие

¹³ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.67-68

ресурси, но вообичаено постојат две формални категории, со одреден број на групи и подгрупи.¹⁴

Некои автори, наместо антропогени ресурси, го користат поимот културни добра, во зависност од физичките, уметничките, културните и историските особини, како и можностите за туристичка валоризација, па според тоа тие се поделени во неколку групи:

- археолошки локалитети,
- дела со монументални и уметнички особини,
- просторно и културно-историско наследство,
- познати места или споменици,
- фолклорно наследство и простори на народни творби, достигнувања во материјалното и духовното народно творештво,
- манифестациски вредности и
- институции на културата.

Според други автори, за антропогени ресурси се сметаат сите појави, објекти, процеси и настани кои кај човекот создаваат потреба за движење со цел да ги задоволи своите културни потреби. Тоа е содржина создадена од народите или етничките групи во праисториското време или во блиското минато. Според ова, антропогените ресурси се поделени на:¹⁵

- културно-историски,
- етно-социјални,
- уметнички,
- манифестациски,
- амбиентални.

Според професор Науме Мариноски, антропогените туристички мотиви се категоризираат како:¹⁶

- Културно – историски мотиви;
- Етнографски и социјални мотиви;
- Манифестациски мотиви.

¹⁴ Krivošejev, V., Upravljanje baštinom i održivi turizam, Narodni muzej Valjevo, Artis, Valjevo, 2014, str. 14.

¹⁵ Bilen, M., Turizam i prostor, Veleucilište u Karlovcu, Karlovac, 2006.

¹⁶ Мариноски Н, Туристичка географија на Република Македонија, Охрид, 1997

Културно - историските туристички мотиви се такви антропогени појави и односи кои ги привлекуваат туристите со тоа што го задржуваат интересот на позначајни историски настани и личности, како и на културното наследство низ цивилизациските рамки.

Етносоцијалните туристички ресурси ја вклучуваат материјалната и духовната култура на некој народ, како што се народните игри, песните, обичаите, народните носии и слично. Станува збор за посебна група на атрактивности која има туристичка вредност и може да има значајна улога во привлекувањето туристи. Етносоцијалните ресурси го прикажуваат идентитетот односно специфичните карактеристиките на една етничка група или нација, а туристите се запознаваат со нив директно преку контакт, на различни места и ситуации, но исто така и преку организирање на настани од различен карактер. Таквите ресурси, исто така, може да се искористат за креирање и уредување на внатрешноста на рестораните или објектите за сместување, во дизајнот на физичкиот аранжман на целината или на деловите од туристичките локалитети, како и во креирањето на сувенири и слични ракотворби.

Манифестациските туристички ресурси или мотиви претставуваат мошне атрактивен сегмент во туристичката понуда на една земја. Со својот квалитет претставуваат едни од најзначајните фактори за развојот на туризмот. Манифестациите се јавуваат како основен туристички мотив, но често пати имаат и комплементарни карактеристики во туристичката понуда на одреден туристички простор.

2. Најзначајни антропогени вредности и мотиви

Културата е составен дел од туристичката понуда и има значаен потенцијал за една земја да стане значајна туристичка дестинација со развиен културен туризам. УНЕСКО како меѓународна организација со големо искуство во систематското проучување и истражување на културното наследство и во организирањето на активности поврзани со културата, во 1972 година дала дефиниција според која културното наследство се однесува на монументите, групите на згради и места со историско значење, естетска, археолошка, научна и антрополошка вредност. Во 2003 година година Косово станува дел од Конвенцијата на УНЕСКО за нематеријалното културно наследство која ги опфаќа следните елементи: усмена традиција, јазик и изразување, општествени практики, ритуали и празнични настани, познавања на природата и универзумот, традиционално занаетчиство и слично.¹⁷

¹⁷ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.69

Поради тоа што културните вредности се елементи кои им даваат специфичност и уникатност на туристичките дестинации, тие учествуваат во креирањето на идентитетот на дестинација и нејзината конкурентна предност и ја прават попривлечна за странските туристи.

Со своите културно-историски вредности, Косово е атрактивна земја за сите туристи и посетители поради фактот што ова културно наследство датира од дамнешни времиња (од предисторијата, класичниот период, времето на Илирите, па се до денес), а може да се согледа во секој дел, град и село на Косово, во парковите, во галериите и музеите, филмските архиви, кулите и тврдините, верските монументи и старите згради, нематеријалните богатства, носии, обичаи, манифестации итн.

2.1. Археолошки локалитети

Културно историското наследство претставува значаен извор на мотивација за туристичка посета на едно место или земја. Сите атрактивности кои произлегуваат од архитектонските, фигуративните и декоративните монументи се најголемо културно богатство на една земја. Туристичката валоризација на културно-историските споменици освен целта за посета од страна на туристите, има и за цел одржување, заштита и реставрација на тие споменици. Туризмот како сектор има посебна улога во насока на поттикнување на заштитата и реставрацијата на тие споменици.¹⁸

Косово како земја е богата со културно-историски споменици кои се јавуваат од најстаро доба. Според бројот на културно-историски споменици, вредностите кои ги поседуваат, стилот на градба и значајноста за туризмот, може да се каже дека голем дел од овие споменици ги надминуваат националните граници и припаѓаат на богатството на европската култура. Како пример за тоа се археолошките локалитети Дечан и Јуник - населени места од античките Илири од племето Дардани. Присутноста на Дарданите на територијата на денешната општина Дечан и Јуник и другите општини во Косово оставила траги од етнографски, културен, историски, археолошки и антропоген карактер карактер, како и топоними, топографи и др.

Сите владетели на овие територии поставувале свои административни системи адаптирани споредни своите интереси, а тука владееле римјани, византијци, османлии, австро-унгарци, срби и црногорци. За време на Отоманската Империја, Дечан и Јуник биле во склоп на Санџакот на Дукаѓини со седиште во Пеја. Во одредени списи и

¹⁸ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.69-75

документи (крисобули), Дечан и неколку села околу него имаат стара историја на постоење, бидејќи се спомнуваат уште во XIV век.¹⁹

Според едно истражување направено од страна на Здружението на независни интелектуалци (SHIP) и од Културното наследство без граници (ChWB), од овој период датираат неколку археолошки локалитети во неколку општини во Косово кои се претставени со одредени топоними, како и многу верски објекти и населби, кои денес имаат потреба од сериозни институционални активности.

Сите археолошки локалитети во Косово претставуваат извор на богато културно и историско, материјално и духовно наследство кое припаѓа на различни периоди од историјата и се разликуваат меѓусебно по својата вредност, квалитет и историско значење. Археолошките откритија покажуваат дека на овие простори било организирано урбано живеење почнувајќи од времето на илирите, римјаните, византијците, словените и турците па се до денес. Во неможност да се евидентираат сите места и да се даде опис на сите можните археолошки локалитети, во овој труд се наведуваат само најзначајните најзначајните.

2.2. Архитектура

Архитектурата е израз на начинот на живот и духот на времето на секоја епоха и култура која има функција на надминување на регионалните рамки.

Секое место, град или село, има свои белези кои се во склад со местоположбата или етничката припадност на жителите на тие места. Секој град или село во минатото имало значајна улога во организирањето на градскиот или селскиот општествен и културен живот, со свои центри, фурни, чешми и мостови, каде жителите се собирале и го негувале нивниот специфичен начин на живот. Токму тие центри ги поврзувале сите сегменти на народното живеење и негување на традицијата.²⁰ Во градовите на Косово, улиците најчесто ги следат изохипсите на теренот или ги поврзуваат постоечките природни правци, а тесните сокаци биле или сеуште се поплочени со калдрма и се повразни со чаршиите или мостовите на тие градови.

Јавните објекти како што се мостовите, џамиите, црквите и манастирите од православната и католичката вероисповест, тврдините, куќите-кули, водениците, мостовите, џамиите, замоците, чешмите, ановите или старите куќи создале препознатлива слика на секое место. Косово е богата земја со старата архитектура која

¹⁹ *ibid*, стр.69-75

²⁰ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.69-75

го рефлектира историското градителско наследство. Вакви градби особено може да се сретнат во јужните и западните делови на Косово, како што се Пеќ, Ѓаково, Призрен.

Така на пример, главна карактеристика на градот Призрен се амамот на Гази Мехмет Паша, џамијата на Синан Паша, џамијата К'р'к, православната црква, католичката катедрала и слично. Призрен е познат и по мостовите кои ги има вкупно 9, а кога станува збор за други објекти може да се каже дека во градот има околу 196 чешми и многу куќи на познати историски личности од турската и албанската националност.²¹

2.3. Музеи и галерии

Музеите се установи кои се грижат за заштита и складирање на артефактите и другите предмети од научно, уметничко, културно или историско значење, во исто време приближувајќи ги пред очите на заинтересираните со цел да се запознаат со начинот на живеење и делување на луѓето низ различни временски периоди на историјата.

Поголемите музеи се сместени во најважните градови во земјата, а оние со локално значење се среќаваат во помалите градови и руралните подрачја.

Со сè поголемата дигитализација на информациите и можноста за нивно складирање, музеите нудат виртуелни примероци на нивните содржини на интернет. Предметите од музејскиот фонд се претставени со слики со висока резолуција и честопати збогатени со придружни материјали за нивно изучување.

Како позначајни музеи на Косово се сметаат следните:²²

- Музејот на Косово. Овој музеј е најстарата институција од областа на културното наследство која има за цел зачувување, реставрација, конзервација и прикажување на подвижното културно наследство на целата територија на Република Косово. Оваа институција е поставена во посебна зграда која се одликува со специфична архитектура на австро-унгарски стил која била изградена во 1889 година, а се наоѓа во центарот на Приштина. Во 1949 година во оваа зграда се сместува Музејот на Косово. Музејот се состои од 3 сали или галерии од кои едната служи како сала за постојана археолошка експозиција, но одредени експонати се лоцирани и во внатрешноста на дворот, како и во

²¹ Исто, стр.69-75

²² Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.83-85

Лапидариумот на археолошкиот парк кој се наоѓа до зградата на овој музеј, од десната страна. Во подрумите на музејот се наоѓаат илјадници експонати, артефакти и фрагменти од археолошкото богатство кои се систематизирани и поставени на одделни места.

- Спомен куќа на Призренската Лига - се наоѓа во урбаниот дел од градот опкружен од реката Лумбарди, комплексот Мараши и куќите на Калето. Покрај неговата културно-материјална вредност, овој комплекс преставува и историски настан затоа што кај Медресето и Џамијата на Мехмет Паша е одржано конститутивното собрание на Призренската лига на 10 Јуни 1878 година. Денес тој објект е претворен во музеј и е заштитен со закон, и претставува атрактивно место за посета на туристите.

- Археолошки Музеј во Призрен. Во овој музеј се експонирани односно изложени археолошките откритија на градот и регионот од сите епохи на историјата До музејот се наоѓа и Саат Кулата.

- Хидроелектричниот Музеј. Овој музеј е изграден во 1929 година од страна на една фирма од Виена - Австрија, а порано бил прва хидроцентрала на територијата на Косово. Таа хидроцентрала работела до седумдесеттите години од минатиот век, а потоа е претворена во музеј каде се изложени артефакти од областа на електриката, со што посетителите се запознаваат со тогашната технологија на производство на електрична енергија.

- Етнографски Музеј на Призрен - се наоѓа кај комплексот на објекти на Призренската Лига и во него се претставени сите народни носии и други предмети од различните албански покраини.

- Конакот на Тахир Бег – Етнографски музеј на Пеќ. Конакот на Тахир Бег претставува куќа со најубава архитектура во градот Пеќ, монумент на културата изграден од албански мајстори во 1800 година. Најпрво овој објект бил изграден во центарот на градот (помеѓу објектот на општината и поштата), додека во 1960 година е дислоциран на денешниот плоштад на градот познат како плоштад Хаџи Зека. Оваа градба е типичен претставник на средновековната архитектура која се карактеризира со врвови на покривите на куќите направени од обработено дрво, хармонични прозорци и горен спрат-тераса.

- Археолошки музеј во Пеќ. Овој музеј се наоѓа во центарот на градот во близина на плоштадот Хаџи Зека и во него се сместени археолошките пронајдоци од регионот и од градот Пеќ окои припаѓаат на различни историски периоди.

Во Косово исто така постојат и галерии, а како најпознати се Националната галерија на Косово и галеријата на уметности на Косово. Во последните 30 години од нивната галериска дејност се организирани над 500 изложби во земјата и во странство, со над 1000 уметнички експонати од стотици уметници од земјата и од странство.

Овие галерии покрај тоа што се интересни и посетувани од страна на туристите и обожавателите на уметноста, тие се вистинска атракција и за меѓународните делегации и познатите јавни личности од политиката и уметноста кои го посетуваат Косово.

2.4. Уметноста

Уметноста и економијата низ историските епохи не биле области кои оделе рака под рака. Уметноста воопшто не била заинтересирана, ниту инспирирана од економијата, а економијата ја анализирала уметноста надвор од својот домен на работење. До 1960-тите години, овие две полиња воопшто не биле поврзани едно со друго, но од 1980-тите години направени се истражувања од кои може да се види извесна нивна поврзаност и меѓузависност. Така, се покажало дека уметноста има многу позитивна улога во економскиот развој на една земја.²³

Сепак, во поголемиот број на случаи, економијата сеуште продолжува да ја игнорира уметноста и нејзиниот потенцијал во давањето придонес за економијата на една земја. Причините за занемарување на улогата на уметноста биле поврзани со недостатокот на емпириски студии и истражувања, додека поголемиот дел од субјектите се фокусирале на аргументи, модели и квалитативни податоци за поддршка на нивните претпоставки.

Како резултат на тоа, на уметноста и биле доделени ограничени финансиски средства и општо гледано уметноста била “поставена на дното“ на приоритетите во агендите на креаторите на политиките. Покрај тоа, за време на криза и економско ограничување, средствата за уметност секогаш биле на удар и први на листата за отстранување или намалување.

²³ Forumi Kulturor i Kosovës, Kultura, Arti dhe Zhvillimi Ekonomik, Raport i Debatit, Prishtinë, Qershor 2014, f.6

И покрај такви случувања низ различните временски периоди, факт е дека уметноста може многу да придонесе за развој на туризмот и на економијата на еден регион или земја воопшто. Во последната деценија, новата теорија за економски раст прокламира дека уметноста значително придонесува за економски раст и развој.

Уметноста е дел од туристичкиот развој на една земја и таа може да придонесе за виталноста на туризмот и вкупната економија бидејќи:²⁴

- Уметноста создава убавина и ја зачувува како дел од културата,
- Уметноста поттикнува креативност и вештини,
- Уметноста е извор на идеи, концепти, нови врски, комуникација и визија,
- Уметноста е заштитник на нашето колективно сеќавање,
- Уметноста создава нови работни места, поздраво општество, не прави разлики меѓу луѓето, народите и генерациите.

Уметноста во Косово е артикулација на традициите и идеите на поединци, групи и етнички заедници кои ја сочинуваат оваа земја, изразена преку разни форми, начини и категории, кои се и систематизирана од страна на специјализирани институции. За таа цел, во рамките на Владата на Косово постои Министерството за култура каде уметноста е дел од општото образование, а како најзначајна институција од областа на уметноста е Националната галерија на Косово, основана во 1979 година како културна институција за прикажување на визуелната уметност и зачувување и собирање на највредните дела. Во последните 30 години оваа институција организираше речиси 500 изложби во земјата и во странство, а биле купени и околу 1.000 други уметнички дела кои го формираат сегашниот богат фонд на галеријата.

Други значајни институции од областа на културата во Косово се: Националниот театар на Косово, галеријата на Министерството за култура на Косово, Националниот ансамбл на песни и ора “Шота“, косовската филхармонија, косовски филм, косовски балет итн.

2.5. Фестивали и слични манифестации

Фестивалите и другите видови на настани од културна и историска важност претставуваат многу значаен фактор за развојот на туризмот во Косово. Тука спаѓаат

²⁴ Ibid, p.17

религиозните манифестации, уметничките фестивали, манифестациите од фолклорен аспект и други слични изложби.

Во различни делови на Косово постојат различни манифестации, настани и фестивали кои може да се искористат за развој на туризмот на тие места или дестинации. Најзначајни градови кои се познати по бројните фестивали и другите слични настани се Пеќ и Призрен. Во нив се одржуваат следните културни манифестации:²⁵

- Меѓународен фестивал на гитарата (International Guitar Festival). Овој фестивал се одржува секоја година од 22 до 26 Јуни каде се прикажуваат различни активности, концерти, работилници, мастер-класови и меѓународни натпревари од областа на музиката за сите возрасти по категории.
- Меѓународен фестивал за алпинистички филмови (Reer Rock Tour). Овој настан има американско потекло и е многу значаен за развој на културниот туризам во општина Пеќ. Во рамките на овој фестивал се прикажуваат филмови од областа на зимските спортови, авантуризмот, планинарењето итн,
- Литературните средби “Азем Шкрели“, се одржуваат секоја година во месец мај и на овие средби се собираат литературни дејци од сите места каде што живее албанско население.
- Народни игри “Ругова“. Народните игри на Ругова се многу стари народни игри кои се одржуваат секоја година на средината на месец август и се карактеристични за подрачјето на Ругова каде преку игрите се прикажува народното традиционално културно богатство и обичаите на ова планинско место.
- Фестивал на детски песни “Хареја“. Овој фестивал се организира од страна на секторот за култура, млади и спорт на општина Пеќ и се одржува секоја година на 1 јуни - денот на децата.
- Меѓународен фестивал на монодрамата “Моно Акт“. Овој фестивал има карактер на меѓународен натпревар по драма и се одржува секоја година од 16 до 22 Април, а целта на овој фестивал е да се зачне љубов спрема монодрамата и спрема новите млади актери.

²⁵ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.86-88

- Докуфест е фестивал на краток документарен филм што се организира во првата недела на месец август секоја година и има меѓународен карактер, па веќе е претпознатлива туристичка атракција за градот и за земјата во целина.
- Призренски замбак. Овој фестивал на староградска песна се организира во секоја година во првата недела од месец јули. Овој фестивал е основан во 1986 година од страна на културните институции на Косово, како единствен настан од културен карактер што култивира посебен жанр на урбаната музика како што се баладите и серенадите.
- Пеперутки е музички фестивал за деца кој се организира секоја година во месец јуни и има традиционален карактер. За прв пат е организиран во 2000 година.
- Фестивал на стрипови и карикатури. Овој фестивал се организира секоја година во месец септември, има меѓународен карактер и претставува единствен фестивал од ваков карактер во рамки на цело Косово.
- НГОМ Фест. Ова е музички фестивал што се организира последната недела од месец Јуни секоја година и во себе ги вклучува сите бендови од алтернативна музика од Косово, регионот и Европа,
- Бунар Фест. Овој фестивал се организира во втората недела од месец јуни и особено е атрактивен и забавен бидејќи главна активност претставува спуштањето со гуми од реката Лумбарди.
- Фестивал на фолклорни ора “Хаси јехон“. Овој фестивал се организира во првата недела од месец мај и претставува традиционален фестивал што има за цел зачувување на фолклорната традиција преку традиционални ора.
- Мост на уметноста. Овој фестивал се организира во втората недела од месец јуни одржува во центарот на градот, а учество земаат голем број на уметници од целиот регион.
- Скулп Фест. Овој фестивал се организира двапати во годината, еднаш во месец февруари и еднаш во септември. Претставува потполно современ фестивал кој го промовира културното наследство. Постои вистински перформанс со голема интеракција на учесниците при што со топењето на 20.000 парчиња мраз посетителите може да ги читаат сите лични искуства на други луѓе кои се запишани над калдрмата.
- Натпревар на пеливаните. Овој натпревар се организира секоја година во летните месеци во регионот на Опоја и Гора и се состои во борење на парови на луѓе, при што секој победник од една борба се бори со следниот пријавен учесник, па така на крај се избира победник. Овој натпревар има долга историја

и датира уште од периодот на владеењето на Османлиите, а се организира за време на семејни веселби (сунети и свадби).

2.6. Верски обреди и обичаи

Обред (или ритуал) претставува вид традиција која голем број фолклористи ја проучуваат како одделна фолклорна категорија. Обредите се повторливи дејствија, но тие се поцелисходни отколку обичајот - тие се високо организирани и контролирани, а често укажуваат на членство во одредена група. Повеќето обреди спојуваат неколку видови фолклор: вербален, материјален и обичаен.

Обредите се изведби кои се повторливи, шематизирани и често вклучуваат церемонијални дејства кои содржат симболи, дејства, повторувања: можеби најзначајно за препознавањето на обредите е фактот дека тие се врамени во рамка кој укажува на тоа кога обредот започнува, а кога завршува.

Обредот има за цел и да ја подучи и да ја истакне важноста на овие вредности и верувања. Како и традицијата воопшто, повеќето обреди се истовремено статични и динамични, со основни карактеристики кои се повторуваат и се препознатливи, но и со простор за големи варијации кои зависат од групата. Обредите често вклучуваат симболи и метафори за да претстават значајни концепти.

Во Косово се празнуваат повеќе празници, било тоа да се верски или други видови на настани или обреди. Празниците во ова земја се однесуваат на верска, национална, државна, културна или друг вид прослава, а понекогаш вклучуваат и фестивали.

Во ова земја 90% од населението припаѓа на исламската вероисповест, па како најголеми верски празници се Рамазан Бајрам и Курбан Бајрам, додека останатиот дел од населението припаѓа на христијанската вероисповест (православни и католици) кои ги празнуваат Божиќ и Велигден како најголеми христијански празници. Во Косово се празнуваат и многу други празници, обреди и настани кои припаѓаат на различни етнички заедници што живеат во ова земја, па така ја прават оваа дестинација богата ризница за привлекување на туристи од сите краеве на Светот.

Во Призрен, за време на свадби кои најчесто се прават на лето, може да се забележат богатите народните носии на жителите. Жените се облечени со димии во бело, во бел ѓумлек од свила, на пловината имаат сребрен појас, а на елекот или џамаданот ставаат златни лири како украси.

Слика 1.
Невеста од Гора



На слика бр. 1 е прикажана женската носија од овој град која се користи во одредени верски обреди. Бидејќи постојат различни култури, постојат и различни национални носии во регионот. Главните елементи кои се карактеристични за народните носии во регионот на Призрен се: кошулите, раците, димиите, минтанот, џамаданот, скутината, чорапите, опинците, мафесот, шамијата, бижутеријата, сакото, долгата херка, цубето со шари, обвивката и волнените чорапи со многу боји.

2.7. Занаетчиство

Занаетчиските производи, освен важноста што ја имаат за унапредувањето и подобрувањето на структурата на туристичката потрошувачка, тие претставуваат и многу значаен фактор за привлекување на туристите односно значаен етносоцијален мотив. Во сите земји каде постои развиен туризам, занаетчиството има своја форма и улога во развојот на туризмот и претставува развиен вид на трговија на мало со големо економско значење за многу семејни економии и домаќинства.

Бидејќи секое место има свои специфичности, занаетчиските производи се многубројни и различни, па се продаваат како сувенири или подароци во речиси секое туристичко место во Косово. Овие производи имаат декоративен ефект или функција, особено оние кои се однесуваат на облеката, дрвената галантерија, бакарот, златото и среброто.

Косово е познато по занаетчиството како традиционална дејност која во одреден момент вклучува и вработува голем број на работници ангажирани за

исполнување на потребите на локалното население, на посетителите и туристите. Токму развојот на туризмот и зголемувањето на туристичката потрошувачка, влијаат врз развојот и подобрувањето на овој значаен економски сектор на земјата.

2.8. Традиционална кујна

Културата е систем од вредности и токму тие вредности ја прават различна во различни земји и општества. Составен дел на секоја култура е и кујната, а секој народ може да се пофали со своја традиционална и автентична кујна.

Косовската традиционалната кујна е една од најрепрезентативните кујни на Балканот која претпрела големи турски и блискоисточни влијанија, а во помала мера италијански и медитерански влијанија. Заради релативно топлата клима која дозволува одлични услови за одгледување на разна видови намирници, косовската кујна е особено разновидна и богата.

Во овој контекст треба да се наведе фактот дека целиот регион од крајот на XIV до почетокот на XX век бил под влијание на Отоманското Царство, па врз основа на тоа и националните јадења претпреле одредено влијание. На пример, за прв пат тогаш започнува да се одгледува ориз. И пред овој период оризот се применувал во приготвувањето на храна бидејќи византиските трговци го носеле оризот од Азија, меѓутоа тој не бил одгледуван на овие простори.

Со турското влијание на Балканот, на овие простори се донесла и бамјата, модриот патлиџан, дуњата, мушмулата, кафето, чајот, тулумбите, баклавите, кадаифот, скарата, ситно сецканото месо – што претходно не било случај на овие простори. Претходно месото најчесто се печело на ражен и тоа биле големи парчиња. Па веројатно оттаму доаѓаат и рецептите за полнети пиперки и сарми.

Не постои потполно автономна кујна на ниедно место во Светот. Суровините и начините на готвење подлежат под влијанија на различни култури во Светот, преку “земање и давање”. Она што една кујна ја прави автентична е изборот. Од влијанијата нешто се прифаќа, нешто не, а дури и она што се прифаќа подлежи на промени – токму во тоа е оригиналноста во една кујна. Размената е непрекинат динамичен процес.

ДЕЛ ТРЕТИ:

Одржлив развој на туризмот

I. КОНЦЕПТ НА ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ И ОДРЖЛИВ ТУРИЗАМ

Суштината на концептот на одржлив развој е во интеракцијата помеѓу развојот и животната средина, нивната меѓусебна условеност, како и во комплементарноста на развојните политики и политиките за заштита на животната средина кои ги почитуваат законитостите во животната средина како сложен динамичен процес. Одржливиот развој е економски развој кој е социјално одговорен и правичен, прифатлив за животната средина и кој се потпира врз основните постулати на граѓанското општество. Одржливиот развој како глобален концепт претставува предизвик со кој се соочува секој човек, држава, Светот воопшто, сè со единствена цел да се обезбеди континуиран напредок на квалитетот на животот и благосостојба на државата, како и одржлив развој на сегашните без да се загрози можноста за задоволување на потребите на идните генерации.

Неодржливите трендови во однос на климатските промени, употребата на енергијата, сиромаштијата и социјалната исклученост, демографскиот притисок и стареењето, заканите во однос на јавното здравство, користењето на природните ресурси, загубата на биодиверзитетот итн. се процеси што имаат карактер на ургентност. Должност на сегашните генерации е да го зачуваат капацитетот на планетата за поддршка на животот во целокупниот биодиверзитет и да обезбедат одржлив развој.

1. Поим и карактеристики на одржливиот развој

Со индустриската револуција, човечките активности почнале да создаваат нови влијанија врз природните ресурси. Се градат фабрики кои станаа нов извор на загадување на воздухот, водата и почвата. Многу градови во светот почнаа да растат со голема брзина, предизвикувајќи социјални и здравствени проблеми не само за луѓето, туку и за околината. Во многу индустриски земји, постигнувањето на подобри услови за живеење, економскиот раст, зголеменото производство и дистрибуцијата на стоки, инфраструктурата и домувањето создадоа идеалистичко верување во развојот кое радикално го промени односот помеѓу човекот и животната средина.

Резултатите станаа многу очигледни:

- Неограничениот раст и развој во многу земји сериозно го нарушува нивниот екосистем ,
- Се уништуваат природните ресурси што резултира со зголемена опасност по здравјето на луѓето ,

Се зголемува сиромаштијата кај најмалку развиените земји кои не се во состојба да се спротивстават на експлоатацијата на ресурсите поради трошоците што би ги имале во тој случај.

Токму овие глобални проблеми со кои се соочува човечкото општество, како императив ја наметнуваат потребата за значајни промени на политичко, економско, социјално, културно ниво. Во последниве години, сите учесници (поединци, компании, креатори на јавната политика и други), станаа свесни за проблемите од социјален, економски и еколошки аспект.

Имено, моделот на развој на земјите и народите треба да се промени спрема концептот на поодржлив модел на развој. Загриженоста за квалитетот на животната средина, социјалната еднаквост и економскиот развој, придонесоа да се зголеми интересот за концептот на "одржлив развој". Одржливиот развој е концепт кој се грижи за потребите на идните генерации, а истовремено делува да ги задоволи потребите на тековните генерации.²⁶ Концептот на одржливиот развој треба да биде темел на секоја земја (туристичка дестинација) врз основа на кој треба да се креира генералната политика следејќи ги светските трендови по ова прашање.

“Во суштина, одржливиот развој е процес на промени во којшто користењето на ресурсите, насочувањето на инвестициите, ориентацијата на техничкиот развој и институционалните промени се во хармонија и ги зголемуваат како сегашните, така и идните потенцијали, со цел да се задоволат човечките потреби и аспирации”.

Според ова, одржливиот развој вклучува три взаемно зависни и испреплетени димензии:

- Економска димензија (економски ресурси, развој и раст),
- Димензија на животната средина (природни ресурси, заштита и одржливо користење на природата, како и превенција и борба против загадувањето) ,
- Социјална димензија (социјални ресурси, солидарност и борба против сиромаштијата).

²⁶ World Commission on Environment and Development's (the Brundtland Commission's) report Our Common Future. This report is commonly known as "the Brundtland Report.", 1987.

Одржливиот развој претставува континуиран процес кој ги интегрира економските аспекти, социјалните аспекти и аспектите на животната средина.

Одржливиот развој не може да се оствари индивидуално само со напорите и залагањата на една земја, туку тоа треба да биде процес кој ќе ги опфати сите земји и региони во Светот. Само на тој начин, со глобални залагања, можна е реализација на концептот за одржлив развој.

Глобалниот одржлив развој предвидува свет во којшто постои економски напредок, зголемена благосостојба, праведност и подобра заштита на животната средина. Ваквиот развој е во корист на сите, вклучувајќи ги како помалку развиените земји, така и најразвиените делови од Светот.

Истиот подразбира отвореност, демократија и почитување на човековите права. Одржливиот развој бара глобална соработка и меѓународни решенија.

На самитот на Обединетите нации за одржлив развој одржан на 25 септември 2015 година, светските лидери ја усвоија Агендата 2030 за одржлив развој која се состои од 17 цели на одржливиот развој (ЦОР), дополнета со 169 таргети и 230 индикатори. Главните стремежи на "Целите за одржлив развој" е да се стави крај на сиромаштијата, борба против нееднаквоста и справување со климатските промени до 2030 година.

2. Концепт на одржлив развој на туризмот

Како еден од најбрзорастечките економски сектори во светот, туризмот се повеќе се препознава како еден од клучните фактори за создавање на нови работни места, генерирање на богатство, економски раст, намалување на сиромаштијата генерирање на нови трговски можности и поттикнување на мирот, стабилноста и меѓукултурното разбирање.

Од друга страна пак, со забрзаниот развој на туризмот се зголемуваат економските одливи, се зголемува притисокот врз туристичките ресурси, се загадува животната средина (водата, почвата, воздухот), се зголемува процентот на стакленички емисии на гасови, се уништува и деградира културното наследство и вредности и се зголемува притисокот врз локалните заедници.

Затоа, искористувањето на позитивниот ефект од туризмот и ублажувањето на неговите негативни повликува на креирање на посилни партнерства и поодлучувачка

акција од страна на сите учесници вклучени во туризмот со цел реализација на концептот за одржлив развој и одржлив туризам.²⁷

Улогата на туризмот во остварувањето на 17-те Цели на одржлив развој (SDG – Sustainable Development Goals) може значително да се зајакне кога одржливиот развој постанува заедничка одговорност и се движи спрема јадрото на донесување одлуки во рамките на туристичкиот сектор.

Светската туристичка организација (UNWTO), Програмата за развој на Обединетите Нации (УНДП) и Системот на Обединетите Нации се посветени кон инспиративно лидерство и олеснување на соработката меѓу сите засегнати страни за реализирање на ЦОР и таргетите наведени во Агендата за одржлив развој 2030 година. Одбележувањето на 2017 година како Меѓународна година за одржлив развој на туризмот од страна на земјите-членки на ОН претставува идеална фаза за туризмот да се постави себе си во заедничкото патување кон 2030 година. Оваа цел во рамките на ЦОР е резултат на посветеноста на сите земји-членки на UNWTO кои се состанале на 22-то Генерално Собрание на UNWTO и е дел од "Декларацијата од Ченгду за одржливи развој туризмот".

За време на одржувањето на 70-то Генерално Собрание, Обединетите Нации ја назначија 2017 година за Меѓународна година на одржлив развој на туризмот (A/RES/70/193).²⁸ Ова претставува можност да се подигне свеста на носителите на одлуки од јавниот и приватниот сектор за придонесот на одржливиот развој на туризмот, а притоа се мобилизираат сите засегнати страни да работат заедно во креирањето на туризмот како катализатор на позитивни промени.

Во контекст на универзалната Агенда за одржлив развој и Целите за одржлив развој 2030 година, Меѓународната година ја поддржува промената на политиките, деловните практики и однесувањето на потрошувачите кон потранспарентен туристички сектор кој може да придонесе во пет клучни области од ЦОР, односно:

- Одржлив економски раст;
- Социјално вклучување, вработување и намалување на сиромаштијата;
- Ефикасност на ресурсите, заштита на животната средина и климатски промени;
- Културни вредности, разновидност и наследство; и
- Взаемно разбирање, мир и безбедност.

²⁷ UNWTO: Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, 2018, p.10 (<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>)

²⁸ World Tourism Organization (n.d.), Sustainable Tourism for Development (online), available at: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (22-10-2017).

Одржливиот туризам се дефинира како "туризам кој целосно ги зема предвид неговите сегашни и идни економски, социјални и еколошки влијанија, имајќи ги предвид потребите на посетителите, индустријата, околината и локалната заедница".

Во рамките на овој принцип, секторот туризам се карактеризира со исполнување на три цели од вкупно 17-те ЦОР, односно со целта бр.8 за "Пристојна работа и економски раст", целта бр.12 за "Одговорна потрошувачка и производство" и целта бр.14 за "Животот под вода".

Сепак, со својот широк опсег и влијание, секторот може и мора да придонесе - директно и индиректно - во постигнувањето на сите 17 цели, да генерира инклузивен раст и искоренување на екстремната сиромаштија, борба против климатските промени, поттикнување на родовата рамноправност, зачувување на морските и копнените екосистемите и промовирање на дијалогот меѓу различните култури за подобрување на меѓусебното разбирање и мир.

3. Основни принципи на одржлив туризам

Основен предуслов за развој на туристичкиот сектор е тоа што овој сектор треба да ги опфати принципите на одржливиот туризам и да се фокусира на остварувањето на целите на одржливиот развој. Одржливиот туризам не треба да се смета за посебна компонента на туризмот, како збир на ниче производи, туку како услов за туристичкиот сектор како целина кој треба постојано да работи за да стане поодржлив. Светската туристичка организација (UNWTO)²⁹ се обидува да го максимизира придонесот на туризмот, меѓу другото, за развој и меѓународно разбирање, истовремено минимизирајќи ги нејзините негативни влијанија, посветувајќи особено внимание на потенцијалот за раст на земјите во развој. Од друга страна, и Европската Унија е добро позиционирана за поддршка на земјите во развој во идентификувањето и спроведувањето на мерките за одржлив развој на туризмот. Европската комисија (Генерален секретаријат за развој и соработка - DG DEVCO/EuropeAid) бара од UNWTO да изготви Прирачник за одржлив туризам како промотор за развој, трговија со услуги, создавање работни места и намалување на сиромаштијата.

Водичот го подобрува разбирањето на туризмот во сета своја димензија, односно како туризмот е поврзан со Агендата на ЕУ за промени, со цел да им се

²⁹ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project "Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries" (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013

овозможи на ЕУ членките во Брисел и на делегациите на ЕУ во 180 земји од светот, како и на другите развојни институции, да го вклучат одржливиот развој на туризмот во нивната програма. Овој водич бил тестиран во шест земји во развој (Боцвана, Индија, Кенија, Виетнам, Сенегал и Источен Тимор) и се очекувало да стартува во јуни 2013 година во Брисел. Целта била да се спознае вредноста на туризмот преку:

- Подобрување на разбирањето и посветеноста на одржливиот туризам.
- Обезбедување насоки за проценка на важноста на туристичкиот сектор, идентификување на можностите за одржлив туризам, активности за планирање и подобрување на одржливоста на проектите.
- Обезбедување на "Студија за одржлив развој на туризмот", со што ќе се овозможи ЕУ и другите институции да го вклучат одржливиот развој на туризмот во нивните програмски циклуси.

Од друга страна, UNWTO и UNEP идентификувале 12 цели за одржлив развој на туризмот:³⁰

- Економска одржливост,
- Просперитет на локалната заедница,
- Квалитетно вработување,
- Социјална еднаквост,
- Исполнување на потребите и очекувањата на туристите,
- Локална контрола,
- Благосостојба на заедницата,
- Културно богатство,
- Физички интегритет на просторот,
- Биодиверзитет,
- Ефикасно искористување на ресурсите,
- Заштита на животната околина.

Токму овие цели се засноваат на петте главни принципи за одржлив развој на туризмот:

- Принцип на креирање на туристичка политика,
- Принцип на економичност, инвестирање и конкурентност,
- Принцип на вработување и развој на човечките ресурси,
- Принцип на намалување на сиромаштијата и социјална инклузивност,
- Принцип на заштита на природните и културните вредности.

Секој од петте принципи има одреден број на потпринципи кои се поврзани со горенаведените цели на одржлив развој на туризмот.

³⁰ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project "Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries" (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.18

Табела бр.1, Главни принципи и цели на одржливиот развој на туризмот

Принципи на одржливиот развој на туризмот	Цели на одржливиот развој на туризмот
1. Принцип на креирање на туристичка политика 1.1. Положбата на туризмот во развојните политики и програми	Сите 12 цели на одржливиот развој на туризмот
1.2. Туристичка политика и легислатива 1.3. Институции и управување со туризмот	
2. Принцип на економичност, инвестирање и конкурентност	1. Економска одржливост, 2. Просперитет на локалната заедница,
2.1. Мерење на придонесот на туризмот во економијата 2.2. Трговија, инвестирање и деловна клима 2.3. Брендони и маркетинг 2.4. Безбедност и менаџмент на ризици	5. Исполнување на туристите,
3. Принцип на вработување и развој на човечките ресурси	
3.1. Човечки ресурси и работни услови 3.2. Вештини и обуки	3. Квалитетно вработување
4. Принцип на намалување на сиромаштијата и социјална инклузивност	2. Просперитет на локалната заедница,
4.1. Интегриран пристап за намалување на сиромаштијата со помош на туризмот 4.2. Зајакнување на туристички иницијативи за намалување на сиромаштијата	4. Социјална еднаквост, 6. Локална контрола,
4.3. Инклузивност на ранливите групи во секторот туризам	7. Благосостојба на заедницата,
4.4. Спречување на негативни социјални влијанија	
5. Принцип на заштита на природните и културните вредности	8. Културно богатство, 9. Физички интегритет на
5.1. Поврзување на туризмот со природата и културното наследство	просторот, 10. Биодиверзитет,
5.2. Внимание спрема климатските промени	11. Ефикасно искористување на
5.3. Зајакнување на одржливоста на развојот на туризмот	ресурсите,
5.4. Мерење и мониторинг на влијанијата на туризмот	12. Заштита на животната околина.

Треба да се истакне дека и потпринципите се составени од повеќе прашања (issues) кои се директно поврзани со целите, меѓутоа се подетални и обработуваат посебни аспекти.

3.1. Принцип на креирање на туристичка политика

Јасна политика, која е ефективно имплементирана од структурите на управување во една земја и која опфаќа повеќе засегнати страни е од суштинско значење за развој на одржливиот туризам. Ова е најважен односно централен столб на кој се потпираат сите други столбови.

Успехот на туризмот како алатка за развој на економијата на една земја зависи од свеста за придонесот и потенцијалот на овој сектор, идентификувањето на стратешките приоритети, јасноста и релевантноста на предложените активности и нивото на посветеност за нивното спроведување.

Ова подеднакво бара структурите кои го поддржуваат и процесите на управување со туризмот да бидат поздрави и поефективни. Клуч за сето тоа е ангажирањето на приватниот сектор и на сите други засегнати страни, како и на владата на земјата, од аспект на креирање на политики на национално, локално и регионално ниво и нивна координација со политиките за развој на туризмот.

Денес, конкурентниот туристички сектор бара кохерентна рамка на политики, ефикасни институции, проактивен приватен сектор и национална стратегија за развој на туризмот со која се воспоставуваат меѓусекторски врски.³¹

Во рамки на овој столб постојат три под-столбови (sub-pillars):³²

- Положбата на туризмот во развојните политики и програми,
- Туристичка политика и легислатива,
- Институции и управување со туризмот.

Туризмот веќе се препознава како моќен сектор кој е способен да го стимулира и да управува со економскиот и социјалниот развој на една земја (туристичка дестинација). Во последниве години, многу неразвиени земји и други земји во развој се фокусираат на овој сектор како значаен фактор или инструмент за развој бидејќи

³¹ UNDP (2011), Discussion Paper– Tourism and Poverty Reduction Strategies in the Integrated Framework for Least Developed Countries, A report based on collaboration with the UN Steering Committee on Tourism for Development (SCTD), p.134

³² World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project “Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries” (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.44

евидентна е неговата улога во стимулирање на извозот, креирање на работни места и намалување на сиромаштијата, посебно во областите што не се доволно развиени.

Признавање на сегашниот и потенцијалниот придонес и улогата на туризмот во остварување на целите на одржлив развој е прв и суштински чекор во зајакнувањето на политиките и активностите за поддршка на одржлив развој на туризмот. Ова може да биде од клучно значење за отклучување на поддршката за секторот туризам.

Еден од начините на признавање на улогата на туризмот може да биде третманот што треба да го има туризмот во рамките на различни истражувања и иницијативи кои воспоставуваат и поддржуваат стратегија за развој на една земја. Тука се вклучени документи од повисоки нивоа изготвени од Европската Унија, Агенциите на ОН и други тела. Но, тука треба да се имаат предвид и сите факти кои укажуваат на тоа дека постојат и значителни варијации во третманот на туризмот помеѓу различните земји во повеќе видови на стратегиски документи.

Втор начин или димензија на признавање на туризмот се однесува на тоа како се третира туризмот во сопствените развојни политики на владата во една земја. Имено, покрај во политиките за глобалниот економски развој на земјата во целина, туризмот, исто така, треба да биде анализиран и земен во предвид и во другите релевантни политики на земјата како што се политиките кои се однесуваат на трговијата, работната сила, бизнисот и животната средина.

Меѓутоа, постојат одредени прашања кои треба да се одговорат, а се однесуваат на значењето на туризмот во однос на креирањето на развојните туристички политики:³³

- - Ниво на признавање на улогата на туризмот:
 - Дали на туризмот му се дава доволно простор и признавање во рамки на истражувањата кои се спроведуваат во одредена земја?
 - Дали туризмот се смета за приоритетен сектор од страна на владата на една земја во рамки на нејзините развојни политики?
 - Колкава поддршка се дава на туризмот во поглед на државниот буџет на една земја?
 - Кои фактори би влијаеле во намалувањето на значењето и признавањето на улогата на туризмот?

³³ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project “Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries” (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.45

➤ Обем и природа на меѓународна помош за одржлив развој на туризмот:

- Дали постојат поголеми и актуелни проекти или иницијативи за одржлив развој на туризмот, а тоа да претставува меѓународна помош и од кого е добиена таа помош?
- Дали воопшто може да се смета дека актуелните проекти и иницијативи во областа на туризмот биле успешни и што може да се научи од тоа?
- Дали постои доволна соработка помеѓу меѓународните агенции во однос на поддршката за одржлив развој на туризмот?

Со цел туристичкиот сектор во една земја да биде успешен и одржлив и да осигура дека придонесува за социо-економската благосостојба и намалување на сиромаштијата, од суштинско значење е да постои рамка на мерки или инструменти за раководење со развојот на туризмот. Оваа рамка треба да вклучува општа туристичка политика, детална стратегија за развој на туризмот, како и мастер план и соодветно законодавство и прописи.

Туристичката политика, како посебна политика на развој на една земја, ја претставува посветеноста на владата за развој на туризмот и поставува одредени цели за развој и управување. Мора да постои договор и разбирање помеѓу сите страни кои се вклучени во туризмот, а од друга страна, туристичка политика треба да:³⁴

- Го постави туризмот во рамките на пошироките развојни политики на земјата, а исто така да ги земе предвид и другите политики кои можат да влијаат на секторот туризам како што се индустријата, вработувањето, животната средина, образованието, културата, безбедноста и имиграцијата,
- Ги има во предвид финансиските импликации за поддршка на туризмот, вклучувајќи ги: трошоците, придобивките, фискалните и буџетските импликации за владата,
- Ја одразува позицијата и потенцијалот на туризмот за земјата во регионален и глобален контекст,
- Ги препознае и опфати прашањата кои треба да се решат од страна на владата за поддршката на туризмот, меѓу другото вклучувајќи институции,

³⁴ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project “Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries” (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.48

инфраструктура, развој на производи, маркетинг, човечки ресурси, знаење и социо-културни и еколошки влијанија на туризмот,

- Обезбеди основа за подетални стратегии и планови на делување, како и обезбедување на легислатива и други прописи.

Критички услов за туристичката политика е тоа што треба целосно да ги прифати принципите на одржлив туризам како "туризам кој целосно ги зема предвид сегашните и идните економски, социјални и еколошки влијанија, задоволувајќи ги потребите на посетителите, индустријата, околината и заедниците".

Имено, потрагата по одржлив развој на туризмот треба во себе да ја вклучи следната агенда на активности и начела:

- Економска одржливост,
- Локален просперитет,
- Квалитет на вработување,
- Социјална еднаквост,
- Исполнување на желбите и потребите на посетителите,
- Локална контрола,
- Благосостојба на заедницата,
- Културно богатство,
- Физички интегритет,
- Биолошка разновидност,
- Ефикасност на ресурсите,
- Чиста животната средина.

Многу аспекти од агендата за одржливост се однесуваат на етичките прашања на туризмот односно на правата и одговорностите на сите директно или индиректно засегнати страни во туризмот. Овие прашања биле анализирани во Резолуцијата на Генералното Собрание на ООН во 2001 година, позната како Глобален етички кодекс во туризмот. Овој кодекс го потврдува правото на туризам и слободата на туристичките движења и наведува промоција на правичен, одговорен и одржлив туризам чии бенефиции ќе бидат споделени на сите сектори во општеството во контекст преку отворена и либерализирана меѓународна економија. Кодексот содржи 10 членови кои промовираат меѓусебно разбирање и почитување на туризмот, индивидуалното и колективното исполнување, улогата на туризмот во одржливиот развој и слично.

Стратегијата за туризам ја претвора туристичката политика во акција, поставувајќи насоки и активности кои треба да се реализираат за да се постигнат целите на политиката, а тоа може да се прикаже преку стратешки план за развој или мастер-план. Тие треба да бидат сеопфатни односно да ги содржат сите фактори и компоненти вклучени во операционализацијата, управувањето, мерењето и контролата на туризмот во една земја.

Стратегијата за туризам може да се однесува на период од 5 до 15 години, во зависност од околностите во земјата и зрелоста на туристичкиот сектор. Се спроведува преку акциони планови кои прецизираат годишни активности и распределба на задачи и ресурси. Стратегијата треба да биде базирана на истражување, по однапред изготвена детална програма за истражување, проценка и консултации. Типично стратешкиот план или мастер план треба да покрие одредени области како што се:

- Туристички ресурси кои имаат потенцијал да бидат претворени во одржлив и привлечен туризам,
- Туристички објекти и услуги, како и можности за инвестирање,
- Тековни туристички движења и перформанси,
- Вид и обем на целните пазари,
- Транспорт и структура на услуги во сообраќајот,
- Тековни и проектирани економски анализи,
- Социо-културни, еколошки и економски влијанија,
- Управување со ресурси (енергија, вода и отпад),
- Институционална поставеност за развој на туризмот,
- Закони и регулативи поврзани со туризмот,
- Потребни за човечки ресурси,
- Барања за туристичка инфраструктура,
- Вклученост на заедницата и иницијативи,
- Маркетинг во туризмот и испорака на информации,
- Други области за развој на туризмот,

За реализација на одржлив развој на туризмот потребно е законодавство кое ќе влијае на туристичкиот сектор, ќе го штити и ќе ги обезбедува потребните услови за негов развој. Во многу земји во Светот постои закон за туризам (или како што се нарекува: Tourism Act). Вообичаено, таквиот закон (или повеќе закони) треба да опфати:

- Права, одговорност и обврски на различните засегнати страни во туризмот, вклучително и давателите на туристички услуги, тур-операторите, самите заедници и туристите,
- Воспоставување и одговорност на туристичките органи, како што се националните туристички организации, комисији, комитети и слични тела, како и програми за помош на секторот туризам,
- Механизми за следење и контрола на секторот, како што се стандардите и лиценцирањето.

Исто така, и во овој дел се поставени одредени прашања (по одредени области) на кои треба да се даде одговор, а како поважни се сметаат следните:³⁵

- Постоене на туристичка политика и стратегиски планови доволни за управување со развојот на туризмот:
 - Дали постои јасно елаборирана туристичка политика?
 - Дали политиката произлегува од почитувањето на елементите на одржливиот туризам?
 - Дали конкретната земја е потписничка на Глобалниот етички код е во туризмот?
 - Дали е земена во предвид фискалната или финансиската импликација на политиката која го подржува туризмот?
 - Дали постои добро изготвена национална стратегија или мастер-план за развој на туризмот?
 - Дали изготвувањето на туристичката политика, на стратегијата или мастер-планот вклучило консултирање на другите стеикхолдери?
 - Дали стратегијата за туризмот или мастер-планот за туризмот е актуелен и дали постои план за ревизија?
 - Дали активностите и одговорностите се јасно прецизирани и дали има план за трошоци?
 - Дали стратегијата или плановите ги земаат во предвид регионалните можности?

³⁵ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project “Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries” (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.49-53

- Дали стратегијата за туризам или плановите се изготвени за специфична дестинација во една земја и дали има потреба од повеќе такви документи?
- Имплементација и мониторинг на политиката/стратегијата/планот:
 - Дали политиката, стратегијата или планот се имплементира на ефективен начин?
 - Дали се вклучени сите заинтересирани страни во процесот на имплементација?
 - Што може да ја попречи имплементацијата?
 - Дали постои мониторинг на прогресот и резултатите?
- Адекватност на регулативата и прописите за туризмот:
 - Дали постои специфична туристичка легислатива?
 - Дали се имплементира целосно туристичката легислатива?
 - Дали туристичката легислатива на адекватен начин ги опфаќа и локалните субјекти?
 - Дали некоја друга легислатива ги исполнува потребите на одржливиот развој на туризмот и дали таа се применува само за секторот туризам?
 - Дали туристичката легислатива помага или одмага на одржливиот развој на туризмот?

Во однос на управувањето со туризмот и институционалната поставеност, треба да се истакне дека туризмот е комплексен сектор кој треба да управува и да вклучува широк спектар на субјекти, производи и услуги кои се комбинираат за да ги задоволат целокупните желби и потреби на туристите и да го збогатат нивното туристичко искуство.

Доброто управување бара транспарентност и чесност, технички капацитет и посветеност, ефективност и ефикасност, демократско учество и фокус на обезбедување на одржливост на ресурсите. Исто така, потребно е ангажирање на широк спектар на засегнати страни и ефективна комуникација за прашањата и активностите за градење на посилна свест и поддршка.

Владите на земјите имаат витална улога во обезбедувањето лидерство и координација. Тие се одговорни за обезбедување на поголем дел од инфраструктурата, ресурсите од кои зависи туризмот, како и за неопходната легислатива и регулаторни аспекти кои се од клучно значење за одржливиот развој на туризмот.

Управувањето со туризмот не треба да биде само во доменот на владините или локалните политики. Еднаква важност има и приватниот сектор затоа што туризмот е првенствено економска активност на индивидуални бизниси (објекти, производи и услуги за сместување, патување и транспорт, услужување и слично). Приватниот сектор треба да биде подеднакво вклучен во планирањето, развојот и управувањето со туризмот.

Денес, сè повеќе се појавува јавно-приватна соработка или партнерство (ЈПП) и токму тие елементи се застапени во процесот на управување со туризмот. ЈПП може да помогне во генерирањето на средства за развој на туризмот, здружување на знаења и искуства и обезбедување на брзо и транспарентно спроведување на проектите.

Исто така, поголем број на други засегнати субјекти во туризмот може ефикасно да придонесат за неговиот развој и управување и да играат важна улога во управувачките структури. Тука спаѓаат невладините организации, истражувачките и образовните институции и другите тела на граѓанското општество.

Невладините организации имаат многу важна улога во туризмот, особено оние невладини организации кои работат во областите на одржлива егзистенција, зајакнување на заедниците, родови прашања, заштита на животната средина и културното наследство. Тие можат да бидат меѓународни, национални или локални невладини организации, а имаат одредени важни улоги кои ги извршуваат: специфични интереси; обезбедување на техничко знаење и експертиза; градење на капацитети и олеснување и координирање на активностите меѓу засегнатите страни.

На сите нивоа на управување, важно е оние што се одговорни за развојот и управувањето со туризмот да имаат доволно знаења и вештини за да ги извршуваат своите задачи, вклучително и во развојот и спроведувањето на стратегиите и активностите за подобрување на одржливоста на туризмот и придонесот кон понатамошен одржлив развој. Ова треба да вклучува разбирање на концептот за одржлив туризам односно целите, инструментите и мерките за одржлив туристичкиот сектор, како и улогите и одговорностите на владата, приватниот сектор и граѓанското општество. Свеста и знаењето треба да ги опфатат економските, социјалните и еколошките влијанија на туризмот и можностите за позитивно влијание на туризмот за намалување на сиромаштијата и зачувување на природното и културното наследство.

3.2. Принцип на економичност, инвестирање и конкурентност

Туризмот игра мошне важна улога во светската трговија, а за многу земји во развој тој е еден од главните извори на девизен прилив. Тој е единствениот сектор на услуги со помош на кого земјите во развој постојано евидентираат трговски суфицит во однос на другите земји од Светот. Во речиси половина од неразвиените земји, туризмот е рангиран меѓу првите три главни извозни сектори.

За да може туризмот да ја одигра својата улога во економскиот раст и развој на една земја, тој мора да добие соодветно признавање и поддршка при креирањето на политиките за трговија, инвестициите и развојот на бизнисот. Ова значи дека податоците кои се добиени за туризмот и неговиот придонес во економијата, мора да бидат солидни и убедливи. Ова е исто така неопходно за насочување на растот на секторот, следење на перформансите и прилагодување на политиката каде што е потребно.

За да успее како инструмент за развој, туризмот мора да биде конкурентен, производите и искуствата што ги нуди една земја (туристичка дестинација) мора да бидат релевантни за меѓународниот и домашниот туристички пазар. Земјите како туристички дестинации мора да бидат презентирани и промовирани ефективно, преку добро креирани и насочени маркетинг планови и активности кои ќе се спроведуваат “во тандем“ од страна на владите и приватниот сектор на тие земји.

Светскиот економски форум ја споредува конкурентноста на земјите (туристичките дестинации) во областа на туризмот со користење на сет од 79 варијабли. Тие варијабли опфаќаат широк спектар на фактори - од политиката и регулаторното опкружување до пристапноста и безбедноста на земјата, нејзината инфраструктура и нејзините природни и културни ресурси. Индексот кој резултира од ваквата анализа обезбедува увид или слика за сите земји како туристички дестинации во однос на следењето и споредувањето на нивната конкурентност или позиционираност на светскиот туристички пазар, а воедно и споредување на најмалку развиените земји меѓусебно, споредување на земјите во развој меѓусебно и споредување на најразвиените земји.

Овој столб се состои од четири под-столбови (sub-pillars):

- Мерење на придонесот на туризмот во економијата,
- Трговија, инвестирање и деловна клима,
- Брендови, маркетинг и позиционирање на производите,
- Безбедност и менаџмент на ризици.

Важноста на подобрување на точноста, достапноста и транспарентноста на статистиката како витална алатка за анализирање на економскиот развој, се повеќе се препознава на меѓународните форуми за развој. Меѓу останатите приоритети треба да биде и потребата да се обезбеди дека секторските податоци ќе бидат целосно интегрирани и синхронизирани со националните и регионалните статистички стратегии, но и да се развијат програми за зголемување на знаењата и вештините потребни за ефективно користење на статистиката за планирање, анализирање, следење и евалуација на промените во областа на туризмот. Обезбедувањето и мерењето на податоците во туризмот бара активно вклучување и координација на сите клучни субјекти, вклучително и надлежните министерства за туризам, државните заводи за статистика и други тела на поедини земји, кои може да обезбедат податоци или да се вклучат во прибирањето на податоците (како што се, на пример, централните банки, царинските органи и одредени деловни здруженија од областа на туризмот).

Податоците за туризмот се основен услов за планирањето во областа на туризмот. Со цел да може да се измери конкурентната позиција на една земја како туристичка дестинација, неопходно е да се следи, на пример, зголемувањето или намалувањето на бројот на посетителите и туристите во конкретната земја; должината на нивниот престој (бројот на ноќевања); нивните трошоци во пансионската и вонпансионската потрошувачка; целите што посетителите ги имаат за посета на таа конкретна земја; бројот на угостителските објекти и објектите за сместување; бројот на легла во објектите за сместување; бројот на седишта во угостителските објекти; уделот на туризмот во создавањето на БДП на конкретната земја и слични други аспекти.

Основните податоци се специфични за туристичкиот сектор се однесуваат на движењата на бројот на посетителите, расходите, приходите и структурата на секторот туризам. Ваквото редовно и конзистентно собирање на податоци е потребно да се врши како за странските, така и за домашните посетители и туристи. Овие податоци може да се соберат преку анкети на точките на влез во конкретната земја (граничните премини, аеродромите), сместувачките капацитети или други локации, како и преку анкети на домаќинства за патувањето на нивните членови во земјата и во странство, за нивните трошоци, како и од деловните регистри. Клучните податоци на страната на понудата ги вклучува: бројот и големината на туристичките бизниси, нивните комерцијални активности, бројот на вработени, образование на вработените, стаж и плати. Онаму каде што е можно, податоците треба да се собираат и за формалниот и неформалниот

сектор, особено неформалниот, бидејќи тој е особено важен за намалување на сиромаштијата.

Статистичките податоци за повеќекратните аспекти на туризмот се од суштинско значење за унапредување на знаењето за тој сектор, за следењето на напредокот, промовирањето на управувањето, фокусирање кон резултатите и потенцирањето на стратегиските прашања.

Во 2011 година, како дел од напорите за зајакнување на меѓународната компарација на податоците во туризмот, Светската туристичка организација (UNWTO) значително го прошири бројот и опсегот на статистичките податоци и индикаторите што се бараа од земјите-членки и ги прикажа во таканаречениот Компендум на статистика за туризмот. Компендумот обезбедува статистички податоци и индикатори за туристите кои влегуваат и излегуваат од туристичките дестинации, но и за туристите кои патуваат внатре во рамките на една земја - домашни туристи, како и за бројот и видовите на туристички претпријатија, бројот на вработени во туристичката индустрија и макроекономските индикатори поврзани со меѓународниот туризам.

Како надополнување на овој систем, UNWTO ја афирмира таканаречената Туристичка сателитска сметка (Tourism Satellite Account-TSA) како начин за мерење на економскиот придонес на туризмот. Ова подразбира употреба на податоци добиени и од страната на побарувачката и од страната на понудата. Методолошката рамка за изготвување на TSA е дефинирана, договорена и документирана од страна на меѓународната заедница (со одобрение на ООН) и се следи во повеќе земји во Светот.

Туристичката сателитска сметка (TSA) е составена од десет табели кои покриваат:

- трошоци на туристите од странство во домашната дестинација;
- трошоци на туристите од земјата направени во странство;
- трошоци на домашните туристи направени во домашната дестинација;
- трошоци направени и од странски и од домашни туристи;
- производна сметка на туристичките индустрии;
- бруто додадена вредност (БДВ) и бруто домашен производ (БДП) што се припишува на страната на туристичката побарувачка;
- вработување;
- инвестиции;
- државна потрошувачка; и
- немонетарни показатели.

Креирањето на TSA претставува значителен напор кој бара огромни човечки и финансиски ресурси, но сето ова е оправдано поради фактот што овој систем претставува стабилна алатка или инструмент за планирање и мерење во областа на туризмот. Во оние земји или ситуации каде што на краток рок ресурсите не може да се стават на располагање за да се започне со развојот на TSA, може да се обезбеди некој друг систем за општа поддршка на капацитетите со цел да се зајакне системот на статистика за националниот туризам.

Успехот на туризмот како двигател на одржливиот развој во неразвиените и во земјите во развој зависи од присуството на политики и стратегии за трговија и инвестиции кои ги задоволуваат потребите на секторот и севкупното деловно опкружување што придонесува за економски развој. Прашањата кои се однесуваат на трговијата и инвестициите во туризмот делумно треба да бидат опфатени во рамките на националните политики и делумно во меѓународните договори. Од особена важност е туризмот да ги препознае овие два аспекти, а на туристичката политика на земјата треба да се гледа како на поставување на целите и насоките за целиот сектор и тоа да се земе во предвид при одредување на параметрите за промовирање на трговијата и инвестициите во туризмот.

За возврат, туристичката политика треба да биде дополнета со информации од трговската и инвестициската ситуација во една земја, регион и на глобално ниво. Од друга страна, преговорите и спроведувањето на трговската политика треба целосно да го земат во предвид потенцијалот за проширување на извозот и промовирање на развојот.

Пазарите за туризам се отвораат преку Општата спогодба за трговија со услуги (GATS) на мултилатерално ниво. Многу земји во развој ги прифатиле обврските на ГАТС во делот на Туризмот и услугите за патување (Tourism and travel-related services TTRS), повеќе отколку во било кој друг сектор опфатен со ГАТС. Нивото на прифаќање на обврските се разликува кај различните компоненти на тие обврски (хотели/ресторани, туристички агенции/туроператори, водичи и други услуги) и начините на ГАТС (потрошувачка во странство, прекугранично снабдување, комерцијално работење и привремено движење на физички лица). Во некои аспекти, земјите се предупредени за потребата од заштита на локалните добавувачи, но и за потребата од поголемо внимание на целите на националната политика, како и намалување на анти-конкурентните практики. Наталошниот развој и проширување на пазарот во областа на туризмот треба да бидат во склад со фактот како најдобро може да се пристапи за да се постигне максимална предност за одржлив развој, вклучувајќи

ги клучните чинители кои имаат информации и податоци за објективни насоки од релевантните меѓународни субјекти од областа на туризмот.

Политиките за трговија и инвестиции меѓусебно се тесно поврзани. Успешен туризам значи добра инвестиција која опфаќа широк спектар на други услуги, директно или индиректно поврзани со туризмот. Ова вклучува обезбедување инфраструктура (транспорт, комуникации, енергија и отпад), како и туристички капацитети и услуги. Странските директни инвестиции (FDI) играат важна улога во туристичкиот сектор во сите земји, особено кај земјите во развој. Придобивките од СДИ, односно ангажманот на транснационалните корпорации во делот на креирањето или давањето на туристички услуги вклучуваат: создавање на пазарна свест, економска стабилност, високи стандарди и нивоа на вештини и потенцијал за трансфер на знаење. Меѓутоа, постојат и недостатоци кои вклучуваат зависност од донесувањето одлуки за инвестирање и можност за поголем економски одлив на капитал и човечки ресурси.

Владите на земјите може да преземат активности за стимулирање на инвестиции во туризмот, без разлика дали тоа се странски или локални инвестиции, преку мерки кои би можеле да вклучуваат достапност на средства и кредити, економски стимулации, обезбедување на земјиште, директна промоција и давање совети и друга поддршка за инвеститорите. Јавно-приватните партнерства исто така обезбедуваат механизми за генерирање на инвестиции.

Од друга страна, посебно внимание треба да се посвети и на потребите на малите бизниси кои се доста распространети во туристичкиот сектор, а кои може да бидат во поголема мера зависни од надворешното опкружување. Тука важно е да се сфати дека повеќето од барањата на туристичкиот сектор може да се реализираат со помош на интервенциите за подобрување на деловното опкружување во една земја.

Развојот и унапредувањето на имиџот, односно брендот и опсегот на производи со цел да се задоволат потребите на пазарот и на туристите е од витално значење за конкурентноста на туристичкиот сектор на една земја. Станува збор за подигнување на свеста и привлекување или креирање на интерес, но и за зголемување на должината на престојот на туристите и обемот на нивната потрошувачка, како и поттикнување на повторни посети и препораки до други потенцијални туристи.

Дефинирањето и артикулирањето на карактеристичен бренд или имиџ за земјата како интересна туристичка дестинација е резултат на ефективниот маркетинг кој обезбедува основа за важни промотивни пораки и насочување на развојот на производи и услуги. Брендот може да биде нешто многу повеќе од обично лого или слоган, а тој го сумира целиот конкурентски идентитет на една дестинација, претставувајќи ја

нејзината суштина и трајните привлечни карактеристики. Развојот на брендот треба да се реализира во консултации со локалните чинители и истражувањата на пазарот.

Карактеристика на туристичкиот сектор е опсегот на фактори кои влијаат врз одлуките на туристите за патување и нивниот избор на дестинацијата, заедно со опсегот на опции кои им се на располагање. Земјите во развој се соочуваат со конкуренција, не само меѓусебно, туку и со развиените земји, посебно во однос на различните форми на дискреционо трошење на времето за одмор и рекреација. Овој вид на конкуренција и еластичноста на пазарот, значат дека една индивидуална дестинација може да биде многу подложна на надворешни влијанија и барањата на туристичкиот пазар.

Секторот туризам може да биде значително засегнат од различни негативни околности и фактори кои може да се создадат со текот на времето или да бидат ненадејни појави или шокови. Тие околности и фактори може да бидат внатрешни или надворешни. Внатрешните фактори вклучуваат економска нестабилност, растечки криминал, поплави, епидемии, стравови од сериозни безбедносни инциденти и слично, а надворешните фактори може да се однесуваат на глобални еколошки настани, пандемии, економски кризи или инциденти кои ќе влијаат врз главните извори на туристичките пазари.

Сепак, многу важно е да постојат стратегии со кои ќе се изгради отпорност, ќе се минимизира ризикот и ќе се овозможи справување со повеќе видови кризи, а тие мерки или активности може да вклучуваат:

- Свесност за сите потенцијални ризици,
- Воведување на системи за рано предупредување,
- Обезбедување на сигурност за посетителите и прва помош,
- Избегнување на прекумерна зависност од одредени пазари и производи,
- Управување со кризите на професионален начин.

Позитивен аспект на туризмот е тенденцијата на туристичката побарувачка брзо да се опорави од настанатите последици и пречки.

3.3. Принцип на вработување и развој на човечките ресурси

Туризмот е трудо-интензивна дејност која создава многу работни места на сите нивоа. Според одредени податоци на UNWTO, глобалниот туристички сектор има повеќе од 235 милиони работни места, што претставува 10% од глобалното директно и

индиректно вработување, или по едно вработување во туризмот на секои 11 работни места воопшто. Се предвидува дека до 2019 година во областа на туризмот ќе бидат вработени околу 296 милиони луѓе.

Во повеќето земји во развој, туризмот нуди можност за локалните жители да генерираат приходи и да имаат пристојна работа. Онаму каде што туризмот е добро воспоставен, честопати има најголем број на работни места. Со ниски бариери за влез и со широк ефект на мултипликаторот за вработување, туризмот може да обезбеди можности за луѓето кои во спротивен случај тешко можат да заработат за живот.

Преку обезбедување на вработување, туризмот може да има корист и за дискриминираните групи, вклучувајќи ги тука и жените, потоа да го стимулира претприемништвото и малите и средни претпријатија (МСП) и значително да придонесе за намалување на сиромаштијата.

Спротивно на ваквите придобивки, често се случува условите за работа во туристичкиот сектор да бидат многу лоши. На некои места, вработувањето во туризмот може да се карактеризира и со несоцијално и неправилно работно време, ниска плата, ниска безбедност на работното место, недостаток на социјална сигурност и заштита, слаби изгледи за кариера, нездрави работни услови, дискриминација, па дури и експлоатација. Сезонското вработување и скратеното работно време, исто така е карактеристика за туризмот, иако ова понекогаш може добро да се вклопи во социјалните шеми и потреби.

Постојат пет главни причини зошто солидните политики и активности во областа на вработувањето и човечките ресурси се клучни за одржливиот развој на туризмот:

- Обезбедување на можности за вработување за сите, е од централно значење за економскиот развој,
- Работна сила која е способна и има работни вештини, е клучен услов за успешни туристички бизниси,
- Начинот на кој работниците работат во туризмот и како ги извршуваат своите работни задачи, но и како однесуваат со посетителите, прави голема разлика во добивањето на квалитетно искуство за туристите,
- Загриженоста за условите на работа и благосостојбата на вработените мора да се сметаат за основен принцип на одржлив туризам,
- Други знаења и вештини во одредени специфични области се важни за одржливиот развој на туризмот.

Овој столб се состои од два под-столбови (sub-pillars):

1. Човечки ресурси и работни услови,
2. Вештини и обуки.

Важноста на човечките ресурси за одржливиот туризам значи дека планирањето треба да претставува составен дел на туристичките политики и стратегии на сите земји. Треба да постојат посебни планови за човечки ресурси кои ги поставуваат и ги насочуваат активностите. Плановите за човечки ресурси треба да содржат три главни компоненти:

1. Создавање и управување со вработувањето. Ова се однесува на понудата и побарувачката на работни места во секторот. Плановите за човечки ресурси треба да опфатат и:

- креирање на работни места и зголемување на бројот на вработени во туристичкиот сектор во согласност со прогнозираниот раст на пазарот и очекуваниот иден развој на туризмот во земјата,
- задржување на квалификувани работници во рамките на секторот, но и во земјата,
- обезбедување на флексибилност на пазарот на трудот и управување со работната миграција заради справување со сезоналноста и флукуациите на побарувачката,
- зголемување на можностите за полно работно време и работни места во текот на целата година,
- поттикнување на вработувањето со намалување на трошоците кои не спаѓаат во платите и во придонесите на работодавачите,
- креирање политики, акции и стимулации за поттикнување на туристичките фирми да вработуваат локални жители, како и одредени категории работници, како што се жени, малцинства и обесправени групи (на пример, постари работници, лица со посебни потреби),
- промовирање на туризмот и гостопримството како професија со признати кариери и зајакнување на напредувањето во кариерата и создавање нови можности.

2. Права на работниците и пристојна работа. Политиките и плановите за човечки ресурси треба да посветат посебно внимание на овие принципи со посебен акцент на

тоа како тие може да бидат обезбедени во секторот туризам. Под пристојната работа се подразбира "работа која е продуктивна и која обезбедува“:

- правичен приход,
- безбедност на работното место и социјална заштита за семејствата,
- подобри перспективи за личен развој и социјална интеграција,
- слобода на луѓето да ја изразат својата загриженост, да организираат и да учествуваат во одлуките што влијаат на нивните животи,
- еднакви можности и третман за сите жени и мажи.

Агендата за пристојна работа на Меѓународната организација на трудот (ILO) се потпира на четири главни столбови:

- создавање работни места;
- права на работа;
- социјална заштита; и
- социјален дијалог.

3. Развој на човечки ресурси (HRD). Овој аспект ги опфаќа потребите на вработените во смисла на вештини и развој со цел да ги постигнат своите цели и оние во секторот и да можат да бидат исполнети преку учење и обука.

Како мултидимензионална индустрија со комплексни шеми за вработување, туризмот има потреба од поширок спектар и видови на работни места, од повисоко раководство и висока технологија, до обезбедување на основни услуги. Типично, пирамидата на вработување во туристичкиот сектор има поширока база со голем број неквалификувани и полуквалификувани работници, а многумина со занаетчиски и комуникациски вештини, но со помалку контролни и менаџерски позиции.

Недостатокот на потребните вештини кај персоналот може да наштети на работењето во постојните претпријатија. Недоволните вештини на населението како целина, но и на потенцијалните вработени, може да го попречи развојот на секторот и да ги ослабне шансите за локалното население да има корист од тоа.

Туристичките претпријатија имаат потешкотии да “регрутираат“ доволен број на персонал со потребни основни вештини, како и луѓе со специфични занаетчиски и технички вештини потребни за одредени видови работа, како што се готвачите.

Професионалната обука како процес, бара одредено време, почнувајќи од училиниците во средните професионални туристички и угостителски училишта, до факултетите за туризам и угостителство. Институциите и туристичките компании или претпријатија мора да соработуваат меѓусебно во подготовката на програми и наставни

планови кои одговараат на потребите на дејноста туризам и угостителство и сето тоа мора да биде вклучено во наставниот процес, обезбедувајќи им на учениците и студентите знаење и пред-работно искуство.

Вештините и обуката треба да вклучат најпрво разбирање на концептите на одржлив развој на туризмот, потоа практична примена која е соодветна и релевантна за потребите и позициите на работното место. Како важен аспект треба да се сфатат и економските, социјалните и еколошките прашања и нивните импликации врз туризмот, вклучувајќи ги и одговорностите на различните засегнати страни.

Некои агенции за меѓународна помош, развој и невладини организации, може да обезбедат искуство, поддршка и насоки за проценка на потребите за обука во различни сектори во различни земји. На пример, Европската фондација за обука им помага на одредени земји во транзиција да го искористат потенцијалот на својот човечки капитал преку реформа во образованието, обуки на пазарот на трудот во контекст на политиката на ЕУ за надворешни односи.

3.4. Принцип на намалување на сиромаштијата и социјална инклузивност

Намалување на сиромаштијата е главната цел на одржливиот развој, а воедно и Првата од Милениумските развојни цели на ООН. Улогата на туризмот како фактор за намалување на сиромаштијата веќе извесно време е и формално призната од страна на меѓународните агенции и влади. Уште од 2002 година Самитот за одржлив развој во Јоханесбург го идентификуваше туризмот како примарен сектор за намалување на сиромаштијата.

Во 2005 година група на влади, индустрии, агенции на ООН и лидери на граѓанското општество ги повикаа владите на сите земји, меѓународните агенции за помош во развојот, финансиските институции, приватните корпорации, невладините организации и други заинтересирани страни целосно да го признаат туризмот како ефективна алатка за реализација на Милениумските развојни цели – особено онаа за намалување на сиромаштијата.

Во јуни 2012 година клучна пресвртница за вклучување на туризмот во глобалната агенда за развој е постигната за време на Конференцијата на Обединетите нации за одржлив развој “Рио + 20: Кон зелената економија, патишта за одржлив развој

и искоренување на сиромаштијата. Туризмот беше вклучен во документот со име "Иднината што ја сакаме", потврдувајќи го придонесот на туризмот за одржливиот развој.

Социјалната инклузија е право за згрижување, право и потреба на сите луѓе без оглед на нивниот пол, возраст, раса или способност што е целосно препозната како таква, па се преземаат активни чекори за обезбедување можности за сите дискриминирани лица.

Потребата за родова рамноправност и промовирање на положбата на жените во општеството е истакната во третата милениумска цел, а во последните години многу агенции за помош во развојот дадоа приоритет за поддршка на можностите за жените и младите кои би се вклучиле и би работеле во туристичкиот сектор.

Постојат многу причини зошто туризмот може да обезбеди можности за сиромашните и другите дискриминирани групи:

- Туризмот е сектор во кој земјите во развој и најмалку развиените земји можат да бидат во состојба на компаративна предност заради нивната клима и богатство на природни и културни добра,
- Туризмот може да обезбеди економска активност и во места каде што има малку алтернативни можности, особено во руралните средини во кои живеат 70% од најсиромашните луѓе во најмалку развиените земји во Светот,
- Туризмот е трудо-интензивна дејност која може да создаде можност за поддршка и на други економски дејности и активности со кои се создаваат нови работни места,
- Обезбедува широк спектар на можности за работа, како за неквалификуваните, така и за квалификуваните лица, особено за жените и младите,
- Туризмот може да обезбеди можности за малцинските заедници и да ја поддржи нивната култура,
- Туризмот создава можности за малите и микро претпријатијата со намалување на почетните трошоци и бариери за влез на пазарот,
- Инфраструктурата (патиштата, водоснабдувањето и канализацијата) се резултат на развојот на туризмот, посебно кај сиромашните заедници.

Потенцијалот на туризмот да ја намали сиромаштијата делумно зависи од севкупниот раст на туристичкиот сектор во конкретната земја и од придонесот во економијата како целина.

Додека туризмот може да креира позитивни можности за сиромашните и загрозените лица, понекогаш може да има негативни влијанија врз општествените

структури, традиции и локални обичаи. Ова произлегува од зголемената конкуренција, локалните цени и социјалните промени што доведуваат до зголемување на криминалот, девалвирање на традициите и други проблеми како што се сексуалната експлоатација на малолетни лица и слично.

Овој столб се состои од четири под-столбови (sub-pillars):

- Интегриран пристап за намалување на сиромаштијата со помош на туризмот,
- Зајакнување на туристички иницијативи за намалување на сиромаштијата,
- Инклузивност на ранливите групи во секторот туризам,
- Спречување на негативни социјални влијанија.

Намалувањето на сиромаштијата треба да биде централна цел на политиките и стратегиите за туризам во сите најмалку развиените земји и земјите во развој. Ова треба да се рефлектира во силна посветеност од страна на владите на тие земји, заснована на свеста за потенцијалот и можните придобивки од туризмот.

Треба да постои слична посветеност и кај претпријатијата од приватниот сектор, бидејќи успехот ќе зависи и од нивната поддршка и активности кои може да произлезат и од корпоративна општествена одговорност и нивната желба да се воспостави позитивен однос со локалните заедници.

Најдобри резултати може да се постигнат кога заинтересираните страни од јавниот и приватниот сектор покажуваат заедничка заложба и работат заедно на активностите за намалување на сиромаштијата.

Некои активности за намалувањето на сиромаштијата со помош на туризмот може да се преземат на национално ниво, на пример: програми за градење капацитети или механизми за финансиска помош, шеми за микрофинансирање наменети за задоволување на потребите на сиромашните заедници и за подобрување на карактеристиките на туристички сектор.

Моделот познат како “Анализа на синџирот на вредности (Value Chain Analysis-VCA)” претставува корисна техника за насочување на интервенции кај најсиромашните делови во една земја. Тоа подразбира намалување или целосно покривање на вкупните трошоци за посетителите во дестинацијата (трошоци за сместување, исхрана, купување на сувенири и слично).

Од ова е можно да се види каде сиромашните лица придонесуваат и добиваат најмногу и каде не добиваат и пропуштаат можности за развој. На крај, се дознаваат

сите можности и дејствија што треба да се преземат и во кои места или региони најдобро е да се инвестира.

Постојат голем број на различни начини како сиромашните земји можат да имаат приходи и придобивки од туризмот. Светската туристичка организација (UNWTO) има идентификувано седум механизми кои заедно ја формираат рамката позната како “Иницијатива Чекор“ (STEP Initiative), а тие вклучуваат:

1. Вработување на сиромашните во туристичките претпријатија,
2. Набавка на стоки и услуги од туристичките претпријатија за сиромашните,
3. Директна продажба на стоки и услуги на посетителите од страна на сиромашните лица (неформална економија),
4. Воспоставување и водење на туристичките претпријатија од страна на сиромашните лица,
5. Данок на приход од туризмот или профит со ниски даноци во корист на сиромашните лица,
6. Доброволно давање на поддршка од страна на туристичките претпријатија и туристите за сиромашните лица,
7. Инвестиции во инфраструктурата кои се поттикнати од туризмот, исто така, во корист на сиромашните лица во местата каде што живеат тие, директно или преку поддршка од други сектори.

Можностите што туризмот им ги дава на сиромашните лица како извор на приход и други придобивки, подеднакво може да се применат и на други групи луѓе кои можат да бидат во неповолна положба. Петте групи на луѓе кои најчесто се сметаат за економски и социјално маргинализирани се: жените, младите луѓе, постарите лица, лицата со посебни потреби и етничките малцинства.

Сепак, ваквите можности имаат потреба од посепцифични политики и позитивни активности, а со цел: Осигуравање дека овие групи не се дискриминирани на кој било начин; и Активно отстранување на бариерите и промовирање на можности за олеснување на нивното учество во секторот туризам.

Политиките и активностите за ублажување на сиромаштијата преку туризмот и обезбедување социјална инклузија, не треба да се однесуваат само на обезбедување можности за сиромашните и загрозените групи. Исто така е важно да се обезбеди дека развојот на туризмот нема да влијае негативно врз благосостојбата на заедниците каде се развива туризмот.

Особено внимание треба да се посвети на достапноста и користењето на чиста вода која денес станува сè поредок ресурс во услови на зголемена побарувачка и

глобално затоплување. Пристапот до чиста вода за пиење е основно човеково право кое мора да се испочитува од страна на сите заинтересирани страни во туристичкиот сектор. На пример, употребата на вода за пиење од хотелите и одморалиштата може да има големо влијание врз пристапот за локалните заедници.

Многу значајна димензија во овој дел е консултацијата со локалните заедници и вклучување во процесот на планирање и во донесувањето на одлуките за развој и функционирање на туризмот, заедно со следење на влијанијата и промените во подолг временски период, погледнато од нивна перспектива.

3.5. Принцип на заштита на природните и културните вредности

Туризмот има посебен однос со животната средина. Постојат три главни и меѓусебно поврзани причини зошто еколошката одржливост, вклучувајќи го и зачувувањето на природното и културното наследство, треба да биде централна точка во туристичките политики и стратегии:³⁶

- Прво, туризмот во една земја е тесно поврзан со природните и културните богатства. Убавите пејзажи, богатата биолошка разновидност, уникатните локации од историското наследство и локалната култура се клучни фактори кои ги привлекуваат туристите да ги посетат тие туристички дестинации. Зачувувањето на природното и историското наследство е база за развој на туризмот во една дестинација.
- Второ, исцрпувањето на обновливите и необновливите ресурси, како што се свежата вода и енергијата, создавањето отпад и загадувањето на природата се главните проблеми кои влијаат врз глобалната и локалната средина, благосостојбата на човекот и развојот на туризмот. Начинот на користење на овие ресурси и загадувањето влијаат на одржливоста и конкурентноста на дестинациите.
- Трето, климатските промени предизвикани од емисиите на стакленичките гасови, се голема закана за животната средина, општеството и секако за туризмот во една земја.

Горенаведените предизвици се инкорпорирани во принципите на одржливиот туризам и се бара од владите и другите засегнати страни да развијат и применат

³⁶ World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project “Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries” (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.109

политики и процедури за управување и заштита на животната средина. Во 2012 година, улогата на одржливиот туризам беше препозната на Конференцијата Rio + 20, која поконкретно го истакна неговиот позитивен придонес кон зачувувањето на животната средина и културната разновидност.

Овој столб се состои од четири под-столбови (sub-pillars):

- Поврзување на туризмот со природата и културното наследство,
- Посветување внимание на климатските промени,
- Зајакнување на одржливоста на развојот во туризмот,
- Мерење и мониторинг на влијанијата на туризмот.

Првиот под-столб се занимава со природното и културното наследство на една земја од аспект на нивната конзервација, управување и искористување во функција на развојот на туризмот. УНЕСКО го дефинира наследството како "наше наследство од минатото, она со што живееме денес и она што го пренесуваме на идните генерации" и потврдува дека "нашето културно и природно наследство се незаменливи извори на живот и инспирација. Тие се нашите скапоцени камења, нашите референтни точки, нашиот идентитет".

Културното наследство се однесува на спомениците на културата, групите на градби и локалитети со историска, естетска, археолошка, научна, етнолошка или антрополошка вредност. Културното наследство исто така може да биде и недопирливо или нематеријално, кое ги вклучува традициите или живите наследни изрази од нашите предци пренесени на нашите потомци. Природното наследство се однесува на извонредните физички, биолошки и геолошки формации, живеалишта на загрозени видови животни и растенија и области со научна, конзерваторска или естетска вредност.

Инвестирањето во зачувувањето на природното и културното наследство треба да биде составен дел на секоја стратегија за одржлив развој. Земјите треба да бидат целосно свесни за нивните природни и културни богатства на кои треба да им се даде одреден степен на заштита.

Посебните природни и културни предели како што се: крајбрежните зони, планинските подрачја, реките и езерата, големите живеалишта на диви животни, областите богати со традиционални земјоделски практики или племенски населби и историски градови и села, треба внимателно да ја планираат заштитата во согласност со развојот на туризмот. Посебен акцент треба да биде ставен на заштитените подрачја, вклучувајќи ги националните паркови, археолошките локалитети и резерватите.

Сите туристички активности кои се однесуваат на заштитата на природното и културното наследство мора да се усогласат со принципите и стандардите за одржлив развој. Ова се однесува на градењето објекти, дизајн, употреба на материјали, користење на енергија и вода, управување со отпадот, почитување на културните чувствителности итн.

Климатските промени имаат огромни последици врз животната средина бидејќи го доведуваат до опасност посоењето на ресурсите со што директно ја загрозуваат благосостојбата на локалното население. Тоа е опишано како "највисокото геополитичко и економско прашање на дваесет и првиот век". Императивот за ублажување на климатските промени и приспособување кон нивните влијанија мора да биде дел од политиките и стратегиите за туризам на секоја земја.

Во последниве години се одвиваат многу дебати за импликациите на климатските промени врз развојот на туризмот. На пример, уште пред десеттина години, во 2007 година, Декларацијата од Давос ги повикала земјите на "јасна посветеност за акција за одговор на предизвикот за климатски промени, вклучувајќи и итно усвојување на низа политики за одржлив туризам".

Денес, утврдено е дека ублажувањето на климатските промени во областа на туризмот треба да се фокусира на четири главни стратегии:

- намалување на употребата на енергија (намалување на влијанието на патните модели преку должината на патувањето, должината на престојот на туристите и начинот на транспорт),
- подобрување на енергетската ефикасност (користење на нови технологии и подобрени практики во авијацијата, патниот сообраќај и дизајнот на сместување),
- зголемување на употребата на обновливи извори на енергија (соларна енергија во туристичките претпријатија),
- "заробување" на јаглеродот (користење на модели за неутрализирање на јаглеродниот диоксид, иако ова не треба да биде алтернатива за намалување на емисиите на стакленички гасови во атмосферата).

Зајакнување на одржливоста на развој во туризмот како трет под-столб, се занимава со процесите кои влијаат на развојот и функционирањето на туристичкиот сектор (вклучувајќи ги и индивидуалните претпријатија), во согласност со еколошките, социјалните и културните аспекти на одржливоста.

Централен дел на одржливоста е управувањето со светските ресурси заради задоволување на потребите на сегашните, но и на идните генерации.

Одржливиот развој и функционирањето на туризмот мора да ги имаат во предвид нивото на користење на обновливите и необновливите ресурси, нивната рационална употреба и конзервација, како и биодиверзитетот и наследството во сите нивни форми.

Влијанието на климатските промени врз туризмот е особено присутно во островските дестинации, особено кај малите островски земји кои спаѓаат во групата на земји во развој. На пример, Карипскиот регион е еден од најранливите региони од влијанијата на климатските промени.

Намалувањето и управувањето со цврстиот и течниот отпад, исто така, станува итен приоритет во некои области. Генерирањето на отпад негативно влијае врз развојот на туризмот, но од друга страна и туризмот претставува генератор на отпад со што го доведува до опасност своето постоење во одредени дестинации.

Управувањето со туризот во голема мера влијае врз создавањето на промени. За да се оцени овој процес и да се добијат одредени податоци и информации, важно е да се измерат и следат варијациите во состојбата на природното и културното опкружување.

Впрочем, четвртиот под-столб има потреба од креирање на планови и активностите кои ќе произлезат од:

- Анализа на состојбата на природната и културната средина,
- Влијанието на надворешни фактори како што се климатските промени,
- Ефектите од преземените дејства (на пример, во однос на ублажување, адаптација, развој и управување со тие промени),
- Промената на времетраењето во однос на основните услови.

Овој процес бара избор на индикатори кои ќе ја мерат не само состојбата на животната средина, туку и притисоците и степенот на реализација на управувањето. Индикаторите, исто така, може да се искористат и да се идентификуваат границите на прифатливост. Избраните показатели треба да бидат релевантни, јасни и веродостојни. Редовното следење треба да се заснова на истражувања или на други процеси, но и да биде конзистентно, така што резултатите ќе бидат споредливи. Индикаторите обезбедуваат рано предупредување за потребата од промена на политиката или преземање на нова акција, како и основа за планирање и ревизија. Таквите индикатори може да се искористат за идентификување на различни области на промени врз животната средина, но и врз туризмот. Тука се вклучуваат и индикаторите кои ќе измерат примени кај дестинацијата како целина, кај делови од дестинацијата и кај индивидуалните туристички претпријатија.

II ВИДОВИ ВЛИЈАНИЈА НА ТУРИЗМОТ

Туризмот има голем број на економски и некономски влијанија врз рецептивните туристички земји и региони. За време на туристичкото патување, туристите ги трошат своите парични средства за различни производи и услуги како што се сместувањето, исхраната и забавата со цел да ги задоволат целокупните свои потреби во туристичката дестинација. Потрошените парични средства претставуваат приходи за туристичките претпријатија и индивидуи кои во овој случај се даватели на туристички производи и услуги. Како резултат на мултипликативниот ефект на туризмот (ефектот на прелевање), туризмот овозможува креирање на дополнителни приходи и на тој начин доведува до развој на останатите дејности и гранки кои на директен или индиректен начин се поврзани со него, креирање на големена вработеност, стимулирање на регионалниот развој, како и економски развој на туристичките места, региони и земји во целина.

Од друга страна пак, туризмот има и бројни влијанија од општествен аспект (како врз туристите, локалното население и другите корисници на туристички производи и услуги). Овие влијанија се меѓусебно испреплетени и понекогаш е многу тешко да се издвојат или ограничат едни од други (образовна, научна, културна, здравствена, забавна, социјална, политичка).

Туризмот е директно поврзан со животната средина, додека квалитетот на животната средина, било таа да е природна или создадена од човекот, е од суштинско значење за туризмот. Сепак, односот на туризмот со животната средина е комплексен затоа што вклучува многу активности (кои можат да имаат и позитивни и негативни влијанија врз животната средина). Влијанието на туризмот врз животната средина најчесто е поврзано со изградбата на инфраструктура (патишта и аеродроми, туристички капацитети: одморалишта, хотели, ресторани, продавници, терени за голф и марини, итн).

1. Економски влијанија на туризмот

Економските влијанија на туризмот се сите оние влијанија и ефекти кои се резултат на приходите кои се добиени од вршењето на туристичката дејност. Имено, економските влијанија од туризмот се однесуваат на:³⁷

- Луѓето како носители на туристичка дејност,
- Претпријатијата од областа на туризмот,
- Туристичките региони,
- Економијата во целост,
- Државата.

Во развиените туристички земји или дестинации се реализира голема туристичка потрошувачка од страна на туристите. Таа потрошувачка се конвертира во приходи за давателите на туристички производи и услуги, кои се користат од страна на туристите за време на патувањето и престојот во одредено туристичко место. Значи, може да се каже дека станува збор за милијарди долари или евра кои се вливаат во туристичките места или дестинации. Сето ова претставува голема финансиска моќ која може да предизвика големи промени од економски аспект кај сите учесници во туристичката индустрија. Благодарение на туризмот, настануваат одредени процеси на забрзување на развојот на економијата воопшто во рецептивните земји. Туристичките приходи настанати од странските туристи ги зголемуваат националните приходи и девизните резерви. Според тоа, туризмот игра голема улога во развојот на секоја земја, особено на оние кои се помалку или најмалку развиени. Приходите кои се добиваат од туристите најпрво одат во туристичката економија, а преку туризмот бенефити добиваат и другите дејности и гранки кои се занимаваат со производство или услужување на туристите. На тој начин, во економијата за зголемува монетарната маса која помага во способноста за плаќање и инвестирање кај сите субјекти и на директен и индиректен начин се поврзуваат со услужувањето на туристите. Сето тоа влијае врз зголемувањето на бројот на вработени во туристичкиот сектор, бројот на вработени во останатите дејности и гранки во земјата, се зголемува и животниот стандард на населението, се зголемуваат девизните приходи, се подобрува платниот биланс на земјата и се зголемува и забрзува целокупниот економски развој и развој во националната економија.

³⁷ Петреска Б., Економика на угостителство и туризам, Рецензирана е-скрипта, Штип, 2014, стр.31-45

Туризмот има директни и индиректни економски ефекти (влијанија). Туризмот има директно влијание.³⁸

- Дејностите од туристичкото стопанство,
- Големината на националниот доход,
- Платниот биланс на земјата,
- Вработувањата на луѓето,
- Инвестициите,
- Девизните резерви,
- Хармонизација на стоково-паричните односи,
- Забрзување на развојот на неразвиените региони во една земја.

Туризмот има индиректни влијанија врз:

- Развојот на сите останати дејности во стопанството .

Како најважни економски функции (влијанија) на туризмот може да се издвојат:

- мултипликативната функција,
- функција на зголемување на вработеноста,
- функција на развивање на неразвиените региони,
- влијание врз платниот биланс на земјата,
- девизна функција,
- усогласување на стоково-паричните односи,
- апсорпциска функција,
- други економски функции.

Поголемите влијанија на туризмот се директни затоа што предизвикуваат директен ефект врз дејностите кои даваат услуги и производи на туристите. Треба да се истакне дека туристичките потреби на посетителите се многу хетерогени и сложени, а во тој процес на задоволување на потребите и желбите на туристите се вклучени повеќе различни туристички субјекти како што се:

- Хотели, мотели, ресторани, барови и други угостителски објекти,
- Текстилни компании,
- Претпријатија за производство на тутун и тутунски производи,

³⁸ Петреска Б., Економика на угостителство и туризам, Рецензирана е-скрипта, Штип, 2014, стр.31-45

- Претпријатија за продажба на златен и сребрен накит и слични сувенири,
- Превозни претпријатија од сите видови,
- Банки и осигурителни компании,
- Институции за забава (театар, казина и слично),
- Слободни професии како што се лекарите и адвокатите,
- Туристички агенции и туристички водичи,
- Комунални или општински претпријатија,
- Занаетчи,
- Други даватели на туристички услуги.

Во различни туристички места и во различни временски периоди, различно е учеството на овие учесници и активности во задоволувањето на потребите на туристите. Во согласност со тоа, различното учество на учесниците во давањето на услугите значи различност и во вкупните приход од туризмот. Сеуште повеќе земји во Светот најголемите приходи од туризмот ги реализираат како резултат на услугите од хотелските и угостителските објекти, како и од страна на превозните претпријатија. Ова покажува дека станува збор за земји кои се релативно неразвиени, а во развиените туристички земји на туристите им се нудат различни форми на забава кои во најголема мера ја апсорбираат туристичката потрошувачка. Тоа се различни форми на активен одмор, спортување, патувања во егзотични и автентични места, ретки гастрономски специјалитети, традиционални игри и ора и други различни форми на авантури.

Сите претпријатија и индивидуи кои се даватели на туристички услуги влегуваат во односи со туристите од купопродажна природа. На тој начин тие имаат можност да реализираат директни приходи од туризмот. Имајќи го предвид фактот дека бројот на туристите секој ден се зголемува, треба да се истакне дека со тоа се зголемува и способноста за инвестирање и развој, модернизација на патната структура и превоз.

2. Некономски (општествени) влијанија на туризмот

Во групата на некономски влијанија на туризмот спаѓаат сите влијанија кои туризмот директно или индиректно ги врши врз луѓето како корисници на туристички услуги. Но поради големиот број на туристи кои се вклучуваат во светски рамки, овие некономски влијанија се чувствуваат врз целата општествена заедница.

Неекономските влијанија на туризмот може да бидат директни и индиректни. Најважни директни (непосредни) општествени функции на туризмот се забавната, културната и здравствената кои се поврзани со задоволување на рекреативните потреби и директно влијаат на туристите. Тие се исплетени меѓу себе, а нивна заедничка карактеристика е што директно влијаат на зголемување на работната способност на луѓето. Индиректните (посредни) општествени функции не се директно поврзани со рекреацијата, но произлегуваат од патувањето и одморот на туристите и на тој начин делуваат врз нив. Овде спаѓаат социјалната и политичката функција на туризмот.

Социјалните и културните последици од туризмот налагаат внимателно разгледување, бидејќи овие влијанија можат да станат “оружје“ против локалната заедница во една туристичка дестинација. Доаѓањата на туристите носат различни вредности за заедницата и можат да влијаат врз однесувањето на луѓето и семејниот живот. Интеракцијата помеѓу жителите и туристите може да создаде креативно изразување преку создавање нови можности (позитивни аспекти) или да доведе до ограничување на индивидуалноста (негативни аспекти). Туризмот може да ја поттикне заедницата да прифати морално однесување од туристите кое е различно од она што е прифатливо за локалната заедница.

Туризмот може да го подобри квалитетот на животот во една дестинација преку зголемување на бројот на атрактивните и рекреативните производи и услуги. Туризмот им нуди на жителите можност да се запознаат со други луѓе, да се дружат, да учат за светот и да се “прикажат“ себеси во нови перспективи. Доживувањето на различни културни практики го збогатува искуството и ги проширува хоризонтите.

Туризмот во една дестинација може да се наметне и со својата темна социјална и културна страна. Нелегалните активности имаат тенденција да се зголемат во многу дестинации во Светот, зголемениот степен на малолетничко пиење може да стане проблем, особено во дестинациите кои имаат или се на плажа, или во места познати по фестивалите кои вклучуваат алкохол.³⁹

Хотелите, рестораните и продавниците може да го поттикнат развојот на туризмот во одредени урбани станбени области, а тоа да доведе до промени во физичката структура на живеење на една заедница.

Таканаречениот “ефект на демонстрирање“ (demonstration effect) на туристите кои патуваат во едно место (ефект кога жителите го прифаќаат однесувањето на туристите) може да ги промени обичаите на локалната заедница, на пример, промена во навиките за излегување на состанок меѓу паровите, особено на оние од

³⁹ Creag G., Tourism Impacts, University of Minnesota, Minnesota Sea Grant Program, 2001, p.7-10

поструктурираната или потрадиционалната култура. Потенцијалот за средба или состанок и завршување со брак помеѓу локалното население и туристите (пријателите) може да создаде огромен стрес за семејствата.

Поради тесната меѓусебна врска, социолошките и културните влијанија на туризмот најчесто се анализираат истовремено како социо-културни влијанија. Притоа, јасно е дека видовите и интензитетот на социо-културните влијанија се условени од видот и интензитетот на туристичкиот развој, но и од самите социо-културни карактеристики на туристичкото место, односно од планирањето, развојот и управувањето со туризмот.

Пред да ги посочиме конкретните социо-културни влијанија на туризмот, неопходно е да се објаснат основите зошто тие се случуваат. Во светската литература која ја третира оваа проблематика често се среќава терминот “Host and Guests Relations” (односи меѓу домаќин и гостин) кој ги третира односите помеѓу локалното население, во улога на домаќини, и туристите, во улога на гости. Токму преку тој однос се настојува појасно да се согледаат социо-културните влијанија на туризмот кои последователно се јавуваат. Притоа, треба да се напомене дека туризмот предизвикува социо-културни влијанија и во случај кога локалното население и туристите имаат иста културна позадина и социјална припадност, што е често случај со домашниот туризам. Тие разлики може да бидат поврзани со основните вредносни и логистичките системи, религиозните верувања, јазичните разлики, обичаите, животните стилови, модата и слично. Сето тоа резултира со појава на испреплетување на културата на домаќинот и културата на гостинот (туристичка култура).

Притоа, генерално може да се разгледуваат два вида социокултурни влијанија на туризмот: позитивни и негативни. Нивната појава зависи првенствено од видот и интензитетот на туристичкиот развој. Меѓутоа она што е најзначајно при имплементирање на процесот на планирање на развојот на туризмот е како да се зголемат и мултиплицираат позитивните, а како да се намалат и да се спречат негативните социо-културни влијанија на туризмот.

Од широкиот дијапазон на позитивни социо-културни влијанија кои се присутни како резултат на развојот на туризмот, накратко ќе споменеме само неколку, кои впрочем и најчесто се сретнуваат. Имено, туризмот се јавува како главен стимул за заштита на културното наследство, а следствено на тоа, туризмот овозможува:⁴⁰

- Заштита на археолошките и културните наоѓалишта;

⁴⁰ Петреска Б., Економика на угостителство и туризам, Рецензирана е-скрипта, Штип, 2014, стр.31-45

- Заштита и заживување на традиционалните уметности, занаетчиството, играта, музиката, традиционалната облека и церемониите, обичаите и традиционалните животни стилови;
- Финансиска помош за одржување на музеите, театрите и другите културни објекти.

Во туризмот се мешаат различни култури на различни припадници, а токму преку неговите социо-културни влијанија се овозможува зачувување и обновување на културите. Како резултат на многубројните промени предизвикани од вкупниот општествен развој, културите на одделни групи го губат чувството на културна самодоверба што особено е случај во големите мултикултурни земји. Во тој случај, туризмот се јавува во улога на промотор и зачувувач на одделни национални култури издвојувајќи ги како посебна туристичка атрактивност. Туризмот може да се јави и во улога на промотор на културна размена помеѓу туристите и резидентите. Притоа, главна цел е запознавање и учење на културите, што придонесува за подобро меѓусебно разбирање и почитување, или во крајна линија, доведува до толерирање на различните културни и вредносни системи. Овој ефект има особено значење во развојот на домашниот туризам.

Доколку не е добро испланиран и контролиран, туризмот може да генерира негативни социо-културни влијанија или пак да ја намали ефикасноста на позитивните. Тоа е особено случај во помалите и потрадиционални заедници кои развиваат туризам каде појавата на некој нов вид развој носи со себе одредена негативна тенденција. Првенствено се мисли на влијанието што го имаат современите медиуми, независно дали се печатени или електронски. Истовремено и вклучувањето на резидентното население во туристичките движења надвор од своето место на постојано живеење, често предизвикува прилив на нови идеи и однесувања.

Доколку традиционалните уметности, занаетите, обичаите и церемониите премногу се модифицираат и се прилагодуваат кон туристичките потреби, може да дојде до губење на нивната автентичност и оригиналност заради преголема комерцијализација. Имено, чести и речиси секојдневни се примерите каде доаѓа до губење на квалитетот и автентичноста на занаетчиските производи поради нивна замена со масовно производство на туристички сувенири. Во екстремни случаи, може да се случи да дојде до губење на културниот карактер, самопочитувањето и целокупниот социјален идентитет на локалната заедница.

Конфликти и нетрпеливост може да се појават и помеѓу туристите и локалното население заради разлики во јазикот, обичаите, религиозните верувања, однесувањата

и сл. Она што кај една култура значи обичај, традиција и препознатливост, кај друга може да значи непријатност, недозволеност или срам.

Исто така, туризмот може да предизвика и конфликти помеѓу самото локално население. Таков е случајот кога туристичката експанзија носи високи плати и големи профити на некои слоеви од населението со што се јавува огорченост кај другиот дел од населението. Во овој контекст, развојот на туризмот може да ги засили дополнително проблемите помеѓу членовите на семејството кога жените или помладите генерации, благодарение на туризмот, остваруваат поголеми приходи од возрасните членови на семејството кои се занимаваат со некоја традиционална дејност.

Еден од нејчестите негативни социо-културни влијанија кои произлегуваат од развојот на туризмот, секако е проблемот со пренатрупаност и конфликтни ситуации кои настануваат како последица на тоа. Имено, гужвата во продавниците и рестораните, на улиците и плажите, често го иритира локалното население и како последица на тоа доаѓа до судири на релација домаќин-гостин. Овие конфликти особено се изразени во случаи кога некои места кои традиционално ги користи локалното население, во текот на туристичката сезона се пренатрупани со туристи или забранети за пристап на локалното население (градска плажа, цркви, паркови итн.).

Девијантните појави како дрогата, алкохолот, криминалот и проституцијата, можат да бидат поттикнати и предизвикани како резултат на туризмот иако не може да се извлече генерален заклучок дека туризмот е единствената причина за нивната појава. Сепак, докажано е дека и туризмот има дополнително влијание за нивна појава, особено за проституцијата.

3. Влијанија на туризмот врз животната средина

Поаѓајќи од многубројните дефиниции кои настојуваат да појаснат што се подразбира под поимот животна средина, а со цел да ја согледаме взаемната поврзаност помеѓу неа и туризмот, ќе ја посочиме најшироката дефиниција. Имено, според неа, животната средина ги опфаќа сите природни и културни опкружувања на луѓето, односно таа вклучува природни и антропогени елементи.

Притоа, под природна животна средина се подразбира сè она што постои во природата: клима, почва, топографија, геологија, хидрографија, флора, фауна и еколошки системи. Од друга страна, под антрополошка животна средина се подразбира сè она што го создал човекот: сите видови градби, инфраструктура, како и археолошки и историски места.

Со оглед на веќе посочената взаемна условеност на туризмот и животната средина, сосема е очекувана појавата на потенцијални проблеми. Имено, нивното причинско-последично влијание особено е изразено во одделни чувствителни области како на пример: мали острови, планински и алпски предели, крајбрежја и пристаништа, како и археолошки и историски локалитети, пред сè поради фактот што овие места истовремено претставуваат и туристички атракции.

Видот и интензитетот на влијанија на туризмот врз животната средина и обратно, зависи од многу фактори, но првенствено од видот и интензитетот на туристичкиот развој, што било предмет на истражувања и предизвикало внимание кај многу истражувачи уште многу одамна.

Всушност, влијанијата кои ги врши туризмот врз животната средина може да бидат позитивни и негативни. Доколку туризмот е добро планиран и контролиран, може да помогне во зачувување и унапредување на животната средина на различни начини, меѓу кои како позначајни се следните⁵⁰:

- Туризмот може да придонесе за зачувување и конзервација на природните области што претставуваат туристичка атракција,
- Туризмот овозможува преку него да може да се платат сите трошоци околу конзервацијата на археолошки и историски наоѓалишта кои претставуваат туристички атракции,
- Туризмот учествува во подобрување на квалитетот на животната средина преку контролирање на загадувањата на воздухот, водата, почвата, бучавата и други проблеми. Истовремено, туризмот се грижи и за подобрување на естетиката во животната средина преку посебни програми за уредување на природата, соодветна градба и дизајн,
- Преку туризмот се овозможува подобрување и унапредување на целокупната инфраструктура (аеродроми, патишта, водоснабдување, канализација, телекомуникации итн.) бидејќи тој е директно условен од неа,
- Туризмот може многу да придонесе за подигнување на еколошката свест и еко грижата на совест, особено кај локалното население во рецептивните места каде тој претставува главен извор на егзистенција.

Во случај развојот на туризмот да не е внимателно и правилно планиран, се јавуваат различни видови негативни т.е. непосакувани влијанија врз животната средина. Многу од тие негативни влијанија не се својствени и специфични само за туризмот, туку

се јавуваат и други причинители, но тие успеваат успешно да се скријат позади лицето на туризмот. Некои од нив се следните⁵¹:

- Несоодветниот систем на отпадни води од хотелите и другите туристички објекти, или пак испуштањето фекалии во близина на река, езеро или крајбрежје на море, може да се предизвика загадување на водата. Кон тоа придонесува и употребата на рекреативни и туристички транспортни моторни пловни објекти кои безмилосно ги загадуваат површинските води.
- Иако за туризмот генерално се размислува како за “чиста индустрија”, сепак, како резултат на неговиот развој преку интензивната употреба на моторните возила од и за туристички потреби, се предизвикува загадување на воздухот.
- Бучавата предизвикана од концентрацијата на туристите, туристичката инфраструктура и моторните возила кои се користат во туристички цели, понекогаш и одредени типови туристички атракции како луна паркови или трки со мотори/автомобили, значи неконфорност, непријатност и иритирање на рецепиентното население или другите туристи,
- Визуелното нарушување може да биде предизвикано од повеќе извори како што се неправилното и несоодветно дизајнирани хотели и други туристички објекти кои не се компатибилни и не се вклопуваат во стилот на локалната архитектура, како и од употребата на несоодветни градежни материјали. Исто така, причина за тоа може да биде и лошото просторно планирање на туристичките објекти, нивното невклопување во вкупниот амбиент, нарушувањето или попречувањето на природните пејзажи; употребата на големи и несоодветни рекламни знаци и слично.
- Еколошкото уништување може да биде предизвикано од неконтролиран туристички развој и прекумерна употреба на туристичките ресурси. Преголемото искористување на чувствителните природни средини од страна на туристите може да доведе до еколошка катастрофа. Во овој контекст, како чест пример се наведува уништувањето или потполното исчезнување на вегетацијата во парковите поради преминување/газење на голем број туристи преку нив, како и уништувањето на почвата околу вегетацијата и сл.
- Прекумерното или погрешно туристичко користење во смисла на вандализам, предизвикување потреси и вибрации, пишување графити и слично, може да доведе до уништување на археолошките и историските локалитети (наоѓалишта)

кои туристички се валоризираат и претставуваат значајна база за развој на туризмот.

Доколку туристичкиот развој не ги почитува и не се темели на основните принципи на просторното планирање, може да резултира со појава на проблеми и во други области, како на пример во користењето на земјиштето. Имено, евтино купеното земјиште доколку се продава во туристички цели, може да достигне астрономски цени; неправилното урбанистичко планирање може да предизвика проблеми во инфраструктурата и снабдувањето и слично.

ДЕЛ ЧЕТВРТИ:

Главни карактеристики на туризмот во Призрен

I. МЕСТОТО И УЛОГАТА НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Призрен е град познат уште од античко време како уникатно место на Балканот поради своите културно-историски вредности и различните религии кои постојат во него. Благодарение на поволната географска положба и хармоничното поврзување на различните култури, како и големиот број на грандиозни монументи, градот Призрен со право се нарекува “град на музеи” или “музеј на отворено небо” или “вториот Дубровник на Балканот” и еден од најубавите градови на Косово.

Призрен е еден од најзначајните градови на Косово кој има богата историја. За него низ историјата пишувале патетписци, историчари, географи и други научници познати по своите трудови од историски, културен и политички карактер. Призрен бил населен уште од дамнешни времиња, а за тоа сведочат големиот број на археолошки локалитети од времето на енеолитот, неолитот, бронзата, железното доба и антиката откриени во повеќе места на неговата околина.

Градот Призрен лежи на подножјето на Шар Планина, на бреговите на реката Лумбарди и на раскрсницата помеѓу најважните трговски патишта помеѓу Истокот и Западот и е познат значаен културен, економски и дипломатски центар во регионот.⁴¹

Регионот на Призрен со своето материјално и духовно наследство и природни убавини е еден од најпосетените региони во Косово.

Во регионот, за време на пописот во периодот 2002-2003 година регистрирани се повеќе од 500 објекти на културното наследство, а во базата на податоци внесени се 383 архитектонски објекти и 13 подвижни објекти. Меѓу овие објекти, 168 се објекти од сакрален карактер, 193 од профан карактер и 22 од утилитарен карактер. Покрај тоа, во регионот се евидентирани 113 археолошки локалитети, поделени во општини: Призрен - 22, Сува Река - 23, Малишево - 31, Ораховац - 31 и Драгаш - 6.

И другите градови од овој регион се познати по своите природни убавини и споменици на културното наследство. Територијата на општина Раховец е полна со реликти од поранешни антички населби кои датираат од рано-римско-илирската епоха. Сува Река е позната по археолошки локалитети од сите историски периоди, додека Малишево е

⁴¹ Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година, стр.8

познато по водопадите на реката Мируши, базенот во селото Бања, Студената пештера во селото Понорац итн. Драгаш е познат по убавината на Шар Планина, богатото духовно наследство и културната мултиетничност.

1. Краток историски осврт на Призрен

Главна карактеристика на градот Призрен е комбинацијата на цивилизација и егзистенција на убави дела на културното наследство. Тој град е спој меѓу старото и новото од римско доба преку османлиското царство до светските војни.

Во центарот на градот се наоѓа џамијата на Синан Паша, а малку подолу и црквата “Св. Ѓорѓи”, како и католичкиот верски објект катедрала “Спасителка Богородица”. Местото наречено Топокли е место каде се гледаат сите минариња на џамиите кои се блиску меѓусебе, што воедно значи дека тие објекти денес ја пренесуваат и одржуваат меѓуверската толеранција која постои таму со векови.

На левата страна на реката Лумбарди, на источната страна на градот, се наоѓа комплексот “Мараши“, каде се наоѓаат: призренското кале, џамијата Максут Паша и 450 години стариот чинар. Мараши е првата населба на Призрен кога се доаѓа од селото Превала, а тоа е место каде се испреплетуваат цивилизации кои припаѓаат на различни временски периоди. Старите куќи, воденицата по име Пинтол, џамијата на Максут Паша од 1833 година, стариот чинар, теќето на Тарикат Сади и свежината навечер се главните карактеристики на Мараши, што го прават ова место најатрактивна населба на градот. Ова име има персиско потекло и значи “место за починка и освежување”.

Богатата историја на Призрен за која сведочат големиот број на археолошки локалитети од времето на енеолитот, неолитот, бронзата, железното доба и антиката, го прави овој град еден од најстарите градови во Југоисточна Европа.⁴²

Археолошките податоци укажуваат на фактот дека ова место познато под името Теранда било населено уште во II-от век од н.е. од страна на Дарданите. Веќе во V-от век овој град бил наречен Петрзен од страна на Прокопот Цезар Деадедификус. Името на градот има повеќе варијанти. Така на пример, Птоломеј го нарекувал Трмидава, потоа го добил иметот Табула Певтингеријана, а од III-от век и името Прокопера. Истото име се спомнува и од Прокоп во 565 година од н.е.

⁴² Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година, стр.9

Според други автори, Призрен се нарекувал: Теранда, Приздријана, Пенеполис, Презерем, Призна, Призренум, Презарин, Призренд, Призеранд, Призерен. Во XI-от век бил важен трговски центар, а во 1019 година овој град станува седиште на Архиепископијата на Византија. Со поделбата на Римското царство во 395 година н.е. на источно и западно, градот Призрен потпаѓа под источното владеење на Византијците сѐ до XIII-от век.

Слика бр.2 Призрен



Извор: Интернет страница на општина Призрен

Во периодот 1189-1190 Призрен бил под владение на царот Немања, а за време на четвртата крстоносна војна во 1204 во Константинопол, бугарскиот цар Калојан ја искористува состојбата и го окупира Призрен. Во 1230 година Призрен повторно се враќа под владение на деспотот на Епирите, а во 1282 година Немања повторно го зазема Призрен, овој пат со зајакнување на позициите се до 1455 година кога во Призрен се појавуваат првите војници од Османлиската Империја (некои историчари сметаат дека тоа е во 1459 година).

На сеалбанското собрание одржано во Призрен на 10 Јуни 1878 година се основа Призренската Лига или Сојуз на чело со Илјаз Паша Дибра. Тука се формирале и првите органи на привремената влада на чело со Имер Призрени. После окупацијата

од страна на Србија до 1941 година, овој град се наоѓал под власта на тогашната Версајска Југославија, за време на Втората светска војна 1941-1944 година Призрен се наоѓал во рамките на Албанија под тогашно италијанско влијание, а од 1944 до 1999 година Призрен е град во Поранешна Југославија

2. Географска положба на Призрен

Општина Призрен се наоѓа на јужниот дел на Косово, во призренската котлина. Таа, заедно со Љубижданското поле сочинува посебен шарско-пиндски регион заобиколен од ридот Цвилен (1381 m) и планините Ошљак (2212 m), Паштрик (1978 m), Коритник (2395 m) и Шар.

Слика бр.3 Призрен



Извор: Интернет страница на општина Призрен

Надморската висина се менува од 412 до 500 метри. Низ градот тече реката Призренска Бистрица која го дели на два дела. Таа извира од Шара, а се влева во Бели Дрим. Подрачјето е релативно земјотресно така што меѓу 1900 и 1936 година се регистрирани 136 земјотреси.

Климата е умерено - континентална со влијание на субмедитеранска. На повисоките предели се чувствува влијанието на Шар, а на пониските влијанието на Јадранот. Просечните температури во јануари изнесуваат од $-0.5\text{ }^{\circ}\text{C}$ до $+0.5\text{ }^{\circ}\text{C}$, а во јули од $+21.5\text{ }^{\circ}\text{C}$ до $22.8\text{ }^{\circ}\text{C}$. Инсолацијата изнесува 2 150 часови годишно.

2.1. Регионална поврзаност

Регионалните патишта на Косово се во должина од околу 1110 км и имаат насока Север-Југ (190 км) и Исток-Запад (150 км). Целата територија на Косово поседува патна мрежа од 8552 км, железничка мрежа во должина од 330 км на четирите страни на земјата со центар Приштина и еден меѓународен аеродром во Приштина.⁴³

Најголемиот дел од патиштата на Косово се изградени во '60-тите години од минатиот век од страна на тогашното Министерство за инфраструктура на тогашна СФРЈ. Денес, надлежното министерство изградило 1951 км патишта, од кои 647 км се магистрални патишта и 1304 км се регионални патишта.

Во рамки на општините се опфатени 6571 км патишта, од кои 571 км се урбани патишта, а околу 6000 км локални патишта. Поголемиот дел од магистралните и регионалните патишта се со две коловозни ленти и ги исполнуваат меѓународните стандарди за изградба на патишта.

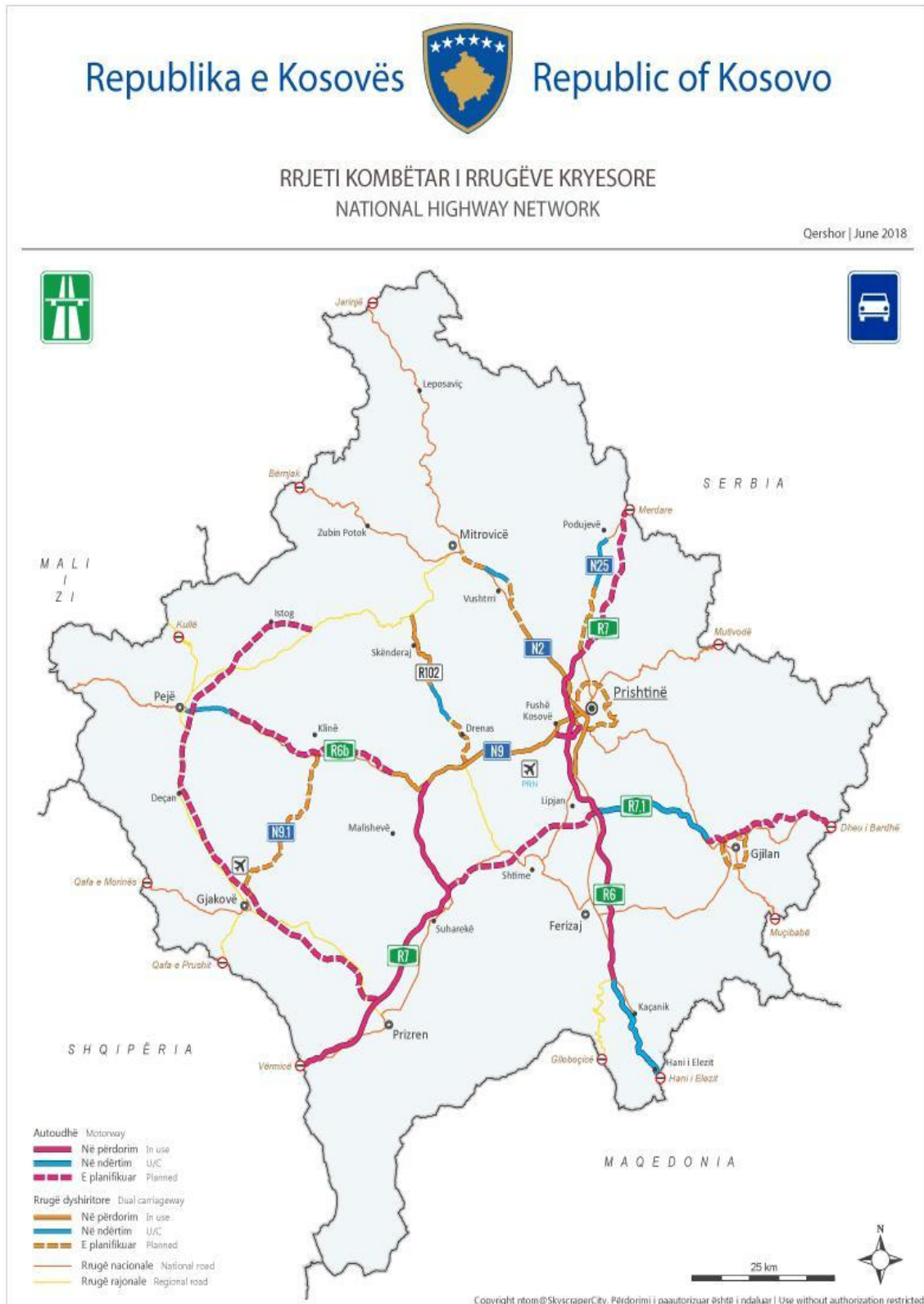
Патната инфраструктура на Косово се дели на:

- Меѓународни патишта (автопатишта),
- Магистрални патишта (национални патишта),
- Регионални патишта, и
- Локални патишта (урбани и рурални патишта).

Магистралниот пат М25 ги поврзува Србија и Албанија и минува низ Призрен (делниците се познати како Призрен Север и Призрен Југ).

⁴³ Rashica E., *Infrastruktura rrugore e Kosovës, Prishtinë 2016*, f.4

Слика бр.4 Национална мрежа на автопатишта на Косово



Автопатот кој го поврзува Призрен со Приштина (автопат М25) понатаму се поврзува со автопатот М9 (Приштина-Пеќ) и на тој начин Призрен се поврзува со Република Црна Гора на граничната точка Чакор. Автопатот од Призрен до Приштина се поврзува со автопатот М223 кој води до Митровица и на граничниот премин Јариње.

Призрен, преку автопатот М252 и М253 се поврзува со два гранични премини, источно од Косово, со јужниот дел од Србија, кај Прешево и Медвеѓе. Постои и регионален патен правец кој го поврзува Призрен со Македонија, на граничниот премин кај Јажинце во Тетово.

Призрен се поврзува и со граничниот премин кај Хани Елезит на излез од Косово спрема Македонија, или со регионалниот пат Призрен-Качаник-граница Македонија или со регионалниот пат Призрен-Урошева-Качаник-граница Македонија.

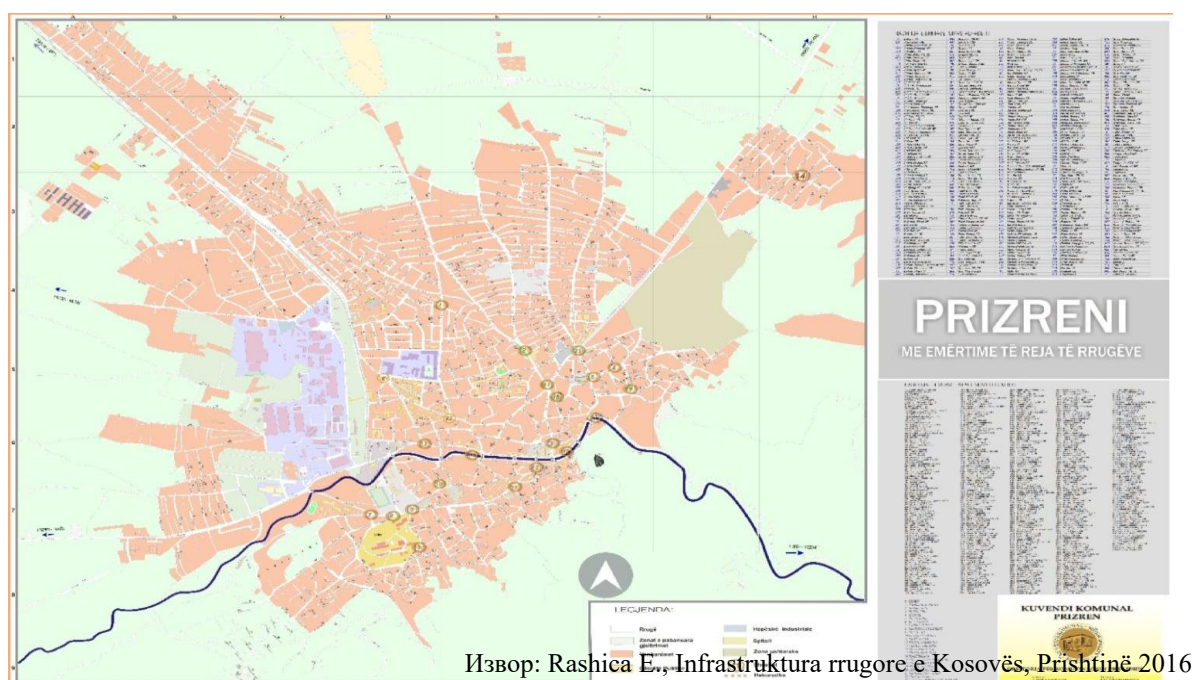
2.2. Локална поврзаност

Територијата на општина Призрен сестои од градот Призрен и 75 рурални населени места, од кои 10 села се сметаат за централни села и имаат посебен статус на административна единица: Ѓонај, Хоца, Лубижда, Мушникова, Пирана, Речане, Ромаја, Вележа, Жур и Зум. Локалните патишта кои биле изградени во минатото, денес не ги исполнуваат основните стандарди.

Слика бр.5 Територијата на општина Призрен



Слика бр.6 Мапа на градот Призрен



Како резултат на постојаното инвестирање во изградба на нови патишта, може да се каже дека регионалните и локалните патишта во Призрен имаат релативно добар квалитет и ги задоволуваат најзначајните потреби при превоз на стока и патници. Според последните податоци, може да се забележи дека 33% од локалните патишта во Косово имаат потреба од рехабилитација, додека 97% од сите неасфалтирани патишта имаат итна потреба од интервенција.⁴⁴

Кога станува збор за поврзаноста на Призрен на локално ниво, може да се каже дека за најзначајни локални правци се сметаат:

- Призрен – Приштина (77 км),
- Призрен – Сухарека (20 км),
- Призрен – Раховец (32 км),
- Призрен – Малишева (45 км),
- Призрен – Драгаш (37 км),
- Призрен – Ѓаково (37км).

Единствениот аеродром во Косово кој може да се искористи за да го поврзе Призрен со останатиот дел од Светот е Меѓународниот аеродром “Адем Јашари“ во Приштина⁴⁵, кој е оддалечен 80 км од Призрен.

⁴⁴ Rashica E., Infrastruktura rrugore e Kosovës, Prishtinë 2016, f.12

⁴⁵ Prishtina International Airport Adem Jashari / Limak Kosovo (<http://www.airportpristina.com/company/profile>)

3. Анализа на статистичките податоци за бројот на туристи и остварени ноќевања во Косово за периодот 2010-2018

Агенцијата за статистика на Косово (ASK)⁴⁶ од 2008 година во рамките на Одделението за економски статистики и национални сметки, на секои три месеци собира и обработува податоци кои се однесуваат на туристичката и угостителската дејност во Косово. Од друга страна, како извор на дополнителни податоци и информации служат: Министерството за трговија и индустрија (МТИ), како и Секторот за угостителство и туризам.

Агенцијата за статистика на Косово ги објавува статистичките податоци за угостителството и туризмот кои се добиени со статистичкото истражување на целата територија со помош на регионалните статистички канцеларии на оваа агенција (7 регионални канцеларии). Целокупниот процес се одвива врз основа на програмата за статистика на агенцијата за: бројот на хотелите, бројот на вработените, капацитетите за сместување, бројот на туристите и остварените ноќевања по месеци и по земја на потекло.

3.1. Број на туристи во Косово

Според податоците од табелата бр.2 може да се забележи дека бројот на домашните туристи со текот на годините бележи намалување и зголемување, па според тоа, најмногу домашни туристи се регистрирани во 2018 година, а најмалку во 2011 година. Од друга страна, бројот на странски туристи кои го посетиле Косово бележи постојано зголемување, па така од речиси 34 илјади туристи во 2010 година, тој број достигнал околу 220 илјади во 2018 година. Ако се погледне вкупниот број на туристи, ќе забележиме дека за временскиот период 2010-2018 година има осцилации во тој аспект, па така во 2011 година има намалување на бројот на туристи во однос на 2010 година, а веќе во 2012 година има зголемување за 36.4% во однос на 2011 година. Во 2013 година повторно имало намалување на вкупниот број на туристи во однос на 2012 година, односно тој број опаднал за 3.3%, а веќе во 2014 година има зголемување на вкупниот број на туристи во однос на 2013 година за 12.9%.

⁴⁶ Agjencia e Statistikës së Republikës së Kosovës, Seria 3: Statistika ekonomike, Statistika e hotelerisë, TM 3 2016, Dhjetor 2016, f.2-4

Табела бр.2 Број на туристи во Косово за временскиот период 2010-2018 год.

Година	Број на туристи		
	Домашни	Странски	Вкупно
2010	44753	34382	79135
2011	42044	30349	72393
2012	49973	48790	98763
2013	45380	50074	95454
2014	46477	61313	107790
2015	60200	79238	139438
2016	46579	83710	130289
2017	34569	86032	120601
2018	106978	219486	326464

Извор: Агенција за статистика на Косово, 2019

Графикон бр.1 Број на туристи во Косово 2010-2018 година



Во 2015 година било забележано зголемување на бројот на туристи (вкупно 139 438 туристи) за 29.4% во однос на 2014 година. Во 2016 година повторно се намалува бројот на туристи, а тоа намалување е за 6.6% во однос на 2015 година, додека трендот на намалување продолжува и во 2017 година кога земјата ја посетиле 120 601 туристи, што е за околу 10 илјади туристи помалку во однос на 2016 година.

Во 2018 година се забележува драстично зголемување на бројот на туристи 170,7% во однос на 2017 година, кога Косово го посетиле над 326 илјади туристи. Притоа, ако се анализира целиот анализиран период 2010-2018 година, може да се забележи дека во 2018 година вкупниот број на туристи во Косово се зголемил за

412,54% во однос на 2010 година. Тоа зголемување кај домашните туристи изнесува 239,04%, а додека бројот на странски туристи кои го посетиле Косово во 2018 година бележи драстично зголемување од дури 638, 37% во однос на бројот на странски туристи во 2010 година.

3.2. Остварени ноќевања во Косово

Остварените ноќевања во Косово од страна на домашните туристи во периодот 2010-2018 година бележат одредени нагорни и надолни тенденции, па така во 2010 година во Косово се остварени вкупно 121 517 ноќевања, додека во 2011 година има намалување за повеќе од 10 илјади ноќевања во однос на претходната година. Во 2012 година има зголемување на бројот на остварени ноќевања за 29.6% во однос на 2011 година, додека во 2013 година повторно има намалување на бројот на остварени ноќевања за 3% во однос на 2012 година.

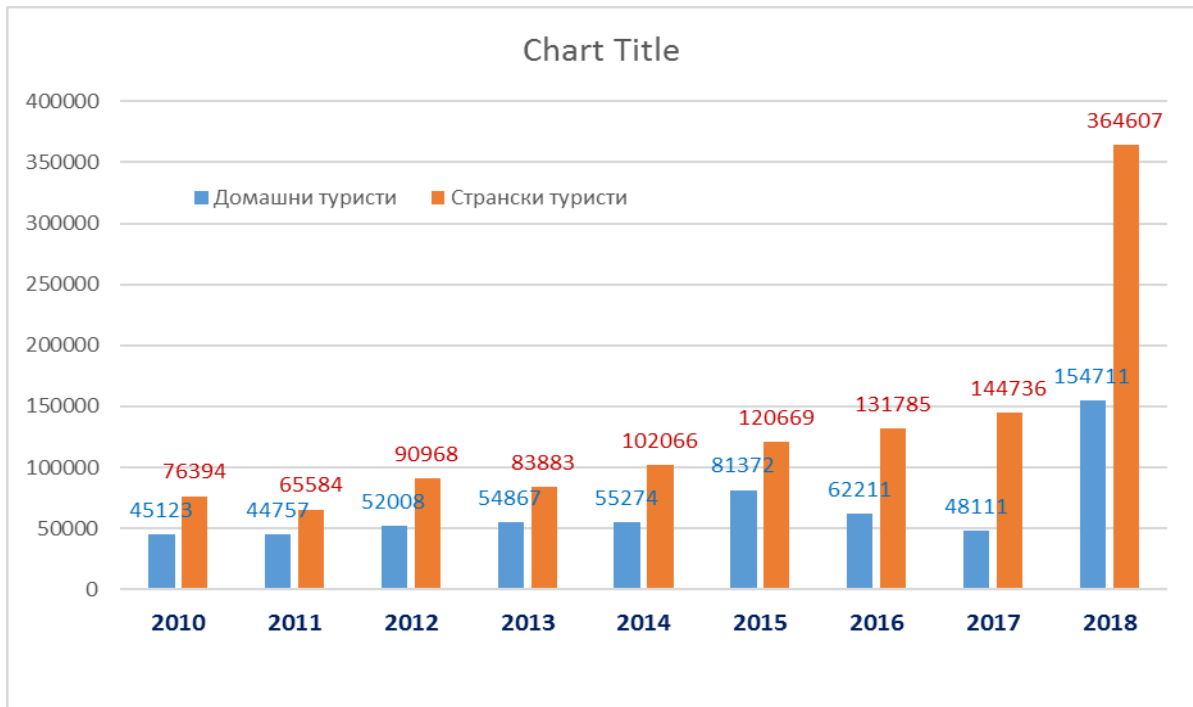
Во 2014 година повторно се забележува зголемување на бројот на остварени ноќевања затоа што имало над 18 илјади вкупно повеќе остварени ноќевања во однос на 2013 година. Во 2015 година има зголемување на бројот на остварени ноќевања за 28.4% во однос на 2014 година (табела бр.3).

Табела бр.3 Остварени ноќевања во Косово за периодот 2010-2018 година

Година	Остварени ноќевања		
	Домашни Туристи	Странски Туристи	Вкупно
2010	45123	76394	121517
2011	44757	65584	110341
2012	52008	90968	142976
2013	54867	83883	138750
2014	55274	102066	157340
2015	81372	120669	202041
2016	62211	131785	193996
2017	48111	144736	192847
2018	154711	364607	519318

Извор: Агенција за статистика на Косово, 2019

Графикон бр.2 Остварени ноќевања во Косово 2010-2018 година



Во 2016 и 2017 година има намалување на бројот на остварени ноќевања и тој број се движи околу 190 илјади ноќевања, а веќе во 2018 година се забележува огромно зголемување на бројот на остварени ноќевања, затоа што од 190 илјади ноќевања во 2017 година, тој број достигна околу 520 илјади ноќевања во 2018 година. Притоа за целиот анализиран период 2010-2018 година забележано е зголемување на вкупниот број на ноќевања на туристите за 427,36%. Кога станува збор за ноќевањата на домашните туристи, може да се забележи дека во 2018 година бројот на ноќевања на домашните туристи се зголемил за 342,86% во однос на 2010 година, а тоа зголемување на ноќевањата на странските туристи изнесува дури 477,27%.

3.3. Земја на потекло на туристите

Во 2010 година најголем број на посетители кои го посетиле Косово се од Албанија (над 4 илјади туристи), на второ место се оние од Германија, а на трето место се туристите од Турција. Иста е состојбата и во 2011 година⁴⁷.

Во 2012 година Косово најмногу го посетиле туристи од Албанија (1436 туристи), на второ место биле туристите од Турција (853 туристи), а на трето место се оние од Германија (716 туристи)⁴⁸.

⁴⁷ Agjencia e statistikave të Kosovës, Numri i turistëve sipas vendit të origjinës, 2007-2017 (autori ka bërë rradhitjen dhe kalkulimin e të dhënave statistikore për vitet 2010, 2011 dhe 2017)

Во 2013 година повторно на прво место по посетеност се наоѓаат туристите од Албанија (7778 туристи), додека на второ место сега доаѓаат туристите од САД (5302 туристи), а на трето место се туристите од Турција (4949 туристи)⁴⁹.

Табела бр.4 Број на туристи во Косово според земјата на потекло за
временскиот период 2010-2017 година

Земја	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи	Број на туристи
Австрија	451	500	233	566	1727	3365	3799	3006
Белгија	85	43	108	56	408	1096	1368	1554
БиХ	269	212	136	429	289	1097	1384	1337
Велика Британија	1296	1251	289	1916	2044	2377	2784	2674
Франција	423	301	151	989	1085	1711	1909	2170
Германија	2941	2750	716	4259	5003	6194	7236	8594
Грција	114	37	13	243	238	622	672	791
Холандија	993	278	99	78	179	856	1260	1383
Италија	1512	1938	175	3704	2061	2409	2542	2660
Хрватска	950	871	298	1771	1757	3883	2774	2331
Црна Гора	270	181	51	372	368	1631	1576	1571
Македонија	935	713	305	1034	1179	3124	3174	3363
Полска	102	110	13	51	46	230	345	363
Србија	558	515	195	725	1303	2609	3113	3271
САД	1867	1628	624	5302	5283	6065	6165	5576
Албанија	4152	4050	1436	7778	9262	17206	15082	15147
Словенија	1166	1707	461	1467	1881	3111	3212	3642
Шпанија	14	28	6	39	24	266	185	197
Турција	2184	2028	853	4949	3841	5380	6540	7195
Швајцарија	471	1061	256	2591	3336	5202	5574	6482
Др. држави	13629	10147	6265	11755	19999	10804	13016	12725
Вкупно:	34382	30349	48790	50074	61313	79238	83710	86032

Извор: Агенција за статистика на Косово, 2019

⁴⁸ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.167-168

⁴⁹ Исто, стр.167-168

Состојбата се повторува и во 2014⁵⁰ година затоа што Косово го посетиле 9262 туристи од Албанија, на второ место се гостите од САД (5283 туристи) и на трето место се туристите од Германија (5003 туристи).

Веќе во 2015 година најбројни се повторно туристите од Албанија (17206 туристи), додека на второ место се туристите од Турција (6540 туристи) и на трето место се туристите од Германија (6065 туристи)⁵¹.

Во 2016 година исто така најбројни се гостите од Албанија (15082 туристи), на второ место се туристите од Германија (7236) и на трето место се оние од Турција (6540 туристи⁵²).

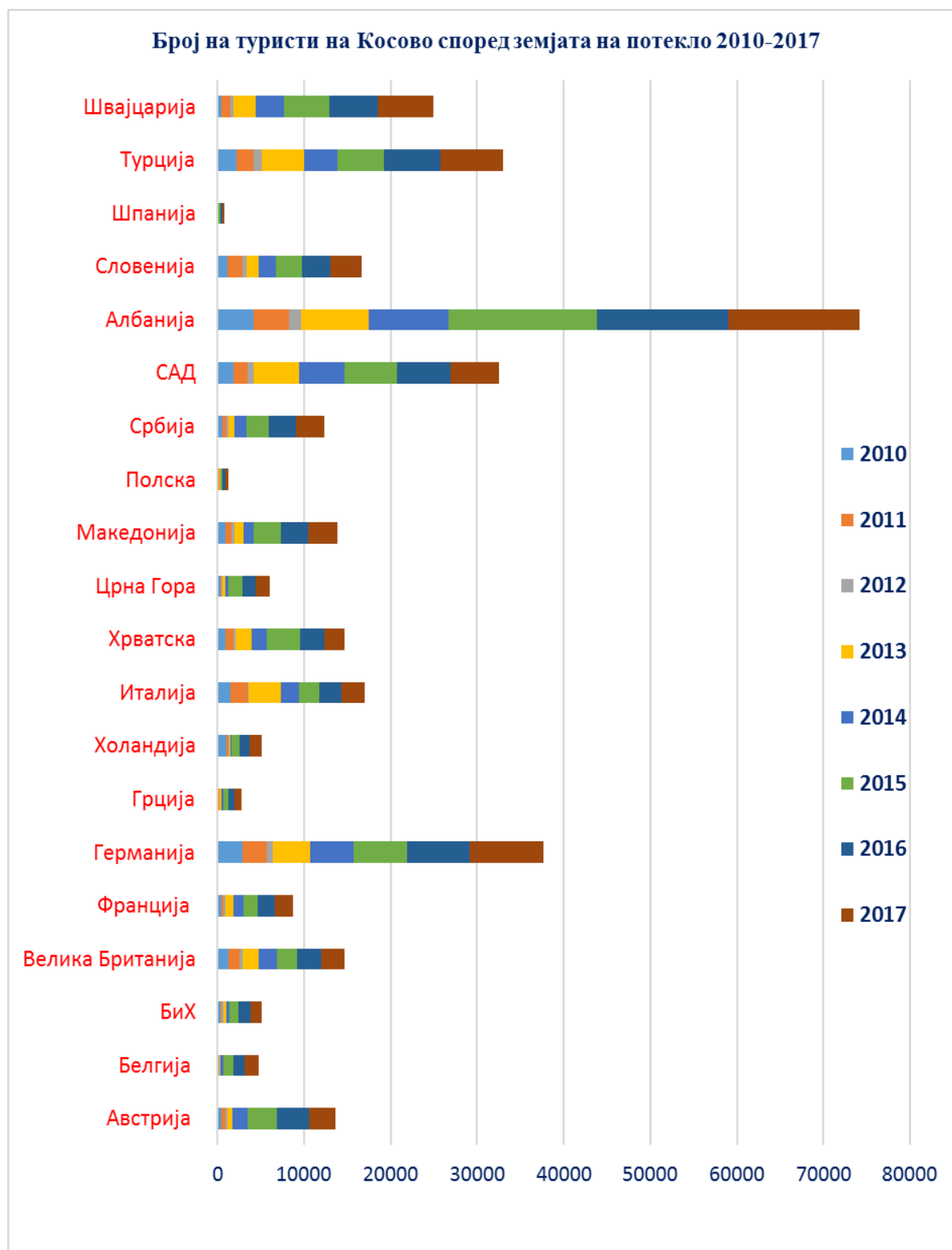
Во 2017 година, најбројни туристи биле оние од Албанија, потоа од Германија и на трето место туристите од САД. Кога се анализираат овие податоци може да се забележи дека покрај туристите од Албанија кои го држат приматот по посетеност за целиот анализиран период 2010-2017 година, чести гости се и туристите од Германија (на второ место за целиот анализиран период), Турција (на трето место по посетеност), САД (на четврто место), Швајцарија (на петто место) и Италија (на шесто место) поради фактот што голем дел од населението во Косово привремено живее и работи во тие земји, па кога пристигнуваат во Косово се пријавуваат како државјани на странските земји кадешто работат, а тоа значи дека се евидентираат како туристи со пасоши на конкретната земја. Туристите од Македонија кои го посетиле Косово се на осмо место во целиот анализиран период 2010-2017 година. Најмало односно незабележливо е учеството на туристите од Шпанија, Полска, Грција и Белгија.

⁵⁰ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.167-168

⁵¹ Исто, стр.167-168

⁵² Исто, стр.167-168

Графикон бр.3 Број на туристи во Косово според земјата на потекло за временскиот период 2010-2017 година



КОга се анализира бројот на ноќевања, може да се забележи дека во 2010 година најмногу ноќевања оствариле туристите од Германија (над 8400 ноќевања), потоа туристите од Турција и на трето место се туристите од САД. Речиси иста е состојбата и во 2011 година, кога во Косово најмногу престојувале туристите од Германија, потоа туристите од Албанија и на трето место по број на остварени ноќевања се туристите од Словенија⁵³.

Табела бр.5 Остварени ноќевања во Косово според земјата на потекло на туристите за временскиот период 2010-2017 година

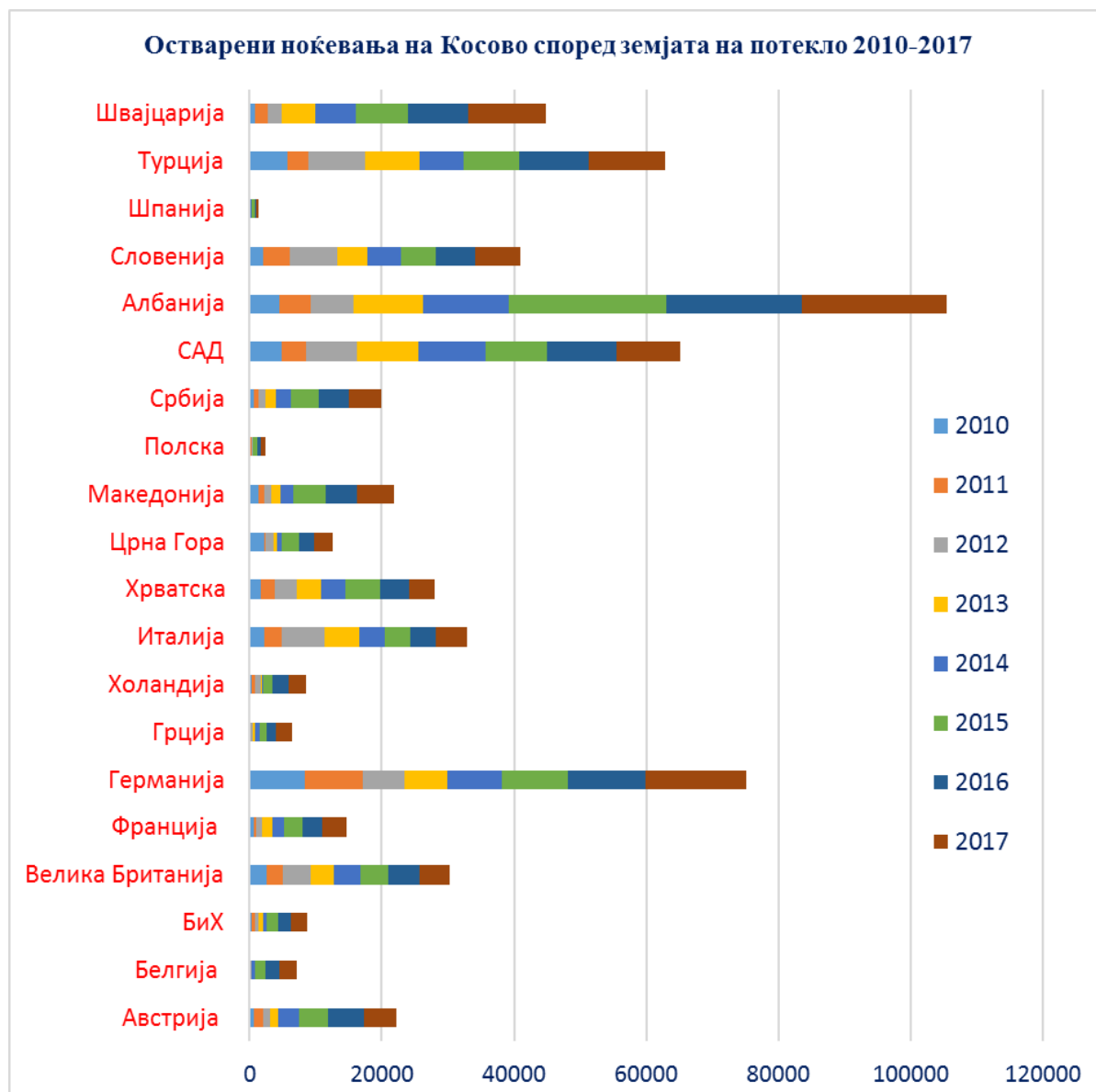
Земја	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања	Ноќевања
Австрија	680	1320	1107	1226	3240	4312	5483	4875
Белгија	108	43	139	65	469	1654	2022	2682
БиХ	393	390	549	775	522	1649	2005	2384
Велика Британија	2571	2539	4071	3623	4018	4183	4671	4559
Франција	601	409	875	1537	1793	2850	2934	3670
Германија	8413	8730	6279	6497	8254	9888	11814	15145
Грција	155	63	287	396	591	1116	1308	2460
Холандија	342	505	850	111	296	1406	2324	2695
Италија	2320	2595	6365	5280	3873	3939	3807	4644
Хрватска	1752	1973	3344	3795	3667	5235	4332	3905
Црна Гора	2195	264	1099	639	582	2646	2379	2713
Македонија	1284	969	977	1432	1990	4860	4778	5556
Полска	143	150	142	62	63	619	581	562
Србија	705	708	1074	1418	2340	4210	4544	4986
САД	4925	3676	7670	9315	10037	9331	10483	9716
Албанија	4540	4733	6395	10515	12942	23872	20518	21975
Словенија	2017	4120	7085	4627	5088	5289	5843	6879
Шпанија	18	40	84	58	26	581	285	333
Турција	5796	3116	8627	8237	6608	8373	10499	11536
Швајцарија	822	1962	2157	5038	6059	7837	9142	11848
Други држави	36614	27279	31792	19237	29608	16819	22033	21613
Вкупно:	76394	65584	90968	83883	102066	120669	131785	144736

Извор: Агенција за статистика на Косово, 2019

⁵³ Agjencia e statistikave të Kosovës, Numri i bujtjeve sipas vendit të origjinës, 2007-2017 (autori ka bërë rradhitjen dhe kalkulimin e të dhënave statistikore për vitet 2010, 2011 dhe 2017)

Во 2012 година туристите од Турција најмногу престојувале на Косово (8627 ноќевања), на второ место се гостите од САД (7670 ноќевања) и на трето место се оние од Словенија (7085 ноќевања).

Графикон бр.4 Остварени ноќевања во Косово според земјата на потекло на туристите за временскиот период 2010-2017 година



Веќе во 2013 година во Косово најмногу престојувале туристите од Албанија (10515 ноќевања), додека на второ место по остварени ноќевања се оние од САД (9315 ноќевања) и на трето место се туристите од Турција (8237 ноќевања)⁵⁴. Состојбата се повторува и во 2014 година кога во Косово најмногу престојувале туристи од Албанија

⁵⁴ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.168-169

(12942 ноќевања), на второ место се туристите од САД (10037 ноќевања) и на трето место се туристите од Германија (8254 ноќевања)⁵⁵.

Во 2015 година најмногу кои престојувале се повторно туристите од Албанија, но оваа година значително повеќе од претходните години (23872 ноќевања), додека на второ место се туристите од Германија со 9888 остварени ноќевања и на трето место се туристите од САД кои оствариле 9311 ноќевања⁵⁶.

Во 2016 година исто така најмногу престојувале гостите од Албанија (20518 ноќевања), на второ место се туристите од Германија кои оствариле 11814 ноќевања и на трето место се оние од Турција кои оствариле 10499 ноќевања⁵⁷. Во 2017 година, најмногу престојувале туристите од Албанија, потоа од Германија и од Швајцарија⁵⁸.

Кога се анализира бројот на ноќевања на странските туристи според земјата на потекло за целиот анализиран период 2010-2017 година, може да се забележи дека на прво место по остварени ноќевања се туристите од Албанија, на второ место се туристите од Германија, на трето место се туристите од САД, на четврто туристите од Турција, на петто туристите од Швајцарија, на шесто место се туристите од Словенија, на седмо се туристите од Италија, на осмо туристите од Велика Британија итн.

4. Анализа на статистичките податоци за туризмот во Призрен за временскиот период 2010-2018

Според Агенцијата за статистика на Косово, целата територија е поделена на седум (7) статистички единици:

- Гаково,
- Гнилане,
- Митровица,
- Пеќ,
- Призрен,
- Приштина и
- Урошевац.

⁵⁵ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.168-169

⁵⁶ Исто, стр.168-169

⁵⁷ Исто, стр.168-169

⁵⁸ Agjencia e statistikave të Kosovës, Numri i bujtjeve sipas vendit të origjinës, 2007-2017 (autori ka bërë rradhitjen dhe kalkulimin e të dhënave statistikore për vitet 2010, 2011 dhe 2017)

Треба да се напомене дека овие статистички региони се креирани според големината на градовите, а околу нив гравитираат помали општини со седиште во град и повеќе општини со седиште во село, односно рурални општини.

4.1. Број на домашни туристи

Најпосетен регион во Косово според бројот на домашни туристи е главниот град, односно статистичкиот регион на Приштина, втор регион по посетеност е Пеја, а трет најпосетен регион во Косово е Призрен, кого го посетиле над 18 илјади домашни туристи во 2017 година.

Табела бр.6 Број на домашни туристи во Призрен 2010-2017

Година / број на туристи	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Призрен	4663	5434	6212	8109	8615	16316	16479	18358

Од податоците во табелата бр.6 може да се забележи дека од година во година сè повеќе се зголемува бројот на домашни туристи кои го посетиле Призрен, при што тој број во 2017 година изнесува 18 358 домашни туристи, за разлика од 2010 година кога тој број изнесува 4663. Притоа, бројот на домашни туристи кои го посетиле Призрен во 2017 година се зголемил за 393,69 % во однос на 2010 година.

Графикон бр.5 Број на домашни туристи во Призрен 2010-2017



4.2. Број на странски туристи

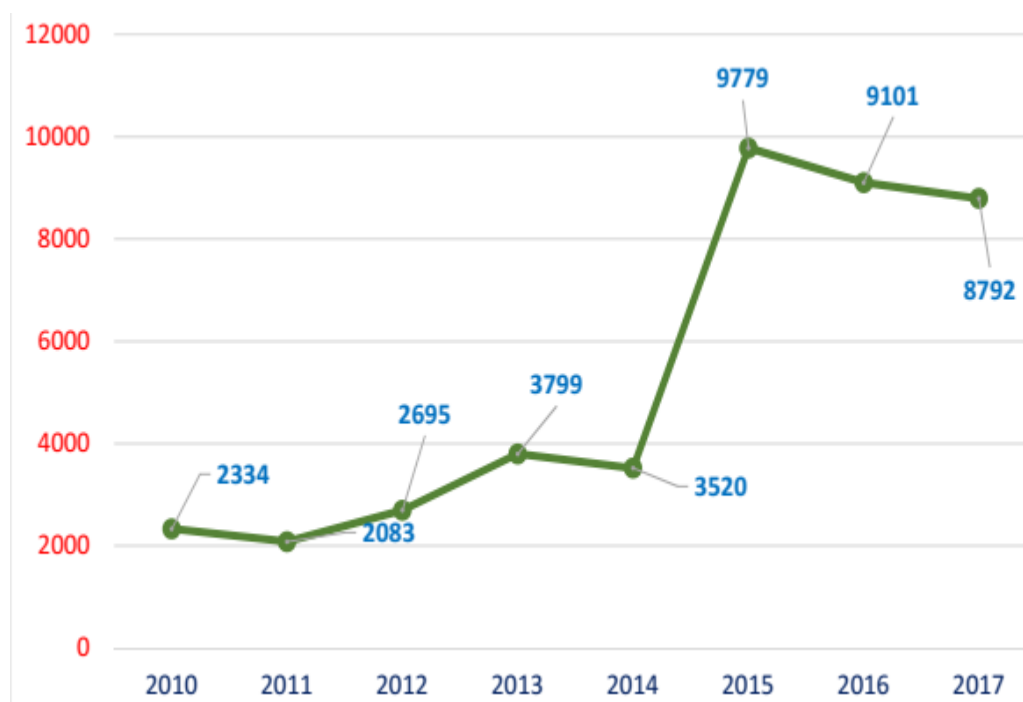
Најмал број на странски туристи во Призрен е забележан во 2011 година кога престојувале речиси 2100 туристи, додека најмногу странски туристи во Призрен е забележан во 2015 година кога престојувале речиси 9800 туристи.

Табела бр.7 Број на странски туристи во Призрен 2010-2017

Година / број на туристи	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Призрен	2334	2083	2695	3799	3520	9779	9101	8792

Извор: Агенција за статистика на Косово, 2018

Графикон бр.6 Број на странски туристи во Призрен за 2010-2017



Ако се анализира целиот период 2010-2017 година, може да се забележи дека бројот на странски туристи кои го посетиле Призрен во 2017 година се зголемил за 376,69% во однос на почетната анализирана година 2010-та.

4.3. Остварени ноќевања на домашни туристи

Ако се анализира бројот на остварени ноќевања од страна на домашните туристи кои престојувале во Призрен, може да се каже дека најмногу ноќевања се забележани во 2017 година (31 472 ноќевања), а најмалку ноќевања биле остварени во 2011 година (6946 ноќевања).

Табела бр.8 Остварени ноќевања на домашни туристи во Призрен 2010-2017

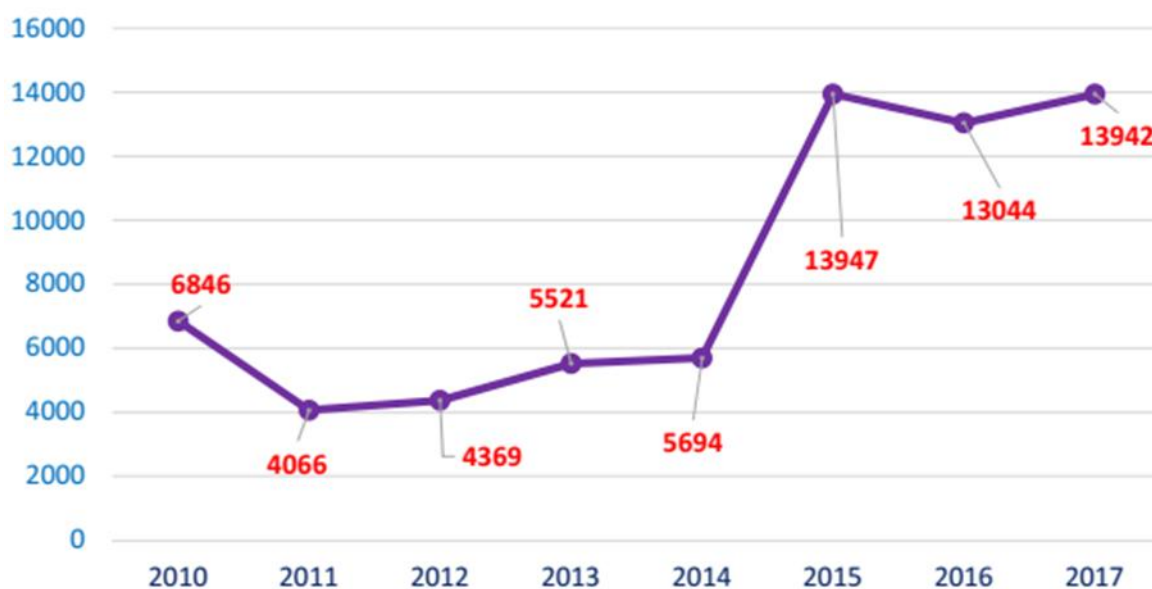
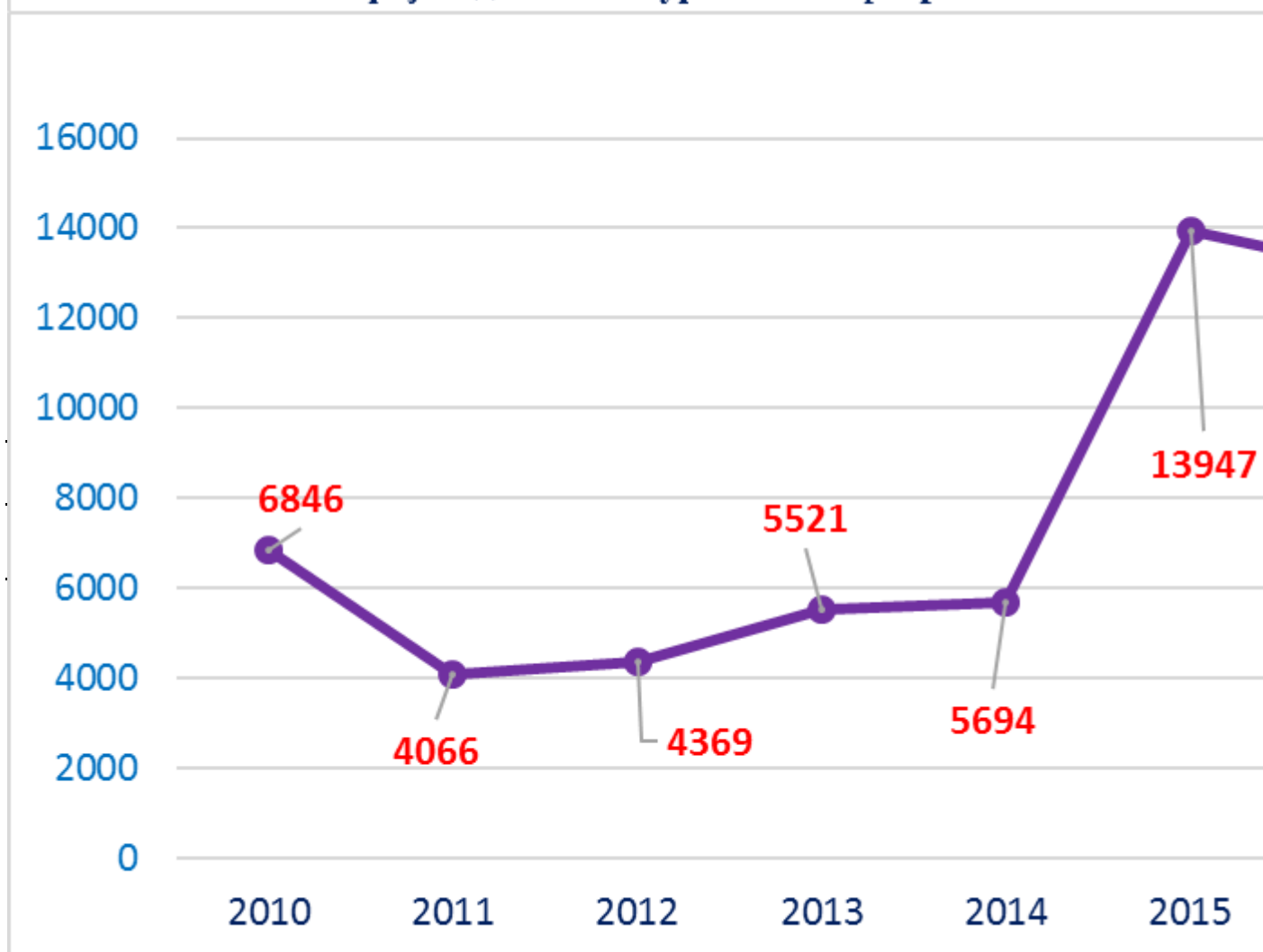
Година / број на туристи	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Призрен	9210	6946	7962	10360	11144	21396	21482	31472

Графикон бр.7 Остварени ноќевања на домашни туристи во Призрен 2010-2017 година



Од податоците се забележува дека низ целиот период на истражување се забележува дека бројот на остварени ноќевања од страна на домашните туристи има тренд на постојано зголемување, освен во 2011 година, кога е забележано намалување на бројот на остварени ноќевања. Кога се анализира целиот временски период 2010-2017 година може да се забележи дека во 2017 година бројот на остварени ноќевања на домашните туристи се зголемил за 341,72 % во однос на бројот на остварени ноќевања во 2010 година.

Број на домашни туристи во Призрен за 2010-2017



Од податоците во табелата може да се забележи дека кај ноќевањата реализирани од странските туристи во Призрен од 2010 до 2014 година нема некои големи разлики затоа што тој број варираше од 4 до 7 илјади ноќевања. Веќе од 2015 година наваму, бројот на остварени ноќевања се зголемил за два ипол пати, со тренд на понатамошно зголемување. Притоа, за време на целиот анализиран период 2010-2017 година бројот на ноќевања на странските туристи во Призрен се зголемил за 203,65%.

Кога станува збор за земјата од кадешто доаѓаат туристите кои го посетиле Призрен, треба да се истакне дека во Агенцијата за статистика на Косово нема податоци за бројот на странски туристи кои го посетиле Призрен според земјата на потекло, како ни за категоријата број на ноќевања на странски туристи според земјата на потекло.

4.5. Капацитети за сместување

Туристичката и угостителската дејност во Косово е регулирана со Законот за туризам на Република Косово⁵⁹, каде во член3 точка 1.12 и 1.13, стои дека угостителските објекти се делат на:

- Сместувачки единици (угостителски објекти за сместување кои се користат од угостителски субјекти кои нудат само услуги за сместување и престој на туристите),
- Несместувачки единици (угостителски субјекти кои нудат услуги за исхрана и пијалоци, но не и услуги за сместување).

Од друга страна, постои упатство (Административното упатство за регулирање и развој на системот за проценка на сместувањето бр.19/2013 од Министерството за трговија и индустрија), каде во член 2 точка 1.3 е наведено дека под “угостителска дејност се подразбира дејност што нуди услуги за ноќевање, исхрана, пијалоци, забава, организирање на конференции, деловни услуги и друго“.

Според горенаведеното упатство, во членот 2 точка 1.4 се наведува дека под “угостителски објекти се подразбираат хотелските резорти, хотелите, малите хотели, бутик хотели, гарни хотели, апарт хотели, хостели, мотели, ресторан мотели, ноќевалиштата, пансионите, туристичките села, етно селата, вилите, туристичките апартаменти, планинските куќи, автокамповите и одморалиштата“.

За да добиеме појасна слика за состојбата со капацитетите за сместување на гости во Призрен, најнапред ќе прикажеме одредени податоци територијата на цело Косово, а потоа ќе направиме споредба колку учествуваат капацитетите за сместување во Призрен во однос на Косово како туристичка дестинација.

⁵⁹Ligji për turizmin nr.L-04/176, Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës nr.14, datë 10.05.2013, Prishtinë, 2013, neni 3, pika 1.12 dhe 1.13

Табела бр.10 Податоци за капацитетите за сместување според соодветниот вид на објект за сместување на ниво на Косово за 2016 година⁶⁰

Вид на сместувачки единици	Капацитет на:		
	Единици	Соби	Легла
Хотел	194	4329	7066
Мотел	182	2170	2916
Пансион	9	39	79
Хостел	9	43	171
Апартмани за туристи	15	25	32
Бунгалови	38	330	721
Простор за кампирање	17	-	-
Активни субјекти	464	6936	10985
Неактивни субјекти	31	-	-
Вкупно:	495	6936	10985

Извор: Агенција за статистика на Република Косово, Туристичките капацитети во Косово во 2016 година, Извештај за капацитетите, Приштина, Јули 2017 година

Како што може да се види од табелата број 10, најголемиот број на сместувачки капацитети припаѓа на единицата хотели (194 хотели) кои имаат вкупно 4329 соби и 7066 легла, на второ место по застапеност се капацитетите на мотелите (182 мотели) со 2170 соби и 2916 легла, а на трето место се наоѓаат бунгаловите (38 бунгалови) со 330 соби и 721 легла. Според овие податоци, на ниво на Косово, дневно во сите видови на сместувачки капацитети може да престојуваат вкупно 11000 гости.

Капацитетите за сместување на гости може да се прикажат и за другите општини поодделно, но целта на анализата на овој труд е општина Призрен. Според тоа, податоците кои се однесуваат за капацитетите за сместување во Призрен, може да се видат од следната табела (табела бр.11).

Табела бр.11 Капацитети за сместување во Призрен⁶¹

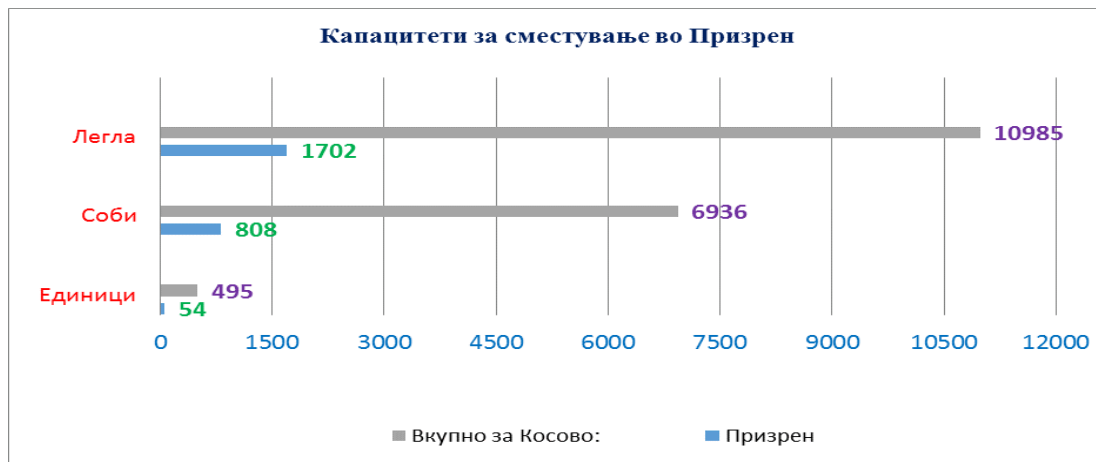
Општина	Капацитет на:						
	Единици		% учество	Соби	% Учество	Легла	% Учество
Призрен		54	10.9	808	11.6	1702	15.5
Вкупно за Косово:		495	100.0	6936	100.0	10985	100.0

Извор: Агенција за статистика на Република Косово, Туристичките капацитети во Косово во 2016 година, Извештај за капацитетите, Приштина, Јули 2017 година

⁶⁰Agjencia e Statistikave të Republikës së Kosovës, Kapacitetet turistike (njësitë akomoduese) në Kosovë për vitin 2016, Raport për kapacitetet, Prishtinë, Korrik 2017, f.8

⁶¹Agjencia e Statistikave të Republikës së Kosovës, Kapacitetet turistike (njësitë akomoduese) në Kosovë për vitin 2016, Raport për kapacitetet, Prishtinë, Korrik 2017, f.8

Графикон бр.9 Капацитети за сместување во Призрен



Од податоците се забележува дека Призрен учествува со речиси 11% во вкупниот број на капацитети за сместување во Косово, со околу 12% во вкупниот број на соби и со 15% во вкупниот број на легла во Косово.

Врз основа на податоците може да се заклучи дека состојбата со сместувачки капацитети во Призрен е неповолна затоа што ова место како многу атрактивна туристичка дестинација мора да има поголеми капацитети за сместување на гостите имајќи го во предвид фактот дека секоја година се зголемува бројот на туристите и на остварените ноќевања.

4.6. Степен на искористеност на капацитетите за сместување

Според податоците во табелата бр.12, најмал процент на искористеност на сместувачките капацитети во Призрен е забележан во 2011 година, а најголем во 2017 година.

Табела бр.12 Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Призрен за периодот 2010-2018 година⁶²

Година	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Процент на искористеност	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Призрен	17.67	11.34	15.28	19.89	21.29	30.62	31.12	38.68	36.18

Извор: Агенција за статистика на Косово, Статистика на процент на искористеност на капацитетите за сместување, Приштина, 2019 година

⁶²Agjencia e statistikave të Republikës së Kosovës, Statistika për përqindjen e e hotelerisë, TM 4-2016, Prishtinë, Mars 2017, f.7

Графикон бр.10 Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Призрен за периодот 2010-2018 година



Од податоците се забележува дека стапката на искористеност на капацитетите за сместување во Призрен има тренд на зголемување што претставува позитивна тенденција и таквиот тренд мора да продолжи со уште поголема стапка на раст.

4.7. Број и видови на угостителски објекти за исхрана

Угостителските објекти за давање на услуги за исхрана и пијалоци се такви објекти каде се врши приготвување и послужување на храна, приготвување оброци заради консумирање на друго место, послужување на алкохолни и безалкохолни пијалоци, приготвување и послужување на топли и ладни напивки.

Угостителските објекти за исхрана и пијалоци, како најчест облик на објект во Косово, можат да бидат:

- Ресторани (ресторани, гостилници, млечни ресторани, ресторан бавчи, кебапчилници, бистроа, пицерији, fast-food ресторани),
- Барови (кафеана, кафетерија, ноќен бар, кабаре, дискотека, пивница)
- Кантини и други видови на објекти за исхрана и пијалоци.

Бројот на угостителски објекти за исхрана по региони во Косово, со посебен осврт за Призрен, може да се види од следната табела⁶³ (табела бр.13).

⁶³ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.180-184

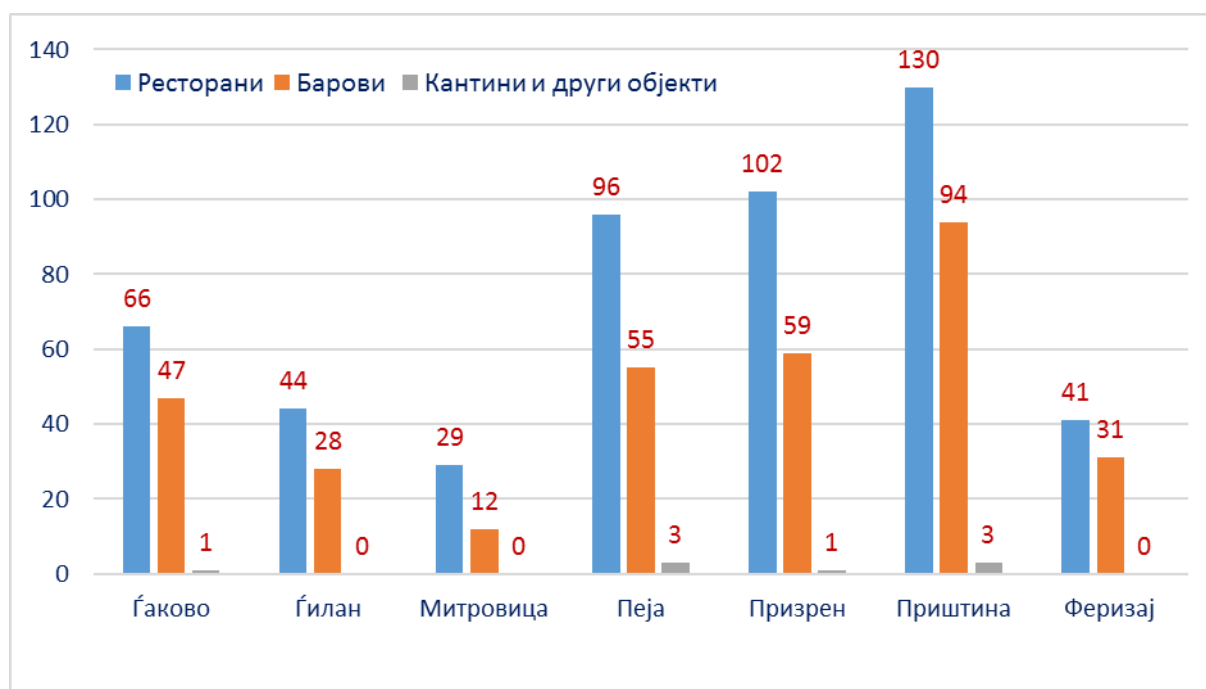
Табела бр.13, Број на угостителски објекти за исхрана по региони во Косово, со посебен осврт на Призрен, во 2016 година

Вид на објект за исхрана	Ѓаково	Ѓилан	Митровица	Пеќ	Призрен	Приштина	Феризај	Вкупно
Ресторани	66	44	29	96	102	130	41	505
Барови	47	28	12	55	59	94	31	326
Кантини и други објекти	1	0	0	3	1	3	0	8
Вкупно:	114	72	41	154	162	227	72	839

Извор: Агенција за статистика на Република Косово, Угостителски објекти за сместување и исхрана, Приштина 2016 година

Врз основа на податоците, може да се забележи дека бројот на угостителски објекти за исхрана и пијалоци во Косово за 2016 година изнесува 839, од кои 505 припаѓаат на категоријата ресторани, 326 се барови, а само 8 објекти во земјата служат пијалоци во кантини. Најмногу угостителски објекти за исхрана има во Приштина (227 објекти), на второ место е Призрен со 162 угостителски објекти и на трето место е Пеќ со 154 угостителски објекти за исхрана и пијалоци. Кога се анализира состојбата во општина Призрен, може да се забележи дека на нејзината територија има вкупно 102 ресторани, 59 барови и само една кантина.

Графикон бр.11 Број на угостителски објекти за исхрана по региони во Косово во 2016 година



5. SWOT анализа на можностите и предизвиците за развој на туризмот во Призрен

Од поголемиот број на методи кои се користат во процесот на планирање и изготвување на стратегии за развој, најчесто се користи SWOT анализата, со која се вреднуваат силните и слабите страни, како и можностите и предизвиците, односно ризиците кои се појавуваат во одреден проект или организација.

Според истражувањата кои се направени, постојните силни и слаби страни, како и можностите и предизвиците за развој на туризмот во Призрен се прикажани во табела бр.14. Притоа, во оваа анализа се прикажани најважните аспекти на главните проблеми и решенија во Општина Призрен⁶⁴:

⁶⁴Програма за Развој на Обединетите Нации (УНДП) за биодиверзитетот и одржливото управување со користењето на земјиштето во Призрен и Локалниот план за развој на Призрен 2013-2023 година.

Табела бр.14 СВОТ анализа на Призрен

Силни страни:	Слаби страни:
<ul style="list-style-type: none"> • природно богатство, • богато културно наследство, • добра географска положба (плодни рамници, планини), • добар патен пристап од сите места на Косово, • добар патен пристап до пристаништата во Албанија, • големи водени ресурси, • туристички организации во општината, • традиционални занаети, • гостопримливи луѓе, • традиционална кујна, • релативно недопрена природна средина, • организирање на бројни годишни културни активности, • развој на традиционални занаети за туристички цели. 	<ul style="list-style-type: none"> • недостаток на координација помеѓу различните актери на локално и регионално ниво, • висока стапка на невработеност, • недостаток на поволна правна средина за развој на туризмот, • недостаток на соодветни капацитети за туристичко сместување, • недостаток на заштитни мерки против испуштање на отпадни води и управување со тие води, • недостиг на современи стандарди во туристичкото услужување, • недоволен маркетинг и промоција на туризмот во овој регион, • недостаток на обука на работната сила, • недостаток на информации и услуги за посетителите, • недостаток на стратегија за одржлив и рамномерен развој, • недостаток на стратегија и иницијативи за привлекување инвестиции, • ниско ниво на вештини и способности во делот на услуги кои се поврзани со туризмот, • недостаток на регионална стратегија за промотивни активности, • недостиг на искуство за развој на јавно-приватно партнерство.

Можности:	Ризици:
<ul style="list-style-type: none"> • развој на подрачја со туристичка различност, • развој на градот како туристичка дестинација заедно со економскиот раст • традиционални активности во земјоделството, преработката на храна, • вклучување на дијаспората во развојот на туризмот, • поврзувањето на Призрен со другите туристички дестинации на албанија и другите соседни земји, • поволната географска положба на регионот за развој на туризмот, • поддршка и добра волја за инвестирање од страна на општината, граѓаните и дијаспората, • успешно јавно-приватно партнерство, • младо население со добро ниво на образование, • достапност на грант-шемите од страна на европската комисија и други меѓународни донатори, • богато културното наследство како предност за развој на културниот туризам, • атрактивни места за изградба на нови капацитети за рекреација и спортување 	<ul style="list-style-type: none"> • силна конкуренција од другите региони и места, • недостаток на инвестиции од страна на владата и од странските инвеститори, • економска криза и зголемување на невработеноста, • недостиг на законски рамки за развој на туризмот, • висок ризик на инвестициите, • нередовно снабдување со електрична енергија, несоодветна техничка состојба на електричната инфраструктура, • деградација на животната средина, загадување на воздухот, загадување на реките, • недостиг на финансиски средства за развој, • неефикасност на судовите и органите за спроведување на законот, • недостиг на финансиска поддршка, • неконтролирана миграција од руралните во урбаните средини.

Поволната географска положба, природните ресурси, евтината работна сила, интересот на странските туристи, можности за изведување на разни рекреативни активности и екотуризам, како и традицијата на регионот за развој на други видови на туризам, покрај останатите, се сметаат како многу силна страна за развојот на туризмот во Призрен. Значи, силните страни се однесуваат на природните и човечките ресурси

во овој регион и би останале како силна страна само доколку се искористат правилно во насока на развојот на туризмот.

Сепак, постојат и слаби страни за развој на туризмот во овој регион. Бидејќи сите слаби страни се поврзани помеѓу себе, многу е тешко да се одвојат една од друга и да се рангираат, не може категорички да се каже која е најслабата страна за развој на туризмот во Призрен. Нелојалната конкуренција и институционалната негрижа е еден од поголемите проблеми со кои се соочува развојот на туризмот не само во Призрен, туку и во цело Косово. По сите параметри може да се заклучи дека институционалната негрижа или недоволна грижа е вметната во сите аспекти на туризмот и на економијата воопшто. Нелојалната конкуренција можеби произлегува и од фактот што нема доволна и строга контрола над сите законски и подзаконски акти за тоа како работат и функционираат туристичките претпријатија во Косово или пак тоа претставува начин преку кој да се збогатат едни на сметка на други претпријатија.

Кога се зборува за недоволно развиени институции кои треба да понудат производи и услуги, се мисли на тоа дека во Косово нема јасно дефинирана организација или институција која се занимава исклучиво со развојот на туризмот или пак тие што постојат имаат проблеми и потешкотии во функционирањето, било тоа да е од финансиска или од човечка природа. Значи, нема некоја Агенција за промоција на туризмот или друга институција која би работела на субвенционирање на туризмот. Постои само еден сектор за туризам во рамките на Министерството за трговија и индустрија, а тој сектор е недоволно екипиран и квалификуван за работење во областа на туризмот и угостителството како значаен сектор на економијата.

Иста е состојбата и во приватниот сектор затоа што нема соодветна организација или асоцијација која ќе се занимава со развојот на туризмот, не само во Призрен, туку и на територијата на цело Косово. Малкуте организации кои дејствуваат во оваа насока се добро организирани и тие се во можност да понудат квалитетни туристички производи и услуги. Сепак, тие се малку на број и не се во можност силно да влијаат врз другите сфери на туристичкото работење.

Косово е економија во развој, или подобро кажано во транзиција, па логично е да се утврди дека постои недостаток на финансиски средства наменети за проекти за одржлив развој на туризмот воопшто. Иста е состојбата и со општинските буџети кои не се во можност да финансираат позначајни проекти од областа на туризмот. Тука се надоврзува и проблемот со неадекватното планирање на капиталните проекти од областа на туризмот, а тоа е резултат на несериозно сфатената улога која ја има туризмот го има за националната економија. Недостигаат капитални проекти и од

страна на државата и од страна на локалната власт, но вреди да се истакне дека недостигаат и капитални проекти кои се финансираат од странски инвеститори. Постојаниот недостаток на електрична енергија е многу важен проблем за развојот на туризмот, бидејќи туризмот зависи од сите видови на енергенси за да функционира на оптимален начин. Тука се поставува едно друго прашање: зарем земјата нема планови за пренасочување кон алтернативни извори на енергија имајќи ги во предвид природните ресурси?

Зголемените трошоци на туристичките претпријатија во Призрен, и во Косово, се дополнителен товар и на така тешката состојба во која се наоѓаат тие субјекти. Може да се заклучи дека зголемувањето на трошоците е резултат на немањето на планови за менаџирање со тие претпријатија, каде ќе се наведат и ќе се дадат решенија за надминување на проблемите од аспект на финансиските средства. Тука се поврзува и прашањето дали има олеснителна даночна или фискална политика на државата и општините кои би помогнале во намалувањето на одредени категории на трошоци. Во тој дел може да се спомне и административната бирократија затоа што документацијата значи дополнителни трошоци, а сеуште не се преземаат мерки за намалување на бирократските процедури на сите нивоа на управување во државата.

Развојот на технолошката инфраструктура, развојот на соработката во полето на туризмот, измените на законската легислатива според стандардите на ЕУ, зголемувањето на капацитетите во областа на туризмот, како и нудењето на услуги за плаќање на рати и слични методи, се сметаат како вистински можности за развој на туризмот во Призрен и во цело Косово.

Косово веќе почнува да се развива со брзи стапки во сферата на технолошката инфраструктура бидејќи тоа е еден од најзначајните предуслови и фактори за развој на туризмот. Да се биде во чекор со примената на современата технологија значи елиминирање или намалување на многу други проблеми во повеќе сфери од секојдневното живеење, кои се директно поврзани и со туризмот. Туристите од било каде да доаѓаат, имаат потреба од интернет технологија, комуникации и медиуми кои ќе може да се користат во било кое време и на било кој простор. Значи, технологијата и туризмот се многу силно поврзани меѓу себе затоа што развојот на технологијата значеше и сеуште значи развој на туризмот, а развојот на туризмот исто така влијаел и сеуште влијае врз развојот на технологијата.

Туризмот во Призрен и во Косово мора да се потпира и на соработката помеѓу државите (меѓународна соработка), помеѓу државните институции на централно и на локално ниво, помеѓу јавните власти и приватниот сектор, како и приватниот сектор меѓусебе, заради унапредување на целокупната состојба во туризмот, што воедно значи и подобрување или

развој на националната економија. Соработката е многу широк поим, па затоа се што ќе смислат учесниците во туризмот за тоа како да се надминат проблемите во оваа област, претставува чекор напред во воспоставувањето на солидна и цврста соработка на сите нивоа.

Измените на законите според стандардите на ЕУ се приторитет на државните органи во насока на подобрување и олеснување на условите за вршење на туристичка дејност. Сепак факт е дека не може сите закони да претрпат измени според тие стандарди затоа што стандардите во Косово се далеку под стандардите на земјите членки на унијата, но сепак тоа не значи дека не треба да се направат големи напори и жртвувања во таа насока. Секој исполнет европски стандард во одреден дел од туризмот значи чекор напред во зголемувањето на придобивките од туризмот.

Зголемувањето на капацитетите за сместување и исхрана на гостите и туристите, или изградба на други видови на капацитети (сали, стадиони на отворено и затворено, домови на култура, театри, забавни паркови и слично) ќе ја зголемат вредноста на Косово на меѓународниот туристички пазар. За тоа се потребни поголеми инвестиции, но тука може да се искористат сите видови на инвестиции, како домашни, така и странски.

Одењето во чекор со другите земји (туристички дестинации) треба да се однесува и на начините на плаќање на туристите за услугите и производите, а еден од тие начини е и плаќањето на рати или слични поволности за сите учесници во туризмот.

Финансиските ограничувања поради високите каматни стапки на банките, влезот на супститути на пазарот, недостатокот на координација помеѓу централните и локалните власти и можностите за влез на пазарот од страна на непрофесионални лица и организации, се главните ризици со кои се соочува развојот на туризмот во Призрен и на територијата на Косово воопшто. Сите банки во Косово работат по високи каматни стапки, а регулирањето на овој проблем е вистински предизвик за целата држава. Тоа пак може да придонесе за омекнување на инвестиционата клима за изградба на нови објекти, за финансирање на значајни проекти и слично.

Влезот на супститути на пазарот е голем ризик затоа што ќе ги натера со сила туристичките претпријатија да го зголемат увозот и да бидат зависни од таквото работење, а од друга страна тоа значи одлив на финансиски средства, намалување на бројот на вработени во секторот, зголемени трошоци за работење, поголеми камати итн.

Туризмот во Призрен и Косово се соочува и со видлива некоординација помеѓу централните и локалните власти, а најчесто таа несоработка можеби произлегува од

политичката состојба во која се наоѓа државата. Од друга страна, на пазарот се појавуваат и непрофесионални лица и организации кои се сериозен ризик и предизвик во насока на развојот на туризмот.

Сето она, што не е професионално не може да се смета како предност или позитивност, а тоа значи дека туристичката понуда дадена од овие лица во ниеден случај не може да биде квалитетна и да ги исполнува барем минималните услови. Непрофесионалноста е дефект кој треба итно да се елиминира или да се намали на најниско можно ниво, а за овој проблем постојат безброј решенија.

Врз основа на сето спомнато досега, може да се заклучи дека Општина Призрен може да се смета за туристичка дестинација во развој, но имиџот на атрактивна, интересна и вредна дестинација за туристите треба да се зајакнува уште повеќе преку зачувувањето на културното наследство и природните ресурси, координација помеѓу јавниот и приватниот сектор, силна туристичка промоција на целата туристичка дестинација, како и промовирање на реални туристички производи и услуги.

II. ПРИРОДНИ И КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ РЕСУРСИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Природните туристички ресурси се создадени по природен пат и претставуваат вистинско природно богатство на една земја. Тие ја сочинуваат целата географска и природна средина на земјата. Природните убавини, климатските услови, термоминералните води, пештерите, геоморфолошките форми, флората и фауната, се првата туристичка “суровина“ која е основа за развој на туризмот во една земја.

Локацијата и топографијата се други фактори кои се сметаат како носители на природното богатство составено од водни ресурси, водопади и плитки и длабоки клисури.

Во Призрен има релативно добри услови и можности за развој на многу видови туризам бидејќи овој регион располага со бројни природни богатства како на пример посебните геоморфолошки форми, хидрографија, клима и други атрактивни елементи што го прават една од најпривлечните дестинации во овој регион.

Најголемото богатство на Призрен е културното наследство од минатите векови кое се манифестира преку убава и типична архитектура и урбана структура од една страна и народната традиција од друга страна. Културното наследство на Призрен претставува редок колорит на атракции од Косово. Призрен е местото каде се среќаваат различни цивилизации, чии придонеси денес се фактор што оваа дестинација има вредност на светски град со огромно културно наследство.

Во центарот на градот, се наоѓа џамијата на Синан Паша, а малку подолу е црквата “Св. Ѓорѓи”, како и католичкиот верски објект катедралата “Спасителка Богородица”. Местото наречено Топокли е место каде што се гледаат сите минариња на џамиите кои се блиску меѓусебе, што воедно значи дека тие објекти и денес ја пренесуваат и одржуваат меѓуверската толеранција која постои овде со векови.

1. Природните ресурси како потенцијал за развој на туризмот во Призрен

Поволните климатски услови и убавата природа на Призрен може да се искористат за развој и унапредување на туризмот, се многу значаен дел од целокупната туристичка понуда на овој регион.

Досегашните истражувања покажуваат дека постојат бројни природни ресурси и можности за развој на туризмот во Призрен според меѓународни стандарди, но токму недостатокот на инфраструктура и капитални инвестиции го оневозможиле искористувањето на тие природни ресурси.

Познавањето на карактеристиките на природните туристички атрактивности и нивното групирање е од голема важност за нивното валоризирање и туристичко активирање на Призрен. Поради ова, како најзначајни природни ресурси за развој на туризмот се оние кои се дел од:

- Геоморфолошките ресурси,
- Климатските ресурси,
- Хидрографските ресурси,
- Био-географските ресурси.

. Геолошките и геоморфолошките ресурси на Призрен се мошне значајни за развојот и унапредувањето на туризмот и особено атрактивни за туристичките посетители. Геоморфолошките туристички атрактивности претставуваат такви туристички ресурси чие атрактивно дејство и карактер произлегува од релјефните особености на појавите и процесите во просторот.

Климата во Призрен е умерено-континентална односно овој простор се наоѓа под влијание на умерено-континенталните воздушни маси. Положбата меѓу Медитеранот и континенталните делови на Југоисточна Европа, на овој регион му овозможуваат влажност и релативно високи температурни амплитуди. Тие во летниот период достигнуваат средномесечна вредност од околу 30°C, а во зимските месеци се спуштаат до -10°C. Просечните температури во јануари во Призрен изнесуваат од +0,5°C до -0,5°C, а во јули од 21,5 °C до 22,8 °C. Инсолацијата изнесува 2 150 часови годишно.

Територијата на Косово се смета за хидролошки јазол на Балканскиот Полуостров. Овој јазол се наоѓа на планината Црнолева. Од овој простор водата се слева во три хидрографски слива. Тоа се: црноморскиот, јадранскиот и егејскиот слив.

Сите реки и езера се со извонредни можности за развој на туризмот и имаат голем потенцијал кој не е доволно искористен.

Територијата на Општина Призрен е една од најбогатите места во Косово во поглед на водните ресурси. Најдолгата и најважната река во Призрен е Бел Дрим која е долга 111 км. Реката Бел Дрим тече на територијата на Призрен од северната страна и го продолжува патот кон Албанија и Јадранското Море. Пomeѓу селото Добрушт и селото Вермица оваа река создава мало езеро. Во хидрографска смисла, целата територија на Општина Призрен е дел од сливот на реката Бел Дрим и сливот на реката Вардар, поточно Јадранското Море и Егејското Море. Реката Лумбарди, долга 35 км, тече низ долината на Жупа и продолжува низ центарот на Призрен. Друга важна река е реката Топлуха, долга 37 километри.

Призрен е богат и со подземни води, како и со површински води кои претставуваат значаен хидроенергетски потенцијал. Хидрографското истражување е направено во втората половина на 20 век во време на изградбата на хидроелектраната Жур. Овие истражувања сеуште се во тек и чекаат финализација на проектот и запoкнување на работите.

Био-географските карактеристики на Призрен исто така имаат мошне важна улога за развојот на туризмот. Всушност, флората и фауната, односно растителниот и животинскиот свет се одликуваат со богатство од различни видови, што претставува значаен потенцијали за различни туристички активности.

1.1. Национален парк “Шар Планина“

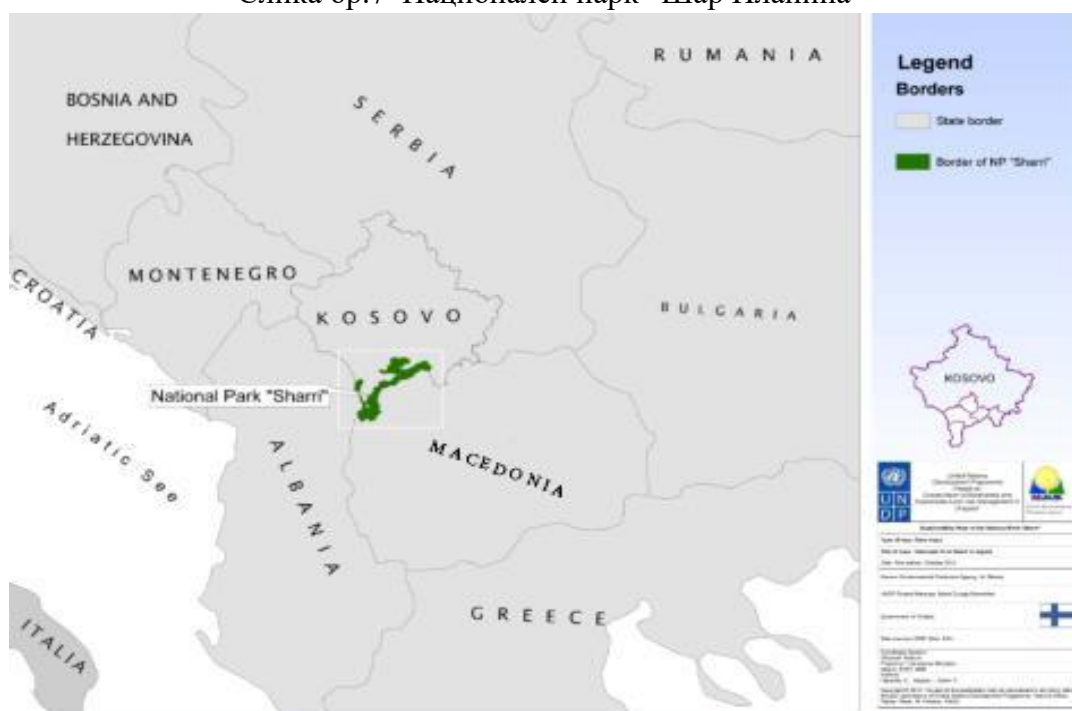
Шар Планина (лат.: Mont Skardus) претставува еден од најголемите и највисоките планински масиви на Балканот, сместен во пограничниот појас помеѓу северозападниот дел на Македонија, јужниот дел на Косово и североисточниот дел на Албанија. Самата планина зафаќа површина од 1600 км² од кои 43,12% припаѓаат на Косово, 56,25% припаѓаат на Република Македонија, а додека останатиот дел од 0,63% припаѓаат на Албанија. Нејзината должина изнесува 80 км, а широчината од 10 до 25 км. Шар Планина припаѓа на Шарско-пиндскиот планински систем. Се протега во правец североисток-запад-југозапад, а запoчнува од врвот Љуботен (2499м.) и завршува со врвот Морава (2147м.) поточно со горниот тек на реката Радика и северната страна на Мавровското Езеро. Од југоисточна страна, Шара остро е ограничена со Полошката котлина; додека од североисточната, северната, северозападната и југозападната страна е ограничена со Качаничката клисура,

Сириничката област, долината на Призренска Бистрица, Горската и Опољската област, Калабака и Шерупа.

Територијата на Шар Планина изобилува со природни богатства од најразличен вид: геолошки и геоморфолошки форми, глацијални езера и планински водотеци и огромна биолошка разновидност претставена преку разновидните станишта (шуми, пасишта, тресетишта итн.), видов диверзитет со присуство на голем број ендемични, ретки и реликтни растенија, животни и габи, како и значајни сорти и раси културни растенија и животни.

Шар Планинскиот масив спаѓа во млади верижни планини, со планинска клима која се карактеризира со студени зими и пријатни лета. Просечната температура во зимскиот период изнесува $-1,5\text{ }^{\circ}\text{C}$, а во лето $17\text{ }^{\circ}\text{C}$. Дебелината на снежната покривка изнесува во просек еден метар со траење од четири месеци на височина над 1300м. Ветровите кои дуваат, најчесто се од северозападен правец.

Слика бр.7 Национален парк “Шар Планина”⁶⁵



Масивот го карактеризира богата флора и фауна. Изобилува со високо планински пасишта и високо стеблести четинарски шуми од кои најзастапени се високата ела и смрчата, а во пониските делови буковата и костеновата шума која ја има до височина од 1700м. На Шар Планина се среќаваат над 200 ендемични растенија и над 44 видови дивеч од кои најпознати се: рисот, срната, дивокозата, мечката и дивата свиња. Од птиците се издвојуваат повеќе видови на орли, соколи и јастреби.

⁶⁵ Ministria e mjedisit dhe planifikimit hapësinar të Qeverisë së Republikës së Kosovës, Parku kombëtar “Sharri”, Plani i menaxhimit: Strategjia 10 vjeçare e menaxhimit 2014-2023, Plan operativ 5 vjeçar 2014-2018, Prill 2014, f.14

Посебна карактеристика на Шар Планина се т.н. Шарпланински Очи кои всушност претставуваат голем број на глацијални езера. Од нив 25 се постојани, 14 повремени и преку 150 локви. Водениот потенцијал на овој масив е огромен и брои преку 200 извори на чиста изворска вода. Од рудните богатства застапени се: манганот, железната и хромната руда, молибденот, бакарот и други минерали. Шар Планина брои голем број на врвови со височина над 2200м. Таа има огромен потенцијал за развој на следниве планински спортови: скијање, планинарство, алпинизам, планински трекинг, планинско велосипедство, параглајдерство, спортски лов и риболов, како и за изградба на повеќе ски-центри. Засега, единствен ски-центар на Шар Планина е Брезовица. Овој регион го опфаќа планинскиот масив на највпечатливиот дел на територијата на Косово.

Во оваа туристичка зона спаѓаат општините⁶⁶: Призрен, Урошевац, Штрпце, Драгаш, Качаник и Теранда. Тука се наоѓаат кањоните на реките: Бел Дрим, Бистрица, Призрен, Лепенец и нивните притоки, потоа градовите Урошевац и Призрен, како и селските општини: Гора, Опоја, Средска и Сиринич.

Шар Планина како туристички регион треба да биде добар пример за нов модел на функционирање на туризмот во Косово, како и за презентирање на туристичката понуда на земјата на странските меѓународни пазари.

Главната карактеристика на сегашната туристичка понуда на оваа зона најмногу се однесува на две форми на туризам:

- транзитен туризам, и
- стационарен (феријален) туризам (особено во лето, а подоцна и во зима).

Со изградбата на патната мрежа, туристичките текови се движат од Гаково спрема Призрен, Шар, Драгаш и Приштина или Скопје. Оваа мрежа треба да се опреми со сите можни постојани туристички производи и услуги како што се: мотели, хотели, бензински пумпи, паркинзи, авто-кампови, забавни содржини и пристап до природните вредности.

Туристичката зона на Шар Планина не претставува моноцентрична зона затоа што тука покрај Призрен се наоѓаат и градовите Урошевац, Драгаш, Теранда и Качаник, а во согласност со хиерархиската положба на овие градови, тие ќе бидат и почетни точки за искористување на стационарните туристички капацитети и на другите планирани туристички содржини.

⁶⁶ Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017, стр.119-122

Зоната на Шар Планина (од Љуботен на северо-исток, спрема Брод на југо-запад) се дели на три главни сектори:

- Сектор: Љуботен – Брезовица,
- Сектор: Призрен – Тетово,
- Сектор: Брод.

Внатре, во рамките на овие три главни сектори планирана е изградба на туристички центри, а во согласност со принципите за градење во простори помеѓу зоните може да се создадат можности и за уживање во недопрената природа со еднодневни екскурзии на посетителите. Ова пак, може да создаде функционална врска и помеѓу планираните туристички системи во делот на Македонија како што се: Вратница, Попова Шапка и Маврово.

Како дополнителни региони внатре во зоната се предвидени и масивите на планините Коритник и Паштрик, додека за потребите на локалното население се планира изградба на туристички капацитети за еднодневни посети. Туристичките центри ќе функционираат како независни единици на туристичката понуда која ќе ги задоволи потребите на посетителите за престој, сместување, ноќевање, забава и рекреација.

Главните предности кои ќе произлезат од идното градење во овие места се:

- единствен начин како да се заштитат и зачуваат природните вредности,
- поставувањето на систем за прифаќање на туристи и гости ќе значи поголема можност за рекреација и одмор како најзначајни елементи на понудата,
- зголемени позитивни економски ефекти и подобрување на деловната клима,
- полесно решавање на проблемот со невработеноста и користењето на работната сила.

Во регионот на Шар Планина планирана е изградба на два туристички системи: Брезовица и Драгаш. Веќе е отпочнато со процесот на туристички развој, а реалната состојба на патната мрежа укажува на тоа дека мора што побрзо да започне и изградбата на првиот систем со целосна туристичка понуда. Таквите активности требало да завршат до 2014 година, но се доцни со работењето. Освен овие капацитети, во оваа туристичка зона не се планирани други капацитети.

1.2. Биорезерват “Лумбарди“

Низ центарот на градот Призрен минува реката Лумбарди долга 35 км. Оваа река извира од Националниот парк "Шар" на триаголникот помеѓу Македонија, Албанија и Косово. Теренот низ кој поминува оваа река е многу богат со флора и фауна.

Слика бр.8 Биорезерват Лумбарди



Целиот дел од градот каде што минува реката, располага со многу убави пејзажи, пасишта, ливади, ендемични растителни и животински видови, богато културно наследство и зачувувани традиционални објекти, што го прави Лумбарди биорезерват со посебно значење. Примарна цел на резерватот е заштитата и зачувувањето на природата, флората и фауната (особено на ретките растенија и дрвја кои постојат во оваа област, како и заштитата на ретките животински видови), зачувување на културното наследство и културните предели.

Развојот на туризмот во оваа област може да се поттикне и со континуирана поддршка на земјоделското стопанство, особено одгледувањето на добиток и промовирање на био-производи што се произведени во регионот, како и организирање на нивна продажба во локалните специјализирани продавници, организирање на

најразлични активности по повод на некои позначајни празници и културни настани, организирање на спортски активности, земјоделски саеми, популарни трки итн.

Во биосферниот резерват може да се развијат различни видови на туризам (како на пример етно туризмот - посета и сместување на туристите во селата и анимирање со сите активности што се одвиваат таму, научниот туризам – за проучување на ендемичните растителни и животински видови кои постојат во овој резерват, еко- туризмот, спортскиот туризам, рекреативниот туризам итн) и бројни други активности како на пример велосипедизам, набљудување на природата, кампување, јавањето коњи, пешачењето итн.

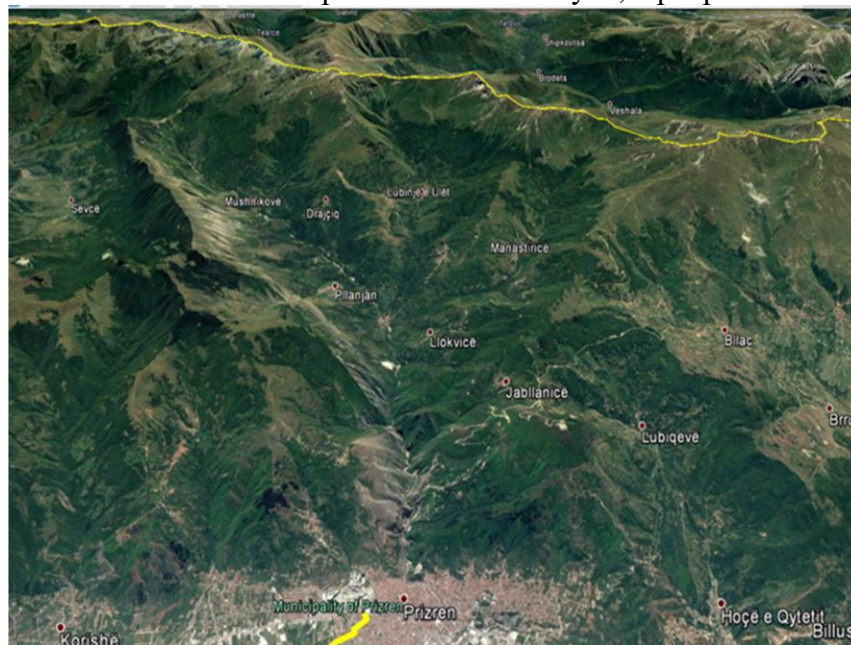
Биосферниот резерват Лумбарди е регионален модел на развој инициран од страна на УНЕСКО, каде првенствено се прави еколошка, економска и социјална заштита, а потоа се трасира развојот на регионот.

Целиот регион има "вистински квалитет" и потенцијал за одржлив развој на туризмот. Културните и еколошките атрибути се силна причина овој биорезерват да се смета како важна туристичка дестинација во Косово.

1.3. Регион Жупа

Регионот Жупа се наоѓа југоисточно од Призрен, долж долината на реката Лумбарди. Овој регион брои околу 10 000 жители од кои околу 8 000 поради војната и лошите економски услови, живеат во странство, што значи дека во овој регион е енормно присутна миграцијата (така на пример во Жупа има повеќе испразнети села, како што е на пример селото Средска). Околу 50% од населението е на возраст од 20-30 години.

Слика бр.9 Регионот на Жупа, Призрен



Во овој регион постои огромен потенцијал за развој на земјоделството, шумарството и туризмот кои би можеле да овозможат економски развој на целиот регион. Економијата на овој регион главно се базира на сточарството. Овој регион е познат по одгледување на јагниња, овци, кози, како и по пчеларството. Во овој регион почвата е многу плодна и може да се култивираат повеќе видови на овошје и зеленчук, меѓутоа производството се користи само за семејни потреби.

Табела бр.15 Земјиштето во регионот Жупа, Призрен

Вид на почва	Површина (km ²)	Површина (%)
Планински пасишта	92.00 km ²	56.50%
Шуми	40.00 km ²	24.56%
Обработливо земјиште	17.00 km ²	10.44%
Ливади	08.00 km ²	04.91%
Овоштарници и лозје	00.57 km ²	00.35%
Друго	05.25 km ²	03.22%

Жупа исто така е позната и по занаетчиството, а особено по градежништвото. Туризмот е секундарниот сектор во овој регион кој воглавно се одвива на Шар Планина. Овде има потенцијали за развој како на зимскиот, така и на здравствениот туризам. Во овој регион се наоѓа и Националниот парк "Шари" како важен природен резерват и значаен природен потенцијал за развој на туризмот.

Сепак во регионот на Жупа невработеноста останува еден од клучните проблеми. Така на пример, во селото Речан работат само 20% од вкупно 1300 жители. Жителите главно имаат приходи од членовите на семејствата кои работат во странство. Значи, Жупа има потенцијали, но миграцијата, недостатокот на инфраструктура, транспортот и недостигот на продуктивните инвестиции се главните проблеми во овој регион. Производството и производните активности се користат само за семејни потреби. Во овој регион не постои рамномерен развој меѓу урбаните и руралните средини. Така на пример, секое село има свое основно училиште и здравствен центар, но, во принцип, здравствените услуги се предвидени само два пати неделно. Централните села како што се Речан и Мушникова имаат и свои средни училишта. Но, лицата кои сакаат да студираат треба да одат во Призрен или на друго место каде што постојат установи за високо образование - факултети. Сепак, во споредба со други региони, регионот на Жупа е еден од поповолните региони во однос на располагањето со социјални и културни објекти.

2. Потенцијали за развој на позначајни алтернативни форми на туризам во Призрен

Постојат повеќе видови алтернативен туризам од кои попознатите се: еко-туризам, рурален туризам, планински велосипедизам, алпинизам, параглајдерство, хербален туризам, спеолошки туризам. Главната цел на алтернативниот туризам е зајакнување на малите стопанства за проширување на туристичката дејност со фокус на екологијата, спортот и културата.

Еко-туризмот претставува современа форма на туристичка алтернатива. Таа произлегува од суштествената потреба на човекот за враќање кон природата, во услови кога под наплив на урбанизацијата и индустријализацијата доаѓа до потиснување на “чистата природа”. Се поретки се можностите да се биде во простор со автентични вредности. Така туристите се поттикнуваат за посета и престој во средини во кои екосистемите како вредност претставуваат основа за заштита. Заштитените средини се пак подрачја во кои постојат потенцијали за еко-туристички активности. Екотуризмот е нов вид туризам, современ, со голема перспектива и претставува важна гранка во туристичката индустрија. Тој се создава и бргу се развива како алтернатива на масовниот туризам. Се базира на одговорно искористување на природата и се користи како инструмент за постигнување на одржлив развој. Секогаш се грижи за водење и сместување на мали групи туристи во природни области со интегрирани образовни програми и тесна соработка со локалното население. Терминот екотуризам првпат се споменува во трудовите на Милер (1987 година), додека во 1991 година Меѓународното друштво за туризам (ТИЕС) ја формулира првата дефиниција за екотуризам што гласи: „Екотуризмот е одговорно патување во подрачјата на природата, со што се зачувува животната средина и се одржува благосостојбата на локалното население“. Основни региони со можност за развој на екотуризмот се националните паркови, различни локалитети со карактеристична историја и природа со богат биодиверзитет (голем број ендеми), пештери, водопади и друго.

Руралниот туризам претставува специфичен, алтернативен вид туризам диференциран врз основа на мотивската атрактивност на селските средини со зачувани традиционални карактеристики. Тоа се средини во кои туристите можат да се занимаваат со полјоделски, сточарски активности, преработувачко и занаетчиско производство со традиционални карактеристики, учество во свечености и манифестации, седенки и фолклорни средби. Туристите ги привлекува незагадената животна средина, чистиот воздух и свежата изворска вода, селската идилична

колоритност, традиционалната селска архитектура и екстериери, ентериерното уредување и опремување со традиционални содржини, традиционалните семејни односи и средбите со домашните животни и миленичиња. За туристите од атрактивно значење е традиционална храна и пијалоци. Во тој поглед атрактивно е активното учество на посетителите како во подготвувањето, така и во сервирањето и послужувањето на храната и пијалочите. Покрај храната и пијалочите како мотивска атрактивност со традиционални карактеристики за туристите интересна е и свежата и биолошки исправна храна и органската храна. Развојот на руралниот туризам е во врска со бачилското сточарење како специфичен начин на номадски живот кој претставува посебна атрактивност за туристите. Активностите се однесуваат на учество во напасувањето на овците, нивното молзење, прехранување, преработка на млекото и производство на млечни производи, подготвување и служење на специјалитети сврзани со бачилското сточарење. Развојот на овој вид туризам поседува забележителни рекреативни карактеристики кои се сврзани со разгледување на селските предели и активен одмор. Во културна смисла овозможува откривање на специфични традиции и елементи кои ги облагородуваат посетителите со својата реткост и несекојдневност. Со развојот на руралниот туризам се овозможува подобрување во користење на ресурсите и начинот на живот, а во општествено-економска смисла спречување на иселување и отворање на процеси за враќање и доселување на нови жители. Руралниот туризам е концепт на туризам во селските домаќинства, кој се темели на користење на руралниот простор во контекст на туристички понуди. Надвор е од урбаните населби и нема масовен облик. Руралниот туризам подразбира поттикнување на развојот на нови туристички дестинации. Се одвива во селските стопанства чија егзистенција се темели на земјоделството, а вишокот од своите производи го пласираат низ новиот продажен канал – туризам. Призрен како планинско место со голем број села, со благи климатски услови, со богатство на шуми, извонредни пејзажни вредности на релјефот, богатата хидрографија, традиционална гастрономска понуда има голем потенцијал за развој на руралниот туризам како дел од алтернативниот туризам. За занимавање со рурален туризам или некој негов дел, треба да се проверат предусловите од опкружувањето, некои сопствени предности, како и предусловите на своето домаќинство.

Оние кои решиле да се занимаваат со рурален туризам можат да понудат:

- Угостителски услуги во домаќинството – само со издавање на соби, апартмани или куќи за одмор.
- Угостителски услуги во селско домаќинство – на групи излетници дневно, претежно со храна и пијалоци од свое производство и сл.

Во занимавањето со рурален туризам предност е тоа што селските стопанства заработувачката ја остваруваат во своите сопствени дворови, тоа подразбира активно вклучување на целото семејство. Руралниот туризам не е капитално интензивна гранка со голем профит, туку повеќегодишно вложување и уште подолгорочен поврат на вложените средства. Овој тип на туризам е посебно атрактивен за странските туристи и луѓето кои доаѓаат надвор од Косово, а работат или престојуваат во државата.

Освен со продажба на сопствените производи, приход се остварува и со услуги на сместување, храна, и одредени други активности – непосреден контакт со домашните животни, учествување во земјоделските работи, варење ракија, јавање и сл

Планискиот велосипедизам се јавува како алтернатива на класичниот велосипедизам кој се одвива на рамни простори или на простори со релативно благи наклони. Во неговата основа се наоѓа потребата од велосипедско совладување на предели со бројни нерамнини и тешко проодни карактеристики за вакво возење и пред се, совладување на планинските страни. Велосипедските патеки од овој вид се карактеристични по релјефна и почвена структура со различни наклони и присуство на каменити, водотечни, вегетациски и други пречки, како и комуникации кои водат до вакви терени. Тоа значи дека туристите припаѓаат на структурата на побарувачката која има рекреативни потреби сврзани со велосипедизмот, љубов кон природата и желба за соочување со предизвици.

Алпинизмот е една од најпопуларните алтернативни форми на туризам. Етимолошки потекнува од освојувањето на Алпите кои пак се синоним за високи планини. Активностите претставуваат освојување на високите врвови и стрмни отсеци. Треба да се констатира дека ваквите релјефни форми претставуваат основа за развојот на овој вид туризам. Карактеристично е дека се работи за алтернативна туристичка форма во која сезонските влијанија не се нагласени како кај другите видови туризам и алтернативни активности. Ваквата вредност овозможува проширување на сезоната.

Со алпинизмот се занимаваат посетители кои се добро извежбани за освојување на високи врвови, но и почетници. За разлика од алпинистите кои се добро истренирани, почетниците во алпинизмот наоѓаат можност да се стекнат со знаења и вештини за совладување на височините. За оваа намена се користат отсеци во планинскиот простор. Покрај тоа, на карпестите отсеци можат да се организираат тренинг и искачувања за почетниците. „Алпинизам е комплекс на активности кои во основа се сведуваат на движење по непристапни и неуредени планински предели и карпи исклучително од „спортски“, естетски и контемплациски т.е. духовни потреби.“

Алпинизмот е највисок степен на достигнување во планинарењето. Тоа е движење по карпести планини при што не се користат планинарски патишта, туку разни смерови по карпите. Алпинизмот бара постојана физичка кондиција, големо искуство и познавање на техниката на качување. Алпинизмот претставува естетско доживување и спортско делување во планините во секое годишно време заради откривање на убавините и занимливостите на природата, како и заради јакнење на физичката сила, издржливоста и волјата. Највидлив дел од алпинизмот е физичката работа т.е. качувањето по карпи. Тоа се нарекува алпинистика. Духовната компонента е моторната сила која со него доминира.

Алпинизмот е активност која се извршува на планина и пред се алпинистите се планинари. Единствена разлика е тоа што тие сакаат да ги посетуваат малку “пострашните” делови од планината, тие кои се со карпи или кои се многу стрмни и кои најчесто можат да се качуваат само со специјална опрема.

Алпинизмот е активност во која некој човек употребувајќи специјална опрема се качува на некоја карпа или пак на голема снежна планина

Параглајдерството претставува летечка алтернативна форма која овозможува, со помош на посебно летало, да се совлада просторот по воздушен пат. Се добива впечаток дека со летањето на овој начин параглајдеристите всушност, својата активност ја темелат на имитацијата на летот на птиците. Притоа, ги користат воздушните погодности како што се благите ветрови или воздушните тишини, отсуство на магла и слаба облачност. Исто така, основа за развој претставуваат и високите врвови и отсеци, кои се користат за полетување.

Туристичката клиентела во оваа активност е клиентела со специфични афинитети и склоности. Основа за параглајдерството се рекреативноста и куриозитетноста во издигнувањето над планинскиот простор. Богатството на различни природи и антропогени содржини овозможува ретко пејсажно и панорамско доживување. Тоа се однесува не само на тесниот планински предел, туку и на целиот регион, исполнет со извонреден колорит и ретка комбинација на вода, копно и шумовидост. Со ваквата активност може да се занимаваат само извежбани параглајдеристи. Затоа е потребно просторните погодности да се искористат и како можност за тренинг активности за параглајдерство за што можат да послужат и пониски врвови.

Параглајдерството е најмлада и најмасовна воздухопловна, забавно-рекреативна и спортска дисциплина, како во Светот така и кај нас. Овој нов вид спорт и забава во Светот за кратко време стекна околу милион љубители.

Она што параглајдерството го прави посебно е директниот контакт и активното дружење со природата. Пред сè, пронаоѓање себеси во просторот што нè опкружува.

Пред било какво започнување со **хербален туризам**, населението мора да има предвид дека има точно одредени насоки како да се собираат растенијата за да не се уништат трајно одредени видови. Исто така, изнесување на растителен или животински материјал од државата е казниво со закон затоа што многу растенија и животни се заштитени со меѓународната конвенција CITES која забранува тргување и преминување на границата со таков материјал. Основата за развој на хербалниот туризам треба да се бара и во богатата вегетациска разновидност. Тревната флора, застапеноста на букова, брезова и борова шума се можност за набљудување, престој и собирање на цветови, лисја, плодови, кора, смола и корени. Како развојни зони и локалитети за оваа намена треба да се определат следниве: Поради разновидноста на просторот има можности за развивање на алтернативни и адреналински начини на туризам преку изградба на: локации за банци џампинг, зоолошки градини со автентични животни, јажени градини за деца и возрасни, жичници за транспорт на туристи и алтернативни забавни жичници, ергели за коњи и др.

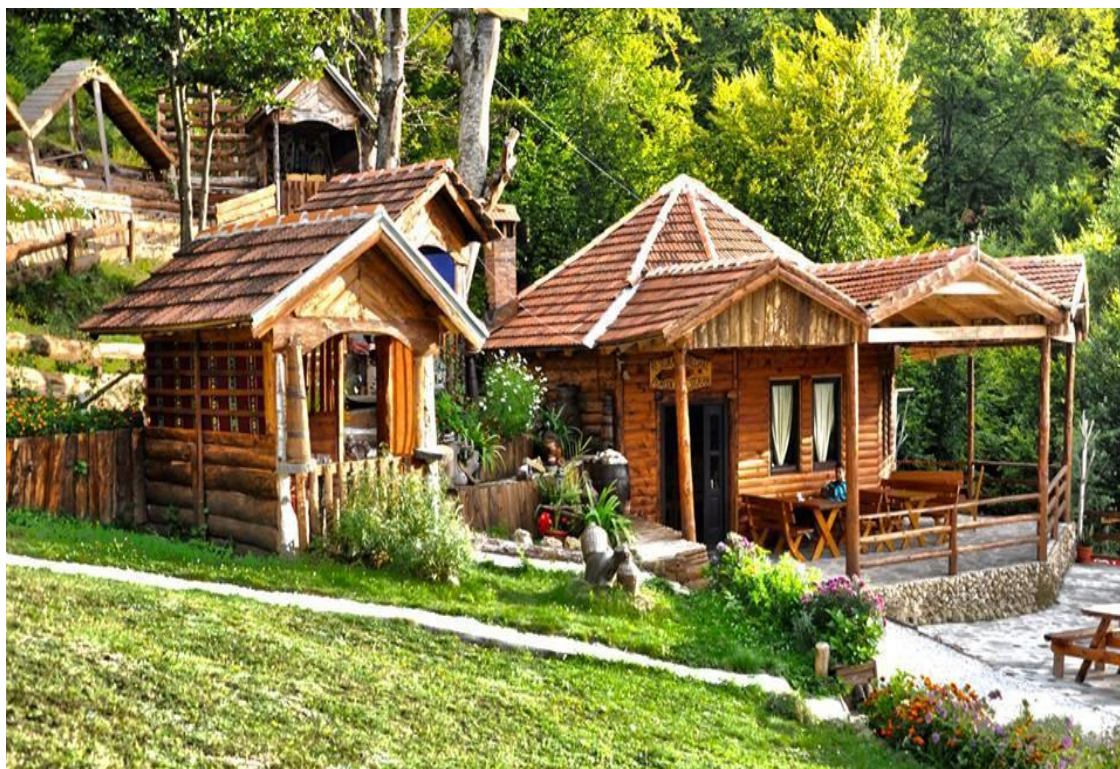
Спелеолошкиот туризам сеуште не е промовиран и постојат услови за развој и посета на неколку пештери во Косово. Ова значи дека пештерите се уште не се доволно проучена и засега нема можности да се користат како туристичка атракција, туку само во насока на едукативни и научно-истражувачки активности. Во рамките на овој вид туризам посебно место заземаат површинските и подземните карстни форми. Како површински карстни форми импресивен карактер имаат вртачите. Тие се со примерен едукативен карактер, затоа што се најзастапени и со најпечатливи димензии. Амфитеатралните карактеристични облици овозможуваат одржување на едукативни, културни и промотивни активности. Посебно богатство за развој на туризмот претставуваат подземните карстни форми во вид на пештери и пропасти. Уредувањето на внатрешноста и околниот простор овозможува развој на типски спелеолошки туризам.

1. Спелеолошките објекти може да имаат одредена намена која може да биде: Научно-истражувачка намена може да има објект или подрачје кое служи за научно истражување на неживата природа и нејзините процеси.
2. Студиско-демонстративната намена се однесува за објект кој служи како нагледен пример за некоја природна појава или процес (пр. за високо образование).

3. Образовно-воспитна намена имаат објектите кои се нагледни, односно може да служат за запознавање на природата и нејзините законитости (за училишта од понизок степен) и се наменети за посета на широката јавност.
4. Рекреативна намена има објект или подрачје кое е погодно за одмор и разонода во природа.
5. Еколошка намена имаат локалитетите кои претставуваат прибежиште (рефугиум) за загрозени растителни и животински видови.
6. Стопанска намена може да има одреден локалитет доколку не е во спротивност со заштитата.

Пред да се изврши туристичко уредување на овие простори неопходно е изработка на стручни елаборати со цел да се утврди можното нарушување на микро просторот во објектите.

Слика бр.10 Рурална средина во Призрен



Слика бр.11 Рурален Призрен



Слика бр.12 Долина на реката Лумбарди



Позначајните рурални средини за развој на руралниот туризам во Призрен се позначајните села на регионот на Жупа: Речан и Мушникова како административни центри, потоа Локвица, Превала и Ошлак. Иако секое село има пат, патната мрежа не е со висок квалитет. Проблемот на транспорт главно се гледа кај планинските села.

Слика бр.13 Село Речан, Жупа, Призрен



Исто така треба да се споменат и проблемите со снабдувањето со вода, отстранување на отпадни води, управување со отпад и помошни активности. Постои систем за отпадни води, но регионот нема објект за третман на отпадните води

На патот Призрен - Брезовица и долж реката Лумбарди се наоѓа селото Речан, оддалечено шест километри од Призрен. Селото е релативно компактно. Ова село е на крстопатите во регионот Жупа, каде се спојува со Манастирце, Небрегоште, Горно и Долно Љубиње, Живињани, Плањане, каде се наоѓаат најубавите и поголемите ресторани кои послужуваат традиционална храна. Селото Речан се смета за главното и централно село на Долината на Лумбарди, односно на регионот Жупа. Старата и селска традиција во оваа област љубоморно е зачувана. Може да се каже дека Речан има 370 куќи, од кои 300 се босански, а 70 се албански и турски семејства кои купиле имот тука и изградиле свои куќи.

Оваа локација е најубавото место за развој на планинскиот туризам и еко-туризмот. Исто така во ова село има повеќе од 500 вработени во различни занаети и дуќани. Традиционалната облека и обичаи се исто така доста зачувана. Селото Речан има традиција како место кое строго се придржува на традицијата на “ноќта на к’ната“ (kanagjegj), како и повеќе обичаи кои се прават за време на свадбите.

Водата, воздухот и чистата животна средина, рестораните со вкусна храна и традиционално готвење, се присутни во селото Речан, како место кое е многу посетувано од домашни и странски туристи.

Селото Мушникова се наоѓа во Општина Призрен во Косово. Поголемиот број жители на ова село се декларирани како Албанци, иако нивниот мајчин јазик е

босанскиот. Според последните податоци, во селото Мушникова има околу 1.200 жители, од кои околу 80% се Албанци, 12% Бошњаци, Срби и други. Селото Мушникова се смета за типично рурална средина која има потенцијали за развој на селскиот туризам, а посебно на планинскиот туризам затоа што кај селото има два високи планински врвови: Зина со 2100 м.н.е и Вртоп со 2520 м.н.е.

Слика бр.14 Село Мушникова



Село Локвица има околу 340 жители од кои Бошњациите сочинуваат 99% од вкупното население, а 1% се припадници на други заедници. Селото Локвица се наоѓа на околу 3 км од главниот пат Призрен - Брезовица– Скопје. Селото се карактеризира со релативно компактен изглед и е на надморска височина од 677 метри. На излезот од селото има убава багремова шума.

Слика бр.15 Село Локвица



Превала е парк кој се наоѓа на Шар Планина, на патот од Штрпце за Призрен, на надморска височина од 1515 метри. Превала е планински терен, со неверојатни пејзажи и чист воздух и претставува многу убаво место за пешачење и скијање во зимскиот период од годината. Покрај тоа, реката Лепенец која минува низ таа област го прави местото уште попривлечно и поинтересно за посетителите. Може лесно да се стигне во Превала со автомобил, автобус или пак од страна на планината спрема центарот на селото пешки. Селото е мало и одењето е забавно и рекреативно. Јужната страна на туристичкиот центар Превала достигнува надморска височина од 1991 метри. Името на врвот на планината на албански јазик значи “Каменот на Превала”, а на српски јазик се сретнува како "Павлов Камен".

Ошлак има површина од 550 хектари и лежи главно на повисоките делови на планината Ошлак, со експозиција на јужниот, северниот и југозападниот регион. Надморската височина на ова село изнесува од 1300 метри до 2212 метри. Јужните и западните делови на ова место (речиси половината од површината) припаѓаат на Општина Призрен, а вториот дел припаѓа на општина Штрпце.

Слика бр.16 Превала



Ова место се карактеризира со посебна флора, фауна, и геоморфолошки пејсаж. Во рамките на богатата биолошка разновидност на флората се издвојуваат бројни видови на ендемични, реликтни видови на фитоценози.

Во моментот во оваа општина работат околу 50 различни спортски клубови. Општината има фудбалски стадион и спортска сала со новоизградените помошни простори за да се развиваат различни спортови. Клубовите, и покрај економските тешкотии, ја развиваат својата дејност.

Слика бр.17 Спортски игри на Лумбарди



Во овој регион има календар и на спортски настани, како на пример:

- Традиционалниот боксерски турнир "Куп на слободата"
- Пинг-понг турнир "Призренска лига"
- Средби на Меѓународните Планинари "Шари"
- Тркачки автомобилски натпревари организирани од Автоматски клуб "Дрини"
- 40-ти Бунар фест, трка со гуми по реката Лумбарди.

3. Културно-историските ресурси за развој на туризмот во Призрен

Најголемото богатство на Призрен е културното наследство од минатите векови. Тоа претставува комбинација на многу убава и типична архитектура и урбана структура од една страна и народната традиција од друга страна. Културното наследство на Призрен претставува редок колорит на атракции во Косово. Призрен е местото каде се среќаваат различни цивилизации, чиј придонес денес е фактор што Призрен има вредност на светски град со огромно културно наследство.

На сред град минува Реката Лумбарди каде се одржуваат многу настани и фестивали што го прават Призрен главен град на модерната уметност во Косово. Во Призрен и околните места постојат голем број на културни монументи од различни епохи, кои имаат голема историска и културна вредност не само за Призрен и Косово, туку и за целиот регион.

Како најзначајни културни монументи во Општина Призрен се сметаат следните:

- Призренската Лига,
- Призренското Кале,
- Калето на девојките,
- Амамот на Гази Мехмед Паша,
- Беледија,
- Камениот мост,
- Мостот Налети,
- Мостот Арасти,
- Мостот на Сузи Челеби (Табакана).

3.1. Културно – историски монументи

3.1.1. Призренско Кале

Призренското кале се наоѓа над градот, во една речна тераса каде доминира реката Лумбарди и има површина од 15.776 метри квадратни. Точното време на изградба не се знае, но се претпоставува дека калето е изградено во VI-от век и во различни временски периоди се користело како место за живеење на локалното население, но и за воени цели. Основата на Калето содржи мрежа на тунели. Еден таков тунел во 1938 бил искористен како канал и резервоар за снабдување со вода, како дел од хидро-електричниот систем на Призрен во тоа време. Од 2010 година, во рамките на Меѓународниот филмски фестивал за документарни филмови “Докуфест“, на влезот од Калето се импровизира отворено кино каде се емитуваат филмовите учесници, претворајќи го на овој начин во објект од културна важност.

Слика бр.19 Призренско Кале



3.1.2. Амам на Гази Мехмед Паша

Амамот на Гази Мехмет Паша се наоѓа во центарот на градот и припаѓа на комплексот наречен Арасти. Овој објект бил изграден во 1573/1574 година, во времето кога Мехмет Паша ја градел својата џамија во близина.

Се смета дека овој амам е еден од најголемите амами на Балканот. Амамот е составен од два дела - еден за мажите и еден за жените, и освен Даут Пашиновиот Амам во Скопје и Гази Хусрет Бегот во Сараево, и овој амам припаѓа на најуспешната архитектура на Османлиската Империја на Балканот. Овој објект функционираше до 1926 година.

Слика бр.20 Амам на Гази Мехмет Паша



3.1.3. Беледија

Беледија е првата зграда на Советот на Општина Призрен која била изградена кон крајот на XIX-от век, а мостот што се наоѓа во близина го викаат Мостот на Беледије. Оваа зграда е најдобар сведок на политичката култура и администрација на Призрен, а денес служи како центар за човечки ресурси и обуки за културното наследство.

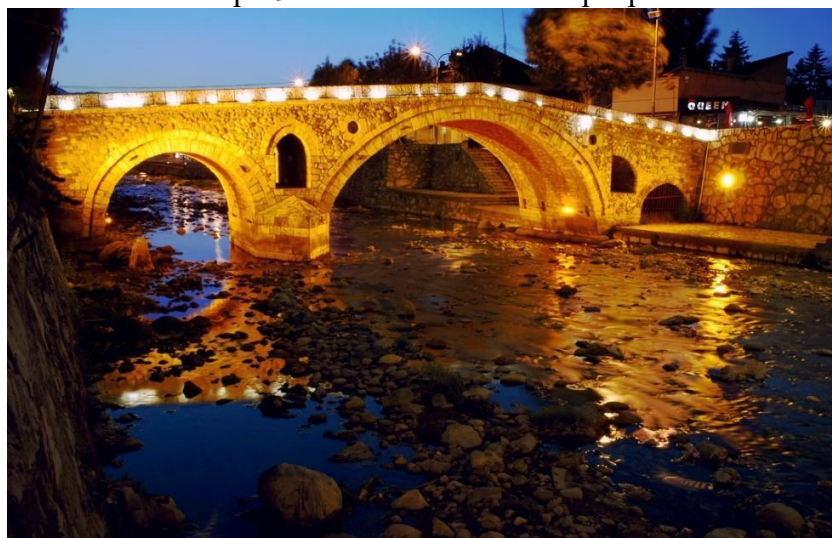
Слика бр.24 Беледије



3.1.4. Камен мост

Овој мост е изграден од страна на Али Бег во XVI-от век. Има ориентален стил на градење - од камени блокови поврзани со варовник, во форма на крива. Денес е жив сведок на сите поплави и предизвици низ времето. Во 1979 година за време на големата поплава бил оштетен, па затоа е реконструиран во 1982 година со што повторно го задржал автентичниот изглед.

Слика бр.25 Камениот мост на Призрен



3.1.5. Замокот на девојките

Замокот на девојките е првата од три тврдини во источниот дел на градот. Се наоѓа на вливот на реката Лумбарди, а остатоците од ѕидовите кои се нарекуваат “Град” може да се видат како од главниот пат, така и од Призренското Кале.

Низ вековите, ова тврдина постојано ги менувала имињата. Се верува дека била изградена во исто време кога се изградил и Манастирот на Архангелите, а подоцна оваа тврдина била заземена од страна на османлиската војска.

Слика бр.26 Замокот на девојките



3.1.6. Цамијата К’р’к

Цамијата К’р’к или Намазца цамијата се наоѓа на северозападната страна на градот, во близина на автопатот Призрен-Ѓаково. Зборот “намазца“ доаѓа од персискиот збор што значи “место за молитва - клањање”. После падот на Призрен под Отоманската власт во 1455 година, Иса Бег како командант на Фатих Султан Мехмед, ја изградил цамијата за многу кратко време за да моѓе да се вршат секојдневни моитви. Оваа цамија во тоа време се наоѓала на излезот од градот. Цамијата на Намазца е првиот изграден објект на културата од исламската вероисповест во градот Призрен. Главен мајстор и надзорник на изградбата бил Чаушот Ахмед. После воспоставувањето на целосна османлиска администрација во Призрен, оваа цамија била оставена незгрижена на забот на времето поради фактот што веќе во тоа време биле изградени и други цамии. Бидејќи оваа цамија се наоѓала на периферијата на градот, таа била користена за молитви од страна на земјоделците кои ја работеле земјата.

Слика бр.21 Цамијата К’р’к



Во педесеттите години од минатиот век, во близина на цамијата се изградил голем магацин за чијашто градба бил користен камен материјал од цамијата. Покрај изградбата на магацинот, тука се изградила и амбулантата, а во осумдесеттите години

од минатиот век биле уништени старите гробишта околу џамијата, па затоа денес се останати само 2-3 гроба кои се претворени во турбиња.

Археолошките истражувања во објектот на Џамијата Намазџа се направени во 1969 и 1989 година, но за жал тогаш не биле преземени никакви заштитни мерки. Во 2000 година ИММ од Призрен, поради вредноста на овој објект, изготвува идеен проект за реставрација на џамијата. После поддршка и посредство од страна на Турските сили на КФОР, владата на Турција финансиски го помогна овој проект. Исто така и општината даде своја поддршка за реализација на овој проект.

3.1.7. Призренска Лига

Призренската лига или сојуз се наоѓа во урбаниот дел од градот, опкружен од реката Лумбарди, комплексот Мараш и куќите на Калето.

Слика бр.18 Призренска Лига, куќа-музеј



Освен културно-материјалните вредности, овој комплекс преставува историски настан затоа што кај Медресето и Џамијата на Мехмет Паша е одржано конститутивното собрание на Призренската лига на 10 Јуни 1878 година. Денес тој објект е претворен во музеј и е заштитен со закон, па затоа претставува атрактивно место за посета на туристите.

3.1.8. Црквата “Св. Ѓорѓи”

Црквата “Свети Ѓорѓи” се наоѓа во стариот дел на градот, во населбата Каф-пазар наспроти црквата “Св. Ѓорѓе Руновиќ”. Овој објект бил изграден во 1887 година, а подоцна во 1903 година била изградена камбанаријата. Таа е црква со три сидра, изградена со врежан камен поврзан со варовник, додека камбанаријата е изработена од варовник од тули.

Слика бр.22 Црква “Св. Ѓорѓи”



Црквата е покриена со двостран покрив, кој е покриен со оловни плочки. Има два влеза - главниот влез на западната страна и вториот влез на јужната страна. Во рамките на овој црковен комплекс се наоѓа и старата црква “Св. Ѓорѓе Руновиќ”, објект која се користел и како руски конзулат во текот на XVI-от век.

Во текот на 2005-2010 година беа спроведени неколку интервенции за реставрација, чистење на црквата и нејзината околина, чистење и поправка на камените и оштетените сидови, реконструкција на камените сводови и камената купола, поставување на нов покрив од дрво, електрични инсталации, реконструкција на внатрешноста и слични градежни работи.

3.1.9. Катедрала “Спасителка Богородица”

На југозапад од урбаниот дел, во самото градско јадро, кај старата населба Пазар, се наоѓа католичката црква “Богородица Спасителка” со други пропратни објекти. Овој објект е изграден во грчко-римски стил во 1870 година од страна на архиепископот Дарио Бучарели. Подоцна Тома Гласновиќ ја подигнал камбанаријата и поставил часовник. Овој објект е трианит со полукружен алтар.

Слика бр.23 Катедралата “Богородица Спасителка”



Во средниот дел се наоѓаат фреските изработени со техника “al secco“, со прикажување на градски мотиви. Така, во сликата на Богородица, делот од алтарот е прикажан со граѓани на Призрен во карактеристична облека на тоа време. Над чардакот се наоѓаат насликани фигурите на Герг Кастриоти - Скендербег и Јоанес де Хунијад - гувернатор и главен командант на тогашна Унгарија. Автор на овие слики е сликарот со австриско потекло Симцовис, кој ги насликал во 1878 година.

Објектот ја зачувал оригиналноста до 1970 година кога по повод одбележувањето на 100 годишнината од неговата изградба, сидовите, столбовите и подот биле покриени со мермерни плочки, скалите и чардакот со бетон, а се поставила и железна ограда на влезот и кај скалите.

3.1.10. Други објекти

Мостот Налети е изграден од дрво и се наоѓа во близина на Камениот мост. Името го добил поради тоа што заради слабиот дрвен базамент многу посетители паѓале во водата на реката (зборот “налет“ е турски збор и во превод значи “по ѓаволите“).

Мостот Арасти бил изграден во XVIII-от век и бил дел од Безистенот (покриената чаршија). На двете страни од реката имало повеќе кафеани. Старата покриена чаршија била во близина на Џамијата Синан Паша, до Амамот на Мехмет Паша.

Слика бр.27 Мостот Арасти



Мостот на Сузи Челебија бил изграден во 1513 година од страна на Сузи Челебија. Се наоѓа во близина на Џамијата Сузи Челебија и е познат и по името Табакана бидејќи служи како мост што го поврзува центарот со населбата Табакана.

Слика бр.28 Мостот Сузи Челебија



Шадрванот што се наоѓа во срцето на градот Призрен се смета за најстара чешма во тој град. За време на Отоманската империја оваа чешма претрпела повеќе промени, па затоа не се знае точниот датум на нејзината изградба.

Слика бр.29 Шадрван чешма



Чешмата на Бинбаш се наоѓа на раскрсницата помеѓу Џамијата на Илјаз Кука и Мостот на Бинбаши. Не се знае точното време на градење на оваа чешма, но се знае дека чешмата е изградена од висок офицер на Отоманската војска. Денес на оваа чешма се направени повеќе измени, така што е ставена под ризик големата историска вредност на ова чешма.

Слика бр.30 Чешмата на Бинбаш



Топокли или познато како “шест чешмиња” се наоѓа на влезот во населбата Мараш, наспроти куќата на Имер Призрени. Составен е од шест бронзени отвори (чешми) со камен наоколу. Не се знае неговото тошно време на изградба, но според формата и стилската скулптура која била видлива до 1994 година, се претпоставува дека тој е изграден пред доаѓањето на Отоманската империја на овие простори.

Слика бр.31 Топокли



Пештерата на Влашња е откриена од страна на безбедностите сили на Косово и според првичните анализи се смета дека датира од бронзеното доба. Бидејќи била откриена многу доцна, сеуште не е откриено што претставуваат цртежите на ѕидовите на оваа пештерата.

Слика бр.32 Пештерата на Влашња



3.2. Националните носии како значајна културна и туристичка вредност

Ако сте во Призрен за време на свадби кои најчесто се прават на лето, ќе можете да ги забележите народните носии на жителите. Жените се облечени во димии во бело, со бел ѓумлек од свила, на пловината имаат сребрен појас, а на елекот или цамаданот ставаат златни лири како украси.

Слика бр.33 Невеста од Жупа - Призрен



Ова е само општа претстава за женската носија во овој град. Бидејќи во целиот регион постојат различни култури, постојат и различни национални носии. Главните елементи кои се карактеристични за народните носии во регионот на Призрен се: кошулите, раците, димиите, минтанот, цамаданот, скутината, чорапите, опинците, мафесот, шамијата, бижутеријата, сакото, долгата херка, цубето со шари, обвивката и волнените чорапи со многу бои.

Слика бр.34 Невеста од Љубиње - Призрен



ДЕЛ ПЕТТИ

Одржлив развој на туризмот во Призрен како значајна туристичка дестинација во Косово

I. ИСТРАЖУВАЊЕ И АНАЛИЗА НА ОСНОВНИТЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОДРЖЛИВ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Општина Призрен е втора општина по големина во Косово и регионален центар на Југоисточниот дел на Косово. Лоциран под падините на Шар Планина, градот Призрен е едно од најстарите населени населби во Косово и регионот, кој секогаш низ целата историјата бил крстопат на културата и трговијата.

Поради големите флукуации во социјалниот, културниот и економскиот развој во различните временски периоди, Призрен претрпел бројни политички, социјални и економски промени. Денес, Призрен се соочува со многу проблеми и предизвици како на пример: економска криза, високо ниво на невработеност, присуство на неформална економија, недостаток на организирано индустриско и земјоделско производство и недостаток на инвестиции во урбаната инфраструктура. Призрен, исто така страда од деградација на животната средина и постојана миграција на населението⁶⁷.

1. Законска регулатива во областа на туризмот

Сите земји, независно од степенот на економската развиеност, настојуваат да го развијат туризмот поради многубројните позитивни ефекти што тој ги носи. Генерално, тој придонесува за економски раст и развој, промовирање на меѓународното разбирање и мир, подобрување на животниот стандард на населението, стимулирање на локалната трговија и индустрија, заштита на културното наследство и слично.

Еден од најзначајните фактори кој го дефинира и канализира развојот на туризмот во една земја е туристичката политика. Станува збор за свесна активност на централната власт во областа на туризмот преку преземање на најразлични мерки и активности за остварување на планираните цели и задачи. Туристичка политика која ќе е во согласност со пошироката развојна економска политика на земјата, често може да недостасува поради нејасно дефинирани развојни приоритети, цели и стратегии во областа на туризмот.

⁶⁷ Komuna e Prizrenit, Plani zhvillimor i Komunës së Prizrenit 2013-2025, Prizren 2012, f.18

Законите за регулирање на туристичката дејност⁶⁸, заедно со останатите закони кои имаат допирни точки со туризмот и угостителството и индиректно влијаат на нивниот развој, претставуваат легална основа за развој, управување и функционирање на туризмот. Како дел од сеопфатниот процес на планирање на туристичкиот развој се смета и постапката на прегледување и оценување на релевантните закони и регулативи, или пак, доколку тие не постојат, тогаш се пристапува кон нивно изготвување.

За да може да се остварат зацртаните цели во областа на туризмот, неминовно е сите носители на туристичката понуда да ги планираат и реализираат своите активности со цел да привлечат што поголем број туристи со постоечката понуда, но истовремено, да се грижат и за зачувување на сите ресурси преку реализација на концептот на одржлив развој на туризмот. Во тој контекст, како еден од главните носители на туристичката понуда, а со тоа и управувач на целокупниот раст и развој на туризмот, се јавува земјата. Нејзината улога во туристичкото планирање е променлива, првенствено во зависност од степенот на развиеност на туризмот, а може да биде активна или пасивна. Следствено, земјата може во поголема или помала мера да интервенира во областа на туризмот преку преземање на различни мерки и активности. Притоа, мора да води грижа да формулира таква политика за развој на туризмот која ќе биде во согласност со глобалната развојна политика на земјата.

Активната улога на земјата претпоставува намерна, свесна активност на земјата во областа на туризмот каде таа ја усвојува генералната политика за туристички развој и туристички план во кој се зацртани целите, специфичните политики и развојната структура на туризмот. Истовремено, обезбедува буџет наменет за туристичка промоција и маркетинг, создава поволни услови за инвестирање во туристичкиот сектор, ги донесува и спроведува законите кои го регулираат развојот на туризмот, ги подобрува и поттикнува сите видови сообраќај и презема други слични мерки. Во одредени случаи, земјата може да има посебна развојна улога преку обезбедување на дел или на целата инфраструктура која е потребна за развој на туризмот, како и преку инвестирање во туристички капацитети, особено онаму каде приватниот сектор не е заинтересиран или пак се потребни огромни инвестиции.

Од друга страна пак, државата може да има пасивна улога во туристичкото планирање, во случаи кога презема активности и мерки кои може да имаат влијание на туризмот, но немаат конкретна, специфична и директна намера. Токму целата проблематика во областа на законодавството од областа на туризмот во Косово лежи во недостатокот од законски акти кои поблиску би ја регулирале дејноста туризам и

⁶⁸ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамки на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.203-205

услугителство. Само за потсетување, денес во Косово постои само еден закон - Закон за туризам во Косово, кој не ги исполнува современите потреби на оваа дејност.

Од друга страна, кога станува збор за специфичната регулатива односно подзаконските акти, мора да се спомене дека постои само едно Административно упатство кое се однесува на регулирањето на процесот на класификација и категоризација на хотелските објекти на ниво на земјата.

2. Придонесот на туризмот во економскиот развој на Призрен

Косово нема директен пристап на море, туку има планинско-ридски карактер, но сепак има поволна клима, бројни природни ресурси и богато културно-историско наследство, што се сметаат како основа за развој на туризмот.

Но, тоа што претставува проблем е фактот дека сите иницијативи во областа на туризмот се прават од страна на приватниот сектор и од инвестициите на жителите кои имаат за цел зголемување на нивните приходи преку развојот на туризмот. Според податоците од министерството за економија, туризмот е идентификуван како еден од најпотенцијалните сектори за развој на економијата и многу важен пазар за странски директни инвестиции⁶⁹.

Според податоците на даночната администрација на Косово, најголемиот број туристички деловни субјекти дејствува во регионот на Приштина (36,6%), после доаѓа регионот на Призрен (17,2%), Пеќ (10,1%), Гнилане (9,3%) и други.

Објектите кои го сочинуваат туристичкото стопанство се: хотели и мотели со ресторани, хотели и мотели без ресторани, хостели за млади и за планински одмор, кампинг места за каравани, за краток престој, ресторани, барови, кантини, кујни и туристички агенции.

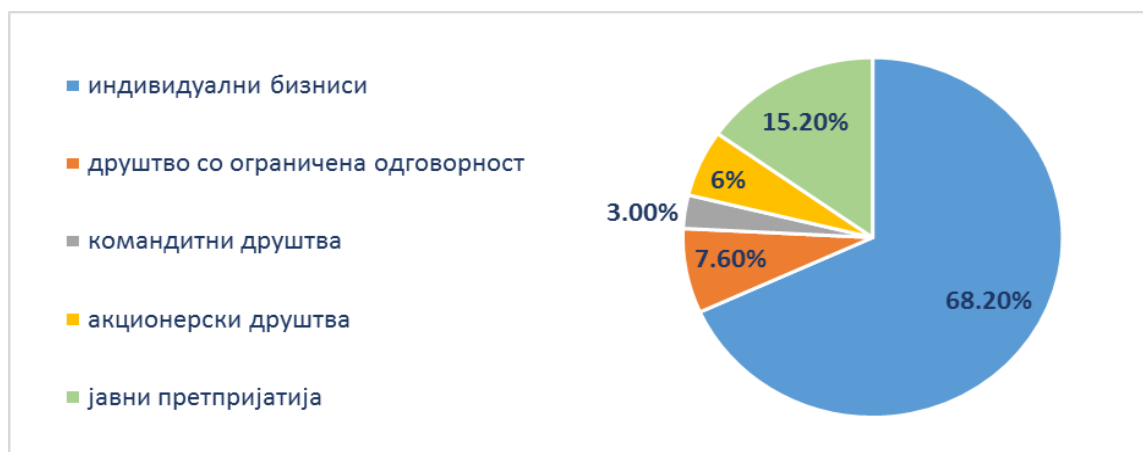
Кога се анализира структурата на сопственоста во туристичките претпријатија⁷⁰ (графикон број 12), може да се забележи дека 68,20 % се индивидуални бизниси, 15,20 % се јавни претпријатија, 7,60% се друштва со ограничена одговорност, 6% се акционерски друштва, а 3% се командитни друштва. Ако туристичките претпријатија се анализираат од аспект на националната припадност нивните сопственици тогаш околу 97% од сопствениците на туристичките претпријатија по националност се Албанци, а останатите 3% од сопствениците припаѓаат на другите етнички заедници.

⁶⁹ Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.89-90

⁷⁰ Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Министерство за надворешни работи на Финска и УНДП, Проект под наслов “Помош за трговијата“, Профил на Секторот за туризам, 2004 година, стр. 7 - 8

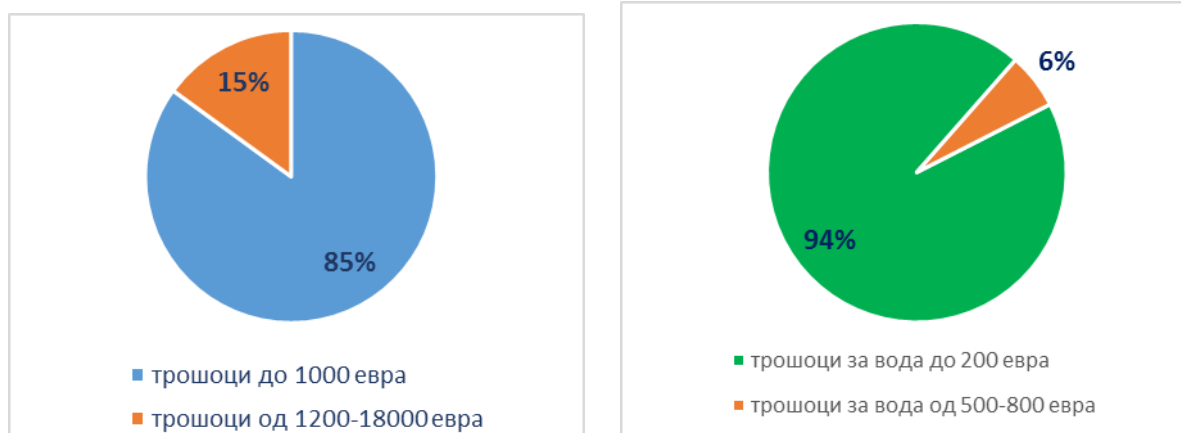
Според возраста, речиси 44% од сопствениците имаат возраст од 22 до 41 година, а 56% се на возраст од 42 до 65 години. Анализирани според полот, 93% од сопствениците на туристичките претпријатија се мажи, а само 9% се од женски пол.

Графикон бр. 12 Видови претпријатија според структурата на сопственост



Вкупните трошоци за набавки на туристичките претпријатија, просечно месечно во 2012 година изнесувале 21,214,00 евра (минимални трошоци) и 32,732,00 евра (максимални трошоци). Кога станува збор за комуналните услуги на годишно ниво, речиси 85% од субјектите платиле 1000 евра годишно за електрична енергија, 94% од 500 до 800 евра за вода и 80% плаќаат до 1000 евра за нафтени деривати.

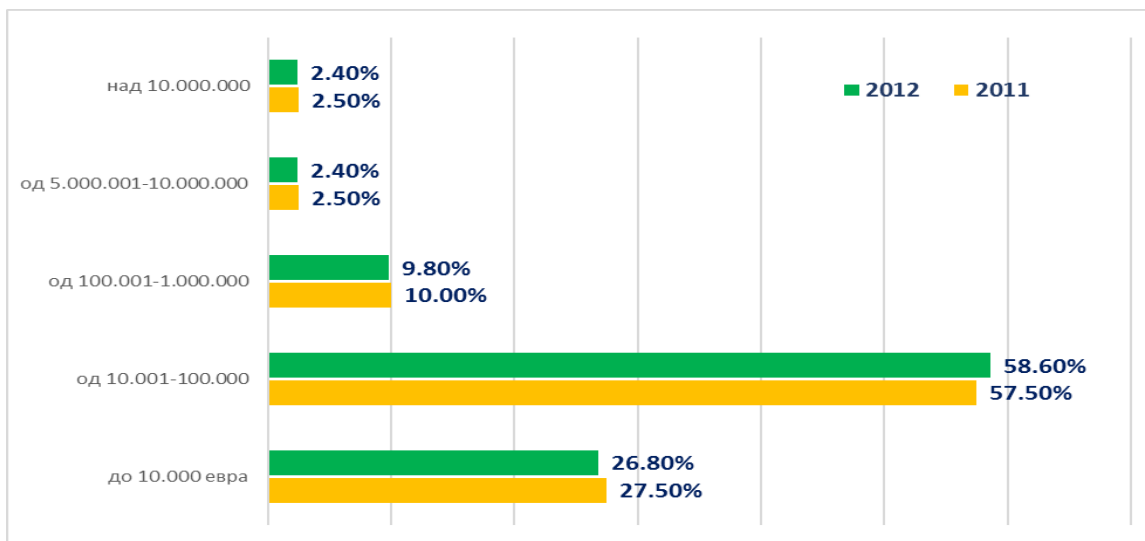
Графикон бр. 13 Тековни трошоци за работење на туристичките субјекти



Што се однесува до вкупната вредност на производството, поголемиот дел од сопствениците на туристичките субјекти сметаат дека таа сума не надминува 100 000 евра на годишно ниво (85% за 2011 година и 83,4% во 2012 година). Само 3% од

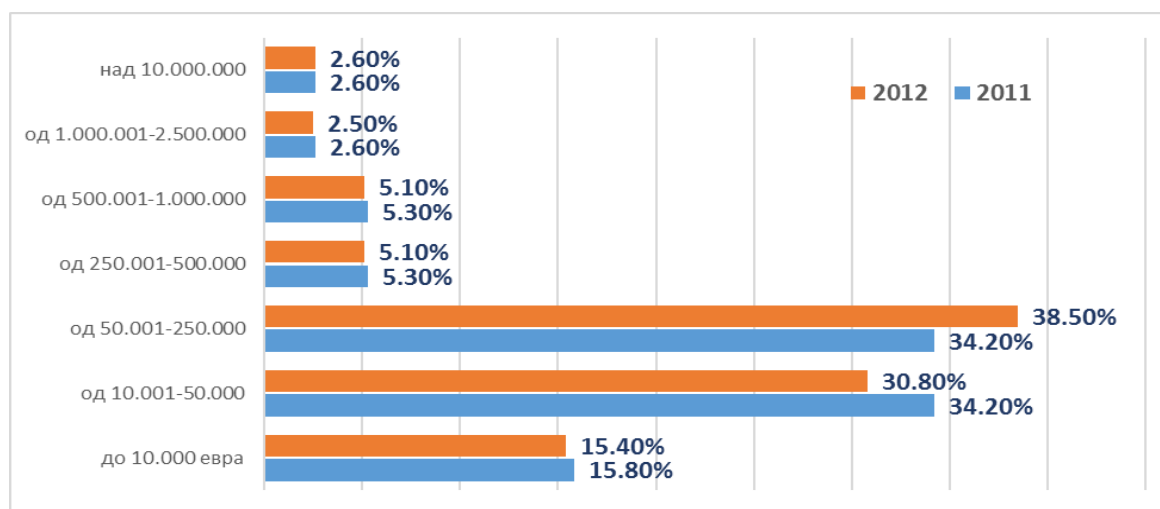
сопствениците имаат изјавено дека вредност на производството на нивните субјекти изнесува над 5 милиони евра годишно⁷¹ (графикон бр.14).

Графикон бр. 14 Годишно производство на туристичките субјекти за 2011 и 2012 година изразено во евра



Кога се анализираат приходите остварени од туризмот во 2011 и 2012 година, најголемиот број од сопствениците се изјаснале дека остварените приходи изнесуваат од 10 000 до 50 000 евра односно од 50 000 до 250 000 евра, а само 2,5% од туристичките субјекти оствариле приходи од над 1 милион евра односно од над 10 милиони евра⁷².

Графикон бр. 15. Приходи по основ на туризмот за 2011 и 2012 година



⁷¹ Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Министерство за надворешни работи на Финска и УНДП, Проект под наслов “Помош за трговијата“, Профил на Секторот за туризам, 2004 година, стр. 12

⁷² Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Министерство за надворешни работи на Финска и УНДП, Проект под наслов “Помош за трговијата“, Профил на Секторот за туризам, 2004 година, стр. 12

Речиси 63% од сопствениците на угостителско-туристички објекти во своја сопственост имаат објекти каде работат, а останатиот процент работи во објекти под кирија. Средната пазарна вредност на објектите каде се врши туристичката и угостителската дејност е 1 милион евра. Повеќе од половина (54%) имаат земјиште во нивна сопственост, а таа вредност е 360 000 евра во просек, а 90% од сите субјекти поседуваат технологија и машини во вредност од 315 000 евра.

Една третина одговориле дека имаат инвестирано во нови производи и услуги во 2012 година, а просечната вредност на инвестициите е над 76 000 евра. Освен тоа, една петтина од субјектите имаат направено иновативни промени преку користење на нова техничка и технолошка опрема и софтвер, додека 15% од субјектите вовеле маркетинг, развој на производи и услуги и промоција на производите како нова практика.

3. Управување со човечките ресурси во областа на туризмот во Призрен

Човечките ресурси⁷³ се есенцијален дел од аспект на потребите на пазарот на трудот и слободното движење на работната сила надвор од рамките на земјата. Се јавува потреба од стекнување на нови знаења и вештини, а тоа бара процес на доживотно учење, институционализирање на системот на континуирано образование за сите. Оправданоста од професионалното студирање на туризмот произлегува од фактот дека туризмот како стопанска дејност во делот на секторот услуги, поседува неопходни услови за мошне голем пораст во овој милениум. Светските економски експерти веќе одамна укажуваат на тоа дека тој, на некој начин, е веќе водечки сектор во светската размена. Основите за ваквите нивни констатации наоѓаат поткрепа во тенденциите на основните детерминанти во туристичката побарувачка на меѓународниот туристички пазар како што се: слободното време, расположивиот фонд на финансиски средства, социо-демографските промени и сл.

Така, на современиот туристички пазар е присутен нов пристап во управувањето и работењето со туризмот кој се заснива, пред се, на сè поизразените промени на карактерот на туристичката побарувачка, особено од аспект на човечките ресурси. Зголемувањето на културата на живеење и размислување во високоразвиените европски и светски земји од една, како и подобрувањето на квалитетот на нивното живеење, од друга страна, имаат несомнено големо влијание врз се поголемата и

⁷³ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамки на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.201-203

поистенчена индивидуалност што, покрај другото, најмногу резултира со нивната зголемена побарувачка за таканаречените нестандартни туристички производи.

Во исто време, на меѓународниот пазар се сè поизразени тенденциите за надминување на сфаќањата за туризмот како стопанска дејност која своите компаративни предности ги заснива само на атрактивностите на природните ресурси и на ефтината работна сила. Наместо тоа, сè поголем клучен фактор во развојот на туризмот претставува високата технологија.

Туризмот во Призрен, и покрај тоа што е перманентно изложен на одредени регресиони и трансгресиони процеси, сепак има голема улога во севкупното туристичко стопанство на Косово. Овие констатации и определби се засниваат пред сè на постоењето на мошне голем број квалитетни туристички добра и ресурси, а тоа пак од своја страна, укажува и на потребата за постоење на квалитетен систем на образование за неговите потреби. Во таа насока, несомнено е дека од огромна и непроценлива важност за реализацијата на таквите тенденции би било и основање на средни професионални туристички и угостителски училишта и факултети од областа на туризмот. Неизбежно се наметнува прашањето за постоење соодветен стручен кадар кој би се занимавал со оваа проблематика, и тоа на едно многу повисоко ниво од сегашното, како од теоретски, така и од практичен аспект. Ваквите претпоставки ни даваат за полно право да веруваме дека потребата од квалитетни високообразовни кадри од областа на туризмот претставува основна економска компонента и мошне сериозна детерминанта за оправданоста на ваквиот вид студии. Основањето на училишта и факултети за туризам и угостителство пред себе има поставено повеќе цели, но една од основните цели е создавање на стручен и научен кадар кој има компетенции од областа на туризмот. По завршувањето на студиите кадарот е стручно подготвен да се вклучи во научно-истражувачката и применетата дејнос. Тој ќе биде оспособен од стручен и научен аспект да ги проучува и следи процесите кои се случуваат во областа на туризмот, да ги согледува последиците и да може да го насочува туристичкиот развој во насока која одговара на развојот на земјата. Оформениот кадар од областа на туризмот, благодарение на компетенциите кои ќе ги стекне, може да најде свое место во рамките на повеќе институции во Косово кои директно или индиректно се поврзани со туризмот.

Во таа смисла неопходно е да се допрецизира стручниот профил и да се постигне можност за создавање кадри кои ќе можат да се справат со современите барања во туристичката професија. Со програмите од областа на туризмот, акцентот при едукацијата на учениците и студентите се става на стручните дисциплини кои ќе овозможат препознатливост на структурата, поголема практична активност на студентите

и полесно вклучување во професионалните активности по завршувањето на образовните процеси.

Едукацијата на учениците и студентите од областа на туризмот подразбира нивно оспособување за преземање иницијатива за идентификување на потребите за понатамошно професионално унапредување во нивната професија, преку следење на промените и современите трендови во туризмот, како и најновите сознанија во туристичките истражувања презентирани во научните и стручните публикации, конференции и други научни и стручни форуми.

Имено, главниот проблем во областа на професионалните кадри во туризмот во Косово е недостатокот на програми, училишта и факултети на ниво на целата земја, а како пример може да се истакне фактот дека на ниво на Косово, само во 8 општини има средни професионални угостителски училишта, од кои само едно училиште се наоѓа во Призрен⁷⁴:

- “7-ми Септември“ – Приштина,
- “Фехми Ладровци“ – Дренас,
- “Али Хадри“ – Пеја,
- “Имер Призрени“ – Призрен,
- “Фаик Коница“ – Феризај,
- “Кадри Кусари“ – Ѓаково,
- “Ласгуш Порадеци“ – Малишево
- “Марин Барлети“ - Ѓилан

Стручен и квалификуван персонал е услов за квалитетна реализација на наведените туристички и угостителски услуги. Хетерогеноста на услугите бара хетерогени стручни профили. Во туризмот доаѓаат до израз специјализирани знаења и вештини кои директно влијаат на квалитетот на туристичкиот производ, а тоа ќе се постигне доколку во оваа земја во иднина се создаваат, развиваат и унапредуваат професионални кадри од областа на туризмот.

Претходнонаведените проблеми во врска со квалитетен и професионален кадар од областа на туризмот кој ќе работи во туристичката индустрија, ги поткрепуваат и сопствениците на веќе постоечките туристички субјекти во Косово кои реално се соочуваат со следните потешкотии при функционирањето на нивните претпријатија:

⁷⁴MASHT, Abdurrahman Simnica, Shkollat me profilet hoteleri-turizëm në Kosovë, 2015, f.28

- недостиг на квалификувана работна сила;
- високи трошоци за доквалификување и оспособување на работната сила;
- недостиг на дипломирани лица, како и кадри од средните професионални туристички или угостителски училишта;
- високи трошоци за завршување на високото образование, посебно за секторот туризам и угостителство.

4. Намалување на сиромаштијата и вклучување на ранливите групи во развојот на туризмот во Призрен

Сиромаштијата во сите свои форми претставува нарушување на човековите права што ги исклучува на многу директен и реален начин сите оние кои немаат средства и приходи од јавниот и социјалниот живот. Социјалната исклученост и сиромаштијата создаваат круг кој постојано се перпетуира самиот себе си, затворајќи ги во себе и ограничувајќи ги токму најранливите претставници на општеството.

Ваквата исклученост влијае на достоинството, добросостојбата и животот на луѓето. Во суштина, станува збор за состојба што им оневозможува на луѓето да ги реализираат своите загарантирани права од областа на образованието, вработувањето, пристапот до квалитетна здравствена заштита и др. Во Светот, над 80% од луѓето живеат со помалку од 10 долари на ден, 25 илјади деца умираат секојдневно поради сиромаштија, 12.3 милиони луѓе се жртви на присилна работа, 186 милиони се невработени.

Сиромаштијата е сложен и комплексен феномен што не смее да биде разгледуван ниту третиран изолирано. Сиромаштијата е нешто што се случува во општеството и треба да биде решаван во него. Социјалната исклученост и оптоварувањата што ги наметнува таа, во ниеден случај не се изолиран феномен кој треба само да се констатира. Овие проблеми се решливи и треба да бидат решавани во рамките на институциите на општеството или со нивен полн ангажман. Ова би значело дека е потребна конкретна, ефикасна и долготрајна соработка на хоризонтално ниво меѓу владините институции и невладиниот сектор, но и меѓу повеќе различни владини институции од различни домени, што имаат фокус на ранливите групи.

Состојбата со сиромаштијата во Косово, па и во Призрен како поразвиен регион во оваа земја, веќе подолг период покажува високи коефициенти. Ова е загрижувачка состојба, особено ако се има предвид фактот дека станува збор за континуиран тренд

во земјата. Во вакви услови, се чини дека е особено важно да се нагласи широко прифатената теза дека економскиот и одржливиот развој, а во тој контекст и одржливиот развој на туризмот, е предуслов за одржливо и долготрајно намалување на сиромаштијата. Меѓутоа, влијанието на економскиот раст е помало доколку постојат високи нивоа на нееднаквост во приходите на населението и таквиот економски раст може да е занемарлив во општества каде што структурните ограничувања ги спречуваат сиромашните да учествуваат и да уживаат во плодовите на економскиот раст. Според одредени податоци, најранливи категории се семејствата што имаат повеќе деца, другите домаќинства со деца, самохраните родители, невработените, семејствата каде што главата на семејството нема образование или е со ниско – основно образование. Најголем процент на лица кои живеат во сиромаштија е забележан во руралните средини.

Во однос на ранливите групи население, во Призрен има две категории на лица што бараат работа, а кои се особено ранливи на косовскиот пазар на работна сила – долгорочно невработените и младите лица.

Справувањето со долгорочната невработеност е многу тешко, но комбинирањето на обуката со активното советување и информациите за можностите за работа се покажале како релативно ефективни во повеќе европски земји. Во земјите во транзиција каде што побарувачката за работна сила е помала, овие мерки често се неефикасни.

Младите невработени лица во Призрен се во понеповолна позиција на пазарот на трудот во споредба со другите возрасни категории на граѓани. Најважните причини за младинската невработеност се следните:

- Лоша структура на квалификации (голем број на млади луѓе кои се неквалификувани или полуквалификувани);
- Недоследност помеѓу потребите на пазарот на труд со образовниот систем;
- Строгата потреба на работодавачите за вработување на луѓе со претходно работно искуство;
- Порастот на таканаречената сива економија во која луѓето се дефакто вработени, но сеуште во државната евиденција се водат како невработени за да имаат право на здравствено осигурување.

Како последица на ова, постојат докази за младинска обесхрабреност која се појавува во форма на исселување во странство, социјална исклученост, маргинализација или преземање на нелегални активности. Бројот на неактивни млади е

исто така во пораст. Невработеноста на младите со себе носи огромни последици врз личноста на младиот човек и неговата иднина, но и врз заедниците во кои живеат. Невработените млади имаат потешкотии во воспоставувањето на значајни врски во општеството и се соочуваат со социјална и политичка изолација. Негативните последици од периодите на невработеност, според истражувањата, го погодуваат младиот човек на повеќе нивоа: со секој ден поминат во состојба на невработеност се намалуваат шансите за идно вработување, а се зголемува ризикот од сиромаштија. Понатаму, невработеноста ги намалува шансите и за идна пристојна работа и добра заработувачка.

Од друга страна, постојат и други проблеми во однос на невработеноста на младите лица во Призрен:

- недоволниот број на работни места да ја апсорбираат понудата на млади лица;
- неусогласеноста меѓу потребите на работодавачите и квалификациите на работната сила што произлегува од образовниот систем;
- неподготвеноста на работодавачите да обезбедат средства за покривање на трошоците за обука на работни места за младите лица кои немаат работно искуство;
- немање на работно искуство, како и систем за обезбедување на практична работа за евидентираниите невработени лица;
- недостиг од неформално образование и тренинг;
- поголема веројатност за работа во неформалниот сектор, и
- недоволни стимулативни мерки за вработување на младите.

Слично како и во другите земји на Западен Балкан, пазарот на труд во Косово се оценува како недоволно инклузивен, без разлика на моменталната легислатива на полето на работните односи и еднаквоста во можностите за вработување.

Вклучувањето на пазарот на труд за специфични групи на население, како што се лица со социјален ризик или лица со ризик од социјална исклученост е голем предизвик за земјата, ако се има во предвид и високата стапка на невработеност кај овие категории на граѓани.

Ангажирањето, односно вработувањето на сиромашните и ранливите групи, особено во туризмот, треба да претставува стратегијата на Призрен во наредниот период да се фокусира на две главни цели:

- Стратегијата да обезбеди повеќе и еднакви можности за младите луѓе во туризмот од аспект на пазарот на труд,
- Да ги поттикне младите да земат активно учество во развојот на туризмот.

Целите се постигнуваат преку двоен пристап, кој вклучува:

- (1) Специфични младински иницијативи, насочени кон младите луѓе за да се поттикне неформално учење, учество, волонтерски активности, младинска работа, мобилност и информации,
- (2) Меѓу-секторски иницијативи со цел да се земат во предвид младинските прашања при формулирање, спроведување и евалуација на политиките и активностите во други области со значително влијание врз младите луѓе како што се образование, вработување или здравје и благосостојба.

Во таа насока, таквата евентуална стратегијата треба да предложи иницијативи во неколку области:

- (1) Образование и обука,
- (2) Вработување и претприемништво,
- (3) Учество,
- (4) Волонтерски активности,
- (5) Социјална инклузија,
- (6) Млади и светот,
- (8) Креативност и култура.

II. ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧУВА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Правилното управување во туризмот и угостителството значи поефикасно и поефективно работење, а тоа пак претставува чекор напред во економскиот развој на земјата, креирање на нови работни места и зголемување на нивото на благосостојба на населението. Таквото менаџирање значи позитивна пропаганда за земјата и привлекување на туристите кои со себе носат нови приходи и зголемена соработка на социјално и културно ниво.

Косово⁷⁵ сеуште нема изградено туристички имиџ, ефикасната продажба ја нема или е многу малку присутна како маркетинг инструмент, нема know-how и нема современи системи на комуницирање и информирање. На таквата состојба може да се додадат уште повеќе проблеми од повеќе сфери на секојдневното живеење. Општа констатација е дека во набљудуваниот период (2010-2018 година) постои варирање во туристичкиот промет во Косово (зголемување и намалување во поодделни години), што истовремено е проследено и со промени во неговата структура, а особено во структурата на странскиот туристички промет. Причините за ваквиот развој на настаните се многубројни. Некои од овие причини имаат субјективен карактер и врз нив може полесно да се влијае, додека други се повеќе од објективна природа и врз ваквите причини е мошне тешко или скоро невозможно да се влијае.

Во продолжение се наведени најзначајните проблеми со кои се соочува туризмот во Призрен.

1. Проблеми од областа на туристичките субјекти

Недоразбирањата настанати околу политичките прашања во земјата и во регионот, резултирале со сериозни негативни влијанија врз туризмот во Косово, поради отежнатиот проток на туристи, туристички производи и услуги. На ваквата состојба може да се додадат деструктивните елементи произлезени од воените немири. Друга причина за слабата развиеност на туризмот во Косово е фактот дека косовскиот туризам се развива стихийно и без концепција, а оној на другите земји (развиените) функционира организирано, плански, со точно утврдена регулатива и според однапред утврдени визии за развојот. Во тој контекст, мора да се направи подетален преглед на

⁷⁵ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамки на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.192-193

сите позначајни проблеми кои влијаеле во насока на попречување на развојот на туризмот во Косово.

Туристичките субјекти⁷⁶ не преземаат мерки да го дефинираат проблемот, не обезбедуваат доволно информации, процесот на анализирање на информациите е на ниско ниво, не се одлучни во изборот на најдоброто можно решение за развој на туризмот и не се презема одлучна акција за решавање на проблемите.

Намалувањето на степенот на искористеност на сместувачките капацитети, во комбинација со големо учество на фиксните трошоци во вкупните трошоци на работење на капацитетите, е проблем кој со себе повлекува намалена рентабилност, зголемување на загубите во секторот и слично.

Исто така, појавата на тенденцијата на опаѓање на бројот на легла како во основните, така и во комплементарните сместувачки капацитети, како и непочитувањето на правилникот за категоризација на објектите за сместување и исхрана, се причини кои бараат итно решавање. Територијалната разместеност на капацитетите за сместување не е поволна. Сместувачките капацитети се користат многу кратко време, најчесто во летната сезона. Има тенденција на постојано опаѓање на степенот на искористеност на сместувачките капацитети, со што значително се отежнува деловното работење на туристичките субјекти. Бројот на вработените во туристичкиот сектор е мал како резултат на неангажирање на сезонска работна сила и отпуштање на постојаните вработени поради намалениот обем на работење. Тука може да се надврзе и фактот дека структурата на вработените во туризмот не ги задоволува потребите поради недостаток на академски лица во услови на поголеми и посложени потреби за знаење кои ги диктира големата конкуренција на светскиот туристички пазар.

Посебен проблем кој се појавува кај туристичките субјекти е многу малото учеството на странски директни инвестиции, односно капитал. Туристичките субјекти не ја согледуваат можноста за пронаоѓање прифатливи опции за финасирање на проектите од туристичката инфраструктура. Тие, исто така, не прават напори да соработуваат со мултилатералните или регионалните финансиски институции. Овие институции би ги стимулирале туристичките претпријатија да се вклучат во многу значајни проекти од областа на туристичкото работење.

Туристичките претпријатија во своето работење не се потпираат на третманот и можностите кои ги дава извозно-ориентираната активност, ако се суди според висината на даночното оптоварување за туристичките услуги. Овие субјекти не промовираат

⁷⁶ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамки на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.196

адаптација на туристичкиот сектор според пазарните трендови, со квалитетот на услугите, со можностите кои ги даваат човечките ресурси и слично. Проблем од слична природа е и непостоењето на соработка меѓу малите и средните туристички претпријатија. Друг недостаток е неможноста за интензивирање на интегративните процеси и соработка со останатите субјекти како од домашен, така и од регионален, па и од меѓународен карактер. Овде се појавува и проблемот на недостаток на заеднички настап на странските туристички пазари, како и недоволното искористување на капацитетите на високите кадри од областа на туризмот и угостителството.

2. Проблеми со културното наследство

Културното наследство на една земја го сочинуваат материјални и нематеријални добра коишто, како израз или сведоштво на човековото творештво во минатото и сегашноста или како заеднички дела на човекот и природата, поради своите археолошки, етнолошки, историски, уметнички, архитектонски, урбанистички, амбиентални, технички, социолошки и други научни или културни вредности, својства, содржини или функции, имаат културно и историско значење.

Косово се соочува со дополнителни проблеми во туризмот, односно тоа се проблемите кои произлегуваат од врските меѓу туризмот и спомениците на културата. Ова затоа што, покрај позитивните, културниот туризам не може да се разгледува без негативните ефекти што тој може да ги има врз спомениците на културата.

Тие се предизвикани од:

- неконтролирана и прекумерна употреба на спомениците на културата во туристички цели,
- недомаќинско однесување на туристите кон културните вредности,
- немање дијалог меѓу конзерваторите и туризмолозите,
- недостаток на стандарди за заштита и презентација на културното наследство,
- недостаток на развојни планови и програми,
- отсуство на планови за управување со културното наследство на градот како урбана туристичка дестинација,
- зголемената комерцијализација на градовите има негативно влијание врз културното и духовното искуство за туристите,

- туристичките производи и услуги не се доволно базирани на главните елементи на културното наследство, а доколку такви производи има, тогаш тие не се засновани на стандардите за квалитет,
- културното наследство кое постои во руралните дестинации, а е од големо значење за туризмот, нема некој посебен статус на заштитено место при што може да се предизвика уништување на тоа наследство,
- вредностите на културното и историското наследство не се доволно заштитени од злоупотреба, крајби, уништување, оттуѓување или узурпација,
- невклучување на културното наследство (археолошко, архитектонско, материјално и духовно) во сите просторни и планови за развој,
- неизготвување на планови за конзервација и менаџирање со зоните од културно и историско значење за сите општини,
- несоодветно или недоволно организирање на активности во форма на изложби, поставки, саеми, концерти, фестивали, културни настани каде ќе се изложи целокупното културно и историско наследство (закони, адеи, ритуали, ора, музика, песни, занаетството и слично),
- неподдржување на проекти кои ќе поттикнат развој на занаетството и култивирање на традиционалната и локалната гастрономија.

Имено, најосновна цел е заштитата и зачувувањето на културното наследство (историјата, традицијата, храната, песните и ората, облеката, ритуалите и обичаите) како идентитет што треба да се проследи на следните генерации, а доколку постои можност.

Одредени објекти треба да се реконструираат и пренаменат во музеји за да се изложат националната облека, керамика, садови, оружја, декоративни елементи, алатки за работа, музички инструменти и други домашни предмети од дрво кои се користеле за храна и пијалоци, а кои се типични за тие места и предели.

3. Проблеми во врска со деградацијата на животната средина

Загадувањето на животната средина, исцрпувањето на природните ресурси, загубата на биолошката разновидност, осиромашувањето на озонската обвивка, климатските промени со сета своја сериозност се наметнуваат на глобалната сцена.

Станува јасно дека да се зачува животната средина значи да се зачува животот. Оттука потекнува и стремежот на секоја земја која се декларира како одговорна, да изгради законодавство кое ќе овозможи колку што е можно повисоко ниво на заштита на животната средина, како и да креира стратегии за одржлив и одговорен економски развој во чии рамки посебно внимание треба да се посвети на одржливиот развој на туризмот.

Често пати туризмот е причина за деградација на животната околина⁹⁰. Туризмот се јавува како корисник на животната средина и фактор за нејзина деградација и уништување, а од друга страна, пак, со туризмот се создаваат можности за заштита на животната околина. Колку повеќе се искористува туристичката дестинација во туристички цели, толку повеќе доаѓаат до израз негативните последици на туризмот врз животната околина: промена на еко-балансот на животинскиот свет, зголемено ниво на аеро-загаденост, загадување на водните ресурси, загадување на почвата, зголемена бучавост, уништување на растителниот и животинскиот свет, естетско нарушување на просторот, неконтролирана урбанизација, присуство на енормен број на сообраќајни средства во туристичките дестинации, зголемени трошоци за превенција на ваквата состојба итн.

Други проблеми кои се појавуваат во животната средина како резултат на развојот на туризмот во Косово се следните:

- Кога се искористува природната средина на едно место во насока на развој на туризмот, најпрво треба да се создадат основни предуслови тоа место да биде попосетено од страна на туристите и поатрактивно за нив, а тоа пак од друга страна значи заштита и зачувување на основните природните вредности на тоа место. Ова се смета за еден од најголемите проблеми во областа на заштитата на природното наследство, како еден од најважните фактори за економски развој и главен услов за развој на туризмот,
- Управувањето со природното богатство не значи и придонес за зачувување на идентитетот и разновидноста на природата,
- Недоволна еко-свест и недостаток на информации за природните богатства и ресурси,
- Не постои инвентаризација на биодиверзитетот,
- Нема доволни информации, како ни објавени научни трудови за специфичните (ендемични) видови на животни и растенија во Косово,
- Заштитата на реликтните, ендемореликтните и автохотните видови на флора и фауна не е на соодветно ни на доволно ниво,

- Нема доволна ни соодветна заштита на видовите на шумска вегетација од деградација, ловокрадство и дрвокрадство,
- Нема доволна заштита на еколошките елементи (вода, воздух и почва) од загадување и деградација,
- Нема постојано мониторирање на водените површини (извори, реки, езера и други морфолошки појави) од деградација,
- Спроведувањето на посебен режим на користење на природните ресурси е во почетна фаза,
- Нема иницијативи за изготвување на програми и преземање на истражувања на природата од научен карактер, кои би можеле да помогнат во развојот на туризмот,
- Не постои доволна меѓусебна соработка помеѓу владините и невладините организации на централно и локално ниво во областа на заштитата на природното богатство,
- Неконтролираната употреба на хемиски средства и/или вештачки ѓубрива на места кои се многу блиску до националните и природните паркови,
- Создавање на депонии во природата на недозволени и непропишани места за тоа,
- Депонирање на отпадоци од животинско потекло од кланиците и од живина, што се мошне опасни и може да доведат до ширење на тешки заразни болести, не само кај локалното население, туку и кај сите гости и туристи кои го посетуваат тоа одредено место.

За заштита на животната средина во Косово одговорно е Министерството за животна средина и просторно планирање, како и Дирекцијата за планирање, урбанизам и градежништво, која исто така ги извршува и следните должности поврзани со заштитата на животната средина:

- Планирање на просторниот и урбан развој,
- Дозволи за изградба,
- Дозволи за употреба и користење,
- Воспоставување на комисији за надгледување на објектите,
- Евидентирање на воените штети,
- Регулација на инфраструктурата, итн.

Во рамките на Дирекцијата за планирање, урбанизам и градежништво, постои и Оддел за јавни услуги и вонредна состојба кој е одговорен за спроведување на

законите, регулативите и одлуките за регулирање на јавните услуги преку регулирање на градот и заштитата на животната средина.

Можне важна улога во заштитата на животната средина во Косово имаат и активностите за заштита на квалитетот на воздухот, заштитата на климата и заштитата на озонската обвивка, заштитата од индустриското загадување, заштитата од бучава и јонското зрачење.

Процесот на регулирање на отпадот во Косово се реализира од страна на Секторот за управување со отпад во рамките на Министерството за животна средина и просторно планирање. Овој сектор се состои од неколку подсектори кои играат важна улога во процесот на управување со отпадот, почнувајќи од регулирање на мониторингот на депониите, лиценцирањето, обработка на отпадот, се до управување со опасните материи. Секторот за преработка на отпад врши активности поврзани со дистрибуција, класификација и рециклирање на отпадот. Во врска со процесирањето на отпадот што се рециклира во Косово, постојат околу 35 компании кои се занимаваат со негова обработка. Меѓу материјалите кои се рециклираат во Косово се и хартија, метали, батерии, лим, органски материи, гума, пластика, итн.

Ловот и риболовот во Косово се регулирани со закон според кој секое лице кое се занимава со лов и / или риболов треба да има одредена дозвола. Одговорни за тоа се Министерството за земјоделство, шумарство и рурален развој во консултација со Одделот за природни води при Министерството за животна средина и просторно планирање. Законот ги одредува местата каде што е дозволено да се врши лов и риболов, оружјето што може да се користи за лов и риболов, начинот на лов и риболов итн. Сето тоа зависи од целите на активностите кои можат да бидат рекреативни, економски, од научно-истражувачки карактер итн.

Иако постои закон за заштита на животната средина, како и поодделните нејзини компоненти, сепак во Косово постојат пропусти во спроведувањето на овие закони, како и недоволно санкционирање на прекршителите на законите, со што би се заштитила животната средина и би се сочувала за идните генерации.

III. ПЕРСПЕКТИВИ ЗА ПОНАТАМОШЕН РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ПРИЗРЕН

Богатството на природните и културно-историските ресурси претставува значаен потенцијал за развој на туризмот во Призрен и ја прави привлечна и препознатлива туристичка дестинација која привлекува како домашни, така и странски туристи од целиот Свет. Призрен има потенцијали за развој на различни видови туризам еко-туризам, рурален туризам, планински велосипедизам, зимски туризам, спелеолошки туризам, хербален туризам, научен туризам итн.

Меѓутоа, недостатокот на инфраструктура и капитални инвестиции го оневозможуваат искористувањето на тие природни и културно-историски ресурси за развој на туризмот на ова место. Колку и да располага една дестинација со туристички природни и културни ресурси, ако не постои инфраструктура за уживање во тие природни и културни убавини, тогаш таквите извори остануваат неискористени.

За да може да се развие туризмот во Призрен, неопходна е соработка, како и преземање на мерки и активности за развој од страна на сите институции како на централно, така и на локално ниво, но и поддршка како од јавните институции, така и од приватниот сектор, како и странски инвестиции.

1. Стратегија за развој на туризмот во Призрен

Стратегискиот план за развој на туризмот во Призрен⁷⁷ претставува подлабока анализа на заедницата која го нагласува фокусот и потребите на општината за развојот на туризмот. Стратегискиот план за развој на туризмот треба да биде алатката која треба да му помогне на Одделението за туризам во Призрен за зголемување и забрзување на развојот на туризмот преку преземање на конкретни мерки и активности, како и преземање на проекти од областа на туризмот. Општината е свесна дека треба да преземе стратешки напори и насоки доколку сака да се постигнат конкретни резултати во областа на туризмот. Ова вклучува одговорност, координација и соработка на носителите од областа на туризмот и клучни човечки ресурси за поддршка на сите економски иницијативи за развој на туризмот.

Претходната Стратегија за економски развој на Југоисточниот регион, каде спаѓа и Призрен, Стратегијата за локален економски развој на Општина Призрен и Урбанистичкиот план на Призрен, даваат добар економски профил на општината, кој

⁷⁷ Komuna e Prizrenit, Dokumenti strategjik për zhvillimin e turizmit dhe planet e veprimet 2015-2020, f.3-6

пак може да се искористи за развој на туризмот. Во тие документи се наведени потенцијалните сектори кои се од клучно значење за развој на туризмот и зацртани се голем број на проекти, од кои дел сеуште не се реализирани, туку се наоѓаат во првата фаза на имплементација. Работниот тим на општината најнапред подготвил првичен извештај и план за работа, кои во себе ги интегрирале претходните напори за развој на туризмот. Општината формирала разни тимови составени од локалните власти, јавниот и приватниот сектор, а особено од претставниците на туристичката заедница. При изготвувањето на стратегијата, работната група била составена од различни експерти како стручни соработници и општинска администрација кои и порано биле вклучени во проекти за развој на локалниот туризам. Стратегијата за развој на туризмот во Призрен ги вклучува физичките, демографските и економските карактеристики на општината; инфраструктурата и јавните услуги; социјалните услуги; младите, малцинствата и родовите прашања; културните активности; вклучувањето на невладините и меѓународните организации; локална самоуправа; и стратешките развојни ориентации.

Дирекцијата за развој и туризам го заврши процесот на анализа на проблемите, потребите и потенцијалните можности на општината. Исто така, тимот ја дефинираше визијата на општината и ги идентификуваше стратегиите за економски и туристички развој. На тој начин, овој процес доведе до финализирање на Стратегијата за развој на туризмот, при што се утврдени конкретните задачи и активности кои треба да се преземат од страна на сите чинители на туризмот за да се овозможи имплементација на планот. Оваа стратегија за развој на туризмот дава визија за Општината која ги вклучува специфичните цели за развој на туризмот во сите идентификувани приоритетни области и проекти за постигнување на овие цели. За да се исполнат овие амбициозни цели, Општина Призрен треба да ги мобилизира и ангажира сите ресурси кои се достапни, кои очигледно ќе бидат недоволни за спроведување на целиот план, односно стратегија. Како резултат на тоа, општината треба да побара поддршка и од другите нивоа на управување во Косово и организации со меѓународно искуство во облик на знаење, искуство и техничка и финансиска помош, со кои ќе ги трансформира своите визии и цели во реалност во најкраток можен временски период. Во овој документ Општината го претстави својот план за понатамошен развој на туризмот преку: развој на дневен туризам со подолг престој во Призрен, културен туризам, селски и планински туризам, спортски туризам, со истовремено преземање на мерки за заштита на животната средина во Призрен. Изготвувањето на овој документ го отвора патот на Комитетот за развој на туризмот во Косово да донесува одлуки во иднина.

2. Учество на централната и локалната власт во развој на туризмот

Централната и локалната власт во Косово располагаат со мноштво законски мерки и институционални средства кои можат да придонесат за развојот на туризмот, да поддржат активно учество во меѓусекторската соработка вклучувајќи усвојување на политики и стратегии за соработка, формирање канцеларии за соработка или канцеларии за другите туристички организации на државно или локално ниво, формирање совети на чинители за развој на туризмот; фондови/фондации на невладини организации од областа на туризмот; прописи за задолжително учество на заинтересираните страни во туризмот и јавни консултации во различни фази на креирање политики и легислативи.

Повеќето од министерствата и општините треба да усвојат политики (стратегии, прописи, меморандум за соработка итн.) со цел да се создадат основи за зајакнување на улогата на туризмот во економскиот развој на земјата, односно на конкретната општина. Притоа, особено важно е здружување на субјектите од областа на туризмот и угостителството, зголемена комуникација и соработка како помеѓу субјектите на локално ниво, така и соработка помеѓу централната и локалната власт, како и соработка со други меѓународни организации. Вклучувањето на локалните чинители во развојот на туризмот преку застапување на интересите на туристичките субјекти и локалната власт во Призрен е во корист на заедницата во целост.

Практиката на учество на власта (локална и централна) во областа на туризмот може да служи како алатка за размена на знаење и искуства и развивање на понатамошна успешна соработка. Таа соработка може да биде како од аспект на заедничко донесување на разни развојни програми, планови и стратегии; давање на финансиска помош, размена на искуства и знаења; капитални инвестиции; кадровски потенцијал; од областа на преземање на мерки за заштита на животната средина и културното наследство итн.

За развој на туризмот во Општина Призрен од големо значење е да се зацврсти и зголеми соработката помеѓу сите субјекти од областа на туризмот на локално ниво, но и помеѓу локалната власт и централната власт. Исто така, оваа општина има огромен недостиг на финансиски и човечки капитал како за реализација на проектите од областа на туризмот, така и за преземање на разни иницијативи од областа на инфраструктурата воопшто. Во тој контекст неопходно е преземање на засилени мерки и активности на овој план во иднина што ќе доведе и до зголемен развој на туризмот.

3. Соработка меѓу субјектите од областа на туризмот

Современиот развој на туризмот е под силно влијание на глобализацијата како процес. Растот на потребите за информации, развојот на ИКТ технологиите, воздушниот сообраќај и другите форми на транспорт, појавата на голем број нови дестинации, порастот на образовното и културното нивоа на локалното население, промените во навиките и желбите на туристите, доведоа до потреба за приспособување на бизнисот во туристичките дестинации.

Со цел да биде конкурентна на меѓународниот туристички пазар, неопходно е туристичката дестинација да изгради своја конкурентна предност преку креирање на имиџ кој треба да биде резултат на конкурентските предности во однос на природното богатство и културното наследство со кои располага. Покрај тоа, туристичката дестинација треба да се прилагоди на потребите и барањата кои настануваат на страната на туристичката побарувачка на меѓународниот туристички пазар и да нуди такви производи и услуги кои ќе ги задоволат нив. Оние дестинации кои нема да се прилагодат на современите потреби и барања на туристичкиот пазар, немаат шанси за преживување на пазарот

За да се постигне сето тоа, неопходна е соработка помеѓу сите инволвирани страни во развојот на туризмот на таа дестинација односно помеѓу субјектите од областа на туризмот. Таквата соработка, особено онаа помеѓу јавниот и приватниот туристички сектор е клучен фактор за развој на туризмот.

Сепак, таа соработка не секогаш ги постигнува целите и честопати резултира со неефикасни активности и политики кои можат негативно да влијаат на конкурентноста на одредена дестинација или регион. Затоа, од суштинско значење е да се идентификуваат причините за таа неефикасна соработка, бидејќи тоа ќе овозможи да се предложи нов пристап кој ќе биде построкуриран и кој ќе го открие или потенцира постоењето на релевантните фактори за поуспешна соработката помеѓу јавната администрација и бизнис секторот во контекст на развојот на туризмот. Токму поради ова, кога се изготвуваше стратегијата за развој на туризмот во Призрен, учесниците нагласувале бројни конкретни акции кои би можеле да го подобруваат нивото на конкурентност на туризмот на територијата на Општина Призрен.

Од друга страна, јавно-приватните партнерства (PPP) се широко признати како суштински фактор за развој на туристичката индустрија. Овој формат на соработка станува уште попотребен во оние региони или подрачја каде економскиот развој тесно поврзан со развојот на туристичката дејност, како што е случајот со Призрен.

Правилната, конструктивна и креативна соработка меѓу засегнатите страни може да има многу предности односно потенцијални придобивки во градењето на консензус за туристичките политики:

- избегнување на долгорочните трошоци за контрадикторни конфликти помеѓу интересните групи,
- обезбедување одреден степен на локална контрола, разумно користење на природните ресурси и одговорни кампањи за промовирање на природното богатство и културното наследство на дестинацијата,
- зголемена можност за здружување на капиталот на повеќе учесници,
- односите на соработка можат да бидат и политички легитимни ако им дадат на засегнатите страни поголемо влијание во процесот на донесување одлуки што влијае врз нивниот живот и деловна сфера. Оваа соработка ја подобрува координацијата на политиките на сродните активности и носи позитивни економски, еколошки и социјални ефекти кои ќе произлезат од туризмот.

Ако е правилно управувана, соработката може да доведе до повисок степен на заедничко учење, ќе генерира синергии и ќе ја зголеми глобалната конкурентност на туристичката дестинација.

4. Заштита и зачувување на животната средина и културното наследство во Призрен

За заштита на животната средина во Косово одговорно е Министерството за животна средина и просторно планирање, како и Дирекцијата за планирање, урбанизам и градежништво.

Во контекст на заштитата на животната средина во Косово донесени се повеќе закони меѓу кои:

- Закон за водите (Закон бр.04 / L-147 13 јуни 2013 година) ;
- Законите за изградба од 2012 и 2014 година;
- Законите за просторно планирање од 2011 и 2013 година;
- Еколошките закони:
 - Закон за хемикалии (3 октомври 2014);
 - Закон за заштита на природата (28 мај 2013);
 - Закон за отпад (24 септември 2012);

- Закон за стратегиска процена на влијанието на животната средина
- Закон за хидрометеоролошка дејност (2011 година);
- Закон за заштита од нејонизирачко и јонизирачко зрачење, како и нуклеарна безбедност (2011 година);
- Закон за биоцидни производи (2011 година);
- Закон за процена на животната средина (2011 година);
- Закон за интегрирано спречување и контрола на загадувањето на животната средина (2011 година);
- Закон за заштита на животната средина (2011 година);
- Закон за заштита на воздухот од загадување (2010 година).

Сепак како на територијата на Косово воопшто, така и во Призрен постојат одредени пропусти во спроведувањето на овие закони, како и недоволно санкционирање на прекршителите на законите, на што во иднина треба да се посвети посебно внимание со што би се заштитила животната средина и би се сочувала за идните генерации.

За културното наследство во Косово одговорни се Министерството за култура, млади и спорт во чии рамки постојат 4 департменти и тоа

- Департмент за култура
- Департмент за младина
- Департмент за спорт и
- Департмент за културно наследство.

Културното наследство е дефинирано како еден од приоритетните сектори на Владата на Косово, како што е утврдено со Програмата на Владата на Република Косово 2015-2018 и Среднорочната рамка на расходите 2015-2018. Овие документи ја сочинуваат институционалната основа за подготовка на Националната стратегија за културно наследство 2015-2025 година; а правна основа се важечките закони: Законот за културно наследство, Законот за посебни заштитени подрачја, Законот за историскиот центар Призрен, Законот за Голема Хоча, Законот за селото Зум; други закони (Закон за просторно планирање, Закон за архиви, музеи и др.), закони и прописи, вклучувајќи и одредби за европска соработка и меѓународни конвенции ратификувани од Република Косово.

Националната стратегија за културно наследство 2017-2027 е сеопфатна стратегија на Владата на Косово во областа на културното наследство, чија цел е да се воспостават долгорочни рамки за визија и обезбедување решенија базирани на принципот на одржливост. Овој стратешки документ има за цел да ги подобри

системите и механизмите за заштита и зачувување на културното наследство на Косово во согласност со законската рамка, принципите и меѓународните стандарди, како и врз основа на одржлив економски, социјален и културен развој.

Со оваа стратегија, културното наследство се дефинира како значаен столб на одржливиот развој на земјата, кој ќе се постигне преку соработка и ефективно учество во подобрувањето на системот за заштита. Стратегијата се занимава со основните аспекти кои се директно насочени кон промовирање на вистинските социо-културни, економски вредности на културното наследство на Република Косово, како и зголемена видливост на нивните потенцијални вредности.

Целите на стратегијата може да се сумираат:

[i] Правен и институционален систем на заштита - во согласност со Уставот на Република Косово и другите релевантни косовски закони и обврски и во согласност со ориентацијата на Владата на Косово кон членство во ЕПП и УНЕСКО;

[ii] Интегриран пристап на заштитата - во согласност со принципите и трендовите на одржлив урбан, економски, социјален и културен развој;

[iii] Образование, промоција и свест на граѓаните - со цел да се промовира чувството за културен идентитет и како извор на инспирација и иновации .

Стратегијата е развиена на основа на конкретни цели (под-цели). Подцелите на стратегијата произлегуваат од горенаведените цели, како и од анализите од минатото и актуелните состојби од аспект на легислативата, инфраструктурата и управувањето и други прашања од областа на културното наследство кои се предмет на третман во следната деценија во Косово.

Под-целите се дефинирани како:

1. Подобрување на правната и институционалната рамка;
2. Интегриран пристап на културното наследство, кон одржливиот развој;
3. Интегрирање на културното наследство во плановите за развој;
4. Промоција на културното наследство;
5. Образование, обука и активно учество во заштитата на културното наследство

Националната стратегија за културно наследство 2017- 2027 година претставува чекор напред кон зачувување на богатото културно наследство како во Косово, така и во одредени туристички дестинации во рамките на неговата територија.

Врз база на сето тоа, може да се заклучи дека Косово прави напори како за зачувување на животната средина, така и за културното наследство, кои напори треба да придонесат кон понатамошен развој на туризмот.

ТЕРЕНСКО ИСТРАЖУВАЊЕ

За реализација на ова истражување се користеше анкетен прашалник како метод на прибирање на податоци, кој содржеше повеќе видови прашања: структурирани прашања од затворен тип, прашања со однапред дадени одговори, прашања од типот на листи, прашања кои се категоризирани, како и прашања со рангирање. Предмет на ова истражување беа: туристите, и туристичко-угостителски објекти (хотели, ресторани, туристички агенции) и тоа:

- 126 туристи,
- 12 хотели,
- 9 ресторани,
- 4 туристички агенции.

Така, беа спроведени 151 анкети - со туристите, претставниците на хотелите, рестораните и туристичките агенции на територија на градот Призрен. Првиот дел од истражувањето кое се однесуваше на интервјуирање на туристите беше реализиран во временскиот период од 15.12.2018 до 15.01.2019 година, додека вториот дел каде што беа интервјуирани претставници на угостителските објекти, беше реализиран во периодот од 01.02.2019 до 15.02.2019 година.

За секоја група од испитаниците беше користен различен вид на прашалник, а за прикажување на податоците се користи дескриптивната метода при што одговорите се групирани и прикажани со бројки, проценти и се претставени во табели. Сознанијата до кои се доаѓа како резултат на истражување се прикажани на крајот на овој труд во вид на заклучни согледувања.

Прилог бр.1 Анкетен прашалник

Почитувани,

Ве замолувам да одговорите на прашањата од прашалникот кој треба да се искористи за научно-истражувачки цели во врска со туристичката понуда на Призрен и нивото на задоволство на туристите од престојот во оваа дестинација. Причината за пополнување на овој прашалник се докторските студии на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид.

Анкетниот прашалник е анономен, а сите Ваши одговори ќе се искористат само за научно-истражувачки цели. Ве замолувам да издвоите неколку минути од вашето скапоцено време за одговарање на овој прашалник.

Ви благодарам.

М-р Хусни Ахмети _____

ПРАШАЛНИК бр.1: Туристи

Прашање бр.1 Пол

- машки пол
- женски пол

Прашање бр.2 Возраст

- до 18 години
- од 18 до 24 години
- од 25 до 34 години
- од 35 до 44 години
- од 45 до 54 години
- од 55 до 64 години
- Над 65 години

Прашање бр.3. Професија

- ученик/ученичка
- студент/студентка
- вработено лице
- невработено лице
- пензионер

Прашање бр.4 Во Призрен доаѓате

- првпат
- вторпат
- повеќе пати

Прашање бр.5 Која е главната причина за Вашата посета на Призрен?

- одмор и рекреација
- посета на културно-историските споменици и знаменитости
- деловни причини
- друго (наведете)

• Прашање бр.6 Колку долго ќе престојувате во Призрен?

- еден ден
- едно ноќевање
- две ноќевања
- три ноќевања
- подолго од три ноќевања

Прашање бр.7. Дали патувањето е во Ваша лична организација или е организирано од страна на друго лице?

- лична организација
- организирано од страна на друг

Прашање бр.8 Доколку посетата на Призрен е во организација на други, Ве молиме наведете од кого?

- туристичка агенција
- компанијата во која работите
- роднини и пријатели
- други лица

Прашање бр.9 Како дознавте за Призрен?

- на интернет пребарување
- на социјални мрежи
- од роднини и пријатели
- на саем за туризам
- на деловно патување
- при претходна посета на Косово
- на друг начин

Прашање бр.10 Што планирате да посетите во Призрен?

- обична прошетка по градот
- културно-историските монументи
- музеи и галерии
- културни манифестации и фестивали
- природните атракции
- роднини и пријатели
- искусување на традиционалните јадења и пијалоци
- друго

Прашање бр.11 Дали престојувате во хотел, мотел или други објект за сместување?

- хотел
- мотел
- хостел
- приватен апартман
- камп
- одморалиште
- друг вид на објект за сместување

Прашање бр.12 Дали објектот во кој се сместивте ги исполнува Вашите очекувања?

- да, ги исполнува моите очекување
- не ги исполнува моите очекувања

Прашање бр.13 На скала од 1 до 10 оценете го на објектот каде сте сместени

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Прашање бр.14. Дали домаќинот го познава јазикот на кој што Вие зборувате?

- да, го познава
- не, не го познава
- се разбираме на одреден начин

Прашање бр.15. Дали посетивте некој од угостителските објекти за исхрана и пијалоци во Призрен? (традиционални ресторани, фаст-фуд, кебапчилници, медитерански или ориентални ресторани, пивници и кантини и слично)

- да, посетив угостителски објект за исхрана и пијалоци
- не, не посетив угостителски објект за исхрана и пијалоци

Прашање бр.16. Дали ви се допаднаа храната и пијалоците во Призрен?

- многу ми се допадна
- ми се допадна
- немам конкретно мислење
- не ми се допаднаа

Прашање бр.17 Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што ви се допадна најмногу?

- традиционалната храна
- услугата
- локацијата на објектот
- цените
- хигиената

Прашање бр.18 Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што не Ви се допадна во нив?

- традиционалната храна
- услугата
- локацијата на објектот
- цените
- хигиената
- други причини

Прашање бр.19 Какво е Вашето општо мислење за услугата на храна?

- одлична услуга
- многу добра услуга
- добра услуга
- слаба услуга
- лоша услуга

Прашање бр.20. Каква оценка имате за цените на услугите и производите?

- цените се високи
- цените се просечни
- цените се ниски

Прашање бр.21 Дали посетата на Призрен ја реализиравте со туристички водич или придружник ?

- да, со туристички водич/придружник
- не, без туристички водич/придружник

Прашање бр.22. За време на посетата во Призрен, дали наидовте на информативни табели или инфо центри?

- да, има инфо табели и инфо центри
- не, нема инфо табели и инфо центри
- немам потреба од инфо табели и инфо центри

Прашање бр.23 За време на посетата во Призрен, дали користевте јавен превоз или такси?

- јавен превоз
- такси

Прашање бр.24 За време на престојот во Призрен, дали посетивте некоја од природните атракции?

- да, посетив
- не, не сум посетил
- не сум љубител на природата

Прашање бр.25 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете што ви се допадна најмногу?

- планините
- реката Лумбарди
- други места (наведете кои)

Прашање бр.26 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали според Вас околината е чиста или загадена?

- околината е чиста
- околината е загадена
- може да биде подобро
- немам став во однос на ова прашање

Прашање бр.27 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали имате некакви забелешки?

- има преголема урбанизација околу природните ресурси
- нема пристап до одредените места
- нема туристичка сигнализација
- лоша патна инфраструктура
- нема планински водичи/придружници
- опасно е да се шета по природата
- други забелешки

Прашање бр.28 Додека престојувавте во Призрен, дали посетивте некое село?

- Да
- Не

Прашање бр.29 Доколку посетивте некое село, што ви се допадна најмногу?

- начинот на живеење
- земјоделските активности
- храната и пијалоците
- традициите на локалното население
- занаетчиството
- архитектурата
- друго

Прашање бр.30 Доколку посетивте некое село, што не ви се допадна?

- хигиенско-санитарните услови
- патната инфраструктура
- водоснабдувањето
- храната
- традициите
- односот на луѓето кон туристите
- друго

Прашање бр.31. Кои се вкупните впечатоци од престојот во Призрен? (Ве молиме дадете оценка од 1 до 5, каде 1 значи најлош впечаток, а 5 значи одличен впечаток)

1 2 3 4 5

Прашање бр.32. Дали повторно би се вратиле во Призрен?

- да
- не
- не знам

Ви благодарам

ПРАШАЛНИК бр.2: Хотели, ресторани и туристички агенции

Прашање бр.1 Вашата главна дејност е:

- хотелско работење
- ресторанско работење
- агенциско работење

Прашање бр.2 Дали објектот е категоризиран?

- Да
- Не

Прашање бр.3 Сопственоста на Вашата компанија е:

- индивидуална
- ортаклук
- акционерско друштво
- друго

Прашање бр.4 Колку лица се вработени во Вашата компанија?

- 1-2 вработени
- 3-5 вработени
- 6-10 вработени
- 11-20 вработени
- над 20 вработени

Прашање бр.5: Пол

- Машки пол
- Женски пол

Прашање бр.6, Која е Вашата работна позиција?

- Менаџер/директор
- Вработено лице

Прашање бр.7 Какво ниво на образование имате?

- основно образование
- средно образование
- високо образование

Прашање бр.8 Колкаво работно искуство имате како менаџер/вработено лице?

- до 1 година
- од 1 до 10 години
- од 11 до 20 години
- од 21 до 30 години
- од 31 до 40 години

Прашање бр.9. Дали објектот функционира само во сезона или во текот на целата година?

- во сезона
- во текот на целата година

Прашање бр.10 Вашата компанија најмногу се фокусира на:

- домашни туристи
- странски туристи

Прашање бр.11 Дали сметате дека нудите квалитетни производи и услуги (квалитетно сместување, квалитетна храна и пијалоци, квалитетен пакет аранжман) за Вашите гости/клиенти?

- да
- не
- немам одговор
- гостите/клиентите даваат оценка

Прашање бр.12 Дали квалитетот на Вашите производи и услуги влијае врз привлекувањето на гости/туристи/клиенти во Вашата компанија?

- најмногу влијае
- има големо влијание
- има влијание
- многу малку влијае
- нема никакво влијание

Прашање бр.13 Какви маркетинг инструменти користите за привлекување на туристите/клиентите? (можете да одберете повеќе одговори)

- економска пропаганда (пишувани, ТВ и радио)
- односи со јавноста
- продажна промоција
- директен маркетинг
- учество на саеми за туризам
- социјални мрежи
- друго

Прашање бр.14 На кои сегменти од туристичкиот пазар Вашата компанија нуди највисок квалитет на понудениот производ и/или услуга?

- индивидуални гости
- семејства
- групи на туристи
- учесници на конгреси/семинари
- млади лица
- други

Прашање бр.15 Дали Вашата компанија користи компјутерски систем за резервации?

- Да
- Не

Прашање бр.16 Дали имате сопствена веб-страница на која ги промовирате услугите на Вашата компанија?

- Да
- Не

Прашање бр.17 Какви промотивни материјали користите за промоција на Вашата компанија?

- проспекти
- брошури
- разгледници
- фотографии и албуми
- информатори
- каталози
- ТВ и радио огласи
- филмови и видео спотови
- сувенири
- други

Прашање бр.18 Дали локалните власти со одредени мерки Ви помагаат во Вашето работење?

- Да
- Не

Прашање бр.19 Дали централните власти со одредени мерки Ви помагаат во Вашето работење?

- на
- не

Прашање бр.20 Дали во иднина планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите и во кои области тоа ќе го направите?

- проширување на бизнисот
- градење на нова инфраструктура (нов ресторан, хотел, куќа, апартаменти, соби)
- инвестирање во знаење (јазичи, маркетинг, промоција, интернет)
- вклучување во партнерство
- доквалификации, дообразување, обуки на кадри
- друго

Прашање бр.21 Според Вас, кој елемент на квалитет е причина за да се зголеми посетеноста на Вашата компанија (хотел/ресторан/туристичка агенција)?

- цената која е поконкуретна од другите
- квалитетот на производот/услугата
- културното однесување на нашите вработени
- навремено дадената услуга
- примената на меѓународни стандарди за квалитет
- брзото и навременото отстранување на недостатоците во квалитетот

Прашање бр.22 Дали Вие како компанија соработувате со други компании од Вашата дејност во Призрен и/или со други компании во други дестинации?

- да, соработуваме
- не, не соработуваме

Прашање бр.23 Доколку Вие како компанија соработувате со други компании од Вашата дејност во Призрен и/или со други компании во други дестинации, Ве молиме оценете го степенот на соработка од 1 до 5 (каде 1 значи најмала соработка, а 5 значи одлична соработка):

1 2 3 4 5

Прашање бр.24 Дали се грижите за заштита, зачувување и унапредување на животната средина?

- Да
- Не

Прашање бр.25 Дали имате стратегија за развој на Вашата компанија?

- Да
- Не

Ви благодариме!

Прилог бр.2 Анализа на резултатите од теренското истражување

Врз основа на податоците добиени од теренското истражување, во продолжение се прикажани резултатите и направена е анализа, најпрво за одговорите од страна на туристите, па потоа за оние одговори дадени од претставниците на хотелите, рестораните и туристичките агенции:

Прашање бр.1 Пол:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
1.	Вие припаѓате на:	- Машки пол	76	60,3%
		- Женски пол	50	39,7%
		Вкупно:	126	100,0%

Над 60% од испитаниците припаѓаат на машкиот пол, додека околу 40% се припаднички на женскиот пол.

Прашање бр.2 Возраст:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
2.	Вие сте на возраст од:	- До 18 години	35	27,8%
		- Од 18 до 24 години	70	55,6%
		- Од 25 до 34 години	12	9,5%
		- Од 35 до 44 години	3	2,4%
		- Од 45 до 54 години	6	4,7%
		- Од 55 до 64 години	0	0,0%
		- Над 65 години	0	0,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Над 55% од вкупниот број на испитаници се на возраст од 18 до 24 години, околу 28% се на возраст до 18 години, 9,5% се на возраст од 25 до 34 години, додека другите категории на возраст имаат сосема мала застапеност. Сметам дека во моментот на теренското истражување, случајниот избор на испитаници ги опфатил младите лица од 18 до 34 годишна возраст.

Прашање бр.3 Професија :

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
3.	По професија Вие сте:	- Ученик/ученичка	35	27,8%
		- Студент/студентка	40	31,7%
		- Вработено лице	48	38,1%
		- Невработено лице	3	2,4%
		- Пензионер	0	0,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Најголемиот дел од испитаниците се вработени лица (над 38%), потоа следат студентите (околу 32%) и учениците (околу 28%). Од испитаниците опфатени во истражувањето само три лица биле невработени, а нема ниту еден пензионер.

Прашање бр.4 Во Призрен доаѓате

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
4.	Во Призрен доаѓате	- првпат	81	64,3%
		- вторпат	15	11,9%
		- повеќе пати	30	23,8%
			Вкупно:	126

На ова прашање, над 64% од испитаниците одговориле дека во Призрен доаѓаат првпат, околу 12% доаѓаат по втор пат, додека околу 24% повеќе пати го посетиле овој град.

Прашање бр.5 Која е главната причина за посета на Призрен?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
5.	Која е главната причина за посета на Призрен?	- одмор и рекреација	71	56 %
		- посета на културно-историските споменици и знаменитости	36	29 %
		- деловни причини	13	11%
		- друго	6	4 %
		-		
		Вкупно:	126	100,0%

Поради своите природни богатства и културно-историско наследство Призрен претставува мошне значајна туристичка дестинација во Косово. Тие две причини всушност претставуваат клучниот фактор што ги привлекува туристите да ја посетат оваа дестинација (85%).

Прашање бр.6 Колку долго ќе престојувате во Призрен?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
6.	Колку долго ќе престојувате во Призрен?	- еден ден	28	22,2%
		- едно ноќевање	86	68,2%
		- две ноќевања	2	1,7%
		- три ноќевања	10	7,9%
		- подолго од три ноќевања	0	0,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Над 22% од испитаниците биле на еднодневна посета во Призрен, над 68% оствариле едно ноќевање, додека сосема мал е бројот на оние лица кои оствариле две или повеќе ноќевања.

Прашање бр.7 Дали посетата ја организирајте сами?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
7.	Дали патувањето е во Ваша лична организација или е организирано од друго лице?	- лична организација	106	84,1%
		- организирано од друг	20	15,9%
		Вкупно:	126	100,0%

Над 84% од анкетираниите лица сами ја организирале посетата во Призрен, а околу 16% од посетителите одговориле дека нивната посета е во организација на некој друг.

Прашање бр.8 Доколку посетата на Призрен е организирана од други, Ве молиме наведете од кого?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
8.	Доколку посетата на Призрен е организирана од друг, Ве молиме наведете од кого?	- од туристичка агенција	126	100,0%
		- компанијата во која работите	0	0,0%
		- од роднини и пријатели	0	0,0%
		- од други лица	0	0,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Од податоците во табелата може да се забележи дека посетата на сите 126 испитаници опфатени во анкетата била организирана од страна на одредена туристичка агенција, а ниту еден не одговорил на останатите опции.

Прашање бр.9 Како дознавте за Призрен?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
9.	Како дознавте за Призрен?	- на интернет пребарување	66	52,4%
		- на социјални мрежи	40	31,7%
		- од роднини и пријатели	2	1,6%
		- на саем за туризам	0	0,0%
		- на деловно патување	2	1,6%
		- од претходна посета на Косово на друг начин	15	11,9%
			1	0,8%
	Вкупно:	126	100,0%	

Над 52% од анкетраните лица за Призрен дознале преку интернет пребарување, а околу 32% од социјалните мрежи, што значи дека околу 85% од испитаниците разбрале за овој град преку електронските медиуми, додека сосема мал дел (11,9%) за овој град разбрале при некоја претходна посетата на Косово, при деловни патувања (1,6%) или од роднини и пријатели (1,6%)

Прашање бр.10 Што планирате да посетите во Призрен?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
10.	Што планиравте да посетите?	- обична прошетка по градот	81	64,3%
		- посета на културно-историските монументи	10	7,9%
		- посета на музеи и галерии	2	1,6%
		- посета на културни манифестации и фестивали	10	7,9%
		- посета на природните атракции	5	4,0%
		- посета на роднини и пријатели	5	4,0%
		- искусување на традиционалните јадења и пијалоци	10	7,9%
		- друго	3	2,4%
Вкупно:			126	100,0%

Најголемиот дел од испитаниците (над 64%) кога допатувале во Призрен планирале само обична прошетка низ градот (иако таквата прошетка може да вклучи посета на монументи, музеи, галерии, атракции). Околу 8% од испитаниците планирале посета на културно-историски монументи, фестивали и манифестации, како и искусување на традиционалните јадења и пијалоци; 4% планирале посета на природни атракции, како и посета на роднините и пријателите, а само 1,6% посета на музеи и галерии.

Прашање бр.11 Дали престојувате во хотел, мотел или други објект за сместување?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен Показател	Релативен показател
11.	Дали престојувате во хотел, мотел или други објект за сместување?	- хотел	81	64,3%
		- мотел	31	24,6%
		- хостел	0	0,0%
		- приватен апартман	0	0,0%
		- камп	11	8,7%
		- одморалиште	2	1,6%
		- преноќувалиште	1	0,8%
		- друг вид на објект за сместување	0	0,0%
Вкупно:			126	100,0%

Над 64% од анкетираниите туристи престојувале во хотел, околу 25% во мотел, додека сосем мал број на туристи користат друг вид на објекти за сместување (камп, одморалиште и преноќиште).

Прашање бр.12 Дали објектот во кој се сместивте исполнува одредени стандарди?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
12.	Дали објектот во кој се сместивте исполнува одредени стандарди?	- да, исполнува стандарди	74	58,7%
		- не, не исполнува стандарди	52	41,3%
		Вкупно:	126	100,0%

Околу 59% од анкетираниите лица сметаат дека објектот во кој се сместиле исполнува одредени стандарди, но се забележува дека голем е бројот и на оние кои сметаат спротивно. Според тоа, мора да се напомене дека угостителските објекти за сместување мора да се грижат и да инвестираат во исполнувањето и/или унапредувањето на стандардите за сместување.

Прашање бр.13 На скала од 1 до 10, според Ваше мислење, каков е стандардот на објектот каде вие бевте сместени?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
13.	Ве молиме, на скала од 1 до 10, според ваше мислење, каков е стандардот на објектот каде вие бевте сместени?	- 1	0	0,0%
		- 2	0	0,0%
		- 3	0	0,0%
		- 4	0	0,0%
		- 5	0	0,0%
		- 6	0	0,0%
		- 7	94	74,6%
		- 8	14	11,1%
		- 9	10	7,9%
		- 10	8	6,4%
	Вкупно:		126	100,0%

Околу 75% од испитаниците сметаат дека стандардот на објектот во кој тие биле сместени може да се оцени со оценка “7“, додека 11% за ова дале оценка “8“, речиси 8% оцениле со оценка “9“ и над 6% за тоа дале оценка “10“. Од ова може да се забележи дека гостите се задоволни од условите за сместување во објектите во Призрен

Прашање бр.14, Дали домаќинот го познава јазикот на кој што Ви зборувате?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
14.	Дали домаќинот го познава јазикот на кој што Ви зборувате?	- да, го познава	102	80,9%
		- не, не го познава	20	15,9%
		- се разбираме на одреден начин	4	3,2%
		Вкупно:	126	100,0%

Речиси 81% од анкетираните лица одговориле дека домаќинот го зборува јазикот на туристите, мал дел рекле дека се разбираат на некаков начин, а дури 16% од туристите одговориле дека домаќините не го познаваат јазикот на туристот, то значи дека понудувачите на туристички услуги мора да го збогатат своето знаење на странски јазици.

Прашање бр.15, Дали сте посетиле некој од угостителските објекти за исхрана и пијалоци (традиционални ресторани, фаст-фуд, кебапчилници, медитерански или ориентални ресторани, пивници и кантини и слично)?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
15.	Дали сте посетиле некој од угостителските објекти за исхрана и пијалоци (традиционални ресторани, фаст-фуд, кебапчилници, медитерански или ориентални ресторани, пивници и кантини и слично)?	- да, посетив угостителски објект за исхрана и пијалоци	112	88,9%
		- не, не посетив угостителски објект за исхрана и пијалоци	14	11,1%
		Вкупно:	126	100,0%

Од анкетираните испитаници, 89% посетиле угостителски објект за храна, а само 11% не посетиле таков објект, под претпоставка дека останале многу кратко во Призрен.

Прашање бр.16, Дали ви се допадна храната и пијалоците?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
16.	Дали ви се допадна храната и пијалоците?	- да, многу ни се допадна	91	72,2%
		- да, ни се допадна	16	12,7%
		- немам конкретно мислење	14	11,1%
		- не, не ми се допадна	5	4,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Над 72% од анкетираниите многу биле задоволни од храната која ја консумирале, а околу 13% одговориле дека таквата храна им се допаднала, што значи дека 85% од туристите се задоволни од понудената храна во објектите во Призрен.

Прашање бр.17, Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што ви се допадна најмногу?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
17.	Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што ви се допадна најмногу?	- традиционалната храна	31	24,6%
		- услугата	36	28,6%
		- локацијата на објектот	9	7,2%
		- цените	25	19,8%
		- хигиената	25	19,8%
		Вкупно:	126	100,0%

Од одговорите може да се забележи дека дадени се речиси подеднакви одговори за сите опции, освен за локацијата на објектот, па така туристите најмногу “уживале“ во услугата, храната, цените и хигиената на угостителските објекти.

Прашање бр.18, Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што не ви се допадна најмногу?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
18.	Доколку сте посетиле некој од објектите за исхрана, што не ви се допадна најмногу?	- традиционалната храна	5	4,0%
		- услугата	5	4,0%
		- локацијата на објектот	23	18,2%
		- цените	41	32,5%
		- хигиената	42	33,3%
		- друго	10	7,9%
		Вкупно:	126	100,0%

На анкетираниите испитаници најмалку им се допаднала цената на услугата и хигиената во угостителските објекти, што значи дека на овие аспекти во иднина мора се обрне посебно внимание со цел да се подобри квалитетот на услугите што би резултирало и со зголемен туристички промет и задоволни туристи.

Прашање бр.19 Како би ја оцениле услугата на храната?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
19.	Како би ја оцениле вкупната состојба со услужувањето на храната?	- одлична услуга	25	19,9%
		- многу добра услуга	25	19,9%
		- добра услуга	59	45,7%
		- слаба услуга	11	8,7%
		- лоша услуга	6	4,8%
		Вкупно:	126	100,0%

Речиси 40% од испитаниците се доста задоволни со вкупната услуга, а доколку на тоа се придодат и 46% од оние кои сметаат дека услугата е прилично добра, тогаш сметаме дека во Призрен услужувањето на храната е на многу високо ниво.

Прашање бр.20 Каква оценка имате за цените на услугите и производите?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен Показател	Релативен показател
20.	Каква оценка имате за цените на услугите и производите?	- цените се високи	51	40,5%
		- цените се просечни	62	49,2%
		- цените се ниски	13	10,3%
			Вкупно:	126

Според испитаниците, 49% сметаат дека цените на производите и услугите во Призрен се просечни, но висок е процентот и на оние кои сметаат дека цените се високи, додека сосема мал дел сметаат дека во Призрен цените на услугите се ниски.

Прашање бр.21 Дали посетата на Призрен ја реализирате со туристички водич или придружник?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
21.	Дали посетата на Призрен ја реализирате со туристички водич или придружник?	- да, со туристички водич/придружник	11	8,7%
		- не, без туристички водич/придружник	115	91,3%
			Вкупно:	126

Над 91% од посетителите својата посета во Призрен ја реализирале сами, без користење на услугите од водич/придружник

Прашање бр.22 За време на посетата во Призрен, дали наидовте на информативни табели или инфо центри?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
22.	За време на посетата во Призрен, дали наидовте на информативни табели или инфо центри?	- да, има инфо табели и инфо центри	63	50,0%
		- не, нема инфо табели и инфо центри	3	2,4%
		- немам потреба од инфо табели и инфо центри	60	47,6%
		Вкупно:	126	100,0%

Половина од анкетираниите лица сметаат дека во Призрен има доволно инфо табели и инфо центри од кои може да се информираат туристите, речиси исто толку одговориле дека немаат потреба од информации, а само тројца не здогледале информативни табели и центри.

Прашање бр.23 За време на посетата во Призрен, дали користевте јавен превоз или такси?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
23.	За време на посетата во Призрен, дали користевте јавен превоз или авто-такси?	- јавен превоз	56	44,5%
		- користев такси	70	55,5%
		Вкупно:	126	100,0%

Поголемиот број на испитаници (55,5%) при патување низ Призрен користеле такси, а околу 44,5% користеле такси превоз.

Прашање бр.24 За време на престојот во Призрен, дали посетивте некоја од природните атракции?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
24.	За време на престојот во Призрен, дали посетивте некоја од природните атракции?	- да	54	42,9%
		- не	44	34,9%
		- не сум љубител на природата	28	22,2%
		Вкупно:	126	100,0%

Околу 43% од туристите посетиле одредена природна атракција во Призрен, 35% не посетиле, а над 22% не биле љубители на природата. Од податоците може да се заклучи дека туристите веќе се запознати со богатото природно наследство на Призрен и веќе го препознаваат како значајна туристичка дестинација, но сеуште тој број е релативно мал што значи дека треба да се преземат значајни мерки од аспект на пропагирањето на природното богатство со кое располага Призрен, со цел да се зголеми бројот на туристите во иднина.

Прашање бр.25 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете што ви се допадна најмногу?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
25.	Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете што ви се допадна најмногу?	- планините	45	35,2%
		- реката Лумбарди	51	40,7%
		- други места	30	24,1%
		Вкупно:	126	100,0%

Најголем дел од испитаниците одговориле дека реката Лумбарди е местото што најмногу им се допаднало (околу.41%), а над 35% биле љубители на планините.

Прашање бр.26 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали околината е чиста или загадена?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
26.	Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали околината е чиста или загадена?	- околината е чиста	39	30,9%
		- околината е загадена	42	33,3%
		- може да биде подобро	23	18,3%
		- немам мислење	22	17,5%
		Вкупно:	126	100,0%

Од вкупниот број на испитаници најмногу се оние кои сметаат дека околината во Призрен е загадена, на второ место се оние кои сметаат дека таа е чиста, а на трето место се оние кои велат дека состојбата може да биде и подобра, што значи дека иако во Косово и Призрен постојат легислатива за заштита на животната средина и

поодделните нејзини компоненти, сепак треба на ова прашање да се посвети уште поголемо внимание особено од аспект на доследноста во примената на законските прописи во пракса и санкционирање на оние кои ја загадуваат животната средина, со цел да се подобри и унапреди заштитата на животната средина.

Прашање бр.27 Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали имате некакви забелешки?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
27.	Доколку посетивте некоја од природните атракции во и околу Призрен, Ве молам наведете дали имате некакви забелешки?	- преголема урбанизација околу природните ресурси	24	19,1%
		- нема пристап до одредени места	36	28,6%
		- нема туристичка сигнализација	12	9,5%
		- лоша патна инфраструктура	22	17,5%
		- нема планински водичи/придружници	10	7,9%
		- опасно е да се шета по природата	3	2,4%
		- друго	19	15,1%
		Вкупно:	126	100,0%

Најголем дел од забелешките се однесуваат на немањето пристап до одредени природни ресурси и туристички места, лоша патна инфраструктура, преголема урбанизација околу природните ресурси и непостоење на туристичка сигнализација или таа е лоша. Од тоа може да се заклучи дека треба да се преземат итни мерки како од страна на локалните власти, така и од централната власт со цел да се отстранат сите овие недостатоци во туристичката понуда (да се подобри патната инфраструктура и пристапот до туристичките ресурси, да се подобри туристичката сигнализација, но и да се спречи урбанизацијата околу овие природни ресурси, со цел нивна заштита и одржливо користење). Во спротивно, може да дојде до целосно уништување на ресурсите и намалување на атрактивноста на туристичката дестинација.

Прашање бр.28, Додека престојувавте во Призрен, дали посетивте некое село?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
28.	Додека престојувавте во Призрен, дали посетивте некое село?	- да	41	32,5%
		- не	85	67,5%
		Вкупно:	126	100,0%

Околу една третина од испитаниците посетиле некое од селата во Призрен, а поголемиот дел (околу 67,5%) не посетиле никаква рурална средина што значи дека туристите сеуште не се запознати со целокупната туристичка понуда на Општина Призрен и со сите можности што таа ги нуди за зголемување на квалитетот на туристичкото искуство. Ова е уште една слаба страна на туристичката понуда што мора да се отстрани. Затоа се неопходни разни промотивни активности од страна на властите во оваа општина, како и од туристичките субјекти, со цел потенцијалниот туристички пазар да се запознае со можностите што ги нуди општина Призрен за развој на руралниот туризам, еко-туризмот итн. Само со преземање на конкретни мерки и активности на овој план, може туристички да се активираат руралните средини во Призрен и во цело Косово, што ќе доведе до зголемување на бројот на туристи, позитивни економски ефекти, поголема вработеност на руралното население и до побрз економски развој како на оваа општина, така и на Косово во целина. Покрај промоцијата, треба да се преземат и низа други мерки со цел да се стимулира руралното население за развој на овој вид на туризам (како на пример давање на најразлични стимулации, ослободување или намалување на даноците, еднакратна финансиска помош за започнување на сопствен бизнис итн).

Прашање бр.29, Доколку посетивте некое село, што ви се допадна најмногу?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
29.	Доколку посетивте некое село, што ви се допадна најмногу?	- начинот на живеење	12	12,3%
		- земјоделските активности	27	21,9%
		- храната и пијалоците	34	26,8%
		- традициите	3	2,4%
		- занаетчиството	3	2,4%
		- архитектурата	10	7,4%
		- друго		
		Вкупно:	126	100,0%

На оние туристи кои посетиле некоја рурална средина во Призрен, најголем впечаток им оставила храната, традициите кои се негуваат во тие конкретни места, земјоделските активности на населението и целокупниот начин на живот таму. Ова е уште еден факт дека руралните средини се особено интересни и привлечни за странските туристи кои доаѓаат од развиените земји, па овој потенцијал мора да се искористи за унапредување и развој на туризмот во Призрен и Косово. Странските туристи се импресионирани од целокупниот начин и стил на живот на населението во руралните средини, од сите видови на земјоделски и сточарски активности кои се изведуваат во селата, како и од посебниот вкус на здравата и органска храна. Тој контакт со природата, со растителниот и животинскиот свет што го имаат туристите во овие средини, претставува нешто ново, интересно и неискусено за нив кои живеат во развиена цивилизација со многу висок степен на урбанизација, галама и загаденост на животната средина. Затоа, овој потенцијал што е карактеристичен за руралните средини кои се карактеризираат со недопрена природа, мора да се искористи во рамките на туризмот како еден аспект за креирање на конкурентска предност на оваа туристичка дестинација.

Прашање бр.30 Доколку посетите некое село, што не ви се допадна?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен Показател	Релативен показател
30.	Доколку посетите некое село, што не ви се допадна?	- хигиенско-санитарните услови	15	12,2%
		- патната инфраструктура	89	70,8%
		- водоснабдувањето	3	2,4%
		- храната	3	2,4%
		- радициите	3	2,4%
		- односот на луѓето со туристите	13	9,8%
		- друго	0	0,0%
	Вкупно:		41	100,0%

Меѓутоа она што претставува уште една слаба страна на понудата во руралните места, тоа е лошата патна инфраструктура, како и санитарно-хигиенските услови. Затоа треба да се зголемат капиталните инвестиции во руралните средини (да се изградат подобри патишта, да се подобри водоснабдувањето во овие места, да се подобрат хигиенско-санитарните услови) со што би се подобрил квалитетот на целокупната туристичка понуда, што секако ќе резултира и со поголема туристичка посетеност. Бидејќи само природните ресурси, без вложување на средства и

капитални инвестиции што ќе придонесат за нивна валоризација, воопшто не е доволен фактор за развој на туризмот. Според тоа, локалната власт во Призрен мора да посвети посебно внимание на овој аспект при креирањето на туристичката политика и стратегија за понатамошниот туристички развој.

Прашање бр.31 Кои се вкупните впечатоци од престојот во Призрен? (Ве молиме дадете оценка од 1 до 5, каде 1 значи најлош впечаток, а 5 значи одличен впечаток)

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
31.	Кои се вкупните впечатоци од престојот во Призрен? (Ве молиме дадете оценка од 1 до 5, каде 1 значи најлош впечаток, а 5 значи одличен впечаток)	- 1	0	0,0%
		- 2	0	0,0%
		- 3	22	17,5%
		- 4	12	9,5%
		- 5	92	73,0%
		Вкупно:	126	100,0%

Дури 73% од испитаниците имаат позитивни впечатоци од посетата и престојот во Призрен, претставува многу значаен фактор за повторна посета на ова место или препорака на други потенцијални туристи.

Прашање бр.32 Дали повторно би се вратиле во Призрен?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
32.	Дали повторно би се вратиле во Призрен?	- да	58	46,0%
		- не	17	13,5%
		- не знам	51	40,5%
		Вкупно:	126	100,0%

Позитивните впечатоци од посетата и престојот во Призрен, претставува многу значаен фактор за повторна посета на ова место од страна на туристите (46%). Меѓутоа, голем е бројот и на оние туристи што се двоумат дали повторно би вратиле во Призрен или не. Затоа, треба да се направат одредени напори во подобрувањето на сите аспекти на страната на туристичката понуда во Призрен со цел да се зголеми туристичката побарувачка за ова место во иднина.

Анкетата што беше спроведена со претставниците на хотелите, рестораните и туристичките агенции, се засноваше на други прашања чии резултати се анализирани во продолжение.

Прашање бр.1 Вашата главна дејност е:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
1.	Вашата главна дејност е	- хотелско работење	12	48,0%
		- ресторантско работење	9	36,0%
		- агенциско работење	4	16,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Со овој анкетен прашалник беа опфатени 12 хотели, 9 ресторани и 4 туристички агенции.

Прашање бр.2 Дали Вашиот објект е категоризиран?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
2.	Дали Вашиот објект е категоризиран?	- да	7	28,0%
		- не	18	72,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Само 18% од анкетираниите субјекти во Призрен се категоризирани, што значи дека постојат огромни пропусти од овој аспект. Затоа со цел да се подобри квалитетот на туристичките производи и услуги кои се нудат на туристите од страна на туристичките објекти и туристите да бидат задоволни, неопходно е да се донесе Правилник за категоризација на угостителско-туристичките објекти во Косово и да се категоризираат сите објекти. Тоа претставува прв услов за една земја или дестинација да развива туристички бизнис и да биде конкурентна на меѓународниот туристички пазар.

Прашање бр.3 Сопственоста врз вашата компанија е:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
3.	Сопственоста врз вашата компанија е:	индивидуална	19	76,0%
		ортаклук	1	4,0%
		акционерско друштво	5	20,0%
		друго	0	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Најголемиот процент од анкетираниите субјекти имаат индивидуална сопственост, што значи дека приватниот бизнис доминира во областа на туризмот во Призрен, па затоа сопствениците треба да се стимулираат со најзначајни економски мерки како од страна на локалната, така и од страна на централната власт во Косово со цел да се унапреди развојот на туризмот во иднина.

Прашање бр.4 Колку лица се вработени во Вашата компанија?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
4.	Колку лица се вработени во Вашата компанија?	- 1-2 вработени	9	36,0%
		- 3-5 вработени	5	20,0%
		- 6-10 вработени	6	24,0%
		- 11-20 вработени	3	12,0%
		- над 20 вработени	2	8,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Само две компании имаат над 20 вработени лица, 3 компании имаат до 20 вработени лица, додека 6 компании имаат до 10 вработени лица, 5 компании имаат до 5 работници, а најголемиот број на анкетирани субјекти одговориле дека имаат до двајца работници во својата компанија, што значи дека од аспект на големината на туристичките субјекти според бројот на вработени лица, во областа на туризмот во Призрен доминираат микро и мали туристички субјекти.

Прашање бр.5 Вие припаѓате на:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
5.	Вие припаѓате на:	- машки пол	19	76,0%
		- женски пол	6	24,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Дури 76% од анкетираниите лица припаѓаат на машкиот пол, а само 24% на женскиот пол, со што се потврдува фактот дека менаџери или управители на компаниите или нивни делегирани вработени се од машки пол. Затоа треба да се преземат мерки во иднина со цел да се стимулира женската популација да развива свој бизнис во областа на туризмот и угостителството и да стане претприемач, како и да се зголеми застапеноста на вработените од женски пол во областа на туризмот со што би потврдил фактот кој е присутен во литературата дека туризмот е дејност која придонесува за рамноправност на половите.

Прашање бр.6 Кое е вашето работно место?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
6.	Кое е вашето работно место?	- менаџер/директор	19	76,0%
		- вработено лице	6	24,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Одговорот на ова прашање може да се поврзе со одговорите на претходните две прашања (4 и 5) што значи дека во Призрен во областа на туризмот доминираат микро и мали туристички субјекти кои се во сопственост или пак менаџирани од прпадници на машкиот пол. Затоа треба да се преземат мерки со цел да се стимулира женската популација да развива свој бизнис во областа на туризмот и угостителството и да стане претприемач, како и да се зголеми застапеноста на вработените од женски пол во областа на туризмот со што би потврдил фактот кој е присутен во литературата дека туризмот е дејност која придонесува за рамноправност на половите, како и да се преземат мерки со кои ќе се стимулираат сопствениците на малите бизниси да инвестираат во областа на туризмот и да ја развиваат и унапредуваат својата дејност.

Прашање бр.7 Какво ниво на образование имате?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
7.	Какво ниво на образование имате?	- основно образование	2	8,0%
		- средно образование	6	24,0%
		- високо образование	17	68,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Најголемиот број од анкетираниите лица имаат високо образование (68%), што претставува голем напредок од аспект на квалификуваноста на кадрите во областа на туризмот во Призрен. Квалитетниот, обучен, висококвалификуван кадар кој има високо образование, би значел добро менаџирање со туристичките бизниси во областа на туризмот во Призрен, квалитетна услуга за туристите, квалитетни производи во областа на туризмот, што би резултирало со задоволни гости и зголемување на туристичкиот промет во иднина.

Прашање бр.8 Колкаво работно искуство имате како менаџер/вработено лице?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
8.	Колкаво работно искуство имате како менаџер/вработено лице?	- До 1 година	8	32,0%
		- Од 1 до 10 години	3	12,0%
		- Од 11 до 20 години	9	36,0%
		- Од 21 до 30 години	3	12,0%
		- Од 31 до 40 години	2	8,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Дури 36% од испитаниците имаат работно искуство до 20 години, што значи дека работното искуство е многу важен фактор во производството и продажбата на одреден производ или во давањето на услуги на туристите што би резултирало со задоволни гости и зголемен туристички промет. Според тоа, мора да се напомене дека вработените во туристичката индустрија во Призрен се добро обучени, искусни и соодветно образовани, со висок степен на образование, што претставува значаен фактор за понатамошниот развој на туризмот.

Прашање бр.9 Дали работите само во сезона или во текот на целата година?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
9.	Дали Вашиот објект работи само во сезона или во текот на целата година?	- во сезона	0	100,0%
		- во текот на целата година	25	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Сите анкетирани субјекти во Призрен работат во текот на целата година, што претставува добра страна на туристичката понуда на Призрен затоа што туристичките субјекти не подлежат на сезоналноста во работењето. Тоа значи дека овие услуги им се достапни на туристите во текот на целата година, што претставува добра основна база при развој на алтернативните видови на туризам.

Прашање бр.10 Вашата компанија најмногу се фокусира на:

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
10.	Вашата компанија најмногу се фокусира на:	- домашни туристи	10	40,0%
		- странски туристи	15	60,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Ова го потврдува фактот дека туристичката понуда во Призрен се насочува не само на домашниот, туку и на странскиот туристички пазар, па затоа треба да се зголеми конкурентноста на оваа туристичка дестинација на меѓународните пазари преку преземање на низа мерки и активности од страна на сите инволвирани субјекти од областа на туризмот во цела држава.

Прашање бр.11 Дали сметате дека нудите квалитетни производи и услуги (квалитетно сместување, квалитетна храна и пијалоци, квалитетен пакет аранжман) за вашите гости/клиенти?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
11.	Дали сметате дека нудите квалитетни производи и услуги (квалитетно сместување, квалитетна храна и пијалоци, квалитетен пакет аранжман) за вашите гости/клиенти?	- да	14	56,0%
		- не	0	0,0%
		- немам одговор	2	8,0%
		- гостите/клиентите даваат оценка	9	36,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Дури 56% од анкетираните субјекти сметаат дека нивната компанија нуди квалитетни услуги. по ова прашање не се изјасниле двајца, а 36% од нив одговориле дека гостите или клиентите се тие што даваат оценка за нивната работа, односно квалитетот на услугите.

Прашање бр.12 Дали квалитетот на вашите производи и услуги влијае врз привлекувањето на гости/туристи/клиенти во вашата компанија?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
12.	Дали квалитетот на вашите производи и услуги влијае врз привлекувањето на гости/туристи/клиенти во вашата компанија?	- најмногу влијае	21	84,0%
		- има големо влијание	3	12,0%
		- има влијание	1	4,0%
		- многу малку влијае	0	0,0%
		- нема никакво влијание	0	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Најголемиот процент од испитаниците сметаат дека квалитетот на производите и услугите најмногу влијаат врз привлекувањето на гостите/клиентите. За оваа опција се одлучиле 84%, па ако се доддат и оние што мислат дека квалитетот на производите и услугите има големо влијание врз привлекувањето на гости, тогаш дури 96% од испитаниците, на квалитетот на производите услугите му даваат приоритет и го сметаат за клучен фактор во работењето. Затоа, на овој аспект од понудата треба постојано да се внимава, со цел туристите да бидат задоволни од понудените производи и дадените услуги, со што ќе се создаде лојална туристичка потрошувачка, а сето тоа ќе има позитивни економски ефекти и ќе доведе до зголемување на туристичкиот промет во иднина.

Прашање бр.13 Какви маркетинг инструменти користите за привлекување на туристите/клиентите? (можете да одберете повеќеодговори)

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
13.	Какви маркетинг инструменти користите за привлекување на туристите/клиентите? (можете да одберете повеќеодговори)	- економска пропаганда (пишани, ТВ и радио)	5	4,0%
		- односи со јавноста	7	5,5%
		- продажна промоција	25	19,8%
		- директен маркетинг	25	19,8%
		- учество на саеми за туризам	21	16,7%
		- социјални мрежи	25	19,8%
		- друго	18	14,4%
Вкупно:	126	100,0%		

За привлекување на туристите/клиентите, анкетираниите компании најмногу ја користат продажната промоција, директниот маркетинг, социјалните мрежи и учеството на саеми за туризам.

Прашање бр.14 На кои сегменти од туристичкиот пазар Вашата компанија обезбедува највисок квалитет на понудениот производ и/или услуга?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
14.	На кои сегменти од туристичкиот пазар Вашата компанија обезбедува највисок квалитет на понудениот производ и/или услуга?	- Индивидуални сегменти	3	12,0%
		- Фамилјарни сегменти	11	44,0%
		- Групи	4	16,0%
		- Конгреси/семинари	6	24,0%
		- Млади	1	4,0%
		- Други	0	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Анкетираните субјекти најмногу се фокусираат на фамилјарните сегменти (44%), но и на конгресите/семинарите како многу значаен сегмент кој влијае тие субјекти да функционираат во текот на целата година.

Прашање бр.15 Дали Вашата компанија користи компјутерски систем за резервации?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
15.	Дали Вашата компанија користи компјутерски систем за резервации?	- Да	20	80,0%
		- Не	5	20,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Дури 80% од субјектите на оваа анкета одговориле дека користат компјутерски систем за резервации што е особено важно во современи услови на работење во било која дејност, кога Светот се карактеризира со голем техничко-технолошки напредок. Затоа, секој субјект ако сака да опстане во областа на своето работење и да биде конкурентен во современи услови на работење, мора да ги прати сите современи трендови во областа на технологијата што ги наметнува новото време и да ја следи конкуренцијата.

Прашање бр.16 Дали имате сопствена веб-страница на која ги промовирате услугите на Вашата компанија?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
16.	Дали имате сопствена веб-страница на која ги промовирате услугите на Вашата компанија?	- Да	22	88,0%
		- Не	3	12,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Најголемиот дел од субјектите имаат сопствена веб-страница на која тие ги промовираат нивните производи и услуги што е од особена важност за запознавање и привлекување на потрошувачите, посебно кога станува збор за вршење влијание на странски пазари кои се на голема физичка оддалеченост од конкретната туристичка дестинација. Значи маркетингот во голема мера е присутен во работењето на субјектите од областа на туризмот во Призрен.

Прашање бр.17 Какви промотивни материјали користите за промоција на Вашата компанија?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
17.	Какви промотивни материјали користите за промоција на Вашата компанија?	- Проспекти	11	10,4%
		- Брошури	21	20,1%
		- Разгледници	2	2,0%
		- Фотографии и албуми	11	10,4%
		- Информатори	6	5,7%
		- Каталози	6	5,7%
		- ТВ и радио огласи	22	20,9%
		- Филмови и видео спотови	12	11,4%
		- Сувенир	3	3,0%
		- Други	11	10,4%
	Вкупно:		105	100,0%

Анкетираните субјекти најмногу користат брошури и ТВ и радио огласи, а најмалку разгледници, сувенири, информатори и каталози. Сепак, треба да се истакне дека овие субјекти користат комбинација на промотивни материјали, па така одговорите на ова прашање се релативни. Како и да е, факт е дека сите угостителско-туристички субјекти во Призрен користат одреден вид на средства за промоција што е од особена важност за промовирање на нивните производи и услуги, креирање на имиџ во работењето, креирање на лојални потрошувачи и создавање на конкурентска предност во работењето, што претставува основен предуслов за успех во секоја дејност.

Прашање бр.18 Дали локалните власти Ви помагаат во подобрување на квалитетот на производите и услугите?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
18.	Дали локалните власти Ви помагаат во подобрување на квалитетот на производите и услугите?	- да	10	40,0%
		- не	15	60,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Само 40% од испитаниците сметаат дека локалната власт помага во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите односно во работењето во областа на туризмот во Призрен. Ова претставува мошне слаба страна и опасност во туризмот во Призрен бидејќи локалната власт (заедно со сите инволвирани субјекти од областа на туризмот на локално ниво, како и централната власт) ја има клучната улога за развој на туризмот во една туристичка дестинација преку директно донесување и реализација на сите развојни планови, програми и стратегии, како и бројни детални мерки и активности (бенефиции, стимулативни мерки, даночни олеснувања, субвенции итн). Доколку локалната власт не преземе мерки и не се грижи за развој на туризмот во една дестинација, тогаш таа дестинација однапред е осудена на пропаст.

Прашање бр.19 Дали централните власти ви помагаат во подобрување на квалитетот на производите и услугите?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
19.	Дали централните власти ви помагаат во подобрување на квалитетот на производите и услугите?	- да	4	16,0%
		- не	21	84,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Само 16% од испитаниците сметаат дека централната власт помага во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите односно во работењето на туристичките претпријатија во Призрен. Според тоа, ова е алармантна состојба и треба да се преземат значајни мерки во иднина со цел унапредување на развојот на туризмот затоа што централната власт ги има ситеклучни механизми за подобрување на состојбата со туризмот, не само во Призрен, туку и во целата држава.

Прашање бр.20 Дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите и во кои области тоа ќе го направите?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
20.	Дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите и во кои области тоа ќе го направите?	- Проширување на бизнисот	2	8,0%
		- Градење на нова инфраструктура (нов ресторан, хотел, куќа, апартмани, соби)	5	20,0%
		- Инвестирање во знаење (јазичи, маркетинг, промоција, интернет)	11	44,0%
		- Вклучување во партнерство	2	8,0%
		- Доквалификации, дообразување, обуки	5	20,0%
		- Друго	0	0,0%
Вкупно:			25	100,0%

Според податоците од табелата, може да се забележи дека анкетираниите субјекти во иднина најмногу би инвестирале во знаења (јазичи, маркетинг, промоција, интернет), , потоа на градење на нова инфраструктура, како и доквалификации и обуки, а најмалку се одлучиле за партнерства и проширување на бизнисот (по 8% од испитаниците).

Прашање бр.21 Според Вас, кој елемент на квалитет е причина за да се зголеми посетеноста на Вашата компанија (хотел/ресторан/туристичка агенција)?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
21.	Според Вас, кој елемент на квалитет е причина за да се зголеми посетеноста на Вашата компанија (хотел/ресторан/туристичка агенција)?	- Поради цената која е поконкуретна од другите	11	44,0%
		- поради квалитетот на производот/услугата		
		- поради културното однесување на нашите вработени	2	8,0%
		- поради навремено дадената услуга	1	4,0%
		- поради користење на меѓународни стандарди за квалитет	2	8,0%
		- поради брзото и навременото отстранување на недостатоците во квалитетот	8	32,0%
Вкупно:			25	100,0%

Цената, како елемент за креирање на конкурентска предност во работењето на субјектите првиот избор на 44% од испитаниците, а втор елемент е примената на меѓународни стандарди за квалитет во работењето (32%). Другите елементи спомнати тука немаат толкаво значење за анкетираниите субјекти, иако тие елементи не треба да се занемарат.

Прашање бр.22 Дали вие како компанија соработувате со други компании од вашата дејност во Призрен и/или со други компани во други дестинации?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
22.	Дали вие како компанија соработувате со други компании од вашата дејност во Призрен и/или со други компани во други дестинации?	- да, соработуваме	21	84,0%
		- не, не соработуваме	4	16,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Позитивно одговориле 84% од анкетираниите субјекти, што сметаме дека претставува важен фактор за развој на туризмот во Призрен. Тоа е мошне значајно за развој на туризмот бидејќи успешен туризам и препознатлива туристичка дестинација може да постои само ако има добра и креативна соработка помеѓу сите заинтересирани страни и субјекти како на локално ниво, така и помеѓу локалната и централната власт.

Прашање бр.23 Доколку Вие како компанија соработувате со други компании од Вашата дејност во Призрен и/или со други компани во други дестинации, Ве молиме оценете го степенот на соработка од 1 до 5 (каде 1 значи најмала соработка, а 5 значи одлична соработка):

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
23.	Доколку Вие како компанија соработувате со други компании од Вашата дејност во Призрен и/или со други компани во други дестинации, Ве молиме оценете го степенот на соработка од 1 до 5 (каде 1 значи најмала соработка, а 5 значи одлична соработка):	- 1	0	0,0%
		- 2	0	0,0%
		- 3	4	16,0%
		- 4	18	68,0%
		- 5	4	16,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Степенот на соработка помеѓу анкетираниите субјекти во Призрен се оценува со оценка “4“, затоа што таква оценка дале 68% од испитаниците. Тоа е мошне значајно за развој на туризмот бидејќи успешен туризам и препознатлива туристичка

дестинација може да постои само ако има добра и креативна соработка помеѓу сите заинтересирани страни и субјекти како на локално ниво, така и помеѓу локалната и централната власт.

Прашање бр. 24 Дали се грижите за заштита, зачувување и унапредување на животната средина?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
24.	Дали се грижите за заштита, зачувување и унапредување на животната средина?	- да	25	100,0%
		- не	0	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

Сите анкетирани субјекти одговориле дека се грижат за заштита, зачувување и унапредување на животната средина, што е особено важно за работењето во областа на туризмот бидејќи само чистата животна средина може да биде привлечна за туристите и да претставува база за развој на туризмот затоа што туризмот за своето работење и цели ги користи природните ресурси, па ако тие се уништат преку туризмот (односно како резултат на работењето на туризмот) тогаш уништувајќи ги тие ресурси и туризмот самиот себе се уништува.

Прашање бр.25 Дали имате стратегија за развој на вашата компанија?

Реден број	Прашање	Одговор	Апсолутен показател	Релативен показател
25.	Дали имате стратегија за развој на вашата компанија?	- да	25	100,0%
		- не	0	0,0%
		Вкупно:	25	100,0%

На крај, исто така, на ова прашање сите испитаници одговориле позитивно, дека имаат стратегија за развој на нивната компанија. Исто така, треба да се истакне дека за време на спроведувањето на анкетниот прашалник сите испитаници кажаа одредени примери на планирана стратегија што сакаат да ја спроведат во иднина со цел понатамошен развој на нивната компанија. Тоа е мошне значаен чекор во водењето на секој бизнис, бидејќи само со преземање на постојани напори, креативно размислување и планирање на идните чекори и активности преку креирање на стратегија, може да се зборува за успех во бизнисот.

ЗАКЛУЧОК

Општина Призрен е втора општина по големина во Косово и регионален центар на Југоисточниот дел на Косово. Лоциран под падините на Шар Планина, на бреговите на реката Лумбарди и на раскрсницата помеѓу најважните трговски патишта помеѓу Истокот и Западот, Призрен е значаен културен, економски и дипломатски центар во регионот. Овој град е едно од најстарите населени населби во Косово и регионот, кој низ целата историјата бил крстопат на културата и трговијата.

Призрен е град познат уште од античко време како уникатно место на Балканот поради своите културно-историски вредности и различните религии кои постојат во него. Благодарение на поволната географска положба и хармоничното поврзување на различните култури, како и големиот број на грандиозни монументи, градот Призрен со право се нарекува “град на музеи” или “музеј на отворено небо” или “вториот Дубровник на Балканот” и еден од најубавите градови на Косово.

Призрен е еден од најзначајните градови на Косово кој има богата историја. За него низ историјата пишувале патеписци, историчари, географи и други научници познати по своите трудови од историски, културен и политички карактер. Призрен бил населен уште од дамнешни времиња, а за тоа сведочат големиот број на археолошки локалитети од времето на енеолитот, неолитот, бронзата, железното доба и антиката .

Археолошките податоци укажуваат на фактот дека ова место познато под името Теранда било населено уште во II-от век од н.е. од страна на Дарданите. Веќе во V-от век овој град бил наречен Петрзен од страна на Прокопот Цезар Деадедификус. Името на градот има повеќе варијанти. Така на пример, Птоломеј го нарекувал Трмидава, потоа го добил името Табула Певтингеријана, а од III-от век и името Прокопера. Истото име се спомнува и од Прокоп во 565 година од н.е.

Регионот на Призрен со своето материјално и духовно наследство и природни убавини е еден од најпосетените региони во Косово. Во регионот, за време на пописот во периодот 2002-2003 година регистрирани се повеќе од 500 објекти на културното наследство, а во базата на податоци внесени се 383 архитектонски објекти и 13 подвижни објекти. Меѓу овие објекти, 168 се објекти од сакрален карактер, 193 од профан карактер и 22 од утилитарен карактер. Покрај тоа, во регионот се евидентирани 113 археолошки локалитети, поделени во општини: Призрен - 22, Сува Река - 23, Малишево - 31, Ораховац - 31 и Драгаш - 6.

Како најзначајни културни монументи во Општина Призрен се сметаат следните:

- Призренската Лига,
- Призренското Кале,
- Калето на девојките,
- Амамот на Гази Мехмед Паша,
- Беледија,
- Камениот мост,
- Мостот Налети,
- Мостот Арасти,
- Мостот на Сузи Челеби (Табакана).

Во Призрен има релативно добри услови и можности за развој на многу видови туризам бидејќи овој регион располага со бројни природни богатства како на пример посебните геоморфолошки форми, хидрографија, клима, богат растителен и животински свет, ендемични видови на растенија и животни и други атрактивни елементи што го прават една од најпривлечните дестинации во овој регион.

Богатството на природните и културно-историските ресурси претставува значаен потенцијал за развој на туризмот во Призрен и ја прави привлечна и препознатлива туристичка дестинација која привлекува како домашни, така и странски туристи од целиот Свет. Призрен има потенцијали за развој на различни видови туризам еко-туризам, рурален туризам, планински велосипедизам, зимски туризам, спелеолошки туризам, хербален туризам, научен туризам итн. Главната цел на алтернативниот туризам е зајакнување на малите стопанства за проширување на туристичката дејност со фокус на екологијата, спортот и културата.

Меѓутоа, недостатокот на инфраструктура и капитални инвестиции го оневозможуваат искористувањето на тие природни и културно-историски ресурси за развој на туризмот на ова место. Колку и да располага една дестинација со туристички природни и културни ресурси, ако не постои инфраструктура за уживање во тие природни и културни убавини, тогаш таквите извори остануваат неискористени.

Поради своите природни богатства и културно-историско наследство Призрен претставува мошне значајна туристичка дестинација во Косово. Тие две причини всушност претставуваат клучниот фактор што ги привлекува туристите да ја посетат оваа дестинација. Од податоците добиени како резултат на анкетното истражување

може да се заклучи дека туристите веќе се запознати со богатото природно наследство на Призрен и веќе го препознаваат како значајна туристичка дестинација, но сеуште тој број е релативно мал што значи дека треба да се преземат значајни мерки од аспект на пропагирањето на природното богатство со кое располага Призрен, со цел да се зголеми бројот на туристите во иднина.

Од вкупниот број на испитаници најмногу се оние кои сметаат дека околината во Призрен е загадена, на второ место се оние кои сметаат дека таа е чиста, а на трето место се оние кои велат дека состојбата може да биде и подобра, што значи дека иако во Косово и Призрен постои легислатива за заштита на животната средина и поодделните нејзини компоненти, сепак треба на ова прашање да се посвети уште поголемо внимание особено од аспект на доследноста во примената на законските прописи во пракса и санкционирање на оние кои ја загадуваат животната средина, со цел да се подобри и унапреди заштитата на животната средина.

Најголем дел од забелешките на туристите што го посетиле Призрен се однесуваат на немањето пристап до одредени природни ресурси и туристички места, лоша патна инфраструктура, преголема урбанизација околу природните ресурси и непостоење на туристичка сигнализација или лоша туристичка сигнализација. Од тоа може да се заклучи дека треба да се преземат итни мерки како од страна на локалните власти, така и од централната власт со цел да се отстранат сите овие недостатоци во туристичката понуда (да се подобри патната инфраструктура и пристапот до туристичките ресурси, да се подобри туристичката сигнализација, но и да се спречи урбанизацијата околу овие природни ресурси, со цел нивна заштита и одржливо користење). Во спротивно, може да дојде до целосно уништување на ресурсите и намалување на атрактивноста на туристичката дестинација.

Околу една третина од испитаниците посетиле некое од селата во Призрен, а поголемиот дел (околу 67,5%) не посетиле никаква рурална средина што значи дека туристите сеуште не се запознати со целокупната туристичка понуда на Општина Призрен и со сите можности што таа ги нуди за зголемување на квалитетот на туристичкото искуство. Ова е уште една слаба страна на туристичката понуда што мора да се отстрани. Затоа се неопходни разни промотивни активности од страна на властите во оваа општина, како и од туристичките субјекти, со цел потенцијалниот туристички пазар да се запознае со можностите што ги нуди општина Призрен за развој на руралниот туризам, еко-туризмот итн. Само со преземање на конкретни мерки и активности на овој план, може туристички да се активираат руралните

средини во Призрен и во цело Косово, што ќе доведе до зголемување на бројот на туристи, позитивни економски ефекти, поголема вработеност на руралното население и до побрз економски развој како на оваа општина, така и на Косово во целина. Покрај промоцијата, треба да се преземат и низа други мерки со цел да се стимулира руралното население за развој на овој вид на туризам (како на пример давање на најразлични стимулации, ослободување или намалување на даноците, еднократна финансиска помош за започнување на сопствен бизнис итн).

На оние туристи кои посетиле некоја рурална средина во Призрен, најголем впечаток им оставила храната, традициите кои се негуваат во тие конкретни места, земјоделските активности на населението и целокупниот начин на живот таму. Ова е уште еден факт дека руралните средини се особено интересни и привлечни за странските туристи кои доаѓаат од развиените земји, па овој потенцијал мора да се искористи за унапредување и развој на туризмот во Призрен и Косово. Странските туристи се импресионирани од целокупниот начин и стил на живот на населението во руралните средини, од сите видови на земјоделски и сточарски активности кои се изведуваат во селата, како и од посебниот вкус на здравата и органска храна. Тој контакт со природата, со растителниот и животинскиот свет што го имаат туристите во овие средини, претставува нешто ново, интересно и неискусено дотогаш за нив кои живеат во развиена цивилизација со многу висок степен на урбанизација, галама и загаденост на животната средина. Затоа, овој потенцијал што е карактеристичен за руралните средини кои се карактеризираат со недопрена природа, мора да се искористи во рамките на туризмот како еден аспект за креирање на конкурентска предност на оваа туристичка дестинација.

Меѓутоа она што претставува уште една слаба страна на понудата во руралните места, тоа е лошата патна инфраструктура, како и лоши санитарно-хигиенски услови. Затоа треба да се зголемат капиталните инвестиции во руралните средини (да се изградат подобри патишта, да се подобри водоснабдувањето во овие места, да се подобрат хигиенско-санитарните услови) со што би се подобрил квалитетот на целокупната туристичка понуда, што секако ќе резултира и со поголема туристичка посетеност. Бидејќи само природните ресурси, без вложување на средства и капитални инвестиции што ќе придонесат за нивна валоризација, воопшто не е доволен фактор за развој на туризмот. Според тоа, локалната власт во Призрен мора да посвети посебно внимание на овој аспект при креирањето на туристичката политика и стратегија за понатамошниот туристички развој.

Позитивните впечатоци од посетата и престојот во Призрен, претставува многу значаен фактор за повторна посета на ова место од страна на туристите (46%). Меѓутоа, голем е бројот и на оние туристи што се двоумат дали повторно би се вратиле во Призрен или не. Затоа, треба да се направат одредени напори во подобрувањето на сите аспекти на страната на туристичката понуда во Призрен со цел да се зголеми туристичката побарувачка за ова место во иднина.

Само 18% од анкетираниите субјекти во Призрен се категоризирани, што значи дека постојат огромни пропусти од овој аспект. Затоа со цел да се подобри квалитетот на туристичките производи и услуги кои се нудат на туристите од страна на туристичките објекти и туристите да бидат задоволни, неопходно е да се донесе Правилник за категоризација на угостителско-туристичките објекти во Косово и да се категоризираат сите објекти. Тоа претставува прв услов за една земја или дестинација да развива туристички бизнис и да биде конкурентна на меѓународниот туристички пазар.

Најголемиот процент од анкетираниите субјекти имаат индивидуална сопственост, што значи дека приватниот бизнис доминира во областа на туризмот во Призрен, па затоа сопствениците треба да се стимулираат со најзначајни економски мерки како од страна на локалната, така и од страна на централната власт во Косово со цел да се унапреди развојот на туризмот во иднина.

Од аспект на големината на туристичките субјекти според бројот на вработени лица, во областа на туризмот во Призрен доминираат микро и мали туристички субјекти.

Дури 76% од анкетираниите лица во областа на туристичката индустрија во Призрен припаѓаат на машкиот пол, а само 24% на женскиот пол, со што се потврдува фактот дека менаџери или управители на компаниите или нивни делегирани вработени се претставниците од машки пол. Затоа треба да се преземат мерки во иднина со цел да се стимулира женската популација да развива свој бизнис во областа на туризмот и угостителството и да стане претприемач, како и да се зголеми застапеноста на вработените од женски пол во областа на туризмот со што би потврдил фактот кој е присутен во литературата дека туризмот е дејност која придонесува за рамноправност на половите.

Најголемиот број од анкетираниите лица во областа на туризмот имаат високо образование (68%), што претставува голем напредок од аспект на квалификуваноста

на кадрите во областа на туризмот во Призрен. Квалитетниот, обучен, висококвалификуван кадар кој има високо образование, би значел добро менаџирање со туристичките бизниси во областа на туризмот во Призрен, квалитетна услуга за туристите, квалитетни производи во областа на туризмот, што би резултирало со задоволни гости и зголемување на туристичкиот промет во иднина.

Дури 36% од испитаниците имаат работно искуство до 20 години, што значи дека работното искуство е многу важен фактор во производството и продажбата на одреден производ или во давањето на услуги на туристите што би резултирало со задоволни гости и зголемен туристички промет. Според тоа, мора да се напомене дека вработените во туристичката индустрија во Призрен се добро обучени, искусни и соодветно образовани, со висок степен на образование, што претставува значаен фактор за понатамошниот развој на туризмот.

Сите анкетирани субјекти во Призрен работат во текот на целата година, што претставува добра страна на туристичката понуда на Призрен затоа што туристичките субјекти не подлежат на сезоналноста во работењето. Тоа значи дека овие услуги им се достапни на туристите во текот на целата година, што претставува добра основна база при развој на алтернативните видови на туризам.

Туристичката понуда во Призрен се насочува не само на домашниот, туку и на странскиот туристички пазар, па затоа треба да се зголеми конкурентноста на оваа туристичка дестинација на меѓународните пазари преку преземање на низа мерки и активности од страна на сите инволвирани субјекти од областа на туризмот во цела држава.

Најголемиот процент од испитаниците сметаат дека квалитетот на производите и услугите најмногу влијаат врз привлекувањето на гостите/клиентите. За оваа опција се одлучиле 84%, па ако се додадат и оние што мислат дека квалитетот на производите и услугите има големо влијание врз привлекувањето на гости, тогаш дури 96% од испитаниците, на квалитетот на производите услугите му даваат приоритет и го сметаат за клучен фактор во работењето. Затоа, на овој аспект од понудата треба постојано да се внимава, со цел туристите да бидат задоволни од понудените производи и дадените услуги, со што ќе се создаде лојална туристичка потрошувачка, а сето тоа ќе има позитивни економски ефекти и ќе доведе до зголемување на туристичкиот промет во иднина.

Дури 80% од субјектите на оваа анкета одговориле дека користат компјутерски систем за резервации што е особено важно во современи услови на работење во било

која дејност, кога Светот се карактеризира со голем техничко-технолошки напредок. Затоа, секој субјект ако сака да опстане во областа на своето работење и да биде конкурентен во современи услови на работење, мора да ги прати сите современи трендови во областа на технологијата што ги наметнува новото време и да ја следи конкуренцијата.

Исто така, најголемиот дел од субјектите имаат сопствена веб-страница на која тие ги промовираат нивните производи и услуги што е од особена важност за запознавање и привлекување на потрошувачите, посебно кога станува збор за вршење влијание на странски пазари кои се на голема физичка оддалеченост од конкретната туристичка дестинација. Значи маркетингот во голема мера е присутен во работењето на субјектите од областа на туризмот во Призрен.

Притоа, факт е дека сите угостителско-туристички субјекти во Призрен користат одреден вид на средства за промоција што е од особена важност за промовирање на нивните производи и услуги, креирање на имиџ во работењето, креирање на лојални потрошувачи и создавање на конкурентска предност во работењето, што претставува основен предуслов за успех во секоја дејност.

Кога станува збор за помошта што ја имаат туристичките субјекти при своето работење во Призрен, како од страна на локалната власт, така и од централната власт, само 40% од испитаниците сметаат дека локалната власт помага во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите односно во работењето во областа на туризмот во Призрен. Ова претставува мошне слаба страна и опасност за туризмот во Призрен бидејќи локалната власт (заедно со сите инволвирани субјекти од областа на туризмот на локално ниво, како и централната власт) ја има клучната улога за развој на туризмот во една туристичка дестинација преку директно донесување и реализација на сите развојни планови, програми и стратегии, како и бројни детални мерки и активности (бенефиции, стимулативни мерки, даночни олеснувања, субвенции итн). Доколку локалната власт не преземе мерки и не се грижи за развој на туризмот во една дестинација, тогаш таа дестинација однапред е осудена на пропаст.

Исто така, само 16% од испитаниците сметаат дека централната власт помага во подобрувањето на квалитетот на производите и услугите односно во работењето на туристичките претпријатија во Призрен. Според тоа, ова е алармантна состојба и треба да се преземат значајни мерки во иднина со цел унапредување на развојот на туризмот затоа што централната власт ги има сите клучни механизми за подобрување на состојбата со туризмот, не само во Призрен, туку и во целата држава.

Ако се анализира соработката којашто постои помеѓу субјектите од областа на туризмот на локално ниво, тогаш може да се забележи дека позитивно одговориле дури 84% од анкетираниите субјекти во Призрен. Тоа е мошне значајно за развој на туризмот бидејќи успешен туризам и препознатлива туристичка дестинација може да постои само ако има добра и креативна соработка помеѓу сите заинтересирани страни и субјекти како на локално ниво, така и помеѓу локалната и централната власт.

Сите анкетирани субјекти одговориле дека се грижат за заштита, зачувување и унапредување на животната средина, што е особено важно за работењето во областа на туризмот бидејќи само чистата животна средина може да биде привлечна за туристите и да претставува база за развој на туризмот затоа што туризмот за своето работење и цели ги користи природните ресурси, па ако тие се уништат преку туризмот (односно како резултат на работењето на туризмот) тогаш уништувајќи ги тие ресурси и туризмот самиот себе се уништува.

На крај, исто така, сите испитаници одговориле дека имаат стратегија за развој на нивната компанија во иднина. Треба да се истакне и фактот дека дека за време на спроведувањето на анкетниот прашалник сите испитаници кажаа одредени примери на планирана стратегија што сакаат да ја спроведат во иднина со цел понатамошен развој на нивната компанија. Тоа е мошне значаен чекор во водењето на секој бизнис, бидејќи само со преземање на постојани напори, креативно размислување и планирање на идните чекори и активности преку креирање на стратегија, може да се зборува за успех во бизнисот.

За заштита на животната средина во Косово одговорно е Министерството за животна средина и просторно планирање, како и Дирекцијата за планирање, урбанизам и градежништво, која исто така ги извршува и следните должности поврзани со заштитата на животната средина:

- Планирање на просторниот и урбан развој,
- Дозволи за изградба,
- Дозволи за употреба и користење,
- Воспоставување на комисији за надгледување на објектите,
- Евидентирање на воените штети,
- Регулација на инфраструктурата, итн.

Во рамките на Дирекцијата за планирање, урбанизам и градежништво, постои и Оддел за јавни услуги и вонредна состојба кој е одговорен за спроведување на законите, регулативите и одлуките за регулирање на јавните услуги преку регулирање на градот и заштитата на животната средина.

Можне важна улога во заштитата на животната средина во Косово имаат и активностите за заштита на квалитетот на воздухот, заштитата на климата и заштитата на озонската обвивка, заштитата од индустриското загадување, заштитата од бучава и јонското зрачење.

Процесот на регулирање на отпадот во Косово се реализира од страна на Секторот за управување со отпад во рамките на Министерството за животна средина и просторно планирање. Овој сектор се состои од неколку подсектори кои играат важна улога во процесот на управување со отпадот, почнувајќи од регулирање на мониторингот на депониите, лиценцирањето, обработка на отпадот, се до управување со опасните материи. Секторот за преработка на отпад врши активности поврзани со дистрибуција, класификација и рециклирање на отпадот. Во врска со процесирањето на отпадот што се рециклира во Косово, постојат околу 35 компании кои се занимаваат со негова обработка. Меѓу материјалите кои се рециклираат во Косово се и хартија, метали, батерии, лим, органски материи, гума, пластика, итн.

Ловот и риболовот во Косово се регулирани со закон според кој секое лице кое се занимава со лов и / или риболов треба да има одредена дозвола. Одговорни за тоа се Министерството за земјоделство, шумарство и рурален развој во консултација со Одделот за природни води при Министерството за животна средина и просторно планирање. Законот ги одредува местата каде што е дозволено да се врши лов и риболов, оружјето што може да се користи за лов и риболов, начинот на лов и риболов итн. Сето тоа зависи од целите на активностите кои можат да бидат рекреативни, економски, од научно-истражувачки карактер итн.

Во контекст на заштитата на животната средина во Косово донесени се повеќе закони меѓу кои:

- Закон за водите (Закон бр.04 / L-147 13 јуни 2013 година) ;
- Законите за изградба од 2012 и 2014 година;
- Законите за просторно планирање од 2011 и 2013 година;
- Еколошките закони:
 - Закон за хемикалии (3 октомври 2014);
 - Закон за заштита на природата (28 мај 2013);
 - Закон за отпад (24 септември 2012);
 - Закон за стратедиска процена на влијанието на животната средина
 - Закон за хидрометеоролошка дејност (2011 година);
 - Закон за заштита од нејонизирачко и јонизирачко зрачење, како и нуклеарна безбедност (2011 година);

- Закон за биоцидни производи (2011 година);
- Закон за процена на животната средина (2011 година);
- Закон за интегрирано спречување и контрола на загадувањето на животната средина (2011 година);
- Закон за заштита на животната средина (2011 година);
- Закон за заштита на воздухот од загадување (2010 година).

Иако постои закон за заштита на животната средина, како и поодделните нејзини компоненти, сепак во Косово (и во Призрен) постојат пропусти во спроведувањето на овие закони, како и недоволно санкционирање на прекршителите на законите, на што во иднина треба да се посвети посебно внимание со што би се заштитила животната средина и би се сочувала за идните генерации.

За културното наследство во Косово одговорни се Министерството за култура, млади и спорт во чии рамки постојат 4 департменти и тоа

- Департмент за култура
- Департмент за младина
- Департмент за спорт и
- Департмент за културно наследство.

Културното наследство е дефинирано како еден од приоритетните сектори на Владата на Косово, како што е утврдено со Програмата на Владата на Република Косово 2015-2018 и Среднорочната рамка на расходите 2015-2018. Овие документи ја сочинуваат институционалната основа за подготовка на Националната стратегија за културно наследство 2015-2025 година; а правна основа се важечките закони: Законот за културно наследство, Законот за посебни заштитени подрачја, Законот за историскиот центар Призрен, Законот за Голема Хоча, Законот за селото Зум; други закони (Закон за просторно планирање, Закон за архиви, музеи и др.), закони и прописи, вклучувајќи и одредби за европска соработка и меѓународни конвенции ратификувани од Република Косово.

Националната стратегија за културно наследство 2017-2027 е сеопфатна стратегија на Владата на Косово во областа на културното наследство, чија цел е да се воспостават долгорочни рамки за визија и обезбедување решенија базирани на принципот на одржливост. Овој стратешки документ има за цел да ги подобри системите и механизмите за заштита и зачувување на културното наследство на Косово во согласност со законската рамка, принципите и меѓународните стандарди, како и врз основа на одржлив економски, социјален и културен развој.

Со оваа стратегија, културното наследство се дефинира како значаен столб на одржливиот развој на земјата, кој ќе се постигне преку соработка и ефективно учество во подобрувањето на системот за заштита. Стратегијата се занимава со основните аспекти кои се директно насочени кон промовирање на вистинските социо-културни, економски вредности на културното наследство на Република Косово, како и зголемена видливост на нивните потенцијални вредности.

Целите на стратегијата може да се сумираат:

[i] Правен и институционален систем на заштита - во согласност со Уставот на Република Косово и другите релевантни косовски закони и обврски и во согласност со ориентацијата на Владата на Косово кон членство во ЕПП и УНЕСКО;

[ii] Интегриран пристап на заштитата - во согласност со принципите и трендовите на одржлив урбан, економски, социјален и културен развој;

[iii] Образование, промоција и свест на граѓаните - со цел да се промовира чувството за културен идентитет и како извор на инспирација и иновации .

Стратегијата е развиена на основа на конкретни цели (под-цели). Подцелите на стратегијата произлегуваат од горенаведените цели, како и од анализите од минатото и актуелните состојби од аспект на легислативата, инфраструктурата и управувањето и други прашања од областа на културното наследство кои се предмет на третман во следната деценија во Косово.

Под-целите се дефинирани како:

1. Подобрување на правната и институционалната рамка;
2. Интегриран пристап на културното наследство, кон одржливиот развој;
3. Интегрирање на културното наследство во плановите за развој;
4. Промоција на културното наследство;
5. Образование, обука и активно учество во заштитата на културното наследство

Националната стратегија за културно наследство 2017- 2027 година претставува чекор напред кон зачувување на богатото културно наследство како во Косово, така и во одредени туристички дестинации во рамките на неговата територија.

Врз база на сето тоа, може да се заклучи дека Косово прави напори како за зачувување на животната средина, така и за културното наследство, кои напори треба да придонесат кон понатамошен развој на туризмот. Сето тоа, заедно со мерките кои треба да се преземат за подобрување на понудата во областа на туризмот во Општина Призрен и за отстранување на сите нејзини пропусти, недостатоци и слаби страни (кои беа претходно изнесени во трудот) треба да овозможи креирање на Призрен (а и на

Косово воопшто) како значајна и препознатлива туристичка дестинација која ќе биде конкурентна како на домашниот, така и на меѓународниот туристички пазар и ќе овозможи зголемување на туристичкиот промет, создавање на позитивни ефекти од развојот на туризмот и значаен економски развој како на Призрен, така и на Косово.

KORISTENA LITERATURA

1. Ф.Речица, Б.Милаку, Економија на туризмот, Приштина, 2011 година, стр.365
2. Програма за Развој на Обединетите Нации (УНДП) за биодиверзитетот и одржливото управување со користењето на земјиштето во Призрен и Локалниот план за развој на Призрен 2013-2023 година.
3. Dritan Shala, M.Sc., Turizmi dhe Ambienti, 2012.
4. Richards, G., Cultural Tourism in Europe, Atlas, 2005,
5. Cook, J. Yale, J.J. Marque, Tourism-The Business of Travel, Prentice-Hall, London, 2005,
6. Kolë Staka, Analiza e shkaqeve dhe tendencave të pavolitshme në zhvillimin e turizmit në Kosovë në periudhën e pasluftës”, janar 2003
7. Муќиновиќ, Љ., “Современ лексикон на странски зборови и изрази”,Наша книга, Скопје, 1990 година,
8. Tribe, J., ed., “Philosophical issues in tourism”, Channel View Publications,2009, (pdf),
9. Bakiu, Dr. Vjollca, Drejtimi i ndërmarrjeve hoteliere, Tiranë
10. Bakiu, Dr. Vjollca, Menaxhimi i turizmit, Tirane, 2009
11. Gashi, Dr. Musa Gashi, Bazat ekonomike – gjeografike për zhvillimin e turizmit malor në Kosovë, Prishtinë, 1967
12. Gorica, Dr. Klodiana, Vela, MA. Fiorabla, Strategjia e turizmit, Tiranë, 2007
13. Hoti, Mr. Hamdi, Menaxhimi i projekteve në fushën e mbrojtjes së natyres, Prishtinë, 2011
14. Muhaxhiri, Dr. Nexhat Muhaxhiri, Ekonomika dhe menaxhmenti në turizëm, Prishtinë, 2005
15. Mustafa, Dr. Muhamet, Menaxhmenti i projekteve investive, Prishtine, 2003
16. Сокол Цена, Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година
17. Убаво и залено, Каталог на Јужниот регион на Косово, 2012 година
18. Статистика на Косово, 2011 година
19. Проектет е продуктот туристички во рајонот туристички во Бјешкëve të Nemuna, Prishtinë, 2008
20. Udhëzim administrative nr. 17/2010, per klasifikim dhe kategorizimin e objekteve hoteliere, Ministria e Tregtisë dhe Industrisë së Kosovës.
21. Стамов, С., Алексиева, Џ., “Хотелиерство”, Кота, Пловдив, 2006 г.
22. Панов, Н., “Основи на туризмот”, ПМФ, Скопје, 2004,

23. Kumar, J.L., "The encyclopedia of tourism in 21st century", Anmol Publications PVT.Ltd., New Delhi, 2005,
24. Vanhove,N., "The economics of tourism destinations",Butterworth Heinemann Elsevier,2005,
25. Burkart, A. J., Medlik, S., "Tourism: past, present and future", Heinemann,London, 1981, превземено од Theobalt, F.W., ed. "Global tourism",Butterworth-Heinemann Elsevier, 2005,
26. Jafari, J., "Annals of Tourism Research" V (Special Number,October/December) 8, 1977 и Mathieson, A., Wall, G., "Tourism: economic,physical and social impacts", Longman Group Limited, London, 1982 превземено од Theobalt, F.W., ed. "Global tourism", Butterworth HeinemannElsevier,2005,(pdf),
27. Dr. Vjollca Bakiu , Menaxhimi i Turizmit "Erik", 2009.
28. UNWTO, Barometers: Vision 2020, 2015 година (за подетални информации погледни на: www.unwto.org)
29. Kusen E., Turizani i prostor, Klasifikacija turistickig atrakcija, Izvorni znanstveni clanak, Institut za turizam, Zagreb, 2002, str.2
30. Knezevic R., Contents and Assessment of Basic Tourism Resources, Tourism and Hospitality Management, Vol. 14, No. 1, pp. 79-94, 2008
31. Gjorgievski, Mijalce, Saso Kozuharov, and Dejan Nakovski. 2013. Typology of Recreational-tourism Resources as an Important Element of the Tourist Offer. Special issue, UTMS Journal of Economics 4 (1): 53–60
32. Согојева, X., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година, стр.40
33. Vojnovic N., Prirodna osnova i turizam, Sveuciliste Jurja Dobrile, Pula, 2017 god., str.46
34. Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.101-103
35. Micic, M., Turizam i prostor, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2007, str. 151.
36. Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година, стр.67-68
37. Krivošejev, V., Upravljanje baštinom i održivi turizam, Narodni muzej Valjevo, Artis, Valjevo, 2014, str. 14.
38. Bilen, M., Turizam i prostor, Veleucilište u Karlovcu, Karlovac, 2006.

39. Мариноски Н, Туристичка географија на Република Македонија, Охрид, 1997
40. World Commission on Environment and Development's (the Brundtland Commission's) report Our Common Future. This report is commonly known as "the Brundtland Report.", 1987.
41. UNWTO: Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, 2018, p.10 (<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>)
42. ¹ World Tourism Organization (n.d.), Sustainable Tourism for Development (online), available at: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (22-10-2017).
43. World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project "Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries" (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013
44. World Tourism Organization (UNWTO), European Commission (EC) Directorate-General Development and Cooperation, Framework of the project "Enhancing capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries" (Grant contract DCI-MULTI-2011/280-663), Sustainable Tourism for Development Guidebook, First edition, 2013, p.18
45. UNWTO, Barometers: Vision 2020, 2015 година (за подетални информации погледни на: www.unwto.org)
46. World Commission on Environment and Development's (the Brundtland Commission's) report Our Common Future. This report is commonly known as "the Brundtland Report.", 1987.
47. UNWTO: Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, 2018, p.10 (<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>)
48. World Tourism Organization (n.d.), Sustainable Tourism for Development (online), available at: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (22-10-2017).
49. Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година,
50. Согојева, Х., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година,
51. Agjencia e Statistikës së Republikës së Kosovës, Seria 3: Statistika ekonomike, Statistika e hotelerisë, TM 3 2016, Dhjetor 2016,
52. Ligji për turizmin nr.L-04/176, Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës nr.14, datë 10.05.2013, Prishtinë, 2013, neni 3, pika 1.12 dhe 1.13

53. Ligji për turizmin dhe shërbimet turistike të Republikës së Kosovës, nr.03-L/168, 2010,
54. Agjencia e Statistikave të Republikës së Kosovës, Kapacitetet turistike (njësitë akomoduese) në Kosovë për vitin 2016, Raport për kapacitetet, Prishtinë, Korrik 2017,
55. Agjencia e statistikave të Republikës së Kosovës, Seria 3, Statistika ekonomike, Statistika e hotelerisë, TM 4-2016, Prishtinë, Mars 2017,
56. Agjencia e statistikave të Republikës së Kosovës, Objekte hotelerike për akomodim dhe ushqim, Prishtinë, 2016,
57. Програма за Развој на Обединетите Нации (УНДП) за биодиверзитетот и одржливото управување со користењето на земјиштето во Призрен и Локалниот план за развој на Призрен 2013-2023 година.
58. Kusen E., Turizam i prostor, Klasifikacija turistickig atrakcija, Izvorni znanstveni clanak, Institut za turizam, Zagreb, 2002,
59. Knezevic R., Contents and Assessment of Basic Tourism Resources, Tourism and Hospitality Management, Vol. 14, No. 1,
60. Gjorgievski, Mijalce, Saso Kozuharov, and Dejan Nakovski. 2013. Typology of Recreational-tourism Resources as an Important Element of the Tourist Offer. Special issue, UTMS Journal of Economics 4 (1)
61. Согојева, Х., Водопадите на Мируше и нивното влијание врз развојот на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство, Охрид, 2017 година,
62. Vojnovic N., Prirodna osnova i turizam, Sveuciliste Jurja Dobrile, Pula, 2017 god.,
63. Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година,
64. Micic, M., Turizam i prostor, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2007,
65. Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017 година,
66. Krivošejev, V., Upravljanje baštinom i održivi turizam, Narodni muzej Valjevo, Artis, Valjevo, 2014,
67. Bilen, M., Turizam i prostor, Veleucilište u Karlovcu, Karlovac, 2006.
68. Мариноски Н, Туристичка географија на Република Македонија, Охрид, 1997
69. Forumi Kulturor i Kosovës, Kultura, Arti dhe Zhvillimi Ekonomik, Raport i Debatit, Prishtinë, Qershor 2014,

70. Петреска Б., Економика на угостителство и туризам, Рецензирана е-скрипта, Штип, 2014,
71. Creag G., Tourism Impacts, University of Minnesota, Minnesota Sea Grant Program, 2001,
72. Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година, стр.8
73. Rashica E., Infrastruktura rrugore e Kosovës, Prishtinë 2016,
74. Prishtina International Airport Adem Jashari / Limak Kosovo (<http://www.airportpristina.com/company-profile>)
75. Agjencia e Statistikës së Republikës së Kosovës, Seria 3: Statistika ekonomike, Statistika e hotelerisë, TM 3 2016, Dhjetor 2016,
76. Agjencia e statistikave të Kosovës, Numri i turistëve sipas vendit të origjinës, 2007-2017 (autori ka bërë rradhitjen dhe kalkulimin e të dhënave statistikore për vitet 2010, 2011 dhe 2017)
77. Ligji për turizmin nr.L-04/176, Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës nr.14, datë 10.05.2013, Prishtinë, 2013, neni 3, pika 1.12 dhe 1.13
78. Agjencia e Statistikave të Republikës së Kosovës, Kapacitetet turistike (njësitë akomoduese) në Kosovë për vitin 2016, Raport për kapacitetet, Prishtinë, Korrik 2017,
79. Agjencia e statistikave të Republikës së Kosovës, Statistika për përqindjen e e hotelerisë, TM 4-2016, Prishtinë, Mars 2017,
80. Програма за Развој на Обединетите Нации (УНДП) за биодиверзитетот и одржливото управување со користењето на земјиштето во Призрен и Локалниот план за развој на Призрен 2013-2023 година.
81. Ministria e mjedisit dhe planifikimit hapësinor të Qeverisës së Republikës së Kosovës, Parku kombëtar “Sharri”, Plani i menaxhimit: Strategjia 10 vjeçare e menaxhimit 2014-2023, Plan operativ 5 vjeçar 2014-2018, Prill 2014,
82. Komuna e Prizrenit, Plani zhvillimor i Komunës së Prizrenit 2013-2025, Prizren 2012,
83. Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Министерство за надворешни работи на Финска и УНДП, Проект под наслов “Помош за трговијата“, Профил на Секторот за туризам, 2004 година,
84. MASHT, Abdurrahman Simnica, Shkollat me profilet hoteleri-turizëm në Kosovë, 2015, f.28
85. Komuna e Prizrenit, Dokumenti strategjik për zhvillimin e turizmit dhe planet e veprimet 2015-2020.