

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



ВЛАДИНИ МЕРКИ И ТРЕТИРАЊЕ НА ОДЛУКИТЕ ЗА РАЗВОЈ НА
ТУРИЗМОТ ВО КОСОВО

Докторска дисертација

Кандидат:
М-р Есад Ислами
Индекс бр.36
Насока: Туризам

Ментор:
Проф.д-р Цветко Андрески

Охрид, 2020 год.

| Содржина: | страница |
|--|-----------|
| Апстракт | 8 |
| Вовед | 10 |
| ДЕЛ ПРВИ: Теоретско-методолошки пристап на истражувањето | 14 |
| 1. Контекст на истражувањето | 14 |
| 2. Значење на истражувањето | 15 |
| 3. Цел и предмет на истражувањето | 16 |
| 4. Методологија на истражувањето | 17 |
| 5. Основна и помошни хипотези | 19 |
| 6. Очекувани резултати | 19 |
| 7. Структура на темата | 20 |
| ДЕЛ ВТОРИ: Преглед на литературата | 22 |
| 1. Општ осврт на развојот на туризмот во Косово | 22 |
| 1.1. Географската положба на Косово | 27 |
| 1.2. Локална, регионална и меѓународна инфраструктурна поврзаност на Косово со другите земји | 28 |
| 1.3. Статистички податоци за туризмот во Косово | 31 |
| 1.3.1. Број на домашни и странски туристи | 31 |
| 1.3.2. Остварени ноќевања | 33 |
| 1.3.3. Земја на потекло на туристите | 35 |
| 1.3.4. Капацитети за сместување на туристи | 41 |
| 1.3.5. Степен на искористеност на капацитетите за сместување | 45 |
| 1.4. Број и видови на туристички субјекти во Косово | 47 |
| 1.5. Вработеноста и човечките капацитети во туризмот во Косово | 49 |
| 1.6. Капиталот, технологијата и инвестициите во туризмот во Косово | 52 |
| 1.7. Деловната клима во туризмот во Косово | 56 |
| 1.8. Спроведување на законите од областа на туризмот во Косово | 59 |
| 1.9. Стимулативни мерки за развој на туризмот на Косово | 62 |
| 1.10. Меѓународната соработката и меѓународната помош во туризмот во Косово | 65 |
| 2. Институционална, организациска и структурна поставеност на туризмот во Косово | 68 |
| 2.1. Надлежни државни институции од областа на туризмот во Косово | 69 |
| 2.1.1. Министерство | 69 |
| 2.1.2. Државни агенции | 71 |
| 2.1.3. Сектори и одделенија | 72 |
| 2.1.4. Локална самоуправа (општини) | 73 |
| 2.2. Невладини организации, туристички асоцијации и здруженија | 76 |

| | |
|--|-----------|
| 3. Владини мерки и одлуки за развој на туризмот во Косово | 78 |
| 3.1. Програма на Владата на Република Косово 2017-2021 | 79 |
| 3.2. Поединечни мерки и одлуки од министерствата | 79 |
| 3.3. Мерки и одлуки на општините во Косово | 82 |
| 3.4. Заеднички мерки и одлуки на централната и локалната власт | 85 |
| 3.5. Стратегиски документи, насоки и политики | 89 |
| 3.6. Меѓународни проекти од областа на туризмот | 92 |
| ДЕЛ ТРЕТИ: Анализа на резултатите од спроведеното теренско и онлјан истражување | 95 |
| 1. Методологија на изготвување на прашалникот | 95 |
| 2. Ограничувања при истражувањето на терен и онлјан истражувањето | 96 |
| 3. Анкетен прашалник | 97 |
| 4. Анализа на добиените податоци и резултати од истражувањето | 98 |
| 4.1. Анализа на резултатите од истражувањето кај министерствата | 99 |
| 4.1.1. Дескриптивна анализа | |
| 4.2. Анализа на резултатите од истражување кај општините | 110 |
| 4.2.1. Дескриптивна анализа | 111 |
| 4.3. Анализа на резултатите од истражување кај субјектите од приватниот сектор | 126 |
| 4.3.1. Дескриптивна анализа | 126 |
| 5. Тестирање на поставените хипотези во трудот | 148 |
| 6. Препораки произлезени од истражувањето | 156 |
| 6.1. Препораки во однос на централната власт | 157 |
| 6.2. Препораки во однос на локалната власт | 160 |
| 6.3. Препораки во однос на приватните субјекти во туризмот | 164 |
| 6.4. Препораки за понатамошно истражување | 167 |
| 7. Заклучни согледувања | 170 |
| Листа на табели | 180 |
| Листа на графички прикази | 186 |
| Appendices | 187 |
| А: Спроведено интервју со претставниците на министерствата | 187 |
| В: Спроведено интервју со претставниците на општините | 192 |
| С: Онлајн прашалник доставен до приватните субјекти во туризмот | 197 |
| Користена литература | 204 |

Комисија:

1. Проф. д-р Цветко Андреески

2. Проф. д-р

3. Проф. д-р

4. Проф. д-р

5. Проф. д-р

АПСТРАКТ

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.

Значењето на туризмот како извор на добивка и вработување и како главен фактор на билансите на плаќање на многу земји, привлекува големо внимание. 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.

Можеби не постои друг економски сектор со таква диверзификација на економски активности, па поради тоа, во последните десеттина години туризмот постанал многу динамичен систем со флексибилна структура, променливи потрошувачки однесувања и силни влијанија, особено врз развојот на транспортната индустрија и технологија.

Развојот на туризмот во Косово е дел од стратегијата за вкупен економски развој и диверзификација на изворите на приходи на државата, а на туризмот и угостителството треба да им се посвети внимание и од страна на носителите на одлуки.

Приходите од туризмот и угостителството носат големи придобивки за една земја, имајќи предвид дека овие области имаат единствен производ/услуга, а ова индустрија значи економска стабилност за земјата.

Имајќи го предвид капиталот што се користи во овој сектор од економијата и големиот потенцијал на една земја од аспект на културата, историјата и природните ресурси, а поради недостатокот на внимание спрема туризмот, треба да се направат поголеми напрати за прифаќање на новите стратегии за привлекување и охрабрување на туристи за посета и престој во Косово како туристичка дестинација.

Клучни зборови: развој, туризам, Косово, мерки, одлуки.

ABSTRACT

Tourism is one of the largest and fastest growing sectors in the global economy and has significant economic, developmental and social effects, either positive or negative.

The significance of tourism as a source of profit and employment and as the main factor in the balance of payments of many countries draws much attention. Governments, private sectors, regional and local authorities and other entities involved in international trade and economic development recognize the role of the tourism.

Perhaps there is no other economic sector with such diversification of economic activities, therefore, in the last decade; tourism has become a very dynamic system with a flexible structure, variable consumer behavior and strong impacts, especially on the development of the transport industry and technology.

The development of tourism in Kosovo is part of the strategy for total economic development and diversification of the state's sources of income, and decision-makers should address tourism and hospitality.

Revenues from tourism and hospitality bring great benefits to one country, bearing in mind that these areas have a single product/service, and this industry means economic stability for the country.

Taking into account the capital used in this sector from the economy and the great potential of a country in terms of culture, history and natural resources, and due to the lack of attention to tourism, bigger challenges should be made for accepting new strategies for attracting and encouraging tourists to visit and stay in Kosovo as a tourist destination.

Keywords:development, tourism, Kosovo, measures, decisions.

ВОВЕД

Карактеристика на современиот свет е масовниот туризам, во кој е вклучен огромен број на субјекти (организатори, патници, институционализирани даватели на

туристички услуги, рецептивно население и друго) и кој веќе стана една од основните елементи на модерното време.

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.

Значењето на туризмот како извор на добивка и вработување и како главен фактор на билансите на плаќање на многу земји, привлекува големо внимание. 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 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

Токму тоа му обезбедува влијание во секоја национална економија со неговото учество во бруто-националниот производ и вработувањето. Границите на туристичката индустрија се речиси недефинирани, а тоа со себе носи нови влијанија, нови сегменти и нови активности со широк опсег на производи и услуги кои прикажуваат мал степен на хомогеност и користат нови технологии во производствениот процес.

Можеби не постои друг економски сектор со таква диверзификација на економски активности, па поради тоа, во последните десеттина години туризмот постанал многу динамичен систем со флексибилна структура, променливи потрошувачки однесувања и силни влијанија, особено врз развојот на транспортната индустрија и технологија.

Развојот на туризмот во Косово е дел од стратегијата за вкупен економски развој и диверзификација на изворите на приходи на државата, а на туризмот и угостителството треба да им се посвети внимание и од страна на носителите на одлуки.

Приходите од туризмот и угостителството носат големи придобивки за една земја, имајќи предвид дека овие области имаат единствен производ/услуга, а ова индустрија значи економска стабилност за секоја земја во светот.

Имајќи го предвид капиталот што се користи во овој сектор од економијата и големиот потенцијал на една земја од аспект на културата, историјата и природните ресурси, а поради недостатокот на внимание спрема туризмот треба да се направат поголеми напрати за прифаќање на новите квалитетни стратегии за привлекување и охрабрување на туристи за посета и престој во една дестинација.

Првиот дел “Теоретско-методолошки пристап во истражувањето“ најпрво го објаснува контекстот и значењето на ова истражување, а потоа и предметот и целта на овој труд, методите кои се користени во истражувањето и методолошкиот пристап на проучување. Како составен елемент на овој дел е прикажувањето 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 и накратко ја прикажува структурата на овој труд.

Вториот дел има наслов “Преглед на литературата“, е основната рамка, која од теоретски аспект, ја прикажува целокупната слика за мерките и одлуките кои се донесени од страна на владините (централни и/или локални) институции за развој на туризмот во Косово. Овој дел се состои од три точки со повеќе потточки.

Првата точка се однесува на општиот осврт на развојот на туризмот во Косово, преку објаснување на некои позначајни фактори или индикатори, како што се: географската положба на Косово, локалната, регионалната и меѓународна инфраструктурна поврзаност на Косово со другите земји, статистичките податоци за туризмот во Косово (број на домашни и странски туристи, остварени ноќевања, земја на потекло на туристите, капацитети за сместување на туристи, степен на

искористеност на капацитетите за сместување), бројот и видовите на туристички субјекти во Косово, вработеноста во туризмот во Косово, капиталот, технологијата и инвестициите, деловната клима, спроведување на законите од областа на туризмот, стимулативни мерки за развој на туризмот, меѓународната соработката и меѓународната помош.

Втората точка од овој дел се однесува на институционалната, организациската и структурната поставеност на туризмот во Косово, а со која се објаснува и се прикажува улогата на институциите кои се надлежни за работите од областа на туризмот (министерства, општини, државни агенции и сектори и одделенија).

Од друга страна, заради добивање на појасна слика околу институционалниот аспект на развојот на туризмот, ќе се искористи и искуството и знаењето на невладините организации, туристички здруженија и асоцијации и други видови на учесници во туризмот, а кои не спаѓаат во рамки на власта.

Третата точка од овој дел е сржта на овој труд, затоа што ќе се прикажат и објаснат на подетален начин сите можни и познати владини мерки и одлуки кои се донесени во насока на развојот на туризмот во Косово. Поради фактот дека станува збор за владини мерки, најнапред ќе се обидеме да прикажеме кои се мерките и одлуките кои се донесени или ќе се донесат во иднина, а кои произлегуваат од програмата на Владата на Косово, па потоа ќе се објаснат и одредени мерки и одлуки кои се поединечни и се донесени од различни министерства.

Во ова точка треба да се спомнат и најзначајните мерки и одлуки кои се донесени од страна на локалната самоуправа на целата територија на земјата, а кои се значајни, најпрво за развој на туризмот во конкретните општини и потоа на ниво на целата земја како туристичка дестинација.

Но, според нашето истражување на терен, увидовме и одредени заеднички мерки и одлуки донесени од страна на централната и локалната власта, како и одредени стратегиски документи, насоки и политики. Во овој делс треба да се спомне и да се придаде посебно значење и на меѓународните проекти од областа на туризмот.

Третиот дел има наслов “Анализа на резултатите од спроведеното теренско и онлајн истражување“ и има за цел да го објасни спроведеното истражување на терен, со помош на интервјуте и диставувањето на онлајн прашалниците, односно да ги анализира добиените податоци и резултати.

Овој дел се состои од шест точки, а најнапред ќе се обидеме да ја објасниме на детален начин целокупната методологија на изготвувањето на прашалникот, посебно за министерствата, општините и субјектите од приватниот сектор. Притоа, мора да ги објасниме и ограничувањата кои се појавија за време на реализацијата на истражувањето на терен.

Впрочем, однапред изготвениот прашалник се искористи за спроведување на лично интервју со претставниците на министерствата и општините, а во меѓувреме тој прашалник се достави онлајн и до субјектите од приватниот сектор (хотели, туристички агенции, здруженија и други субјекти од туризмот).

Веќе во следната точка од овој дел се обидуваме да ги анализираме добиените податоци и резултати од истражувањето, посебно за министерствата, општините и приватните субјекти, меѓутоа таквата анализа е поспецифична и се однесува на дескриптивниот аспект и регресионото објаснување.

После ваквата анализа и добиените наоди и факти, произлегуваат и одредени препораки, кои пак ќе се однесуваат на владата и општините, како и на субјектите од приватниот сектор. Не треба да се изостават и препораките за понатамошно истражување, затоа што оваа тема не е затворена и постојано претрпува измени и новини.

На крајот од трудот ќе бидат изнесени заклучните согледувања од спроведеното теоретско и емпириско истражување на оваа тема. Имено, владините мерки и одлуки треба да бидат поттик и мотив сите заинтересирани страни во туризмот да работат во насока на развојот на туризмот во Косово. Со тоа, нема да се постигнуваат само економските цели, туку и многу други општествени цели кои ќе создадат силна основа за севкупен развој на земјата.

ДЕЛ ПРВИ:

ТЕОРЕТСКО-МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

1. КОНТЕКСТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Денес туризмот претставува еден од најзначајните сектори на светската економија воопшто, односно многу важна гранка за развој на многу земји. Земјите кои што се во фазата на почетен развој, како што е Косово, имаат големи можности да придобијат од туризмот, особено во насока на намалување на сиромаштијата и зголемување на економскиот развој.

За да може туризмот да напредува на одржлив начин, сите јавни институции во една земја мора да обезбедат соодветно законодавство, односно институционална рамка која ќе биде погодна за развој и на приватниот сектор и да гарантира висок квалитет на производите и услугите кои ги користат туристите.

Токму во смисла на овој докторски труд, тука треба да се размисли за изградба на соодветна туристичка инфраструктура, промовирање на туристичките потенцијали, добра транспортна структура, олеснување на визите и соодветни политики за стимулирање на побарувачката.

Во контекст на нашето истражување, Владата на Косово треба да преземе одредени мерки и да спроведе одредени одлуки кои се важни за развојот на туризмот на Косово. На пример, ефикасното оданочување може да се претстави како дополнителен услов што може да помогне во зголемувањето на инвестициите во туризмот, а без да се наметне преголем товар над приватниот сектор, бидејќи во спротивно тоа може да доведе до неформалност и/или зголемување на цените, што пак може да доведе до неможност на земјата да се натпреварува со други земји во регионот.

Потоа, едукацијата на персоналот за туризам и угостителството има директно влијание врз конкурентноста на туристичките производи. Во моментов, универзитетите во Косово не нудат сеопфатни студии за туризам и угостителство.

Иако владините институции ја разбираат важноста на економското влијание на туризмот, сепак знаеме дека секторот туризам страда од недостаток на координативен механизам кој треба да развие дијалог меѓу засегнатите страни, вклучително и разните министерства, оддели, агенции, приватниот сектор, граѓанското општество и донаторската заедница.

Тековниот процес на донесување одлуки на Косово може да резултира во конфликтни одлуки во врска со политиките, како што се визниот режим за Косово, оданочувањето за патниците што заминуваат и недостаток на стратешки цели.

Во овој момент, Косово нема сеопфатна стратегија за туризам и сегашниот Закон за туризам не е целосно имплементиран. Мандатот за развој на туризмот во Косово е поделен помеѓу локалното и централното ниво.

Сепак, централната власт има вистински авторитет, бидејќи има најголем буџет и овластување да подготвува закони и да развива стратегии. Централната власт има овластување, меѓу другото, да создаде и поволна правна и институционална рамка, да го олесни и помогне стратешкото инвестирање и да го координира дијалогот на засегнатите страни.

2. ЗНАЧЕЊЕ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Истражувањето кое е спроведено во овој труд треба да даде одредени резултати за развојот на туризмот на Косово, кој произлегува од имплементирањето на одредени владини мерки и одлуки. Туристичките субјекти (влада, институции, организации, приватен сектор и невладини субјекти) треба да очекуваат и да помогнат во постигнувањето на консензус дека туризмот мора да постане приоритетен сектор во економијата на земјата, каде развојот и влијанието на туризмот ќе помогне во подигнувањето на степенот на севкупен развој на земјата.

Од ова истражување се очекува да се прикажат најзначајните мерки и одлуки кои помогнале и/или ќе помогнат во иднина, а кои произлегле од владините институции или од приватниот сектор. Токму тие мерки и одлуки треба да помогнат во заземање и зацврстување на поконкурентна туристичка положба во регионот, односно да го рангираат Косово повисоко во листата на туристички дестинации во споредба со оние од овој региони, поради своите туристички атракции и вредности.

Меѓутоа, треба да се истакне дека постојат многу фактори (просторните карактеристики, биодиверзитетот, гео-комуникациската положба, климата и другите природни особини) како основа за креирање на добра туристичка понуда за Косово, а од друга страна тие ресурси не се доволно валоризирани.

Имено, мерките, одлуките, законските и подзаконските решенија мора да бидат појдовна основа која ќе помогне да се изградат нови или да се зајакнат постојните капацитети (инфраструктура, човечки ресурси, финансиски капитал, домашни и странски инвестиции, меѓународна соработка, членување во меѓународни организации и слично) во насока на искористување и одржлив развој на туризмот во Косово.

3. ЦЕЛ И ПРЕДМЕТ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Туризмот претставува една од најзначајните економски активности во Косово, кој има големо влијание врз економскиот раст и развој, вработувањето и општествениот развој на оваа земја. Туризмот претставува силен фактор во борбата против економската стагнација и невработеноста во земјата.

Сепак, туристичкиот сектор во Косово се соочува со низа предизвици. Денес, владините институции и други организации од јавен и приватен карактер треба даработат на решавање на прашањата кои се однесуваат на мерките и одлуките за развој на туризмот во Косово.

Стратегиите, политиките, мерките и одлуките кои се преземаат и ќе се преземаат во иднина имаат за цел да го развијат туризмот во Косово, а оваа земја да добие улога на конкурентна туристичка дестинација во регионот и со тоа да се максимизира придонесот што туристичката индустрија го дава спрема економскиот развој и зголемување на бројот на вработените.

Целта на ова истражување е да се прикажат владините мерки и начините како се третираат одлуките кои се однесуваат на развојот на туризмот во Косово. Имено, во текот на ова истражување ќе се објаснат и прикажат најзначајните мерки и одлуки кои се преземени од страна на Владата на Република Косово во делот на развојот на туризмот во оваа земја.

Предмет на ова истражување е да се објасни дали и колку се спроведуваат мерките и одлуките во областа на туризмот во Косово (спроведување на истражување кај позначајните субјекти од областа на туризмот во Косово). На крај, од ова истражување ќе се обидеме на крај да дадеме одредени заклучоци.

4. МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Сложеноста на концептот и на развојот на туризмот значи дека наместо да се примени една метода на истражување, потребни се различни методи, кои меѓусебно се комбинираат. Општо земено, истражувањата во туристичкиот сектор имаат квантитативна примена, во голема мера определено од утврдувањето на економското значење на туризмот.

Од економска перспектива, развојот на туризмот најчесто се замислува во услови на економски раст, ефикасност и еднаква распределба на придобивките и трошоците помеѓу различни субјекти. Ова диктира потреба да се користат квантитативни варијабли за проценка на развојот во туристичката индустрија, како што се: економски раст, економска диверзификација, создавање работни места, генерирање на приходи, трошоци, пристигнувања на туристи, сместувачки капацитети и слично.

Методологијата на овој труд се базира на проучување на литературата и емпириското истражување. Проучувањето на литературата се однесува на користење на секундарните податоци како што се: книги, научни списанија, официјални публикации, веб-страници и слично.

Од друга страна, емпириското истражување се состои во третирање на Косово како туристичка дестинација, чиј модел на развој треба да произлезе од имплементацијата на сите мерки и одкуки кои се донесени или ќе се донесат од страна на владините институции, установи, организации и други субјекти од невладин и приватен карактер.

Во анализата, односно истражувањето на нашата тема, направена е комбинација од квантитативни и квалитативни методи на истражување. Примарните податоци се базираат на квалитетно и квантитативно истражување.

На овој начин, во нашето истражување употребени се различни техники и алатки кои произлегуваат од координирањето на прегледот на литературата, креирањето и доставувањето на прашалници и длабинска анализа, односно интерпретација на добиените резултати од теренското истражување.

При истражувањето на нашата тема, ќе се користата одредени методи на истражување, а како најважни се сметаат следните:

- Метода на анализа и синтеза. Анализата е почетна фаза во едно истражување, така и во нашиот труд, 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.

- Индуктивната метода (истражување на посебното спрема општото, каде се добиваат заклучоци според постојните факти и премиси, а со цел верифицирање на податоците и операционализација на концептите) и дедуктивната метода (истражување на општото спрема посебното).
- Дескриптивна метода. Заради собирање, обработка, презентирање и опишување на самите појави и запознавање на нивните карактеристики и составни елементи, како и изведување на заклучок во овој труд, ќе се примени дескриптивната метода.
- Компаративна метода. Ова претставува метода или принцип на споредливост, ќе се примени во делот на обработка на податоците за појавите и односите и да се стават во компаративен, споредбен однос со други земји.
- Квантитативна метода. Во истражувањето ќе се користи и квантитативната метода, затоа што податоците кои се собрани се поструктурирани, истражувањето вклучува повеќе испитаници во споредба со квалитативната метода, како и поради фактот дека податоците може полесно да се реплицираат и да се споредат директно со другите податоци.

При разработката на ова тема се користат примарни и секундарни податоци и врз основа на тие податоци ќе се обидеме да конструираме и соодветни заклучоци и препораки. Истражувањето на трудот се темели на кабинетскиот пристап (desk research) и теренски истражувања (field research) со помош на анкетањето на најзначајните субјекти од областа на туризмот во Косово.

5. ОСНОВНА И ПОМОШНИ ХИПОТЕЗИ

Во истражувањето на овој труд тргнуваме од поставувањето на **општата хипотеза**:

H₀: Спроведувањето на владините мерки и одлуки претставува значаен фактор за развој на туризмот во Косово.

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

H₁: Мерките и одлуките за развој на туризмот на Косово се во насока на подобрување на условите за работа на субјектите кои работаат во оваа област.

H₂: Предложените мерки и одлуки за развој на туризмот се во корелација со меѓусебната соработка помеѓу владините институции и приватниот сектор и невладините организации.

H₃: Владата и општините работат транспарентно, ги информираат и подготвуваат приватните субјекти за регулативата која ја носат.

6. ОЧЕКУВАНИ РЕЗУЛТАТИ

Истражувањето кое е спроведено во овој труд треба да даде одредени резултати за развојот на туризмот на Косово, кој произлегува од имплементирањето на одредени владини мерки и одлуки. Туристичките субјекти (влада, институции, организации, приватен сектор и невладини субјекти) треба да очекуваат и да помогнат во постигнувањето на консензус дека туризмот мора да постане приоритетен сектор во економијата на земјата, каде развојот и влијанието на туризмот ќе помогне во подигнувањето на степенот на севкупен развој на земјата.

Од ова истражување се очекува да се прикажат најзначајните мерки и одлуки кои помогнале и/или ќе помогнат во иднина, а кои произлегле од владините институции или од приватниот сектор. Токму тие мерки и одлуки треба да помогнат во заземање и зацврстување на поконкурентна туристичка положба во регионот, односно

да го рангираат Косово повисоко во листата на туристички дестинации во споредба со оние од овој региони, поради своите туристички атракции и вредности.

Меѓутоа, треба да се истакне дека постојат многу фактори (просторните карактеристики, биодиверзитетот, гео-комуникациската положба, климата и другите природни особини) како основа за креирање на добра туристичка понуда за Косово, а од друга страна тие ресурси не се доволно валоризирани.

Имено, мерките, одлуките, законските и подзаконските решенија мора да бидат појдовна основа која ќе помогне да се изградат нови или да се зајакнат постојните капацитети (инфраструктура, човечки ресурси, финансиски капитал, домашни и странски инвестиции, меѓународна соработка, членување во меѓународни организации и слично) во насока на искористување и одржлив развој на туризмот во Косово.

7. СТРУКТУРА НА ТЕМАТА

Докторскиот труд се состои од три делови:

- Првиот дел го регулира теоретско-методолошкиот пристап на истражувањето, кој ги опфаќа целите, предметот, методологијата и хипотезите на конкретната тема, но и очекуваните резултати од целокупното истражување,
- Вториот дел се однесува на прикажување на општиот осврт на развојот на туризмот во Косово (географската положба, патната инфраструктура, статистичките податоци за туризмот во Косово, во однос на бројот на домашните и странските посетители и остварените ноќевања од нивна страна, земјата на потекло, капацитетите за сместување, туристичките претпријатија, вработените во секторот туризам и угостителство, капиталот, технологијата, инвестициите, институционалната поставеност на туризмот, надлежните државни органи во областа на туризмот, невладиниот сектор и слично). Од друга страна, во овој дел посебно внимание се поставува на владините мерки и одлуки за развој на туризмот во Косово (програми, поединечни мерки, одлуки на општините, заднички мерки и одлуки, стратегиски документи, политики, меѓународни проекти и слично),

- Третиот дел од овој труд има за цел да ја прикаже анализата на резултатите од спроведеното теренско и онлајн истражување (методологија на изготвување на прашалникот, ограничувања при истражувањето на терен, состав на анкетниот прашалник, начинот на спроведување на интервјутото со претставниците на различните субјекти од јавниот и приватниот сектор). Сето тоа се разграничува на дескриптивна анализа и регресиона анализа, а веќе на крајот од трудот се наведени препораките, но и заклучните согледувања кои произлегле од спроведеното истражување,
- Во овој труд се наведени акрономите, листата на табели, листата на графички прикази и користената литература.

ДЕЛ ВТОРИ:

ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

Туризмот претставува економска активност која е ориентирана спрема искористувањето на туристичките потенцијали. Со сите потешкотии и проблеми во различните фази на економскиот развој на Косово, оваа дејност веќе оди во чекор со економскиот развој на Косово.

Иако на Косово постојат значајни туристички потенцијали, сè уште оваа дејност не се третира како значајна во рамките на вкупната економија на државата. Развојот на туризмот може да придонесе кон зголемувањето на БДП-то на земјата и на тој начин да се смести онаму каде му е местото во развојната стратегија на економијата на земјата¹.

1. ОПШТ ОСВРТ НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВО КОСОВО

Република Косово доцна се претставила на туристичкиот пазар како туристичка дестинација поради повеќегодишната изолација и проблемите кои се појавија како резултат на недостатокот на комуникациски мрежи и поврзувања. После изградбата на Јадранскиот автопат и автопатот кај Ибри во 1971 година, Косово почнало да се афирмира како потенцијален туристички пазар.

До 1970 година, од аспект на туризмот, Косово беше многу неразвиена земја. Тука на прво место се мисли на создавање капацитети за сместување на туристите кои тогаш биле изградени само поради потребите на економијата (деловни патувања), но и за потребите на локалното население, како што се угостителско-ресторански капацитети.

Првата оценка е дека развојот на туризмот на Косово заостанува многу во времето, во споредба со динамиката на развојот на туризмот во тогашна федерација. Ова било како резултат на концептот на развој на економијата на Косово само за производство на суровини и полусуровини².

После 1970 година, за да се подобри економската структура, Косово започна со истражување на можностите за развој и на руралниот туризам, преку изградбата и модернизирањето на патната инфраструктура и создавање на материјална база за развој на туризмот.

¹Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.79

²Исто, стр.79

Во временскиот период од 1970 до 1989 година, главниот критериум и економски интерес на Косово за развој на туризмот било влијанието што туризмот го има врз зголемувањето на стапката на вработеност, односн нови вработувања и врз дополнителните приходи за економијата.

Ова и поради фактот што туризмот е економска категорија, а овој сектор се соочувал и сеуште се соочува со проблеми од различна природа. Значи, оттогаш наваму на Косово се создавале можности постојните потенцијали на туризмот да се искористат како основа за иден економски развој на земјата³.

Со посебна карактеристика туризмот на Косово се одликуваше во средината на деведесеттите години од минатиот век, кога се отворија голем број на туристички агенции иако ниту една од нив не ги исполнувала минималните технички услови за вршење на дејноста. Поголемиот дел од овие туристички агенции се занимаваа само со продавање на авиобилети или транспорт на патници.

Во временскиот период 1998-1999 година на Косово се уништи значителен дел од туристичките потенцијали и капацитети, кои и така беа во мал број. Во овој временски период се случи и уништување на богатството кое се создавало низ годините, па со тоа Косово се најде со ослабена економија по завршувањето на воениот конфликт.

Сигурно дека ослабената економија не може да се опорави само од туризмот, меѓутоа на туризмот мора да му се посвети поголемо внимание како еден од позначајните приоритети за развој на националната економија. Ова и поради фактот дека туризмот е гранка која лесно може да привлече странски инвестиции, а тоа значи градење на нови капацитети кои ќе придонесат за зголемување на бројот на туристи кои ќе го посетат Косово.

Веднаш по завршувањето на војната на Косово, туризмот заведе значајно место во економското активирање или “рестарт“ на земјата, па така туризмот во БДП-то на земјата се проценува дека опфаќа 1-1,5%, а во споредба со оној од временскиот период 1970-1999 тоа учество било помеѓу 1.9-2.3%⁴.

Зголемувањето на учеството на туризмот во домашниот производ е резултат на драстичното намалување на другите економски активности од приватниот и јавниот

³ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.36

⁴ Agjencia për statistikë të Republikës së Kosovës dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (Sektori për regjistrim të ndërmarrjeve), Prishtinë, 2012, f.22

сектор поради познати причини, како и поради промените што се случија во макроекономската средина и виталноста на приватниот сектор во туристичката и угостителската дејност.

Бројот на претпријатијата и на вработените во секторот за туризам и угостителство на Косово зазема 4-то место, според домашните и странските експерти. Само за време на 2001-2002 година бројот на претпријатијата во туризмот е зголемен за 862, односно за 55% во споредба со изминатите години. И кај вкупното вработување, 237 претпријатија за девет месеци вработиле 1548 работници или 7.7% повеќе⁵.

Просторната распределба на туристичките претпријатија била речиси еднаква за сите општини на Косово, а во согласност со економската активност, па така: Приштина учествува со 32.1% (1373 претпријатија), Призрен учествува со 12.4% (530 претпријатија), Митровица учествува со 6.7% (288 претпријатија), Ѓилан учествува со 5.6% (239 претпријатија), Ѓаково учествува со 4.6% (196 претпријатија), Пеја учествува со 3.8% (165 претпријатија), Феризај учествува со 2.4% (102 претпријатија)⁶.

Според податоците кои се на располагање може да се види дека и во бројот на вработените Приштина зазема прво место со 3078 вработени во туризмот или со 28.2% од вкупниот број⁷. После 1999 година до 2002 година во споредба со периодот пред војната може да се забележи дека се направени големи промени во однос на структурата на капацитетите за сместување на туристи и начинот на искористување.

Сепак, односот помеѓу основните капацитети и комплементарните капацитети е неповолен затоа што бројот на основните капацитети за сместување учествува со 48.5% во однос на 51.5% на комплементарни капацитети.

Туристичкиот пазар е диверзифициран, а културно-историското наследство е многу значаен дел, сепак положбата на Косово во оваа насока е слаба: нема доволни финансиски средства, туристичкиот производ не е доволно прилагоден на пазарот и не постои доволно квалифициран професионален кадар.

Моменталната туристичка понуда е ориентирана само спрема пазарот што нуди мали платежни можности (low-budget), поради тоа што квалитетот на туристичките производи и услуга е на незадоволително ниво.

⁵Agjencia për statistikë të Republikës së Kosovës dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (Sektori për regjistrim të ndërmarrjeve), Prishtinë, 2012, f.23

⁶Опт.цит.под 11, стр.23

⁷Опт.цит.под 11, стр.23

Слабостите произлегуваат и од фактот што угостителските капацитети, особено хотелите не се градени според соодветни критериуми за функционирање. Во овој момент, туристичката побарувачка во Косово е поврзана само за домашните гости и помалку за странските, но треба да знаеме дека и соседните земји во регионот можат да постанат важен елемент и фактор во развојот на туризмот на Косово воопшто.

Од друга страна, домашните туристи имаат ниски примања, постои слаба патна инфраструктура и патувањето од едно во друго туристичко место во Косово е долго. За домашните туристи, чартер-пакетите не може да се платат затоа што се многу скапи, а тие туристи што имаат поголема платежна способност патуваат во подалечните и поразвиени туристички дестинации.

Малите плати на вработените во угостителството, недоволните капацитети и недоволната исполнетост на тие капацитети се главна карактеристика на хотелите во Косово. Само 1000 хотелски легла се прилагодни за туристичката понуда на земјата и врз таа база не може да се создаде развиена економија на туризмот, а уште повеќе не може да станува збор за современ туризам.

Денес туризмот на Косово се наоѓа пред една тешка состојба затоа што хотелите од општествената сопственост што поседуваат 70% од сите легла на Косово се многу стари, во лоша состојба, недоволно и недобро опремени, а тие што функционираат се насочени само кон транзитните патници и патниците на деловни патувања. Бројот на тие туристи е мал затоа што хотелите не нудат активности за пополнување на слободното време, за домашна гастрономија и други атрактивности.

Косово сеуште нема изградено туристички имиџ, не постои ефикасност во продажбата како значаен маркетинг инструмент, нема know-how, менаџирањето на хотелите не се насочува спрема конкуренцијата и не системите на комуницирање и информирање не се толку современи.

На таквата состојба може да се додадат и следните проблеми⁸:

- Слабо организирање и управување со туристичката политика на ниво на земјата,
- Слаба поврзаност на туристичката понуда и слаб туристички производ,
- Недостаток од стратегија за развој на економијата во која спаѓа и туризмот,
- Недостаток на просторен план на територијата на цело Косово,

⁸ Kolë Staka, Halil Bajrami, Zana Mehmeti, Zhvillimi i turizmit dhe planit hapësinor të turizmit, Prishtinë, 2014, f.7-9

- Слабо оспособување на менаџерскиот кадар и неразвивање на систем за управување со туристичките и угостителските производи на Косово,
- Проблеми со електричната енергија, водоснабдувањето и канализацијата на отпадни води и отпадоци,
- Уништување на природата и урбаните центри со незаконски градења,
- Недостаток на каналите за продажба и кооперација помеѓу понудувачите,
- Сива економија,
- Незаинтересираност на инвеститорите поради нерешавањето на имотно-правните проблеми на земјиштето, Немање на бенефиции од инвестирањето и од категоризирањето.

Поради сето ова, целите за развој на туризмот на Косово треба да се однесуваат на следното:

- ✓ Регенерација, целосна валоризација и заштита на туристичките потенцијали,
- ✓ Реконструкција и модернизација на вкупната туристичка понуда на Косово,
- ✓ Избор и поттикнување на развојот на туризмот според критериумите на просторното планирање,
- ✓ Создавање на еколошки стандарди за ефикасна заштита на природните ресурси и вредности,
- ✓ Поттикнување на развојот на туристичките региони со подобри услови во насока на продолжување на туристичката сезона и зголемување на степенот на искористеност на капацитетите на туристичката понуда.

Од друга страна, мора да се преземат и мерка за реновирање на хотелите и подигнување на нивните стандарди, објектите со мала вредност во извонредни локации да се заменат со објекти со повисок квалитет на нудење на услуги, создавање на соодветна инфраструктура со рекреативни содржини и слично.

1.1. Географската положба на Косово

Географската положба со сите нејзини карактеристики (релјефски, климатски, хидролошки, културни и слично), како и геополитичката положба на Косово⁹, а од друга страна и богатото историско минато, влијаеле и ќе влијаат и понатаму врз создавањето на туристичката положба на Косово.

Анализирајќи ја положбата на Косово во рамките на Балканскиот регион и Европската Унија, се забележува дека овој простор има особено значење во многу димензии. Туристичката определба и перспектива мора да бидат насочени кон оценувањето и проценувањето на улогата што ја има Косово во регионот од аспект на туристичкото позиционирање.

Косово од 17 февруари 2008 година е независна држава. Сметаме дека со својата територијална и географска поставеност, Република Косово зафаќа многу значаен дел на Балканскиот Полуостров, а тоа пак значи подобра положба и во однос на европските граници.

Косово се наоѓа во рамките на овие географски координати¹⁰: северно од 41°05'09'' до 43°16'11'' и источно од 20°00'54'' до 21°47'27'', со површина од 10908 км². Од денешен аспект може да се каже дека географската (туристичката) положба на Косово делумно е производ на околностите и историските настани на Косово.

Може да се забележи дека Косово се наоѓа во центарот на четири важни географски подрачја: северно се наоѓа Панонија, источно е Црното Море, јужно е Егејското Море и западно е Јадранското Море.

Освен тоа, може да се каже дека Косово се наоѓа во централниот западен дел на Балканот со соседни земји кои имаат исти и различни културни карактеристики, кои пак може да се искористат позитивно во зголемувањето на интересот за посета и престој на Косово како туристичка дестинација.

Како интегрален дел на Балканот и Европа, положбата на Косово несомнено е значајана ако се погледне од гео-туристички аспект, поради неколку причини:

- Има добра поврзаност со регионот преку патната инфраструктура,

⁹ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.28-30

¹⁰ Координатите се добиени врз основа на проектот UTM "Daumin", Светска геодезија WGS84

- Косово може да биде една од најинтересните земји за посета и патување, затоа што од географски и туристички аспект оваа земја не е доволно истражена и посетена од странски туристи од Европа и од другите подалечни земји,
- Косово е богата со природни убавини, а дел од ова богатство во поширок контекст е заедничко со соседните земји Македонија, Албанија, Црна Гора и Србија, па затоа тие ресурси треба да се сметаат како непроценлива вредност од билатерален и мултилатерален аспект за развојот на туризмот и економијата,
- Косово е богата и со културни мотиви кои исто така се испреплетени со оние на соседните земји, а токму поради оваа причина Косово треба да претставува значаен дел од културниот туризам во целиот регион на Југоисточна Европа,
- Косово се наоѓа многу блиску до Јадранското Море, па затоа како земја има одлична можност странските туристи да пристигнат на Косово, а тоа значи зголемен туристички промет.

Географската поставеност на Косово влијае оваа земја да создаде и искористи поголеми можности за движење на стоки, услуги, луѓе и капитал преку патниот, железничкиот и воздушниот транспорт.

Погледнато од овој аспект, географската (туристичката) положба на Косово треба да се гледа како перспектива со одлични можности и мотиви за развој на туризмот не само на оваа земја, туку и на соседните земји, како начин на регионално поврзување и интегрирање и поголемо учество на меѓународниот туристички пазар.

1.2. Локална, регионална и меѓународна инфраструктурна поврзаност на Косово со другите земји

Територијата на Косово денес е поделена на 38 општини и секоја општина е надлежна за одржување и развој на патната инфраструктура. Тука треба да се напомене дека условите на локалните патишта не може да се споредат со оние на регионалните и магистралните патишта. Локалните патишта кои биле изградени во минатото, денес не ги исполнуваат основните стандарди¹¹.

¹¹ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.34-35

Како резултат на постојаното инвестирање и програмирање на изградба на нови патишта од 1999 година до денес, може да се каже дека 88% од магистралните патишта и 74% од регионалните патишта имаат добар квалитети ги задоволуваат најзначајните потреби при превоз на стока и патници.

Според последните податоци може да се забележи дека 33% од локалните патишта на ниво на земјата имаат потреба од рехабилитација, додека 97% од сите неасфалтирани патишта имаат итна потреба од интервенција.

Косово не располага со релативно добра патна инфраструктура ако тоа се погледне од аспект на просторот и опфатот на целата територија на земјата, а исто така, од аспект на состојбата на патната мрежа, безбедноста во сообраќајот и барањата за изградба на нови патишта, може да се каже дека не е на соодветно ниво и не ги исполува меѓународните стандарди.

Кога станува збор за поврзаноста на туристичките места на Косово, може да се каже дека постојат видливи недостатоци во патната поврзаност или инфраструктура, а како пример може да се земе следното:

- од Вуштрија (Вучитрн) до Клина (регионален пат R 105), познати туристички места, има 49 км оддалеченост, но само 30 км се асфалтиран пат,
- патот што води до Дечан преку Јуник(регионален пат R 109) до исто така многу познати туристички места, во должина од 17.6 км, само 6.3 км се асфалтиран пат, а 11.3 км се неасфалтиран пат,
- патниот правец Теранда-Брезовица (регионален пат R 118), познат зимски центар, во должина од 26.8 км, има само 13.2 км асфалтиран пат, а должината од 13.6 км од патот е неасфалтирана.

Регионалните патишта на Косово се во должина од околу 1110 км, односно тие патишта имаат насока Север-Југ (190 км од Север до Југ) и Исток-Запад (150 км од Исток до Запад на ова земја). 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.

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 пат, 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 и околу 6000 км се локални патишта. Поголемиот дел на магистралните и регионалните патишта се со две коловозни ленти, сепак тие се под меѓународните стандарди за изградба на патишта.

Патната инфраструктура на Косово се дели на:

1. Меѓународни патишта (автопатишта),
2. Магистрални патишта (национални патишта),
3. Регионални патишта,
4. Локални патишта (урбани и рурални патишта).

Со помош на магистралните патишта, Косово се поврзува со соседните земји на регионот и со другите земји од Европа. Најгуст сообраќај се одвива на магистралните патни правци М2 и М9 затоа што тие се спојуваат со главниот град Приштина. Магистралниот пат М2 во северниот дел од Косово ја поврзува земјата со Србија и со Македонија на југот од земјата, односно ја поврзува Приштина со европскиот Коридор 7 и 10.

Магистралниот пат М25 ја поврзува североисточната граница на земјата со Србија и јужната граница на земјата со Албанија, а овој пат минува низ Приштина и Призрен и денес претставува многу значаен патен правец поради фактот дека го поврзува Косово со Албанија од аспект на туристичките движења меѓу двете земји. Магистралниот пат М9 ја поврзува земјата со источната граница со Србија, а на спротивната страна ги поврзува градовите Приштина и Пеќ спрема западната граница со Црна Гора.

Исто така и овој патен правец има големо значење затоа што ги поврзува споменатите градови, кои се сметаат за многу значајни туристички центри на земјата, како и поради фактот дека ја поврзува земјата со Црна Гора и на тој начин се олеснува движењето на туристите во двата правци. На овој начин, преку 10 гранични премини, Косово се поврзува со соседните земји Македонија, Албанија, Црна Гора и Србија.

Единствениот аеродром во Косово е Меѓународниот аеродром “Адем Јашари“ во Приштина, кој денес е управуван од страна на конзорциумот “Limak and Aeroports

de Lyon“. Овој конзорциум го доби управувањето со аердромот во месец Август 2010 година, после потпишувањето на Спогодбата за јавно-приватно партнерство.

Од тој датум, до денес, е изграден нов терминал со површина од 42.000 метри квадратни, кој е поврзан со другите згради и користи најнова технологија за ваков вид на услуги. Овој конзорциум има договор да управува со аердромот во Приштина за период од 20 години, кога ќе преминат во сопственост сите средства, опрема и технологија на управување од страна на Владата на Република Косово.

1.3. Статистички податоци за туризмот во Косово

Агенцијата за статистика на Косово (ASK) 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 потекло¹².

1.3.1. Број на домашни и странски туристи

Податоците кои се добиени од страна на Агенцијата за статистика на Косово покажуваат дека бројот на домашните туристи постојано покажува нагорни и надолни тенденции, па така, ако го анализираме временскиот период од 2010 до 2018 година, ќе забележиме дека најмногу домашни туристи имало во 2018 година, додека најмалку се забележани во 2011 година.

¹² Ахмети Х., Туристичките потенцијали – значаен фактор за одржлив развој на туризмот во Призрен, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Септември 2019, стр.92

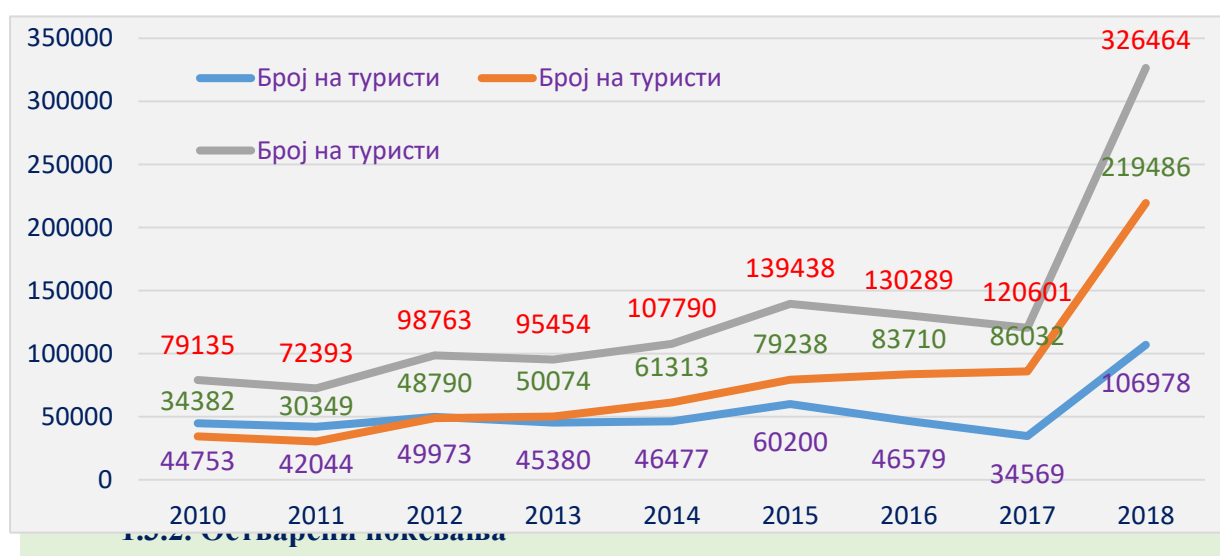
Табела бр.1, Број на домашни и странски туристи во Косово за периодот 2010-2018 година

| 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 (ASK), 2019 година
Сопствени пресметки на авторот на трудот

Имено, ако се анализира бројот на странски туристи кои го посетиле Косово, ќе се забележи дека тој број постојано се зголемува (од околу 34 илјади странски туристи во 2010 година, тој број достигнал на околу 220 илјади во 2018 година, односно во тој временски период бројот на странски туристи пораснал за повеќе од шест пати).

Графички приказ бр.1 Број на домашни и странски туристи во Косово за периодот 2010-2018 година



Во однос на прашањето за остварените ноќевања во Косово за периодот 2010-2018 година, од страна на домашните туристи, исто така може да се забележат одредени нагорни и надолни трендови, на пример, во 2010 година во Косово се остварени вкупно 121 517 ноќевања, каде над 45 илјади се остварени од домашните гости, а веднаш во 2011 година тој број опаѓа за околу 400 ноќевања, односно за повеќе од 10 илјади ноќевања вкупно во однос на претходната година. Иста е состојбата и со остварените ноќевања од странските туристи за тој временски период.

Табела бр.2, Остварени ноќевања од домашните и странските туристи 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 (ASK), 2019 година

Сопствени пресметки на авторот на трудот

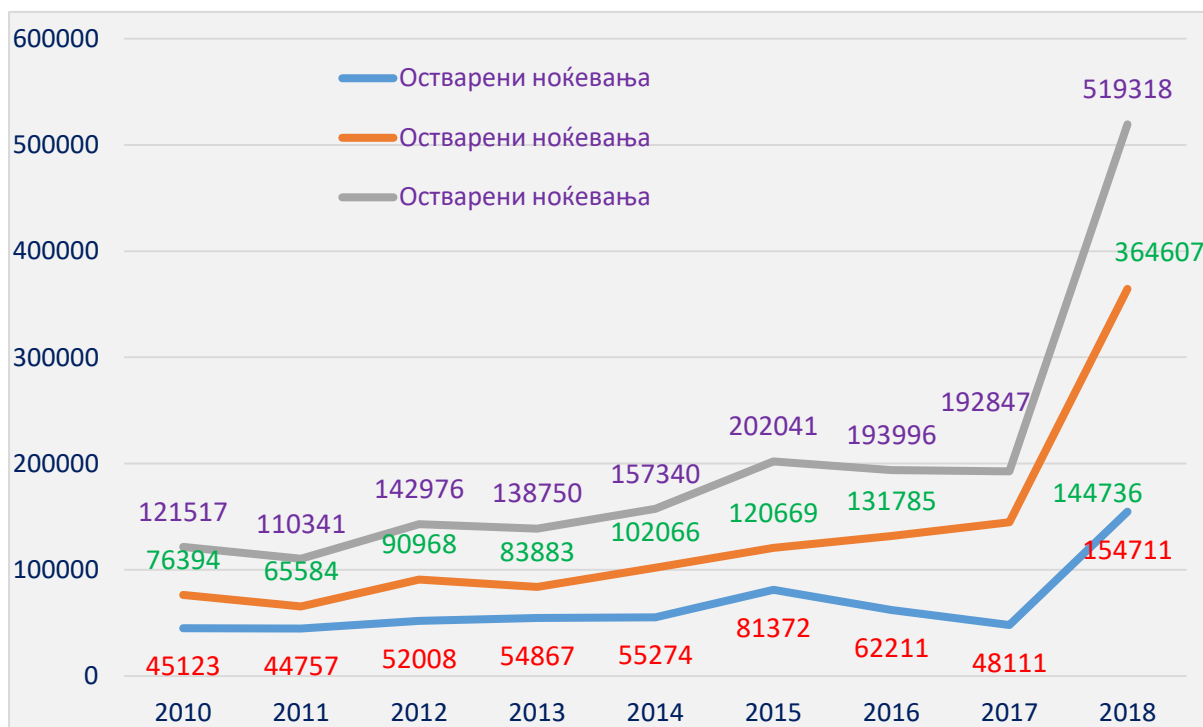
Веќе во 2012 година сезабележува зголемување на бројот на остварени ноќевања кај домашните гости за над 7 илјади, односно за 16.2% во однос на 2011 година, но и кај странските гости, за над 25 илјади ноќевања повеќе, односно за 38.7% повеќе во споредба со 2011 година. Меѓутоа, во 2013 година се појавува намалување само на бројот на остварени ноќевања од странските туристи, за 7.8% во однос на 2012 година.

Во 2014 година се забележува зголемување на бројот на остварени ноќевања и кај домашните и кај странските гости, но евидентно е зголемувањето на бројот на остварени ноќевања од странските гости, затоа што имало повеќе од 18 илјади

ноќевања повеќе во однос на 2013 година, додека кај домашните гости тоа зголемување е за над 400 ноќевања повеќе.

Во 2015 година има зголемување на вкупниот број на остварени ноќевања за 28.4% во однос на 2014 година, а во 2016 и 2017 година има намалување на вкупниот број на остварени ноќевања, додека 2018 година е карактеристична по тоа што имало огромно зголемување на вкупниот број на остварени ноќевања (од 190 илјади ноќевања во 2017, бројот достигнал на околу 520 илјади ноќевања во 2018 година).

Графички приказ бр.2, Остварени ноќевања од домашните и странските туристи во Косово за периодот 2010-2018 година



Ако се анализира целиот период 2010-2018 година, можеме да забележиме дека има зголемување на вкупниот број на ноќевања на туристите за околу 400 илјади, односно за 327.4%. Ако ги споредиме ноќевањата на домашните туристи, можеме да кажеме дека тој пораст во 2018 година е за 242.9% повеќе во однос на 2010 година, а бројот на ноќевања од странските туристи се зголемил за 377.3% во однос на 2010 година.

1.3.3. Земја на потекло на туристите

Според методологијата на собирање и обработување на статистичките податоци за туризмот, Агенцијата за статистика на Косово, во однос на земјата на потекло на странските туристи кои најмногу го посетуваат Косово, сите земји во светот ги собира во список од дваесет земји, плус “други земји“ каде се прикажуваат резултатите од сите останати земји од светот. Во следната табела се прикажани статистички податоци за бројот на туристите за временскиот период 2010-2018 година, според земјата на потекло:

Табела бр.3, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на туристи

| Земја | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Број на туристи | 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 | 5076 |
| Белгија | 85 | 43 | 108 | 56 | 408 | 1096 | 1368 | 1554 | 3156 |
| БиХ | 269 | 212 | 136 | 429 | 289 | 1097 | 1384 | 1337 | 3360 |
| Велика Британија | 1296 | 1251 | 289 | 1916 | 2044 | 2377 | 2784 | 2674 | 6482 |
| Франција | 423 | 301 | 151 | 989 | 1085 | 1711 | 1909 | 2170 | 4496 |
| Германија | 2941 | 2750 | 716 | 4259 | 5003 | 6194 | 7236 | 8594 | 17178 |
| Грција | 114 | 37 | 13 | 243 | 238 | 622 | 672 | 791 | 2593 |
| Холандија | 993 | 278 | 99 | 78 | 179 | 856 | 1260 | 1383 | 3107 |
| Италија | 1512 | 1938 | 175 | 3704 | 2061 | 2409 | 2542 | 2660 | 6292 |
| Хрватска | 950 | 871 | 298 | 1771 | 1757 | 3883 | 2774 | 2331 | 5926 |
| Црна Гора | 270 | 181 | 51 | 372 | 368 | 1631 | 1576 | 1571 | 3901 |
| Македонија | 935 | 713 | 305 | 1034 | 1179 | 3124 | 3174 | 3363 | 7842 |
| Полска | 102 | 110 | 13 | 51 | 46 | 230 | 345 | 363 | 503 |
| Србија | 558 | 515 | 195 | 725 | 1303 | 2609 | 3113 | 3271 | 7475 |
| САД | 1867 | 1628 | 624 | 5302 | 5283 | 6065 | 6165 | 5576 | 13857 |
| Албанија | 4152 | 4050 | 1436 | 7778 | 9262 | 17206 | 15082 | 15147 | 37141 |
| Словенија | 1166 | 1707 | 461 | 1467 | 1881 | 3111 | 3212 | 3642 | 6690 |
| Шпанија | 14 | 28 | 6 | 39 | 24 | 266 | 185 | 197 | 650 |
| Турција | 2184 | 2028 | 853 | 4949 | 3841 | 5380 | 6540 | 7195 | 14848 |

| | | | | | | | | | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Швајцарија | 471 | 1061 | 256 | 2591 | 3336 | 5202 | 5574 | 6482 | 13151 |
| Др. држави | 13629 | 10147 | 6265 | 11755 | 19999 | 10804 | 13016 | 12725 | 29035 |
| Вкупно: | 34382 | 30349 | 12683 | 50074 | 61313 | 79238 | 83710 | 86032 | 192759 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK), 2019 година
Сопствени пресметки на авторот на трудот

Во 2010 година, туристите од Албанија биле најчести посетители на Косово (над 4 илјади туристи), потоа на второ место се посетителите од Германија (околу 3 илјади туристи), додека на трето место се посетителите од Турција (околу 2200 туристи).

Според податоците во табелата, и во 2011 година, како најчести посетители се оние од Албанија (над 4 илјади туристи), потоа гостите од Германија (2750 туристи) и од Турција (над 2 илјади туристи).

Карактеристично за 2012 година е фактот дека има драстично намалување на бројот на туристи, во вкупниот број (12683 туристи), но и во бројот на туристи од земјите кои најмногу го посетиле Косово во тој период. На пример, гостите од Албанија повторно се на прво место по нивниот број (над 1400 туристи), на второ место биле гостите од Турција (над 800 туристи), додека на трето место биле гостите од Германија (над 716).

Во 2013 година, на прво место, повторно, по посетеност биле гостите од Албанија (околу 7800 туристи), на второ место биле туристите од САД (5302 гости), додека на трето место биле оние кои доаѓале од Турција (речиси 5 илјади туристи).

Слична била и состојбата со бројот на туристи и во 2014 година, каде Косово го посетиле околу 9300 туристи од Албанија, потоа биле гостите од САД (речиси 5300 туристи) и на трето место биле гостите од Германија (5 илјади туристи).

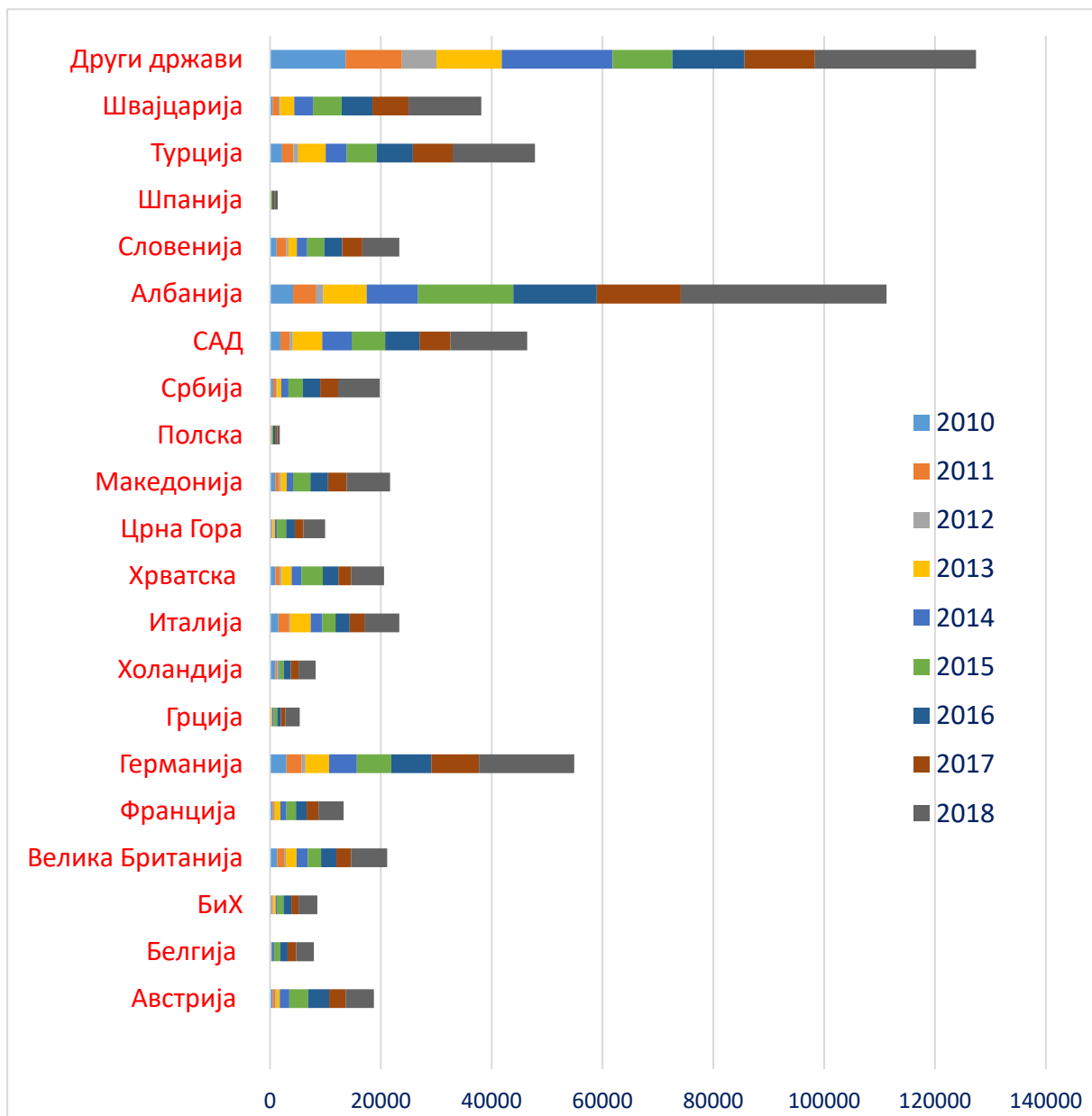
Во 2015 година туристите кои биле најбројни во Косово биле од Албанија (над 17 илјади туристи), на второ место биле гостите од Турција (над 6500 туристи) и на трето место биле гостите од Германија (околу 6100 туристи).

Во 2016 година, повторно најбројни биле гостите од Албанија (околу 15100 туристи), потоа туристите од Германија (над 7200 гости) и на трето место биле гостите од Турција (над 6500 туристи).

Во 2017 година, најбројни биле туристите од Албанија (над 15100 туристи), потоа на второ место биле оние од Германија (околу 8600 туристи) и на трето место биле гостите од Турција (околу 7200 туристи).

Во 2018 година, гостите кои најмногу го посетиле Косово биле оние од Албанија (над 37100 туристи), повеќе од двапати побројни во споредба со 2017 година, потоа на второ место се оние од Германија (околу 17200 туристи), исто така двапати побројни во споредба со 2017 година и на трето место се гостите од Турција (околу 14900 туристи), двапати повеќе во споредба со една година порано.

Графички приказ бр.3, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на туристи



Ако подобро се анализираат горенаведените податоци, можеме да забележиме дека покрај туристите од Албанија, кои се најчести посетите во Косово за период 2010-2018 година, како и туристите од Германија, Турција, САД, има и туристи од други земји кои исто така биле најчести посетители (на пример, гостите од Швајцарија и од Италија).

Ова поради фактот дека значаен дел од вкупното население на Косово работи и живее привремено во тие земји, а кога тие пристигнуваат во Косово мора да се пријавуваат како државјани на тие странски земји, што значи дека сите тие посетители (печалбари) се евидентираат како туристи или гости со патни исправи (пасоши) на некоја од тие земји.

Во вкупниот број на туристи може да се споменат и гостите од Македонија, кои биле и се чести гости на Косово (тие се наоѓаат на осмото место во периодот 2010-2018 година. Најмало е учеството на туристите кои доаѓале од Шпанија, Полска, Грција и Белгија.

Во следната табела се прикажани статистички податоци за бројот на остварени ноќевања за временскиот период 2010-2018 година, според земјата на потекло на туристите:

Табела бр.4, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на остварени ноќевања

| Земја | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања | Ноќевања |
| Австрија | 680 | 1320 | 1107 | 1226 | 3240 | 4312 | 5483 | 4875 | 8809 |
| Белгија | 108 | 43 | 139 | 65 | 469 | 1654 | 2022 | 2682 | 6034 |
| БиХ | 393 | 390 | 549 | 775 | 522 | 1649 | 2005 | 2384 | 5231 |
| Велика Британија | 2571 | 2539 | 4071 | 3623 | 4018 | 4183 | 4671 | 4559 | 10113 |
| Франција | 601 | 409 | 875 | 1537 | 1793 | 2850 | 2934 | 3670 | 7184 |
| Германија | 8413 | 8730 | 6279 | 6497 | 8254 | 9888 | 11814 | 15145 | 28668 |
| Грција | 155 | 63 | 287 | 396 | 591 | 1116 | 1308 | 2460 | 9448 |
| Холандија | 342 | 505 | 850 | 111 | 296 | 1406 | 2324 | 2695 | 5564 |
| Италија | 2320 | 2595 | 6365 | 5280 | 3873 | 3939 | 3807 | 4644 | 10253 |

| | | | | | | | | | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Хрватска | 1752 | 1973 | 3344 | 3795 | 3667 | 5235 | 4332 | 3905 | 10421 |
| Црна Гора | 2195 | 264 | 1099 | 639 | 582 | 2646 | 2379 | 2713 | 6843 |
| Македонија | 1284 | 969 | 977 | 1432 | 1990 | 4860 | 4778 | 5556 | 12544 |
| Полска | 143 | 150 | 142 | 62 | 63 | 619 | 581 | 562 | 891 |
| Србија | 705 | 708 | 1074 | 1418 | 2340 | 4210 | 4544 | 4986 | 12222 |
| САД | 4925 | 3676 | 7670 | 9315 | 10037 | 9331 | 10483 | 9716 | 21862 |
| Албанија | 4540 | 4733 | 6395 | 10515 | 12942 | 23872 | 20518 | 21975 | 53669 |
| Словенија | 2017 | 4120 | 7085 | 4627 | 5088 | 5289 | 5843 | 6879 | 13394 |
| Шпанија | 18 | 40 | 84 | 58 | 26 | 581 | 285 | 333 | 2059 |
| Турција | 5796 | 3116 | 8627 | 8237 | 6608 | 8373 | 10499 | 11536 | 23928 |
| Швајцарија | 822 | 1962 | 2157 | 5038 | 6059 | 7837 | 9142 | 11848 | 21741 |
| Др. држави | 36614 | 27279 | 31792 | 19237 | 29608 | 16819 | 22033 | 21613 | 50431 |
| Вкупно: | 76394 | 65584 | 90968 | 83883 | 102066 | 120669 | 131785 | 144736 | 321309 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK), 2019 година
Сопствени пресметки на авторот на трудот

Ако направиме анализа на бројот на остварени ноќевања за временскиот период 2010-2018, можеме да кажеме дека во 2010 година најмногу ноќевања имаат остварено туристите од Германија (над 8400 ноќевања), на второ место се туристите од Турција (околу 6000 ноќевања) и на трето место се туристите од САД (околу 5000 ноќевања).

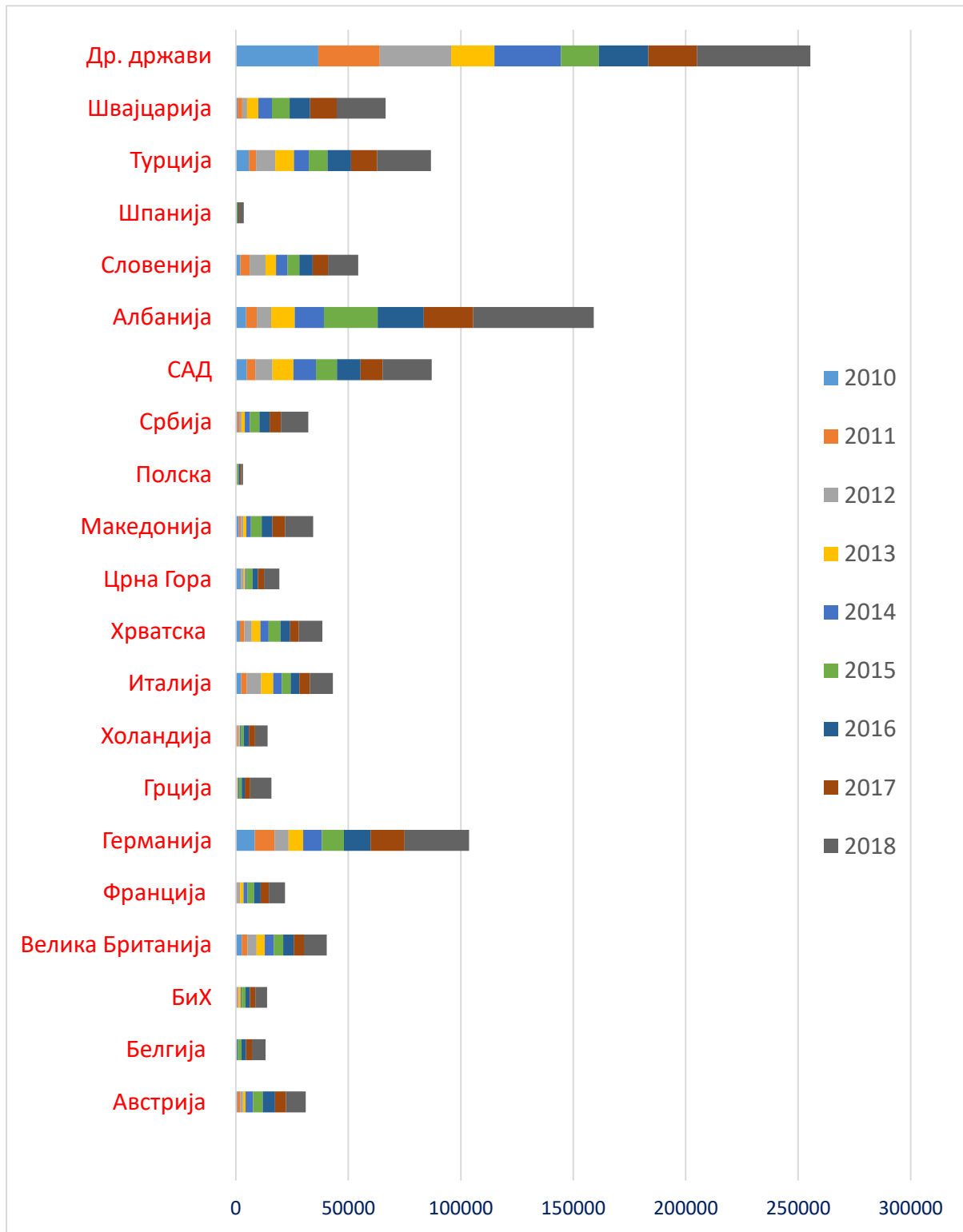
Слична е ситуацијата и во 2011 година, кога во Косово најмногу престојувале туристите од Германија (над 8700 ноќевања), на второ место биле туристите од Албанија (над 4700 ноќевања) и на трето место по број на остварени ноќевања биле гостите од Словенија (над 4100 ноќевања).

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

Во 2013 година, туристите кои најмногу престојувале на Косово биле оние од Албанија (10515 ноќевања), на второ место биле гостите од САД (над 9300 ноќевања) и на трето место биле туристите од Турција (над 8200 ноќевања). Слична била состојбата и во 2014 година кога во Косово најмногу престојувале туристи од Албанија (околу 13

илјади ноќевања), на второ место биле гостите од САД (над 10 илјади ноќевања) и на трето место биле туристите од Германија (над 8200 ноќевања).

Графички приказ бр.4, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на остварени ноќевања



Во 2015 година, повторно се туристите од Албанија кои најмногу престојувале, многу повеќе од претходните години (околу 23 илјади ноќевања), на второ место биле туристите од Германија (околу 9900 ноќевања) и на трето место биле гостите од САД кои оствариле над 9300 ноќевања.

Во 2016 година, најмногу престојувале гостите од Албанија (над 20500 ноќевања), потоа биле туристите од Германија (околу 12 илјади ноќевања), додека на трето место биле туристите од Турција кои оствариле 10499 ноќевања.

Во 2017 година, на Косово најмногу престојувале туристите од Албанија (околу 22 илјади остварени ноќевања), потоа од Германија (над 15 илјади ноќевања) и гостите од Швајцарија (околу 12 илјади ноќевања).

Во 2018 година се забележува значително зголемување на бројот на остварени ноќевања, кај сите земји, но на прво место се истакнува Албанија, чии туристи во Косово оствариле околу 54 илјади ноќевања, на второ место биле гостите од Германија (околу 29 илјади ноќевања) и на трето биле туристите од Турција, кои оствариле околу 24 илјади ноќевања.

1.3.4. Капацитети за сместување на туристи

Според Законот за туризам на Република Косово, во член 3 точка 1.12 и 1.13, стои дека угостителските објекти се делат на¹³:

- Сместувачки единици (или 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).

Меѓутоа, според Административното упатство за регулирање и развој на системот за проценка на сместувањето (МТИ) бр.19/2013 донесено од Министерството за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, во членот 2 точка 1.3 стои

¹³ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.170

дека под “угостителска дејност се подразбира дејност што нуди услуги за ноќевање, исхрана, пијалоци, забава, организирање на конференции, деловни услуги и друго“.

Според истото упатство, во членот 2 точка 1.4 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 апартмани, планинските куќи, автокамповите и одморалиштата“.

Во законот се поставени посебни точки за тоа кои се угостителските објекти, а не постои можност тие објекти да се групираат и поделат според потребите на туризмот и угостителството во земјата, како што е регулирано, на пример, во Македонија, каде точно во Законот за угостителска дејност се знае што претставува објект за сместување и што е објект за исхрана и пијалоци.

Од друга страна, според член 1 од Упатството¹⁴ за класификација и категоризација на сместувањето на Косово (Административното упатството за регулирање и развој на системот за проценка на сместувањето-МТИ бр.19/2013 донесено од Министерството за трговија и индустрија на Владата на Република Косово) има за цел да се определат процедурите за класификација и категоризација на угостителските објекти и работата на Комисијата за класификација и категоризација на угостителските објекти.

Административното упатството за регулирање и развој на системот за проценка на сместувањето (МТИ) бр.19/2013 донесено од Министерството за трговија и индустрија на Владата на Република Косово за класификација и категоризација на сместувањето на Косово, во член 1, има за цел да се определат процедурите за класификација и категоризација на угостителските објекти и работата на Комисијата за класификација и категоризација на угостителските објекти¹⁵.

Комисијата претставува орган кој раководи со процедурата, субјектот претставува правно или физичко лице кое подлежи на процедурите за класификација и категоризација, а угостителската дејност претставува дејност која нуди услуги за ноќевање, исхрана, пијалоци, забава, организирање на конференции и настани, деловни услуги и други услуги.

¹⁴ Udhëzimi administrativ për rregullim dhe zhvillim të sistemit të vlerësimit për akomodim (МТИ) nr.19/2013, sjellur nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë së Qeverisë së Republikës së Kosovës, neni 1

¹⁵ Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.172-174

Под угостителски објекти се подразбираат хотелските резорти, хотелите, малите хотели, бутик хотели, гарни хотели, апарт хотели, кондо хотели, хостели, мотели, ресторан мотели, ноќевалиштата, пансионите, туристичките села, етно селата, вилите, туристичките апартмани, планинските куќи, автокамповите и одморалиштата.

Класификацијата на угостителските објекти се прави според видот и начинот на давање на угостителските услуги, а категоризацијата е процедура на доделување на ѕвезди во зависност од инфраструктурата, опремувањето и нивото на давање на угостителски услуги. Повторната категоризација значи повторно оценување, односно проценување на угостителските објекти во зависност од стандардите на инфраструктурата и услугите што се даваат во тие објекти.

Според Упатството, за угостителскиот објект се издава сертификат (потврда) како доказ за категоризируваниот објект, а одлуката е доказ дека одреден угостителски објект е класифициран. Упатството претставува опишување на условите за класификација и категоризација на угостителските објекти кои вршат угостителска дејност за сместување на туристи.

Комисијата за класификација и категоризација ги разгледува барањата на субјектите и потврдува дали се исполнените предусловите и критериумите за класификација, категоризација и рекатегоризација.

Потоа, комисијата го потврдува и нивото на давање на угостителските услуги и опремувањето на објектите, ги изготвува потребните документи за оценување, односно проценување на нивото на категоријата и комуницира на директен начин со управителите или менаџерите на објектите за време на класификацијата и категоризацијата.

Оваа комисија има право да ја прекине или анулира постапката за категоризација кога ќе оцени дека субјектот не продолжува да ги исполнува законските одредби. За целокупната постапка, комисијата изготвува одлука за класификација и категоризација на угостителскиот објект.

Оценувањето на стандардите на инфраструктурата и на услугите на угостителските објекти се прави со помош на категоризацијата. Знак за категорија е петокрака ѕвезда, а бројот на ѕвездите се определува врз основа на нормите поставени со Упатството.

Угостителските објекти за сместување, според Агенцијата за статистика на Косово (ASK) се класифицираат како:

- Хотели,
- Мотели,
- Нокевалишта,
- Хостели,
- Апартаменти,
- Бунгалови.

Табела бр.5, Хотелски капацитети на Косово според видот на објектот за сместување, за 2018 година (единици, соби и легла)¹⁶

| Вид на објект | Единици | Соби | Легла |
|----------------|------------|-------------|--------------|
| Хотели | 201 | 4195 | 6819 |
| Мотели | 177 | 2142 | 2861 |
| Нокевалишта | 10 | 36 | 79 |
| Хостели | 9 | 43 | 171 |
| Апартаменти | 15 | 25 | 32 |
| Бунгалови | 40 | 362 | 748 |
| Вкупно: | 453 | 6806 | 10710 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK)

Според податоците во табелата, може да се забележи дека хотелите како објект за сместување гости се најзастапени според видот на угостителскиот објект за сместување (201 хотел, со околу 4200 соби и над 6800 легла), потоа се мотелите (177 мотели, со над 2100 соби и околу 2900 легла).

¹⁶ Агенција за статистика на Косово (ASK), Хотелски капацитети на Косово според видот на објектот за сместување, за 2018 година (единици, соби и легла), Приштина, 2019, стр.1

Треба да се истакне дека овие податоци се однесуваат само на категоризираните, односно регистрираните угостителски објекти за сместување, евидентирани во Министерството за трговија и индустрија (Сектор туризам).

1.3.5. Степен на искористеност на капацитетите за сместување

Во однос на степенот на искористеност на капацитетите за сместување на гости и туристи на Косово, во табелата се прикажани податоци за степенот на искористеност, но со осврт на статистичките региони на ова земја.

Табела бр.6, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, според статистички региони, за периодот 2010-2018 година

| Регион/ година | Ѓаково | Гнилане | Митровица | Пеќ | Призрен | Приштина | Урошевац |
|-------------------|--------|---------|-----------|-------|---------|----------|----------|
| 2010 | 2.00 | 2.84 | 2.97 | 5.52 | 4.42 | 13.81 | 8.57 |
| 2011 | 1.74 | 3.67 | 2.61 | 4.09 | 3.33 | 13.30 | 5.95 |
| 2012 | 2.09 | 3.23 | 2.79 | 6.38 | 3.82 | 16.97 | 9.99 |
| 2013 | 1.78 | 2.80 | 2.84 | 5.48 | 4.97 | 16.88 | 6.97 |
| 2014 | 3.18 | 2.45 | 2.41 | 10.61 | 5.32 | 18.79 | 3.48 |
| 2015 | 4.56 | 3.38 | 4.50 | 17.56 | 7.66 | 26.97 | 6.20 |
| 2016 | 5.27 | 4.49 | 4.90 | 13.52 | 7.78 | 24.43 | 4.69 |
| 2017 | 6.45 | 3.69 | 8.08 | 10.24 | 9.67 | 15.73 | 3.45 |
| 2018 | 11.80 | 5.53 | 7.18 | 18.84 | 8.66 | 15.72 | 5.45 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Процент на искористеност на капацитетите за сместување,
Приштина, 2019 година

Ако направиме споредба помеѓу статистичките региони на Косово, според податоците во табелата можеме да кажеме дека најмал степен на искористеност на капацитетите за сместување бил забележан во 2011 година во Ѓаково (1.74%), додека најголем степен на искористеност е забележан во 2015 година во Приштина (26/97%).

Тука може да истакнеме дека степенот на искористеност постојано се зголемувл од 2010 до 2018 година, со одредени нагорни и надолни трендови.

Од друга страна, доколку направиме анализа на степенот на искористеност на ниво на Косово, тогаш можеме да кажеме дека најмал процент на искористеност на капацитетите за сместување на туристи во Косово бил забележан во 2011 година (7.72% искористеност на капацитетите).

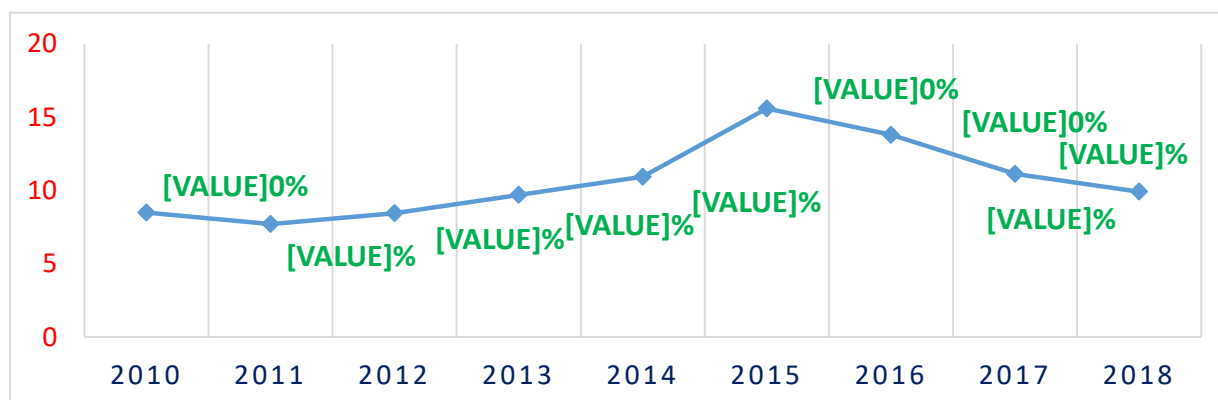
Табела бр.7, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, за периодот 2010-2018 година

| Година / % искористеност | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|------|
| Косово | 8,50 | 7,72 | 8,46 | 9,71 | 10,94 | 15,60 | 13,80 | 11,14 | 9,93 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Процент на искористеност на капацитетите за сместување,
Приштина, 2019 година, сопствени пресметки на авторот

Најголем степен на искористеност е забележан во 2015 година (15.6% искористеност на капацитетите). Сметаме дека овие податоци се сериозен знак дека мора да се преземаат итни мерки за зголемување на степенот на искористеност на капацитетите за сместување гости на целата територија на Косово, а од друга страна, сметаме дека тоа е резултат на сезонскиот карактер на туризмот во ова земја.

Графички приказ бр.5, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, за периодот 2010-2018 година



1.4. Број и видови на туристички субјекти во Косово

Туристичкиот сектор во многу земји во светот е многу значјна гранка на економијата, кој може да помогне во насока на економскиот развој на тие земји. За да се спознаат факторите кои влијаат врз развојот на туризмот на една земја, треба да се земаат во предвид одредени туристички индикатори, со посебен осврт на Косово како туристичка дестинација:

Табела бр. 8, Процентуално учество на туризмот во БДП-то на Косово за периодот 2010-2018 година

| Година | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| БДП (во милијарди евра) | 4,4 | 4,8 | 5,1 | 5,3 | 5,6 | 5,8 | 6,1 | 6,4 | 6,7 |
| Туризам (во милиони евра) | 26,4 | 33,7 | 40,4 | 47,9 | 50,1 | 58,1 | 72,8 | 83,4 | 87,4 |
| % (туризам / БДП) | 0,6 | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 1,2 | 1,3 | 1,3 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Приштина, 2019 година,
Сопствени пресметки на авторот

Според податоците добиени од страна на Агенцијата за статистика на Косово (ASK), БДП-то на земјата во 2010 година изнесувал над 4.4 милијарди евра, тој постојано се зголемува и во 2018 година достигнал на над 6.7 милијарди евра, односно за околу 53% во тој временски период.

Од друга страна, учеството на туризмот во бруто-домашниот производ на земјата, исто така за зголемил за повеќе од двапати за периодот 2010-2018, односно во 2010 година туризмот учествувал со 0.6% во БДП, додека во 2018 година тоа учество изнесувало 1.3% (од 26.4 на 87.4 милиони евра приходи по основ на туризмот).

Табела бр.9, Број на активни претпријатија во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година

| Година | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Регистрирани претпријатија | 41.063 | 41.425 | 41.757 | 29.057 | 31.921 | 33.465 | 34.696 | 34.922 |
| Туристички претпријатија | 3.364 | 3.459 | 3.715 | 3.126 | 3.360 | 3.713 | 3.621 | 3.599 |
| % учество на туристички претпријатија | 8,2 | 8,3 | 8,9 | 10,7 | 10,5 | 11,1 | 10,4 | 10,3 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Приштина, 2019 година,
Сопствени пресметки на авторот

Од податоците во табелата може да се забележи дека во 2010 година биле регистрирани 41.063 претпријатија, од кои 3.364 претпријатија биле во туризмот и угостителство. Во 2011 година биле регистрирани неколку стотини претпријатија повеќе во споредба со 2010 година, од кои 3.459 претпријатија биле во секторот туризам и угостителство.

Трендот на зголемување на бројот на претпријатијата продолжил и во 2012 година, каде биле регистрирани 41.757 претпријатија, од кои во туризмот и угостителство имало 3.715 претпријатија.

Треба да се истакне дека во 2013 година имало сериозно намалување на вкупниот број на претпријатија (биле евидентирани 29.057 претпријатија, а во туризмот и угостителството имало за речиси 600 претпријатија помалку).

Од 2014 до 2017 година, во Косово се забележува тенденција на зголемување на бројот на претпријатија (од околу 32 илјади претпријатија на речиси 35 илјади претпријатија), додека во туризмот и угостителство, бројот на туристички претпријатија се зголемил од 3360 на речиси 3600 претпријатија.

Треба да наведеме дека податоците од Агенцијата за статистика на Косово (ASK) се однесувале до 2017 година, па поради тоа не можеме да прикажеме понови податоци за 2018 и 2019 год.

1.5. Вработеноста и човечките капацитети во туризмот во Косово

Човечките ресурси¹⁷ 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.

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 дејност.

Кадарот во туризмот 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.

¹⁷ 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

Според податоците на Агенцијата за статистика на Косово (ASK), бројот на вработени во секторот туризам и угостителство постојано се зголемува, па така, во 2010 година во овој сектор биле вработени 7432 работници, тој број се намалил во 2011 година на 6536 вработени, а веќе во 2012 година има зголемување на бројот на вработени (7389 работници).

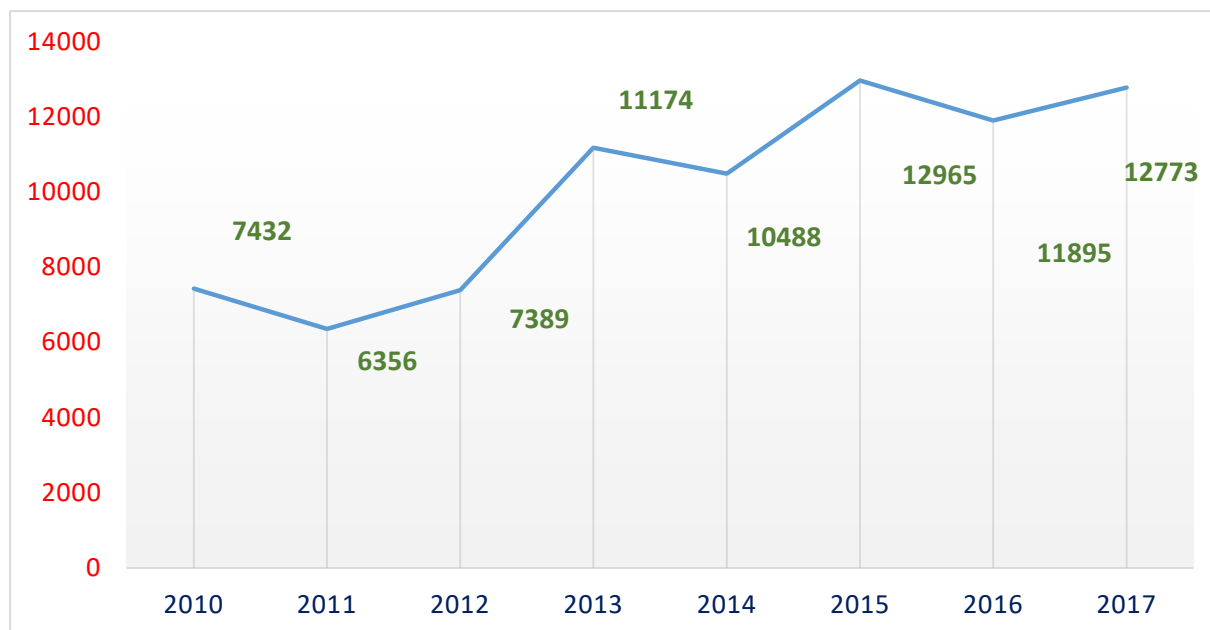
Табела бр.10, Број на активни претпријатија во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година

| Година | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Број на вработени во туризмот | 7.432 | 6.356 | 7.389 | 11.174 | 10.488 | 12.965 | 11.895 | 12.773 |
| % учество на туристичките работници во вкупниот број на вработени | 6,5 | 5,2 | 5,1 | 7,5 | 7,2 | 8,4 | 7,6 | 7,6 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Приштина, 2019 година,

Во 2013 година има значително зголемување на бројот на вработени во тој сектор (11.174 работници), можеби како резултат на фискалната политика во таа година резултирала со пријавување на работниците кои не биле пријавени во текот на претходните години, но во 2014 година тој број повторно опаѓа (10.488 работници).

Графички приказ бр.6, Број на вработени во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година



Во 2015 година има околу 2.5 илјади работници повеќе во споредба со 2014 година, а во 2016 година тој број се намалил за околу 1 илјада, за да повторно има зголеување на бројот во 2017 година (12.773 работници). Треба да се истакне дека процентуалното учество на вработените во туризмот во вкупниот број на вработени во Косово се движи помеѓу 5 и 8% во анализираниот временски период.

Табела бр.11, Просечна плата на вработените во туризмот и угостителството во Косово за периодот 2010-2017 година (во евра)

| Година | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Просечна плата во туризмот | 221 | 220 | 269 | 266 | 265 | 252 | 251 | 240 |

Извор: Агенција за статистика на Косово (ASK),
Приштина, 2019 година,

Од друга страна, просечната плата на вработените во секторот туризам и угостителство во Косово се движела од 220 до 269 евра за временскиот период 2010-2017 година, а подетално тоа може да се види на горенаведената табела.

1.6. Капиталот, технологијата и инвестициите во туризмот во Косово

Туризмот претставува значајна економска гранка во многу земји во светот, а поради мултипликативните ефекти што ги создава туризмот, оваа дејност е многу важна и за економијата на Косово. Во таа насока, Владата на Република Косово е посветена кон создавање повољна инвестициска средина, затоа што уставна определба на ова земја е тоа дека економијата на Косово се заснова на принципите на пазарната економија и слободна конкуренција.

Затоа, Владата на Косово придонесува да постои либерален трговски режим заснован на принципите на пазарната економија и слободната конкуренција, фаворизирајќи отворањето на пазарите да се смета како единствена можност за одржливо зголемување на конкурентноста и зголемен економски развој.

Косово, како најнова држава во Европа, веќе успеа да воспостави политичка и макроекономска стабилност и да донесе пакет со закони кои не само што создаваат можности и услови за инвестирање, туку и безбедна клима за водење бизнис.

Агендата на Владата на Косово денес треба да биде економска агенда. Владата веќе се вклучи во промовирање на повољни фискални политики (на пример, нивелизација на ДДВ-то, намалување на прагот на ДДВ-то на 30.000 евра, што ќе им овозможи на многу бизниси полесно да работат и растат). Во контекст на даночната политика, постојат одредени даночни олеснувања кои се применуваат за деловните субјекти кои вложуваат значителна сума и создаваат нови вработувања.

Тоа треба да го намали товарот над деловните активности и да ја зголеми ликвидноста на компаниите. Косово обезбедува солиден даночен систем кој е многу лесен за спроведување од страна на бизнисите.

Покрај тоа, Косово има најниски даноци во Европа, овозможувајќи им на странските инвеститори да работат со стапка на корпоративен данок од само 10%, само 5% задолжителни пензиски придонеси и 0% данок на дивидендите.

Поради фактот дека 70% од населението е под 35 годишна возраст, Косово има млада работна сила, квалификувана и образована, со ниски трошоци, конкурентна на земјите од регионот. Косово денес ги користи придобивките од слободната трговија во рамките на Договорот за слободна трговија на Централна Европа (ЦЕФТА), кој им овозможува на компаниите да пристапат на регионален пазар од 28 милиони потрошувачи, без царини.

Освен тоа дека постои слободен пристап на целиот пазар на Европската Унија (со потпишување на Договорот за асоцијација и стабилизација), со над 500 милиони потрошувачи, Косово има и преференцијални трговски услови со САД, Јапонија и Норвешка.

Владата на Косово презела низа други мерки насочени кон подобрување на деловното опкружување, зајакнување на приватниот сектор, како и одржлив економски развој, така како што стои и во извештајот на “Doing business“, според кој Косово се движи во нагорна линија, означувајќи значително подобрување.

Со цел компаниите кои работат во земјата да имаат пониски оперативни и извозни трошоци, создадени се слободни економски области (трговски зони, индустриски паркови и слично), кои се веќе достапни за донашните и странските инвеститори.

Информатичката и телекомуникациската технологја на Косово, по завшувањето на војната во 1999 година, доживеа огромен развој. Денес, косовските компании во ИТ секторот нудат висококвалитетни услуги и најнова технологија на своите клиенти (домашни и странски), особено на странските компании кои сакаат услуги за развој на сопствен софтвер и/или центри за поддршка.

Косово ја има најмладата популација во Европа, а таа денес е квалификувана и знае повеќе јазици, каде англискиот веќе постанува службен јазик во земјата заради големото меѓународно присуство. Покрај тоа, многу жители од Косово кои студирале во странство, се враќаат назад и со себе носат вештини и знаења.

Денес, јавните и приватните образовни институции од областа на ИТ, поддржани од компании како Cisco или Microsoft, обезбедуваат едукација на илјадници млади, додека побарувачката за оваа форма на обука сè повеќе се згоемува.

Без оглед дали тоа е аутсорсинг развој на софтвер, управување со податоци, формирање центри за повици и поддршка или други консултантски услуги, косовските компании нудат висококвалитетни услуги по ниски трошоци. Неодамнешната аквизиција на најголемата ИТ компанија во Косово (ProNet), од страна на Assecio SEE, е доказ за високите можности за развој на овој сектор во Косово.

Услугите во мобилната телефонија во Косово се обезбедуваат од Телеком Косово (TiK), IPKO (компанија во сопственост на Телеком Словенија) и два лиценцирани виртуелни оператори Zmobile” и “D3 mobile”. Покрај тоа, операторите TiK и IPKO обезбедуваат UMTS и LTE услуги. TiK има над 1.018.324 корисници,

додека IPKO има 592.876 корисници, за девет години од основањето. Компаниите Vala и IPKO поседуваат околу 90% од услугите на пазарот.

Од друга страна, природното богатство на Косово претставува многу значаен и висококвалитетен туристички ресурс за развој на туризмот. На пример, јужниот планински дел на Косово има голем потенцијал за развој на зимскиот туризам.

Една од најинтересните можности за странските инвеститори во овој сектор е ски-центарот Брезовица на Шар Планина. Овој зимски центар, сместен помеѓу 1.700 и 2.500 метри надморска височина, има одлични снежни временски услови, како и долги ски-сезони од ноември до мај секоја година. На Брезовица има три хотели со 680 соби, два ресторани и девет ски-лифтови со капацитет за превоз на 10.000 скијачи на час.

Близината до аеродромот во Приштина (60 км оддалеченост) и до аеродромот во Скопје (70 км оддалеченост), ова снежно одморалиште е потенцијална и реална дестинација за странските туристи и има големи потенцијали да постане најдобрата дестинација за зимски туризам на Балканот.

Покрај гореспоменатите туристички ресурси, Косово е богато и со термални извори, кои се добро познати на регионалниот и домашниот пазар, а занаетчиството, на пример, филигранството, претставува голема туристичка атракција за странските туристи.

Покрај тоа, Косово има големи потенцијали да развие и културен туризам, поради бројни историски места, објекти, личности, верата, традицијата во хранењето и слично, но и поради други причини кои имаат извонредна културна и историска вредност.

Исто така, и Шар Планина во најјужниот дел од границата со Македонија и Албанија, со околу 22.000 хектари неискористено земјиште во планинските области, претставува важен ресурс за инвестирање во развојот на планинскиот туризам и другите форми кои се “врзани“ со планинскиот масив, не само за Косово, туку и за другите земји во регионот.

Имено, овој регион нуди одлични можности за скијање, еко-туризам, параглајдерство, планински велосипедизам, качување по карпи, планинарење, јавање и слично. Земјиштето кое е во сопственост на општина Драгаш е многу значаен имот, односно ресурс за развој на еко-туризмот.

Друга можност за инвестирање во туризмот во Косово, ов овој регион е ски-центарот во Ругова, каде во тој регион се испреплетува богатство на природни и

туристички ресурси (планини, езера и реки, на пример, за развој на ловењето и риболовењето).

Меѓутоа, кога станува збор за конкретни инвестиции во туризмот во Косово, можеме да заклучиме, според податоците наведени подолу во табелата, дека тие инвестиции се многу скромни или воопшто да не постојат.

Табела бр.12, Директни инвестиции¹⁸ во Косово, за временскиот период 2010-2018 година, споредба по економски активности со посебен осврт на туризмот (во милиони евра)

| Година / економска активност | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Земјоделство | 0,9 | 0,6 | 0,3 | 0,4 | 0,2 | 1,0 | 1,2 | -1,3 | 0,1 |
| Рударство | 17,7 | -5,2 | -25,0 | -14,1 | 4,2 | -36,9 | -19,1 | -4,9 | -2,7 |
| Индустија | 101,1 | 46,9 | 27,4 | 11,5 | -34,0 | 20,7 | 4,6 | 5,7 | -16,0 |
| Енергетика | ... | 0,2 | 2,2 | 48,8 | 13,4 | 11,9 | 3,4 | -1,0 | 26,2 |
| Градби | 54,2 | 133,1 | 31,1 | 17,3 | -19,9 | 46,3 | 28,2 | 5,0 | 24,8 |
| Трговски услуги | 6,8 | 11,6 | 9,3 | 14,6 | 8,4 | 12,0 | 14,5 | 10,3 | 20,2 |
| Хотели и ресторани | ... | 0,2 | 0,5 | 0,8 | 0,4 | 0,0 | 0,7 | 0,8 | 1,8 |
| Транспорт | -15,9 | 29,0 | 32,4 | 51,0 | -9,1 | -6,1 | -9,1 | -7,9 | -16,6 |
| Финансиски услуги | 39,4 | 33,0 | 22,4 | 4,4 | 41,9 | 64,3 | 19,0 | 55,0 | 14,5 |
| Недвижности | 75,5 | 60,5 | 115,7 | 136,1 | 142,1 | 189,6 | 167,6 | 187,2 | 207,5 |
| Други услуги | 1,3 | 11,3 | 1,8 | 3,3 | 2,2 | 4,5 | 9,4 | 4,9 | 10,3 |
| Други активности непомнати на друго место | 87,6 | 63,2 | 11,0 | 6,2 | 1,4 | 1,4 | -0,6 | 1,6 | 2,0 |
| Вкупно: | 368,5 | 384,4 | 229,1 | 280,2 | 151,2 | 308,8 | 220,0 | 255,4 | 272,1 |

Извор: Централна Банка на Република Косово, 2019

Одделение за статистички податоци

Од податоците во табелата се забележува дека во речиси десетгодишниот временски период, во туризмот во Косово биле инвестирано, на директен начин, над 5 милиони евра, иако за 2010 година нема податоци и во 2015 година немало никакви инвестиции.

¹⁸ Banka Qendrore e Republikës së Kosovës, Buletini mujor statistikor, Nëntor 2019, Nr.219, Departamenti i statistikës së BQRK, Prishtinë, 2019, faqja 113 (informacione të detajuara shiko në: https://bqk-kos.org/repository/docs/2018/BQK_BMS_219_al.pdf)

Значи, може да се заклучи дека од сите горенаведени економски активности, во туризмот најмалку се инвестира, што претставува сериозен проблем и поради тоа мора да се преземаат одредени мерки.

Табела бр.13, Процентуално учество на директните инвестиции во туризмот во однос на вкупните директни инвестиции во периодот 2008-2018 година

| Година | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Hoteli и ресторани | ... | 0,2 | 0,5 | 0,8 | 0,4 | 0,0 | 0,7 | 0,8 | 1,8 |
| Вкупно за Косово: | 368,5 | 384,4 | 229,1 | 280,2 | 151,2 | 308,8 | 220,0 | 255,4 | 272,1 |
| Учество во проценти | ... | 0,05 | 0,22 | 0,29 | 0,26 | 0,00 | 0,32 | 0,31 | 0,66 |

Извор: Сопствени пресметки на авторот

1.7. Деловната клима во туризмот во Косово

Косовска агенција за инвестиции и поддршка на претпријатијата (KIESA)¹⁹ претставува државна агенција со мандат да промовира и поддржува инвестиции, извоз, туризам, SME-s, како и посебните економски зони во Република Косово. Ова агенција има за цел да им помогне на сите потенцијални странски инвеститори пред започнувањето на процесот на инвестирање во Косово, за време и после завршувањето на тој процес.

Така, ова агенција нуди следни услуги:

- Помош и совети како да започнете нов бизнис на Косово;
- Помош во постапките за регистрација на деловната активност;
- Помош во аплицирање за лиценци и дозволи потребни за деловната активност;
- Организирање состаноци со локалните и централните институции, како и средби со локални и странски бизниси;
- Помош за идентификување идеалното место за лоцирање на деловната активност;

¹⁹ www.kiesa.rks-gov.net

- Помош при изнаоѓање недвижност за да се прилагоди деловната активност;
- Помош при аплицирање и одбирање во индустриски зони и во деловни инкубатори;
- Обезбедување на секторски информации, различни проекти и потенцијални партнери со кои инвеститорите можат да соработуваат;
- Таканаречени “услуги после“ (after-care services);
- Помош при организирање состаноци и учество на конференции и на Б2Б состаноци;
- Известување за нови измени во законите, даноците и други дополнителни информации.

Меѓутоа, постојат одредени причини зошто може да се инвестира на Косово, особено во областа на туризмот, а како најзначајни се сметаат следните:

- Стратешка позиција на државата (Косово се наоѓа во центарот на Балканот, лесно се пристапува и со патна мрежа, железница, авиотранспорт и морски пристаништа: Солун е оддалечен 329 км, Драч е оддалечен 262 км и Бар е оддалечен 299 км. Најголемиот центри во регионот се релативно блиску со Приштина: Скопје (86 км), Софија (279 км), Солун (329 км), Тирана (256 км), Београд (355 км), Драч (262 км), Сараево (390 км), Бари (531 км), Загреб (741 км), Будимпешта (747 км) и слично. Аеродромот во Приштина е поврзан со многу регионални, европски и светски дестинации, што претставува важен предуслов за пристигнување на странски туристи на Косово.
- Деловна клима (Република Косово станува една од најконкурентните земји во регионот. Поволниот даночен систем, богатството со природни ресурси, брзата и лесна регистрација на деловни активности, транспарентноста на законите за странски инвестиции и другите предности, го прават Косово атрактивно и привлечно за странските инвеститори. За сите компании кои сакаат да инвестираат во ова земја има ниски трошоци и лесен пристап до пазарите во ЕУ, Централна Европа и Балканот. За прв пат на Косово, еден инвеститор може да регистрира свој бизнис за 2 дена, со “нула“ основна

главнина (за друштва со ограничена одговорност-ДОО). Во извештајот на Светска банка „Дуинг бизнис 2018“, Косово е рангирано на 40-то место во светот²⁰, потврдувајќи го големиот напредок на Косово во спроведувањето на реформите и подобрувањето на деловната клима во земјата).

- Режим на слободна трговија (од 1 април 2016 година, во сила влезе Договорот за стабилизација и асоцијација со ЕУ, со кој се отвораат нови пазарни можности и перспективи со сите земји-членки на Унијата, а истовремено е потпишан и договор за слободна трговија со земјите-членки на СЕФТА, потоа со преференцијални договори со САД, Јапонија и Норвешка, а се чека и на ратификација на Договорот за слободна трговија со Турција).
- Економска стабилност (Реалниот економски раст, измерен со бруто домашниот производ (БДП), во последните години станува поповолен, покажувајќи позитивен и постојан пораст, и покрај ефектите од меѓународната финансиска криза. Инвестициите и потрошувачката на приватниот сектор стануваат клучни фактори за зајакнување на економијата. Овие инвестиции главно се водени од брзото проширување на финансискиот сектор. Покрај тоа, Владата на Косово спроведува одржлива и перспективна фискална политика. Даночната основа на приходите се прошири така што државната потрошувачка се зголеми, а од друга страна таа го поддржува растот на економијата. Косово води многу стабилна монетарна политика. Косово е една од ретките земји надвор од ЕУ што го вовеле еврото како официјална валута. Со елиминирање на ризикот од девизниот курс, трошоците за трансакција се намалуваат, а се промовира трговијата и инвестициите. Поради недостаток на монетарни инструменти кои произлегуваат од употребата на еврото, Косово не спроведува никаква политика за монетарен ризик, а цените се очекува да бидат стабилни и во иднина).

²⁰ International Bank for Reconstruction and Development / World Bank, Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs, Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, A World Bank Group Flagship Report, 2019, p.174

- Ниски стапки на оперативни трошоци (на Косово има ефтина работна сила, што претставува низок оперативен трошок, нето платата се движи од 300 до 400 евра, постои фискален пакет од 2015 година, кој е во сила, според кој ДДВ-то за основните производи изнесува 8% и за другите производи 18%, данокот на дивиденда изнесува 0%, постојат либерализирани царински стапки за репроматеријали и технологија која не се произведува на Косово, постои електронски систем за јавни набавки, данокот на корпоративен доход е 10%, постои прогресивен данок на персонален доход од 0 до 10%, задолжителни пензиски придонеси од 5%).

Во согласност со европската легислатива, во 2013 година донесен е Закон за странски инвестиции (Закон бр.04/2013), со кој се обезбедува еднаков третман и за домашните и за странските инвеститори. Косово е потписничка на повеќе билатерални договори и спогодби заради заштита и промоција на инвестициите, на пример, спогодби помеѓу Косово и САД, Австрија, Албанија, Швајцарија, Белгија, Луксембург, ОАЕ и Македонија.

Регистрирањето на нови компании на Косово е релативно лесно и бесплатно, сите бизниси и трговски марки се регистрирани во Регистарот на компании и трговски називи, а основните информации со тие компании може лесно да се пронајдат и на интернет.

Секоја компанија или бизнис се регистрира во Агенцијата за регистрирање на компании (ARBK) во рамки на Министерството за трговија и индустрија. Денес постојат 28 општински центри за регистрирање на компании (“one-stop shop”) со главна канцеларија во Приштина.

1.8. Спроведување на законите од областа на туризмот во Косово

Според Светската туристичка организација (UNWTO), целта на туристичкото законодавство е да се обезбеди законска, регулаторна рамка за правилен развој и управување со туристичката дејност во една земја. Општо гледано, тоа би требало да помогне во зачувувањето на природните ресурси и културното наследство, како

дополнителна придобивка, потрошувачите (патниците или туристите) и организациите или компаниите добиваат основна правна заштита.

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.

Законите за регулирање на туристичката дејност²¹, 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.

²¹ 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

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 угостителство. 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 страна²², 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.

Само за илустрација за степенот на имплементирање на законите во Косово може да послужи податокот од Институтот ГАП со седиште во Приштина, според кои, актуелни, односно во сила се 402 закони, од кои 52 закони се однесуваат на општините,

²² Хајдини А., Спроведување на европската легислатива од областа на туризмот како значаен фактор за развој на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2019 година, стр.212-214

додека кај општините се појавува недостаток на квалификувани човечки ресурси, буџетски ограничувања, некоординација и консултација на институционално ниво, двосмисленост на законите, нетранспарентност и невклучување на општините во процесот на изготвување на законите.

Во последните шест години, легислативната програма на Владата повеќе содржи измени и дополнувања на законите во сила, отколку донесување нови закони, па според едно истражување, еден закон во Косово се менува просечно на секои 34 месеци (2.8 години), а покрај другите закони кои регулираат одредени области од локалната самоуправа, нема никакви податоци до кој степен се спроведува Законот за туризам.

1.9. Стимулативни мерки за развој на туризмот на Косово

Можностите што ги има Косово за развој на туризмот се на агендата на работење на Владата на Косово. Природното и културно-историското богатство се сметаат како многу важен фактор за понатамошно третирање во процесот на развојот на туризмот во ова земја.

Експертите за туризам се сомневаат дека забележале некокво движење во оваа насока, додека претставниците на Министерството за трговија и индустрија, каде спаѓа Секторот за туризам, веќе започнале со фазата за развивање поволни туристички политики и мерки за развој на туризмот.

Државните институции на Косово секоја година даваат поголема поддршка на развојот на туризмот, затоа што веќе спознале дека туризмот создава многу позитивни ефекти и дава значаен придонес во целокупната економија на земјата. Надлежните институции на државата се во фаза на комплетирање на законската рамка за туризмот, Косово како туристичка дестинација секоја година се претставува на значајни туристички манифестации во светот и слично.

Тука мора да се спомене и фактот дека сите активности и мерки кои се преземаат од страна на Министерството за трговија и индустрија (МТИ), како надлежно министерство од областа на туризмот, во соработка со локалната власт, бизнис

заедницата, цивилното општество и донаторите, се во насока со подигнувањето на степенот на развој на туризмот во Косово²³.

Приоритет во работењето на ова министерство е развојот на туризмот, покрај другите економски гранки, но тој приоритет најмногу се однесува на:

- Создавање поволни услови за инвестирање во туризмот, како од страна на домашните, така и од странските инвеститори,
- Преземање мерки за креирање домашен претпознатлив туристички производ, кој ќе биде конкурентен на регионалните и пошироките туристички пазари,
- Преземање мерки за поголема и поефективна туристичка промоција на веќе постојниот или на новосозданиот туристички производ,
- Зголемување на меѓуграничната соработка со соседните земји (дестинации), заради полесно движење на луѓето, стоката, капиталот и информациите,
- Потпишување на билатерални договори и спогодби од областа на туризмот,
- Интеграција на туризмот на Косово во меѓународните туристички организации.

На пример, ова министерство, во соработка со Агенцијата за инвестиции и поддршка на претпријатијата на Косово (KIESA), даваат помош²⁴ (грантови) на претпријатијата кои сакаат да добијат сертификати за стандарди за производите, за подобрување на вештините на вработените и за користење на системот наречен “услуги за развој на бизнис“, вклучително и претпријатијата кои вршат туристичка и угостителска десјнот. Тие грантови можат да им помогнат на претпријатијата во намалување на одредени трошоци.

Големината на грантовите се движи од 5.000€ до 46.800€ за сертификарање на производите, додека за подобрување на вештините на вработените и за користење на системот наречен “услуги за развој на бизнис“ е 25.000€. Ова е случај кога претпријатијата кои добиваат грантови се индивидуални, а здруженијата или асоцијациите можат да добијат до три грантови со вредност од 50.000€.

Друг пример во ова насока би бил намалувањето на административните бариери и потешкотии за претпријатијата и подобрување на ефикасноста и ефективноста на инспекциите. Владата веќе презела мерки за донесување на одредени акти, со помош

²³ Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: www.mti.rks-gov.net

²⁴ Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: <https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,323>

на Светска Банка, за реформи во областа на инспекциите, вклучително и на туристичката инспекција, а целиот процес се состои од²⁵:

- креирање електронски систем за администрирање на податоци на инспекторите, кој ќе овозможи унифицирана електронска платформа за инспекција за планирање и координација на инспекциски работи, управување со инспекциски документи и извештаи, внатрешно и надворешно известување; аутсорсинг, внатрешна ревизија, анализа на ризик и профилирање - во суштина сите аспекти на работата на еден инспектор;
- креирање систем за размена на податоци и интероперабилност на деловните инспекции, што ќе овозможи размена на податоци помеѓу клучните институции, подобро управување со инспекција заснована на ризик, подобро профилирање на деловната активност и намалена неформалност;
- финансирање опрема за инспекторите да ја извршуваат својата работа, за теренски анализи, земање мостри и собирање докази; и
- одржливост на ново институционално издигнување и градење на капацитетите за инспекторите.

Од друга страна, се појавуваат и одредени недоследности, во неизвршувањето на законските одредби, во смисла на лиценцирањето и категоризирањето на угостителските објекти за сместување. Имено, надлежното министерство донесе мерка позната како “мотивирање на субјектите (физички лица и претпријатија) вклучени во туристичката индустрија за олеснување на барањата за добивање одредени лиценци и дозволи“.

Така, според Законот за туризам²⁶, во Дел VI се предвидува дека сите физички и правни лица кои работат од областа на туризмот можат доброволно да се регистрираат во Секторот за туризам на Министерството за трговија и индустрија. Поради тоа, Министерството (Секторот за туризам), во соработка со Советот за туризам на Косово, се задолжуваат да развијат систем за доброволно категоризирање и лиценцирање на

²⁵Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: www.mti.rks-gov.net (<https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,324>)

²⁶Gazeta Zyrtare e Kosovës, Ligji për turizmin, 10 maj 2013, at http://mti-ks.org/repository/docs/LAW_No._04-L-176_ON_TOURISM,_Anglisht_772395.pdf

капацитетите за сместување, засновано врз стандарди според соодветен меѓународен систем.

Лиценцирањето и категоризацијата на угостителските објекти, во претходниот закон беа задолжителни за сите туристичките бизниси (главно за оние за сместување), додека новиот постое закон тоа го прави на доброволна основа. Некои бизниси ги доведуваат во прашање тие нови стандарди, па дури и сметаат дека лиценцирањето и категоризацијата треба да се задолжителни.

Меѓутоа, иако идејата беше да се стимулираат деловните активности во туристичкиот сектор, многу бизниси се обидоа повторно да ги воведат претходните одредби и повторно да ги направат овие барања како задолжителни. Ова барање на угостителите е резултат на практиката на индивидуална категоризација на хотели, што според клучните фактори тоа би значело спречување на фер и лојална конкуренција во овој сектор.

1.10. Меѓународната соработката и меѓународната помош во туризмот во Косово

Добрите соседски односи и меѓународната, особено регионалната соработка, претставуваат суштински аспект на патот на Косово кон членството во Европската Унија. Меѓународната соработка и добрите односи на Косово, особено со земјите од Западен Балкан и Југоисточна Европа (ЈИЕ) значи дека Косово се залага за зајакнување на трговијата, поттикнување на слободно движење на луѓето, идеите и капиталот во насока на севкупно постигнување на заедничките развојни цели.

Токму меѓународната соработка во области од заемен интерес (како што е туризмот) се наоѓа во содржината на многу владини програми. Имено, Косово како млада држава е членка на неколку важни регионални и меѓународни иницијативи, во кои активно придонесува во рамките на нивните соодветни структури со цел да ги одрази придобивките од меѓународната и регионалната соработка заради остварување на интересот за севкупен развој на државата.

За да ја објасниме меѓународната соработка од областа на туризмот во Косово, ќе се послужиме со неколку примери (проекти), кои имаат меѓународен карактер и се реализирани токму заради развојот на туризмот²⁷:

1. Заради овозможување на побрз развој на регионот на Проклетии, во 2006 година, на регионална средба организирана во Ругова - Косово, позната како Регионална конференција за “Коалиција за Паркот на Мир на Балканот”, се основа “Балкански парк на мирот” како проект произлезен од меѓуграничната соработка на Албанија, Косово и Црна Гора, во соработка со Универзитетот “Колгате” од САД и Универзитетот “Брадфорд” од Велика Британија.

Во почетната фаза требало да се вклучат меѓуграничните општини: Пеќ, Дечан и Јуник од страна на Косово; потоа општините: Плав, Гусиње и Рожаје, со можност за вклучување и на општина Андријевица од страна на Црна Гора; додека од страна на Албанија општините: Голема Малесија, Скадар, Бајрам Цури и Валбона. Ваквиот проект бил поддржан и од страна на Министерството за култура, млади и спорт на Косово и Фондацијата “Отворено општество” - Косово.

2. На 26 октомври 2011 година, во Подгорица - Црна Гора, германската меѓународна организација GIZ, заедно со Министерството за одржлив развој и туризам на Црна Гора, Балканскиот парк на мирот (ВЗР) и холандската организација за развој SNV, организирале тркалезна маса со пограничните полициски служби на овие држави околу граничните премини на Проклетии кои се наоѓаат на рутата позната како “Врвови на Балканот“ (Peaks of the Balkans). Оваа рута ги поврзува трите држави во планинска зона, а целиот проект имал за цел унапредување на развојот на планинскиот туризам.

Освен горенаведените организации, на тркалезната маса присуствувале и други учесници: Федерацијата на алпинисти на Косово, Општина Пеќ, Министерството за трговија и индустрија, национални организации за туризмот од трите земји, претставници од различни туристички компании и други организации.

²⁷ Красниќи У., Проклетии како значаен природен туристички ресурс за одржлив развој на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство-Охрид, 2019 година, стр.138-139

Главната цел на овој проект била да се подобрат условите за развој на туризмот во пограничниот регион на земјите (како заедничка туристичка дестинација), при што граничните премини ќе бидат така организирани што ќе им се овозможи на туристите и обожавателите на природата полесно преминување на границите.

Така, земјите се согласиле на заедничка процедура за преминување на границите, при што туристите пред да ја преминат границата требало да аплицираат најмалку 15 дена порано кај полициските служби на земјата од која тргнуваат. Патувањето на туристите требало да се организира во група, а водичот на групата требало да ја проследува целата процедура за апликација за преминување на границите.

3. Во јули 2018 година, Меѓународната организација SWG и организацијата GLV Agroturizam, иницирале изготвување на идеја за развој на меѓугранична мрежа во Проклетии која ќе опфати три општини: Пеќ (Косово), Скадар (Албанија) и Плав (Црна Гора). Овој проект имал за цел да поттикне поблиска соработка помеѓу различните учесници во туризмот (општини, приватен сектор, НВО и локални фармери) која ќе резултира со одржлив рурален развој на регионот на Проклетии.

Таквата иницијатава, најнапред ги зела предвид следните прашања: идентификување на главните стејкхолдери и презентирање на сите можности кои тие ги имаат за поддршка на развојот пред општините и развојните меѓународни организации; запишување на учесниците во посебен регистар со цел во иднина да биде полесна идентификацијата на партнерите за апликација на проекти за меѓугранична соработка и развој на бизнисите.

Таквата соработка ќе помогне како во промовирање на локалните производи, така и во подигнување на имиџот на овој регион како атрактивна туристичка дестинација, а особено како развиена агро-дестинација во регионот.

Во смисла на меѓународна соработка која ќе помогне во развојот на туризмот на Косово претставува и многу значајниот проект за изградбата на Националниот автопат што го поврзува Косово со Албанија и Националниот автопат Приштина-Скопје. Географската положба на Косово во смисла на регионалната патна инфраструктура, со

посебен акцент коридорите 8 и 10, може да создаде добри услови за зголемување на туристичката побарувачка за одредени видови на туризам на Косово.

Меѓународната соработка на Косово во сферата на изградбата или инвестирањето во инфраструктура во туристичките места може да биде финансирана и по линија на структурни фондови на ЕУ (на пример, Европската Комисија предвидува проекти од поголем обем за такви цели). Финансиската поддршка за проширување од страна на Европска Унија се остварува главно преку т.н. Инструмент за претпристапна помош (ИПА), и тоа за период 2007-2013, познат како ИПА-I, и за период 2014-2020, познат како ИПА-II.

2. Институционална, организациска и структурна поставеност на туризмот во Косово

Туризмот како економска дејност, во многу држави, придонесува кон БДП-то, па затоа многу влади и бизниси ја ставаат оваа индустрија во приоритетните цели на работењето и развојот. Воедно, туризмот претставува еден од најзначајните сектори каде треба да се инвестира во иднина.

Се поголемото значење на туризмот и на ефектите врз економијата на една земја, како и создавањето на нови работни места и развојот на локалната заедница, придонесло кон посеризен пристап од страна на државите во светот, меѓу нив и Косово, спрема креирање на политики, донесување на одлуки и спроведување на мерки во областа на туризмот.

Од друга страна, треба да се има предвид фактот дека мерките, одлуките и политиките во туризмот се соочуваат со одредени проблеми и потешкотии, па затоа понекогаш предложените мерки и одлуки, или решенија, не го даваат очекуваниот резултат, затоа што нема јасна и силна законска легислатива во областа на туризмот, нема национална стратегија за развој, недоволна финансиска поддршка, слаба организативна структура во владините институции, недоволно развиена инфраструктура, недоволна заштита на животната средина и немање доволно статистички податоци за туризмот²⁸.

²⁸ Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (SIDA), Analizë e gjendjes aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë: Aktivitet për fuqizimin e sektorit privat, Prishtinë, Prill 2018, faqe 7-8

2.1. Надлежни државни институции од областа на туризмот во Косово

Општата состојба со туризмот во Косово не е на задоволително ниво, особено кога станува збор за управувањето и планирањето од страна на владините институции. Според тоа, многу е важно сите вклучени страни (владини институции, здруженија, приватен сектор) да се мобилизираат заедно за да се забрза процесот на реформи потребни во туристичката индустрија.

Токму големината и сложеноста на реформите не овозможува и не треба да дозволи да се пролонгираат активностите за развој на туризмот во Косово, а како конкурентна туристичка дестинација во регионот.

Потребата да се интервенира во сферата на туризмот во Косово значи дека треба да се ангажираат сите вклучени страни, а може да се истакне и фактот дека пред неколку години е формиран Советот за туризам на Косово како советодавен орган кој има за цел координирање на активностите на државните институции заради развој и спроведување на политика за развој на туризмот.

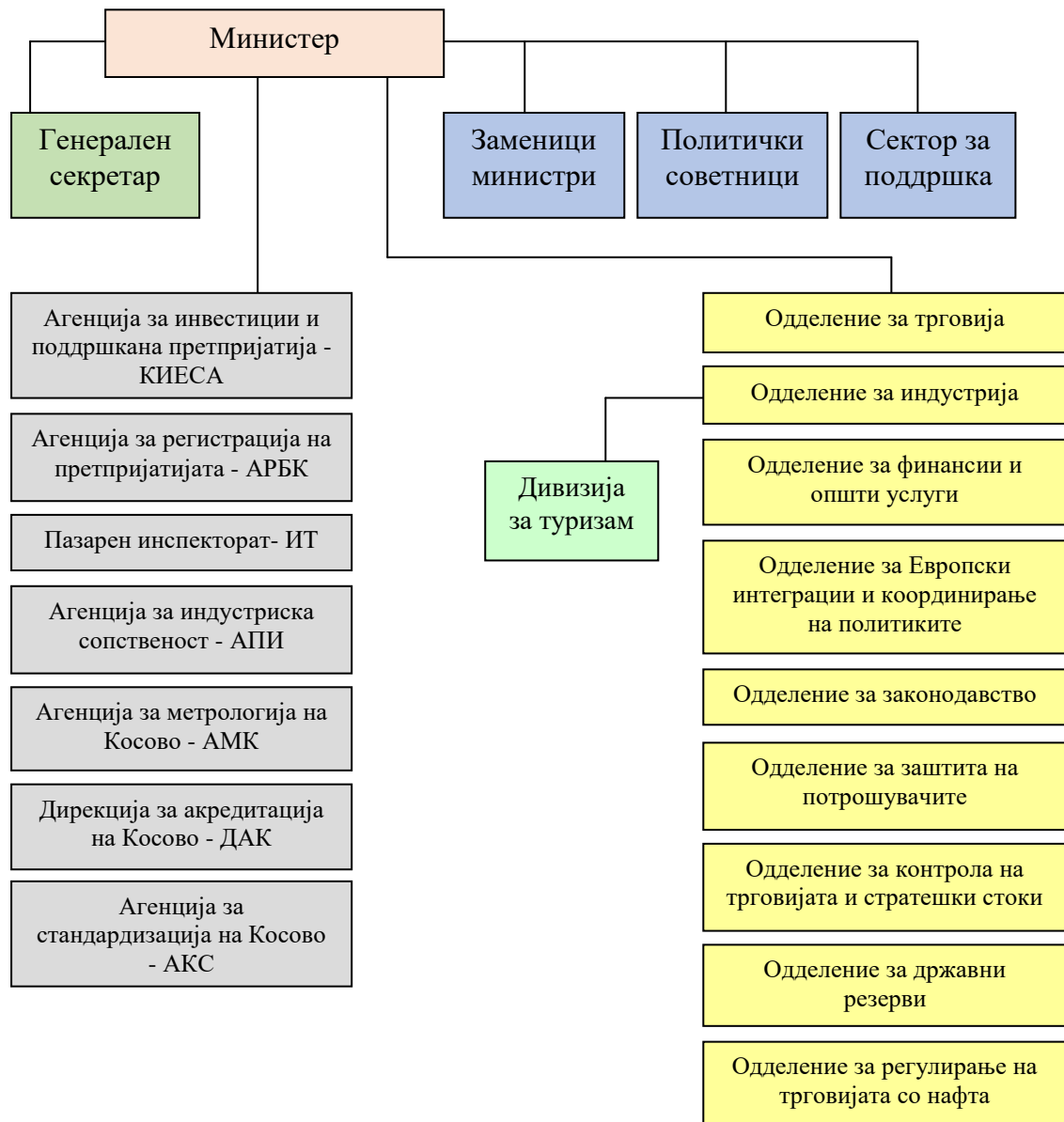
2.1.1. Министерства

Со Законот за туризам²⁹ на Косово, кој е во сила, во член 3 став 1 точка 1.1. стои дека надлежно министерство од областа на туризмот е Министерството за туризам, со кое раководи Министерот за туризам. Меѓутоа, во рамките на Владата на Република Косово, до денес, не постои Министерство за туризам, а во претходниот Закон за туризам и туристички услуги од 2010 година, надлежно министерство било, а денес сеуште е, Министерството за трговија и индустрија.

Во член 5 од Законот за туризам, организативната единица за туризам потпаѓа под оваа министерство, додека задачите, одговорностите, организацијата и функционирањето на надлежното тело за туризам се регулирани со посебен подзаконски акт за организација и внатрешна структура на Министерството.

²⁹Службен весник на Република Косово, бр.14/2013, Приштина, 2013 година, стр.1

Графички приказ бр.7, Организација и структура на Министерството за трговија и индустрија, надлежно министерство за работите од областа на туризмот во Косово



Извор: Министерство за трговија и индустрија, Владата на Република Косово, 2019 год.

Во член 8 од Законот за туризам, надлежното министерство, во соработка со новосоставената Комисија за туризам на Косово, креира систем за категоризација на сместувачките капацитети, според меѓународни стандарди. За категоризацијата се води регистар од страна на министерството надлежно за туризмот, а тоа всушност претставува каталог на регистрирани објекти за сместување на територија на Косово.

Во член 20 од овој закон се наведува создавањето на Советот за туризам на Косово, по предлог на Владата на Косово. Овој совет има за цел да предложи политики и планови за развој на туризмот и негова промоција, давање на препораки и предлози до надлежното министерство, како и развој на стандарди и имплементација на Етичкиот кодекс за туризмот за регистрираните субјекти во туризмот.

Советот за туризам се состои од седум членови: еден претставник од надлежното министерство, три претставници од Владата и три претставници од туристичките здруженија, општините и независни експерти.

2.1.2. Државни агенции

Политиката за развој на туризмот во Косово е насочена спрема креирање на позитивни промени во тој сектор, односно подобрување на целокупната состојба со туризмот, почнувајќи од дијалогот меѓу сите страни вклучени во ова област, па до обезбедување или создавање национално тело за развој на туризмот, во вид на државна агенција или национална туристичка организација.

Законот за туризам на Косово претставува рамка со која јасно се прикажани приоритетите за развој и промоција на туризмот, односно подобрување на туристичката инфраструктура и промовирање на алтернативни форми на туризам во целата држава. И покрај таквата законска рамка, денес нема доволни средства за стимулирање или промовирање на туризмот на Косово, а на таа состојба се додаваат и други проблеми³⁰.

Иако државните институции го признаваат значењето и влијанието на туризмот врз националната економија, сепак овој сектор “пати“ од недостатокот од координативен механизам кој ќе може да создаде дијалог меѓу заинтересираните страни (министерства, сектори, одделенија, агенции, академија, приватен сектор, цивилно општество и донаторска заедница).

Во овој момент, на Косово не постои сеопфатна стратегија за развој на туризмот и постојниот закон не се применува целосно. Развојот на туризмот денес во ова земја е поделен меѓу централната и локалната власт, а сепак првата има фактичка власт и

³⁰ Democracy for Development (D4D), Zhvillimi i turizmit përmes politikave dhe legjislacionit efikas: Identifikimi i hapave të mundshëm të reformës në politikat dhe legjislacionin e turizmit, Series: Public Interest | No. 10 | Prishtina, 2017, f.6-12

најголем буџет и авторитет за креира и применува стратегија за туризам. Впрочем, централна власт има мандат да создаде поволна законска рамка, односно да овозможи институционална координација за промоција и стратешки инвестиции во туризмот.

Како што спомнавме порано, надлежно министерство за развој на туризмот е Министерството за трговија и индустрија (МТИ), во рамки на кое постои Дивизија за туризам. Од друга страна, Агенцијата за инвестиции и поддршка на претпријатијата на Косово (KIESA) е единствена државна институција која е одговорна за промоција на туризмот, иако и двете државни органи издвојуваат едвај сто илјади евра за таа цел. За разлика од нив, општините Пеќ, Призрен и Ѓаково издвојуваат неколку пати повеќе финансиски средства за развој и промоција на туризмот на Косово.

Токму тежината што ја имаат државните органи и институции во рамки на владината хиерархија, укажува на тоа колку е развиен туризмот, односно каква грижа и приоритет се дава на тој сектор. Имено, според постојниот закон, во Косово треба да се создаде Националната туристичка организација (Organizatë Kombëtare Turistike – ОКТ) која ќе се занимава со сите прашања и проблеми од областа на туризмот на Косово, онака како што одредени земји од регионот го имаат апсолвирано тоа прашање.

На пример, во Хрватска има Министерство за туризам, во Албанија има Министерство за економски развој, туризам, трговија и индустрија и Национална агенција за туризам (АКТ), а во Србија има Министерство за трговија, туризам и телекомуникации, додека во Македонија нема такво министерство, но затоа има Сектор за туризам при Министерство за економија и посебна Агенција за поддршка и промоција на туризмот (АПШТРМ).

Значи, добрите практики и искуства на земјите од регионот и пошироко упатуваат на тоа дека и Косово мора да создаде национална туристичка организација или агенција, со најмалку седум подрачни единици онака како што територијата на Косово е поделена според Агенцијата за статистика на Косово (ASK).

2.1.3. Сектори и одделенија

Како што е наведено во графичкиот преглед на министерството, единствено тело кое е надлежно за работите од областа на туризмот во Косово е Дивизијата за туризам во рамки на Одделението за индустрија.

Главните задачи на Дивизијата за туризам се³¹:

- Предлага, изготвува и обезбедува спроведување на легислативата од областа на туризмот,
- Предлага, изготвува и обезбедува стратегиска документација за политиките за развој на туризмот во Косово,
- Обезбедува поддршка за промоција на Косово како туристичка дестинација,
- Обезбедува поддршка за соработка со меѓународни туристички асоцијации,
- Обезбедува поддршка за организирање на саеми, конференции и работилници од областа на туризмот и угостителството.

Раководителот на оваа дивизија одговара пред раководителот на Одделението за индустрија, додека бројот на вработени во Дивизијата за туризам е 4 (четири).

2.1.4. Локална самоуправа (општини)

Локалната самоуправа на Косово ја сочинуваат 38 општини, од кои повеќе од половина се рурални општини, а како најголеми се сметаат општините Приштина, Призрен, Пеќ и Ѓаково, кои впрочем се и најголемите туристички центри во оваа земја. За целите на овој труд ќе се обидеме да ја прикажеме институционалната поставеност на туризмот во овие општини.

Општина Приштина³², како најголем туристички регион на Косово, својата општинска надлежност во областа на туризмот ја регулира во рамки на Дирекцијата за култура, каде постои посебен Сектор за туризам. Вработените во овој сектор имаат одредени работни задачи и обврски, а се однесуваат на:

- подготвуваат годишни работни планови за промовирање на косовскиот туризам, вклучително промотивни активности за учество на национални и меѓународни

³¹ Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Интернет страница: www.mti.rks-gov.net, 2019

³² Komuna e Prishtinës: www.kk.rks-gov.net (<https://kk.rks-gov.net/prishtine/kulture/biografiaa-detyrat-dhe-pergjegjesite/>)

саеми за туризам, организирање денови за туризмот во Косово и други слични настани;

- организирање и следење на напредокот на промотивните активности;
- иницирање и изготвување туристички промотивни материјали, како што се: мапи, брошури, видео материјали, билтени и слично;
- соработување со туристичките информативни центри, туристичките бизниси и другите организации на општинско и регионално ниво, заради промовирање на туризмот;
- организирање, администрирање и ажурирање на косовскиот портал за туризам, како и комуницирање на социјалните медиуми;
- организирање и ажурирање на календарот на туристичките настани и објавување на е-портал;
- други задачи и обврски во одредено друго професионално поле, во согласност со постојните закони, разумно и на време.

Според ова сметаме дека секторот за туризам во општина Приштина не е доволно организирано, затоа што е во рамки на Дирекцијата за култура, а другите општини имаат специфични дирекции токму за туризмот и економскиот развој.

Работите од областа на туризмот, во Општина Призрен³³ се регулирани во рамки на Дирекцијата за туризам и економски развој, каде постои посебен Сектор за туризам. Токму една од најважните институции во општината е Дирекцијата за туризам и економски развој.

Оваа дирекција е составена од обучен и проактивен кадар кој обезбедува целосна поддршка на деловниот и економскиот развој на општината, почнувајќи од услугите за регистрација на деловна активност до целосната поддршка на инвеститорите. Покрај тоа, општината е основач и на Канцеларијата за информации за туризам, како независен орган надлежен за промовирање и развој на туризмот.

Со ревидирање на Законот за употреба на општински недвижен имот, општината има право да го даде имотот за да го стимулира економскиот развој, а во тој контекст се идентификувани многу парцели на општински имот кои сочинуваат 2,0% од вкупната територија што може да се користи до 99 години. Во согласност со оваа

³³ [www.kk.rks-gov.net/prizren](https://kk.rks-gov.net/prizren) (<https://kk.rks-gov.net/prizren/wp-content/uploads/sites/26/2019/07/Raporti-i-punes-Janar-Qershor-2019-DTZHE.pdf>)

можност, се создава погодно опкружување за привлекување и инвестирање и во туризмот, а општината е достоин партнер во тој процес.

Туризмот во Општина Пеќ е во надлежност на Дирекцијата за економски развој, во рамки на Секторот за туризам³⁴. Ова дирекција е дел од извршната власт на општината и еден од 14-те дирекции, а својата работа ја темели на статутот на општината преку кој е регулиран мандатот на оваа дирекција и стратегијата за економски развој. Исто така, ова дирекција својата задача ја извршува согласно законите на Косово, како и прописите донесени од Советот на Општина Пеќ.

Мисијата на ова Дирекција е да создаде повољна клима за економски развој и развој на туризмот и да создаде неопходна и соодветна инфраструктура за развој на малите и средни претпријатија, за да се постигне одржлив развој во општината. Основната цел на оваа Дирекција е да промовира економскиот развој, туризмот, создавањето нови работни места и интеграцијата на сите граѓаниј.

За да се постигне најдобра ефикасност во работата, оваа дирекција е организирана во три сектори и тоа: Сектор за туризам, Сектор за економија и Сектор за регистрација на компаниите.

Со оглед на потенцијалите со кои располага Пеќ, а особено потенцијалот за развој на туризмот, како еден од најзначајните сектори во општината, со планот за развој се предвидува туризмот да биде еден од главните столбови на развојот. Поради ова, општината презеде иницијатива да основа сектор за туризам во општината, уште во 2003 година, па затоа Пеќ е првата општина во Косово која има таква внатрешна организираност во сферата на туризмот.

Секторот за туризмот во општина Пеќ има развојна ориентација, а најмногу е фокусиран на развојот на:

- планинскиот и агро-туризмот,
- авантурзмот,
- културниот туризам и
- здравствениот туризам.

За да ги постигне своите цели, Секторот за туризам на општина Пеќ постојано работи во насока на зголемување на степенот на соработка со другите сектори во

³⁴ www.kk.rks-gov.net/peje (<https://kk.rks-gov.net/peje/zhvillimi-ekonomik/sektori-i-turizmit/>)

општината, но и со други сектори и/или одделенија на локално и централно ниво, како и со приватниот сектор и невладините организации, за одржлив развој на туризмот.

Туризмот во Општина Гаково е во рамки на Дирекцијата за економски развој, Сектор за туризам³⁵, кој има за цел:

1. креирање годишна политика за туризам и предлагање мерки за поттикнување на приватниот сектор да ги постигне целите на политиката за развој на туризмот,
2. промовирање на развојот на туристичката дејност за производство на нови и интересни туристички производи за пазарот, но и подобрување на квалитетот на туристичката понуда на локално ниво,
3. развој на туристички пакет, вклучувајќи економски оператори, туристички агенции и други учесници.

Овие цели, Секторот за туризам на Општина Гаково ги постигнува со соработката со Канцеларијата за информации за туризам, со релевантните локални, регионални и национални институции, заради прикажување на можностите и координација на активностите за развој на туризмот на локален, прекуграничен и регионален аспект.

2.2. Невладини организации, туристички асоцијации и здруженија

Постојат неколку здруженија³⁶ за туризам во Косово. Здружението за туризам на Косово (KOTAS) е непрофитно, невладино здружение, основано од поединци, заради поддршка на развојот на туризмот заедно со сродните сектори, програми и иницијативи спроведени на сите нивоа во Косово. Кон својата цел да го поддржи развојот на туристичката индустрија во Косово и да ги исполни нејзините намери, KOTAS соработува и ги координира своите активности со други здруженија и организации за туризам, како во Косово така и во странство.

³⁵ [www.kk.rks-gov.net/gjakove](https://kk.rks-gov.net/gjakove) (<https://kk.rks-gov.net/gjakove/staff/drejtoria-per-zhvillim-ekonomik/>)

³⁶ Ministri e Tretgtisë dhe Industrisë, Profili i Sektorit të Turizmi, Projekt i Programit për Zhvillim të Kombeve të Bashkuara (UNDP) dhe Ministrisë së Punëve të Jashtme të Finlandës, Prishtinë 2014, f.25

Асоцијацијата за алтернативен туризам на Косово (SHTAK), основана е во 2013 година, како непрофитна асоцијација од областа на туризмот, која има за цел да придонесе за развојот на туристичкиот сектор во Косово. Ова организација е силно посветена кон исполнувањето на клучните цели за развој на руралниот, културниот и планинскиот туризам; координирање на активностите помеѓу тур-операторите, туристичките агенции и хотелите; зачувување на културното наследство; борба против ранливоста на странските инвестиции во туристичкиот сектор; и организирање разни активности, вклучувајќи саеми за туризам, конференции за туризам и обуки.

Во моментот, SHTAK е составена од 146 членови, главно хотели, туристички агенции, тур-оператори, транспортни компании, индивидуални експерти за туризам и други институции, а истовремено го координира Советот на хотели на Косово.

Асоцијацијата за туризам во Јужниот регион на Косово е заедничка иницијатива помеѓу Регионалната агенција за развој и Општина Призрен. Здружението обезбедува услуги на туристичките субјекти во организирањето на форуми за размена и застапување за решавање на предизвиците со кои се соочуваат деловните субјекти во областа на туризмот.

Во исто време, здружението обезбедува услуги за градење капацитети насочени кон развој на локалните бизниси преку зајакнување на нивните професионални капацитети и интегрирање на туризмот во агендите за локален економски развој.

Особено внимание се посветува на размената на искуства со колегите од регионот во областа на гастрономијата, угостителството, водичите, вината и слично. Покрај тоа, здружението обезбедува средства за развој на руралниот туризам преку ангажирање на заедницата во обезбедување на услуги за посетители.

Здружението PRO IN е основано во 2012 година и има за цел да промовира локална храна и пијалоци. Активен е во патентирање на овие производи, како и во градењето капацитети за хотелскиот и ресторанскиот персонал. Има 2.500 индивидуални членови и 120 бизниси од сите делови на Косово. Здружението прави напори за воспоставување структурирана соработка со централната и локалната власт на Косово, како неопходен предуслов за решавање на предизвиците со кои се соочуваат соодветните туристички субјекти.

Во 2018 година е основано и Здружението за туризам на Косово (SHTK), како составен дел на Економската комора на Косово. Ова здружение има за цел да биде

силен глас во заштитата на интересите на економските оператори од областа на туризмот и истовремено промовирање на туристичкиот потенцијал на Косово.

Според ова здружение, неопходно е да се пренесат европските практики од областа на оваа индустрија со цел да се промовира огромниот туристички потенцијал што го има Косово. Како здружение тие се посветени спрема работата на терен, посети и активности во сите региони на земјата, со единствена цел, да се создаде позитивен имиџ, како и зголемување на членството.

Ова здружение е подготвена за соработка со сите членови за да лобираат во решавањето на проблемите со кои се соочуваат деловните субјекти во туризмот, а најмногу за промовирање на меѓународниот туризам, иако во иднина ќе има предизвици во тој поглед.

3. Владини мерки и одлуки за развој на туризмот во Косово

Туризмот како важен сектор за развој на една земја се занимава и со комплексни ситуации кои произлегуваат од самите туристички активности. Комплексноста е присутна поради вклучување на многу страни (министерства, организации и приватниот сектор) за да се осигури дека туристичката индустрија и нејзините активности се спроведуваат во согласност со релевантните закони и прописи.

На овој начин, рамката за туристичка политика која ќе обезбеди одржлив туризам ги опфаќа сите нивоа, почнувајќи од националните, па се до локалните нивоа, а притоа потребен е стратешки пристап за справување со сложени ситуации. Имено, владините институции кои се надлежни за туризмот во Косово немаат национална стратегија за туризам.

Поради тоа, поголемите заинтересирани страни во туризмот се посветени на подигнување на свеста на владата на централно ниво да развива нови закони, регулативи и национална стратегија за туризам³⁷.

Од друга страна, владините институции надлежни за работите од областа на туризмот и угостителството во Косово, па и оние кои на индиректен начин се поврзани со туризмот, презеле одредени мерки и донесле одлуки, со цел подобрување на

³⁷ Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (SIDA), Analizë e gjendjes aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë: Aktivitet për fuqizimin e sektorit privat, Prishtinë, Prill 2018, faqe 54

состојбата на туризмот во ова земја. Во продолжение на овој труд ќе се обидеме да направиме сумарен преглед на мерки и одлуки во сферата на туризмот.

3.1. Програма на Владата на Република Косово 2017-2021

Во 2017 година, Владата на Република Косово донесе Програма за периодот 2017-2021 година³⁸, каде меѓу другото се поставени и цели и задачи од областа на туризмот во ова земја. Целта на тогашната влада била со помош на оваа програма да се создаде нов стандард на управување, кој се темели на четири столбови: владеење на правото, економски развој и вработување, евро-атлантски интеграции и секторски развој.

Токму брзиот економски развој, кој се заснова на човечкиот потенцијал и природното богатство на Косово, се смета за главна оска на целокупната програма, а целта е да се зголеми благосостојбата, да се отворат нови работни места и да се елиминира екстремната сиромаштија во Косово. Покрај другото, посебна важност во таа програма имаат развојните политики во областа на руралниот туризам, односно агро-туризмот, но и развој на мултифункционалниот туристички резорт на “Брезовица“³⁹.

3.2. Поединечни мерки и одлуки од министерствата

Во Програмата на Владата на Република Косово за периодот 2017-2021 година, во делот Секторски развој, во рамки на Министерството за дијаспора и стратешки инвестиции, точка 2: Стратешки инвестиции, заради зголемување на странските инвестиции во државата, владата:

- ќе ја комплетира законската рамка и ќе донесе административни упатства и правилници заради олеснување на привлекувањето на странски инвестиции во

³⁸ Qeveria e Republikës së Kosovës, Programi i Qeverisë së Republikës së Kosovë 2017-2021, Prishtinë, Shtator 2017, f.4

³⁹ Исто, стр.6

најзначајните сектори на економијата, меѓу кои спаѓа и туризмот (потточка б), а временскиот период за реализација на оваа мерка е 2017-2021 година,

Во рамките на Министерството за транспорт и врски, од аспект на поврзување на земјата со соседните региони и на локално ниво, поради подобар и побрз пристап на домашните и странските туристи во Косово, предвидено е:

- Завршување на автопатот Приштина-Скопје (до косовско-македонската граница) во рамки на Коридорот 8 и 10,
- Завршување на автопатот Морица-Приштина-Мердаре,
- Завршување на автопатот Приштина-Гнилане,
- Завршување на автопатот Приштина-Пеќ,
- Завршување на автопатот Приштина-Митровица,
- Завршување на автопатот Дечан-Граница со Црна Гора,
- Завршување на магистрални и локални патни правци,
- Проширување на меѓународниот аеродром во Приштина,
- Организирање и менаџирање со железничките линии во земјата.

Министерството за финансии, со цел олеснување на слободното движење на стоки, услуги, капитал и луѓе, може да помогне во привлекувањето на странските инвестиции, односно мотивирање на домашните и странските инвеститори. Тоа значи дека се очекуваат позитивни ефекти, не само од аспект на реализирање на финансиската политика, туку и врз работењето на сите туристички субјекти (угостителски објекти, туристички агенции, туроператори, туристички водичи и слично):

- целосна дигитализација на услугите, особено на граничните премини, заради побрзо и полесно поминување на државната граница и за жителите и за странските туристи (One Stop Shop),
- отварање на нови гранични премини и поврзување на компаниите со пристаништето во Драч, Република Албанија, преку заеднички царински служби,

- создавање на Фонд за кредитни гаранции за малите и средните претпријатија, како промотори на економскиот развој на земјата, заради полесен пристап на овие претпријатија до капитал. Со ова подразбираме дека во овој фонд ќе може да аплицираат и претпритијата од областа на туризмот и угостителството,
- поттикнување на јавно-приватно партнерство како важен модел на инвестирање на државно и локално ниво, во оние сектори кои покажуваат знаци на економски раст, зголемување на вработувањата и подобрување на квалитетот на услугите.

Во рамки на Министерството за култура, млади и спорт, предвидени се:

- точка 4, промовирање на културата, соживотот на етничките, верските и јазичните заедници на земјата, со посебен акцент спрема промовирањето на овие културни вредности надвор од државата,
- точка 6, интеграција на културното наследство спрема одржливиот развој,
- точка 7, вклучување на културното наследство во развојните планови,
- точка 10, основање на музеји.

Министерството за иновации и претприемништво предвидело одредени мерки кои може да се искористат од страна на малите и средните претпријатија, затоа што актуелната структура на економијата на Косово се карактеризира со 90% од МСП. Поради ова, се планира намалување на бирократски бариери, полесен пристап до финансии, борба против сивата економија и економскиот криминал, стимулирање на иновативни активности и проекти (со фокус према производството и услугите), зголемување на конкурентноста и вклучување на младите и жените во работењето и менаџирањето со претпријатијата (бизнис инкубатори и старт-ап компании), намалување на ДДВ-то од 18 на 6%.

Министерството за трговија и индустрија, во чија надлежност потпаѓа секторот туризам, во својата програма, покрај другото, предвидело неколку мерки кои треба да се преземат во областа на туризмот:

- хармонизација на домашната легислатива со легислативата на ЕУ во областа на туризмот,

- развој на туристичка политика,
- развој на рурален туризам и агро-туризам,
- развој на туристичкиот резорт “Брезовица“,
- подобрување и унапредување на статистичката рамка за секторот туризам (сместување, патници, туристи) од страна на Агенцијата за статистики на Косово,
- промоција на туризмот на Косово.

Тоа што може да се забележи е дека од 21 министерства од колку се состои Владата на Република Косово, само кај 6 министерства туризмот е ставен во проектни програми за временскиот период 2017-2021 година.

Значајни министерства не изготвиле никакви проекти или не предложиле мерки за подобрување на состојбата со туризмот во земјата, како што се: Министерството за економија, Министерството за земјоделство, Министерството за регионален развој, Министерството за животна средина и просторно планирање, Министерството за образование, наука и технологија и слично.

Од друга страна, сметаме дека туризмот зазема мало место во рамки на владините институции и токму поради горанаведените причини, секторот туризам мора да биде самостојно регулиран, во смисла на основање на Министерство за туризам, или Национална организација за туризам (NTO).

3.3. Мерки и одлуки на општините во Косово

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, нема да имаат можности 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 општините и другите субјекти 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 поструктуриран и кој ќе го открие или потенцира постоењето на релевантните фактори за поуспешна соработка помеѓу јавната администрација и бизнис секторот во контекст на развојот на туризмот.

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 е тесно поврзан со развојот на туристичката дејност.

Правилната, конструктивна и креативна соработка меѓу засегнатите страни може да има многу предности, односно потенцијални придобивки во градењето консензус за туристичките политики:

- избегнување на долгорочните трошоци за контрадикторни конфликти помеѓу интересните групи;
- обезбедување одреден степен 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.

На пример, Општина Пеќ, се смета за една од најзначајните туристички дестинации на Косово, а во овој аспект може да се спомнат неколку заеднички проекти од областа на туризмот⁴⁰:

- Основање на Канцеларија за информации од туризмот (Tourist Information Office). Во таа смисла се направени и подготвителни работи за подобро искористување на туристичкиот потенцијал на општината, давањето на потребните туристички информативни услуги за превоз, сместување, информации за патеките итн. Во исто време, оваа канцеларија има за цел да прерасне во Сектор за одржлив развој кој ќе ја продолжи добрата соработка со туристичките бизниси преку обезбедување на потребната помош во промовирањето на можностите за услугите што ги нудат.
- Инвестирање во уредување и промовирање на културниот туризам во рамките на Музејот на Пеќ,
- Основање на Младински центар во Пеќ, во вредност од 400 илјади евра, кој ќе се користи и за организирање на културни настани и манифестации кои се привлечни за домашните и странските посетители,
- Подобрување на условите на меѓуграничниот премин со Црна Гора, во вредност од 410 илјади евра, што ќе помогне во намалувањето на административните бариери и олеснување на слободното движење на туристите од двете страни на границата,
- Домашна инвестиција во нов туристички производ во Пеќ, познат како “Парамотор“, како нова атракција за сите љубители на летањето со параглајдер,
- Домашна инвестиција за градење на таканаречен “зиплајн“ (zipline), познат како Виа Ферата 3, како надополнување на двета други линии, посебно во 5-тиот километар од целокупната линија,
- Заедничка инвестиција со Свис Контакт и организацијата Анибар за уредување на паркот Карагач,
- Инвестиција од страна на Општина Пеќ и ЕУ за уредување на “Старите чаршии во Дукаѓини“.

⁴⁰ Красниќи Л., Културно-историските вредности како потенцијал за одржлив развој на туризмот во Пеќ, Република Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2019 година, стр. 198 – 199

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.

3.4. Заеднички мерки и одлуки на централната и локалната власт

Централната и локалната власт во Косово⁴¹ 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 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 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 разни развојни програми, планови и стратегии; давање финансиска помош, размена на искуства и знаења; капитални инвестиции; кадровски

⁴¹ Ахмети Х., Туристичките потенцијали – значаен фактор за одржлив развој на туризмот во Призрен, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2019 година, стр. 172 – 174

потенцијал; од областа на преземање на мерки за заштита на животната средина и културното наследство итн.

За развој на туризмот во Косово 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. Денес општините во Косово имаат огромен недостиг на финансиски и човечки капитал, како за реализација на проектите од областа на туризмот, така и за преземање разни иницијативи од областа на инфраструктурата воопшто. Во тој контекст неопходно е преземање засилени мерки и активности на овој план, кои во иднина треба да доведат до зголемен развој на туризмот.

Веќе повеќе години, заради зголемената сложеност и конкурентност на туристичката индустрија, развиени се различни реформи на законодавството за туризам во земји со потенцијален туризам, како што е и Косово, со цел да се создаде здрава и одржлива туристичка околина, која, пак, ќе создаде општ економски просперитет за целата заедница. Без соодветно законодавство и почитување на владеењето на правото, туристичкиот сектор не може да биде организиран, управуван или да има позитивно економско влијание врз државата.

Така, постои еден нацрт-концепт од 2018 година, изготвен од страна на Министерството за трговија и индустрија (МТИ), ТАИЕКС и е консултиран со ресорните министерства и приватни субјекти во Косово кои идентификувале клучни области на правна интервенција во туризмот, со предлози или мерки кои треба да регулираат повеќе аспекти⁴².

Според тоа, сметаме дека фокусот треба да се стави на следните прашања:

Табела бр.14. Предлози и препораки за интервенции во туристичкото законодавство

| | |
|------------------------------------|--|
| Области на интервенција во законот | <ul style="list-style-type: none">▪ Развој на туризмот (стратегии, планови, програми, инвестиции)▪ Организирање и структурирање на дејноста▪ Државна интервенција (стимули, субвенции, извлекување од кризи, намалување даноци и такси, поволни кредитни каматни стапки, концесии, олеснувања и ослободувања)▪ Просторно дефинирање (зонирање, локации за инвестирање, заштитни појаси, концесионирање на земјиштето, |
|------------------------------------|--|

⁴² Хајдини А., Спроведување на европската легислатива од областа на туризмот како значаен фактор за развој на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2019 година, стр.217-220

| | |
|--|---|
| | <p>ослободување или олеснување на давачките за градење нови објекти или друга туристичка инфраструктура, урбани и детални планови)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Дефинирање на работата на локалните, регионалните, националните и меѓународните организации од областа на туризмот, јавно-приватно партнерство ▪ Поставување стандарди за вршење на дејноста (лиценци, сертификати, ISO) ▪ Развој и подобрување на квалитетот на производите и услугите (класификација, категоризација, етикетање, амбалажирање, меѓународни стандарди) ▪ Развој на човечки ресурси (образование, квалификации, обуки, странски јазици, менаџерски вештини) ▪ Одржлив развој (еко-стандарди, заштита и зачувување, користење обновлива енергија, управување со отпадоците, воспоставување меѓународни стандарди за заштита на животната средина) ▪ Регулација на дејноста на туристичките водичи, придружници, аниматори, претставници ▪ Креирање национален регистар и/или систем за вршителите на туристичка и угостителска дејност ▪ Регулација на туристички/пазарни инспекциски служби за надзор над спроведувањето на законите ▪ Интернационализација ▪ Имплементирање туристичка регулатива на Европската Унија (прилагодување на законите спрема оние на ЕУ, односно хармонизација на домашната регулатива, особено на онаа туристичката) ▪ Членување во меѓународни и регионални туристички организации ▪ Изградба на имиџ на посакувана дестинација со помош на маркетинг и промоција |
|--|---|

| | |
|--------------------------------|--|
| <p>Организации во туризмот</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Создавање Национална агенција за туризам (национална туристичка организација, агенција за промоција на туризмот и слично) ▪ Создавање Совет за туризам на Косово (составен од претставници на повеќе министерства, сектори) ▪ Охрабрување за создавање здруженија на туристички бизниси, туристички сојузи, туристички асоцијации, туристички комори ▪ Задолжување на општините во создавањето на сектори или одделенија за развој на туризмот ▪ Охрабрување/задолжување за создавање DMO (организации за управување со дестинации) ▪ Охрабрување/задолжување за создавање TIC (туристичко-информативни центри) |
|--------------------------------|--|

| | |
|------------------------------|--|
| <p>Деловен/бизнис сектор</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Регулација на дејноста на угостителските објекти за сместување ▪ Регулација на дејноста на угостителските објекти за исхрана и пијалаци ▪ Посебен третман на центрите за спа/велнес туризам ▪ Регулација на дејноста на ски центрите, аква-парковите, |
|------------------------------|--|

| | |
|--|---|
| | <p>туристичко-рекреативните и спортски центри, плажите во природните и вештачките езера и акумулации</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Охрабрување и олеснување на градењето на конгресни, односно конференциски капацитети ▪ Регулација на дејноста на угостителските објекти во природни паркови, национални паркови, резервати, заштитени подрачја ▪ Субвенционирање на субјектите кои се занимаваат со развојот на руралниот/селскиот туризам ▪ Субвенционирање на субјектите кои се занимаваат со организирање настани, манифестации, фестивали ▪ Регулација на дејноста на туристичките агенции и тур-оператори ▪ Регулација на дејноста на туристичките водичи, придружници, аниматори, претставници ▪ Регулација на дејноста на туристичките субјекти кои даваат услуги за туристичка опрема ▪ Регулација на дејноста на физичките лица кои даваат услуги за сместување ▪ Заштита на потрошувачите (туристите) според домашно законодавство, но и според специфичните директиви на Европската Унија |
|--|---|

| | |
|-------------|---|
| Лиценцирање | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Категоризација на сите видови објектите за сместување ▪ Категоризација на сите видови објектите за исхрана ▪ Лиценцирање на туристичките агенции и тур-оператори ▪ Лиценцирање на туристичките водичи, придружници, аниматори, претставници ▪ Лиценцирање на туристички инспектори ▪ Лиценцирање на превозниците кои се занимаваат исклучиво со туристичко патување ▪ Лиценцирање на менаџерите/директорите на хотелите, туристичките агенции, тур-операторите ▪ Лиценцирање на водичите на планина, екстремн туризам (авантуризам) ▪ Лиценцирање на спасителите (Црвен крст) |
|-------------|---|

| | |
|---------------------------------|--|
| Финансиски / буџетски извори | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Државен буџет (поставување ставки/потставки за развој на туризмот, % издвоен од БДП-то и слично) ▪ Локален буџет (поставување ставки/потставки за развој на туризмот) ▪ Приходи од туристичка такса ▪ Приходи од доделени концесии ▪ Приходи од игри на среќа, за цели за развој на туризмот ▪ Приходи од меѓународни проекти (ИПА фондови на Европската Унија, други меѓународни организации) ▪ Приходи од донаторски организации ▪ Придонеси од приватниот сектор, за маркетинг и промоција на туризмот |
|---------------------------------|--|

Како што може да се забележи од горенаведената табела, општата легислативна туристичка инфраструктура во секторот туризам во Косово, до денес сè уште не ги има пополнето најзначајните аспекти поврзани со стратегиското планирање, перформанса, одржлив развој, меѓународен карактер и слично, а најмалку кога зборуваме за европската легислатива во областа на туризмот.

Затоа, сметаме дека туристичката легислатива на Косово има потреба од целосно ремоделирање кое ќе се заснова на инклузивен пристап за сите чинители, на принципите на визионерско и добро планирање и реализирање на поставените цели и задачи.

3.5. Стратегиски документи, насоки и политики

Сите земји, независно од степенот на економска развиеност, настојуваат да го развијат туризмот⁴³ поради многубројните негови позитивни влијанија. Тој придонесува за економски раст и развој на туристичката дестинација и на земјата во целина, промовирање на меѓународното разбирање и мир, зголемување на животниот стандард на рецептивното население, стимулирање на локалната трговија и индустрија, заштита на културното наследство и слично.

За да може да се остварат зацртаните цели на раст и развој преку туризмот, неминовно е сите носители на туристичката понуда да ги планираат своите активности со цел да привлечат што поголем број туристи, но истовремено да се грижат и за зачувување на сите ресурси преку воведување на практики и активности кои го промовираат одржливиот развој на туризмот.

Активната улога на државата претпоставува намерна, свесна активност во туризмот која ја усвојува генералната политика за туристички развој на земјата во целина со дефинирање на зацртаните цели, специфичните политики и развојната структура на туризмот.

Истовремено, таа обезбедува буџет наменет за туристичка промоција и маркетинг, создава поволни услови за инвестирање во туристичкиот сектор, ги

⁴³ Красниќи Л., Културно-историските вредности како потенцијал за одржлив развој на туризмот во Пеќ, Република Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2019 година, стр. 222-223

донесува и спроведува законите кои го регулираат развојот на туризмот, ги подобрува и поттикнува сите видови сообраќај и презема други слични мерки.

Од друга страна, треба да се идентификуваат локалитетите со потенцијал да станат регионални и национални туристички атракции и да се помогне во нивната систематска трансформација во производи и услуги на културниот туризам. Треба сите избрани културни ресурси (цамии, цркви, кули, музеи и слично) да бидат системски организирани, претставени, успешно управувани и презентирани пред посетителите со соодветна инфраструктура за пречек и престој, а при нивното презентирање да се користи модерната технологија. Треба да се поттикне приватното претприемништво во насока на развојот, дополнувањето и поддршката на културните вредности.

Туризмот треба да претставува сектор кој ќе биде подржан и од јавните институции и од приватниот сектор, но и од странските инвеститори со помош на потпишување на различни спогодби и договори за да се искористат сите потенцијали и предности на туризмот, а тоа значи дека преку спојувањето на финансиските средства на различните учесници ќе се влијае на развојот на туризмот во земјата односно ќе се овозможи привлекување на странски и меѓународни субвенции и други видови на средства.

На пример, како значајни насоки и политики на Косово во однос на развојот на туризмот се и оние кои произлегуваат од Стратегија за културно наследство 2017-2027 на Министерството за култура⁴⁴ на Косово. Имено, културното наследство е дефинирано како еден од приоритетните сектори на Владата на Косово, како што е утврдено со Програмата на Владата на Република Косово.

Ова ја сочинува 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

⁴⁴ Ахмети Х., Туристичките потенцијали – значаен фактор за одржлив развој на туризмот во Призрен, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, 2019 година, стр. 175 – 176

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 таа стратегија може да се сумираат на следниот начин:

[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.

3.6. Меѓународни проекти од областа на туризмот

Во Косово се реализирани повеќе развојни проекти⁴⁵ од страна на различни организации и институции, најчесто со меѓународни финансии. Најчести донатори за проекти за развој на туризмот биле оние финансирани од страна на Европската Унија, Германската агенција за меѓународен развој ГИЗ, Програмата за развој на Обединетите нации УНДП, Агенцијата на САД за меѓународен развој УСАИД и неколку други национални агенции.

Канцеларијата на Европската Унија во Косово дава голем приоритет за поддршка на регионалниот економски развој во Косово во согласност со најдобрите европски практики, каде туризмот е во централен фокус на стратегиите за регионален развој.

Проектите спрема регионалниот економски развој започнаа да се изготвуваат и реализираат во 2008 година, по осамостојувањето, со започнување на подготовките за првиот проект за техничка помош за воспоставување на мрежа на регионален развој (RD) на територијата на Косово. Најголемите меѓународни организации, како и петте

⁴⁵ Ministri e Tretgtisë dhe Industrisë, Profili i Sektorit të Turizmi, Projekt i Programit për Zhvillim të Kombeve të Bashkuara (UNDP) dhe Ministrisë së Punëve të Jashtme të Finlandës, Prishtinë 2014, f.29

агенции за регионален развој на Косово, спроведуваат динамична агенда за развој и во последните неколку години се реализираат повеќе проекти за развој на туризмот.

Како еден од најдобрите примери на финансиран проект од страна на Европската Комисија, е проектот за развој на туризмот наречен “Се гледаме во Дукаѓини“ (See You in Dukagjini), спроведен од страна на организацијата позната како Културно наследство без граници.

Целта на проектот бил да се придонесе за создавање на основа за одржлив развој во Косово и консолидација на економските региони, создавање на рамка на регионален развој и поддршка на економската обнова, создавање работни места и развој на човечки ресурси во економските региони.

Меѓунаеодната организација GIZ и понатаму поддржува проекти за зголемување на конкурентноста во приватниот сектор и проекти за рурален економски развој. Овие проекти ги опфатиле следниве области:

- Поддршка за развој на производи, квалификација и регионално вмрежување,
- Помош при имплементација на Стратегијата за туризам на Косово,
- Промоција на планирање и спроведување на стратешки проекти во развој на регионалниот туризам на југот и истокот на Косово,
- Анализа на транснационалниот туристички потенцијал на југот од регионот на Шар Планина, како дел од студијата за меѓународна соработка,
- Промоција на развој на туризмот базиран на заедницата во Штрпце со фокус на зајакнување на целогодишните производи за туризам и регионалната интеграција и
- Промовирање на бањскиот туризам во регионот на Клокот.

УНДП Косово со свои проекти постојано го поддржува развојот на туризмот во ова земја, најчесто со проекти за одржливо управување и зачувување на биолошката разновидност, а таков проект успешно е реализира во Општина Драгаш.

Друг значаен проект од ова организација бил проектот за трговска помош, кој имал за цел да ја подобри имплементацијата на реформите со мерки за развој на трговијата и трговските капацитети, со фокус на надостатокот на таквите капацитети и техничка помош на Министерството за трговија и индустрија (МТИ).

На локално ниво, проектот имал за цел да ја зајакне продуктивноста, вработувањето и претприемништвото, со фокус на јужниот економски регион каде има мали и средни претпријатија.

Друг значаен проект е Програмата за приватните претпријатија на Косово (КРЕР), како четиригодишна активност која имала за цел стимулирање на економијата на Косово со помош на зголемување на конкурентноста на претпријатијата, со помош на УСАИД, со посебно внимание за претпријатијата који вршат туристичка и угостителска дејност на Косово.

ДЕЛ ТРЕТИ: Анализа на резултатите од спроведеното теренско и онлајн истражување

За реализација на истражувањето во овој труд и поради добивање на поточни резултати се користи лично интервју и онлајн прашалник, составени од повеќе прашања, (структурирани прашања кои се затворени и за тие прашања испитаниците треба да дадат одговор со одбирање однапред дадени одговори), неколку прашања се од типот на листи (се одбира кој било одговор), други прашања се категоризирани (се селектира само еден даден одговор, да или не), како и прашања со рангирање.

1. Методологија на изготвување на прашалникот

За реализација на целите на истражувањето во овој труд, мора да се признае фактот дека, без познавање на основната методологија за истражување, не може да се постигне посакуваниот успех. За да постане ефикасно истражувањето, тој процес треба да помине и помина низ неколку фази:

- Дефинирање на проблемот и целите на истражувањето,
- Изготвување план за истражување,
- Собирање на податоците,
- Обработка и анализа на податоците и
- Прикажување и интерпретација на резултатите.

Од друга страна, во овој труд ги искористивме најзначајните елементите на процесот на истражување на терен:

- Изворот на податоците,
- Методите на истражувањето,
- Инструментите на истражувањето,
- Техниките за контактирање или комуницирање,
- План за земање примерок,
- Роковите за реализација.

За време на изготвувањето на извештајот за истражувањето, во рамките на анализата и интерпретацијата на резултатите од истражувањето, се обидовме да почитуваме одредени важни принципи, како што се:

- Да се има предвид за кого се однесува тој извештај,
- Да се имаат предвид сите поставени цели на истражувањето,
- Да се биде селективен,
- Да се биде максимално објективен,
- Да се има предвид логичкиот редослед на презентирањето, односно прикажувањето на резултатите,
- Да се напише на јасен и разбирлив начин и слично.

Во нашето истражување ја искористивме анкетата како техника, со помош на анкетни прашалници, затоа што овозможува брзо и квантитативно прибирање релевантни податоци. Нашата цел беше да се соберат голем број податоци од анкетираниите субјекти, но и да се стекне увид во ставовите и мислењата на претставниците на тие субјекти.

2. Ограничувања при истражувањето на терен и онлјан истражувањето

За време на собирањето на податоците и информациите во анкетањето, се појавија неколку проблеми и потешкотии:

- Одреден број анкетирани лица во прв момент не сакаа и не прифаќаа да бидат анкетирани;
- Еден дел од нив не можевме да ги затекнеме во своите канцеларии, па затоа беше потребно да се јавуваме телефонски за да ги потсетиме дека им е доставен анкетен прашалник;
- Сметаме дека за некои од прашањата се дадени погрешни и неискрени одговори, затоа што одредени субјекти имаат недефинирани надлежности или имаат меѓусебен судир на надлежности;

- Според одредени одговори во одговорените прашалници, може да се забележи дека прашањата се одговорени многу брзо, па сметаме дека не размислувале многу при давањето одговор;
- Иако времето за давање одговор на прашањата од прашалникот, според наши проценки, требаше да биде релативно, сепак неколку анкетни прашалници беа одговорени во последниот рок поставен за одговарање на прашалниците.

Сметаме дека, покрај горенаведените ограничувања, односно проблеми и потешкотии во анкетирањето, посебно внимание се стави на начинот на доставување на анкетните прашалници.

Имено, заради добивање сигурност во давањето на одговорите, анкетните прашалници беа изготвени во хартиена форма, пратени по брза пошта до анкетираните субјекти, со приемна доставница, адресирани на одговорното лице во тоа министерство/сектор/одделение, општина и други субјекти.

3. Анкетен прашалник

Примерокот на ова истражување е во согласност со предметот што се истражува, а во зависност од располагањето со податоци. Популацијата која е предмет на ова истражување се:

- министерствата,
- општините,
- приватниот сектор (хотели, туристички агенции, туристичките друштва и асоцијации и други организации од областа на туризмот).

На овој начин, популацијата која е предмет во ова истражување се:

- 21 министерство,
- 38 општини,
- 468 субјекти од приватниот сектор (254 хотели, 209 туристички агенции, 5 туристички здруженија).

Така, изготвени се 21 интервју со претставници од министерствата и 38 интервјуа со општините, а до субјектите од приватниот сектор се доставени вкупно 468 прашалници, кои беа поднесени во електронска форма на нивните и-мејл адреси.

Првиот дел од истражувањето, кое се однесува на интервјуте на министерствата и општините, е реализиран на терен, додека другиот дел претставува анкетниот прашалник, а овие два дела беа реализирани од 25.11.2018 до 25.12.2018 година, каде од испитаниците било замолено прашањата да ги одговорат лично и онлајн.

Истражувањето се спроведе со помош на лично интервју и доставување на онлајн прашалник, посебно за секоја група од испитаниците (интервју со раководните лица во министерствата и општините), и со директорите или менаџерите на хотелите, туристичките агенции и другите организации од областа на туризмот, а како начин на прикажување на податоците се користи дескриптивната обработка на податоците (бројки, проценти, табели).

4. Анализа на добиените податоци и резултати од истражувањето

Врз основа на спроведеното лично интервју со министерствата и општините и онлајн прашалникот кој беше доставен до субјектите од приватниот сектор (хотели, туристички агенции, туристичките друштва и асоцијации и други организации од областа на туризмот), во продолжение на овој текст ќе се прикажат резултатите од спроведеното истражување, посебно за секој дел.

4.1. Анализа на резултатите од истражувањето кај министерствата

Во рамки на ова истражување беа вклучени 21 министерство од колку што е составена Владата на Република Косово. Кај овие министерства беше спроведено лично интервју составен од прашалник со 15 прашања, но повратен одговор по однос на интервјуте добивме од страна на 16 министерства. Поради добивање поточни резултати, во дескриптивната анализа ќе ги вклучиме и оние министерства кои не одговорија во прашалникот, но само како статистички број, во смисла на вредност која недостасува (missing values).

4.1.1. Дескриптивна анализа

Дескриптивната (описна) анализа на статистичките податоци помага да се опишат и разберат карактеристиките на одредена група на податоци со давање на кратко резиме, односно објаснување за примерокот (популацијата) на истражувањето, како и мерењето, односно мерките кои произлегуваат од анализирањето на тие податоци.

За целите на ова истражување, при дескриптивната анализа на податоците, ќе ја користиме проценката на централната тенденција (аритметичката средина, медијаната и модалната вредност) и мерките на варијабилноста (стандардната девијација, варијансата и опсегот). За ова цел ќе ја користиме SPSS програмата од IBM.

Табела бр.15, Вие припаѓате на:

| Statistics | | | | | |
|-------------------|---------|--------------|---------|---|-------|
| Вие припаѓате на: | | Министерство | Општина | Приватен субјект од областа на туризмот | Друго |
| N | Valid | 16 | 0 | 0 | 0 |
| | Missing | 5 | 0 | 0 | 0 |
| Mean | | 1.0000 | | | |
| Median | | 1.0000 | | | |
| Mode | | 1.00 | | | |
| Std. Deviation | | 0.00000 | | | |
| Variance | | 0.000 | | | |
| Range | | 0.00 | | | |

| Вие припаѓате на: | | | | | |
|-------------------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | | 16 | 76.2 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Ова прашање беше поставено за да нема недоразбирања околу тоа кој е учесник во ова истражување, па според тоа, во истражувањето биле вклучени 21 испитаници (министерства), но само 16 одговориле на овој прашалник.

Табела бр.16, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.0625 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.25000 |
| Variance | | 0.063 |
| Range | | 1.00 |

| Дали имате законски надлежности од областа на туризмот? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 15 | 71.4 | 93.8 | 93.8 |
| | Не | 1 | 4.8 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Од податоците може да се види дека само едно анкетирано министерство има законска надлежност од областа на туризмот и угостителството, а тоа е Министерството за трговија и индустрија.

Табела бр.17, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|---------|--------|
| N | Valid | 1 |
| | Missing | 20 |
| Mean | | 7.0000 |
| Median | | 7.0000 |
| Mode | | 7.00 |
| Range | | 0.00 |

| Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Друго | 1 | 4.8 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 20 | 95.2 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Според потадоците, само еден испитаник одговорил дека има одредена структура на организирање на работите од областа на туризмот, а одговорот бил под “друго“.

Табела бр.18, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структуратана организирање на работите:

| Statistics | | |
|------------|---------|--------|
| N | Valid | 1 |
| | Missing | 20 |
| Mean | | 1.0000 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Range | | 0.00 |

| Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структуратана организирање на работите: | | | | | |
|--|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Дивизија за туризам | 1 | 4.8 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 20 | 95.2 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Називот на структурата на организирање на работите од областа на туризмот, во рамки на надлежното министерство се нарекува “Дивизија за туризам“.

Табела бр.19, Дали сметате дека Вашето министерство треба да има одредени надлежности од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.2500 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.44721 |
| Variance | | 0.200 |
| Range | | 1.00 |

| Дали сметате дека Вашето министерство треба да има одредени надлежности од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 12 | 57.1 | 75.0 | 75.0 |
| | Не | 4 | 19.0 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Најголемиот процент од министерствата одговориле дека би сакале да имаат одредени надлежности од областа на туризмот, а за тоа одговориле 75%, додека само 4 министерства одговориле негативно по однос на ова прашање.

Табела бр.20, Доколку имате надлежности од областа на туризмот, колку лица се вработени во вашата организација?

| Statistics | | | | | |
|-------------------|---------|------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | | 1 вработен | од 2-10 вработени | од 11-20 вработени | од 21-50 вработени |
| N | Valid | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | Missing | 20 | 21 | 21 | 21 |
| Mean | | 2.0000 | | | |
| Median | | 2.0000 | | | |
| Mode | | 2.00 | | | |
| Range | | 0.00 | | | |

| Доколку имате надлежности од областа на туризмот, колку лица се вработени во вашата организација? | | | | | |
|--|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | од 2-10 вработени | 1 | 4.8 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 20 | 95.2 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Само едно министерство одговорило на ова прашање, а во рамки на тоа надлежно министерство има 2 до 10 вработени кои работат во туризмот. Впрочем,

според податоците од Министерството за трговија и индустрија, во Дивизијата за туризам се вработени 4 лица.

Табела бр.21, Дали сте учествувале во изготвување на проекти од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.1250 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.34157 |
| Variance | | 0.117 |
| Range | | 1.00 |

| Дали сте учествувале во изготвување на проекти од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 14 | 66.7 | 87.5 | 87.5 |
| | Не | 2 | 9.5 | 12.5 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Само 2 министерства не учествувале во изготвување на проекти од областа на туризмот, додека 14 министерства биле вклучени во таква активност, што уште еднаш се потврдува дека поголемиот дел од министерствата се заинтересирани да имаат одредени надлежности во туризмот.

Табела бр.22, Дали соработувате со другите министерства за проекти од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|---------|--------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.3750 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |

| | |
|----------------|---------|
| Std. Deviation | 0.50000 |
| Variance | 0.250 |
| Range | 1.00 |

| Дали соработувате со другите министерства за проекти од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 10 | 47.6 | 62.5 | 62.5 |
| | Не | 6 | 28.6 | 37.5 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Околу 63% од испитаниците одговориле дека соработувале, односно соработуваат со другите министерства за проекти од областа на туризмот Меѓутоа, се забележува дека над 1/3 од овие министерства немаат соработка во оваа насока, под претпоставка дека или не се заинтересирани или немаат законски надлежности со кои би биле задолжени да соработуваат и учествуваат во проекти од туризмот.

Табела бр.23, Доколку соработувате, Ве молиме оценете ја таа соработка од 1 до 5, каде 1 значи никаква соработка, 2 значи мала соработка, 3 значи соработка, 4 значи голема соработка и 5 значи одлична соработка:

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 4.3125 |
| Median | | 5.0000 |
| Mode | | 5.00 |
| Std. Deviation | | 1.07819 |
| Variance | | 1.163 |
| Range | | 3.00 |

| Доколку соработувате, Ве молиме оценете ја таа соработка од 1 до 5 | | | | | |
|--|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Мала соработка | 2 | 9.5 | 12.5 | 12.5 |

| | | | | | |
|---------|-------------------|----|-------|-------|-------|
| | Соработка | 1 | 4.8 | 6.3 | 18.8 |
| | Голема соработка | 3 | 14.3 | 18.8 | 37.5 |
| | Одлична соработка | 10 | 47.6 | 62.5 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Ниту едно министерство не одговорило дека немаат никаква соработка, 2 министерства рекле дека имаат мала соработка со другите министерства, а само едно министерство таквата соработка ја смета како типична соработка. Од друга страна, 3 министерства соработката ја оценуваат со оценка “4“, односно како голема соработка, а дури 10 министерства, односно над 62% од испитаниците сметаат дека соработката е одлична и има оценка “5“.

Табела бр.24, Дали вашето министерство предложило мерки за развој на туризмот во Косово?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.1875 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.54391 |
| Variance | | 0.296 |
| Range | | 2.00 |

| Дали вашето министерство предложило мерки за развој на туризмот во Косово? | | | | | |
|--|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 14 | 66.7 | 87.5 | 87.5 |
| | Не | 1 | 4.8 | 6.3 | 93.8 |
| | Немаме одговор | 1 | 4.8 | 6.3 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Над 87% од испитаниците одговориле дека министерството предложило одредени мерки за развој на туризмот во Косово, додека едно министерство не предложило такви мерки, а други министерство не одговорило по ова прашање, па сметаме дека и овој одговор е негативен.

Табела бр.25, Дали вашето министерство донесло одредени одлуки за развој на туризмот во Косово?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.8125 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.40311 |
| Variance | | 0.163 |
| Range | | 1.00 |

| Дали вашето министерство донесло одредени одлуки за развој на туризмот во Косово? | | | | | |
|---|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 3 | 14.3 | 18.8 | 18.8 |
| | Не | 13 | 61.9 | 81.3 | 100.0 |
| | Немаме одговор | 0 | 0.0 | 0.0 | |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

Ако резултатите од ова прашање се споредат со оние од претходното прашање, тогаш може да се забележи дека над 81% од министерствата вклучени во ова истражување немаат донесено одлуки за развој на туризмот, а само 3 министерства имаат такви одлуки.

Табела бр.26, Дали преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законите и/или подзаконските акти?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.8125 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.40311 |
| Variance | | 0.163 |
| Range | | 1.00 |

| Дали преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законите и/или подзаконските акти? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 3 | 14.3 | 18.8 | 18.8 |
| | Не | 13 | 61.9 | 81.3 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

На ова прашање, потврдно одговориле само 3 министерства, под претпоставка дека тие имаат некакви надлежности во туризмот, директно или индиректно, а останатиот дел од министерствата имаат негативен одговор по ова прашање.

Табела бр.27, Доколку вашето министерство предложило мерки и/или донесло одредени одлуки за развој на туризмот, Ве молиме наведете за кои области станува збор:

| Statistics | | |
|----------------|----------|---------|
| N | Valid | 114 |
| | Missing | 142 |
| | Total f. | 256 |
| Mean | | 1.0000 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.00000 |
| Variance | | 0.000 |
| Range | | 0.00 |

| Доколку вашето министерство предложило мерки и/или донесло одредени одлуки за развој на туризмот, Ве молиме наведете за кои области станува збор: | | | | | |
|---|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Домашни и странски инвестиции | 3 | 1.2 | 100.0 | 1.2 |
| Valid | Безбедност и сигурност | 11 | 4.3 | 100.0 | 5.5 |
| Valid | Инфраструктура (патна, железничка, авионска, друга) | 4 | 1.6 | 100.0 | 7.1 |
| Valid | Финансии | 8 | 3.1 | 100.0 | 10.2 |
| Valid | Здравство | 2 | 0.8 | 100.0 | 11.0 |
| Valid | Култура (културно наследство, културни манифестации и сл.) | 10 | 3.9 | 100.0 | 14.9 |
| Valid | Иновации, претприемништво | 10 | 3.9 | 100.0 | 18.8 |
| Valid | Образование и наука | 4 | 1.6 | 100.0 | 20.4 |
| Valid | Информатичка технологија | 12 | 4.7 | 100.0 | 25.1 |
| Valid | Трговија | 12 | 4.7 | 100.0 | 29.8 |
| Valid | Регионален и локален економски развој | 9 | 3.5 | 100.0 | 33.3 |
| Valid | Заштита и зачувување на животната средина | 15 | 5.9 | 100.0 | 39.2 |
| Valid | Земјоделство и рурален развој | 6 | 2.3 | 100.0 | 41.5 |
| Valid | Меѓународна соработка | 6 | 2.3 | 100.0 | 43.8 |
| Valid | Маркетинг и промоција | 2 | 0.8 | 100.0 | 44.6 |
| | System | 114 | 44.6 | 44.6 | 44.6 |
| Missing | | 142 | 55.4 | 55.4 | 100.0 |
| Total | | 256 | 100.0 | | |

Министерствата кои одговориле на овој прашалник, дале повеќе одговори, затоа што повеќе сфери се поврзани меѓусебно и тие министерства имаат повеќе и поразлични надлежности.

Тоа што може да се забележи е дека најголем број на одговори (13.16%) се дадени на заштитата и зачувувањето на животната средина, а потоа подеднакво се дадени одговори на опцијата информатичка технологија и трговија (по 10.52%) и на трето место по број на одговори е безбедноста и сигурноста.

Се разбира дека горенаведените области се важни за развојот на туризмот, меѓутоа треба да се наведе дека други многу поважни области се заоставени во донесувањето на мерки и одлуки како што се: маркетинг и промоција (1.75%), домашни и странски инвестиции (2.63%), сообраќајна инфраструктура (3.51%) и образование и наука (3.51%).

Табела бр.28, Дали предложените мерки и/или одлуки се спроведуваат според однапред утврдениот план за спроведување?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 1.8125 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.40311 |
| Variance | | 0.163 |
| Range | | 1.00 |

| Дали предложените мерки и/или одлуки се спроведуваат според однапред утврдениот план за спроведување? | | | | | |
|---|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 16 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| | Не | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | Немаме одговор | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

На ова прашање одговориле сите 16 испитаници, а сите тие одговориле дека предложените мерки и одлуки се спроведуваат според однапред утврден план на реализација.

Табела бр.29, Доколку се спроведуваат тие мерки и одлуки, според Ваша оценка, колкаво е нивото на спроведување (од 1 до 10, каде 1 е најниска, додека 10 е највисока):

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 16 |
| | Missing | 5 |
| Mean | | 6.8750 |
| Median | | 6.0000 |
| Mode | | 6.00 |
| Std. Deviation | | 1.50000 |
| Variance | | 2.250 |
| Range | | 4.00 |

| Доколку се спроведуваат тие мерки и одлуки, според Ваша оценка, колкаво е нивото на спроведување (од 1 до 10, каде 1 е најниска, додека 10 е највисока) | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 2 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 3 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 4 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 5 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 6 | 11 | 52.4 | 68.8 | 68.8 |
| | 7 | 1 | 4.8 | 6.3 | 75.0 |
| | 8 | 1 | 4.8 | 6.3 | 81.3 |
| | 9 | 1 | 4.8 | 6.3 | 87.5 |
| | 10 | 2 | 9.5 | 12.5 | 100.0 |
| | Total | 16 | 76.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 5 | 23.8 | | |
| Total | | 21 | 100.0 | | |

На ова прашање немале одговор кај оценките од 1 до 5, а потоа со оценка “6” одговориле 11 министерства, а тоа што се забележува е дека по едно министерство кое одговорило на овој прашалник се согласува со тоа дека степенот на реализација на мерките и одлуките може да се оцени со оценка “7”, “8” и “9” и само две министерства можат да се пофалат со тоа дека целосно ги спроведуваат мерките, па затоа дале оценка “10”.

4.2. Анализа на резултатите од истражување кај општините

Во рамки на ова истражување беа вклучени 38 општини на целата територија на Република Косово. Кај овие општини беше спроведено лично интервју составен од прашалник со 20 прашања, но повратен одговор добивме од страна на 31 општина.

4.2.1. Дескриптивна анализа

Дескриптивната (описна) анализа на статистичките податоци помага да се опишат и разберат карактеристиките на одредена група на податоци со давање на

кратко резиме, односно објаснување за примерокот (популацијата) на истражувањето, како и мерењето, односно мерките кои произлегуваат од анализирањето на тие податоци.

За целите на ова истражување, при дескриптивната анализа на податоците, ќе ја користиме проценката на централната тенденција (аритметичката средина, медијаната и модалната вредност) и мерките на варијабилноста (стандардната девијација, варијансата и опсегот). За ова цел ќе ја користиме SPSS програмата од IBM.

Табела бр.30, Вие припаѓате на:

| Statistics | | | | | |
|----------------|---------|--------------|---------|---|-------|
| | | Министерство | Општина | Приватен субјект од областа на туризмот | Друго |
| N | Valid | 0 | 31 | 0 | 0 |
| | Missing | 38 | 7 | 38 | 38 |
| Mean | | | 1.0000 | | |
| Median | | | 1.0000 | | |
| Mode | | | 1.00 | | |
| Std. Deviation | | | 0.00000 | | |
| Variance | | | 0.000 | | |
| Range | | | 0.00 | | |

| Вие припаѓате на: | | | | | |
|-------------------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 31 | 81.6 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Ова прашање беше поставено за да нема недоразбирања околу тоа кој е учесник во ова истражување, па според тоа, во истражувањето биле вклучени 38 испитаници (општини), но само 31 одговориле на овој прашалник.

Табела бр.31, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|---------|----|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |

| | |
|----------------|---------|
| Mean | 1.1842 |
| Median | 1.0000 |
| Mode | 1.00 |
| Std. Deviation | 0.39286 |
| Variance | 0.154 |
| Range | 1.00 |

| Дали имате законски надлежности од областа на туризмот? | | | | | |
|--|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 31 | 81.6 | 81.6 | 81.6 |
| | Не | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | Missing | 7 | 18.4 | 18.4 | 100.0 |
| | Total | 38 | 100.0 | 100.0 | |

Од податоците може да се види дека сите општини имаат одредени законски надлежност од областа на туризмот и угостителството.

Табела бр.32, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?

| Statistics | | | | | |
|-------------------|---------|---------|-----------|----------|-------|
| | | Сектор | Одделение | Комисија | Друго |
| N | Valid | 7 | 4 | 0 | 0 |
| | Missing | 31 | 34 | 38 | 38 |
| Mean | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Median | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Mode | | 1.00 | 1.00 | | |
| Std. Deviation | | 0.00000 | 0.00000 | | |
| Variance | | 0.000 | 0.000 | | |
| Range | | 0.00 | 0.00 | | |

| Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот? | | | | | |
|---|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Сектор | 7 | 18.4 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 31 | 81.6 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |
| Valid | Одделение | 4 | 10.5 | 100.0 | 100.0 |
| Missing | System | 34 | 89.5 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Според потадоците, седум општини имаат сектор за туризам, додека 4 општини имаат одделенија во својата структура на организирање на работите од областа на туризмот.

Табела бр.33, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структуратана организирање на работите:

| Statistics | | | |
|------------|---------|----|----|
| N | Valid | 0 | 38 |
| | Missing | 38 | 0 |

| Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структуратана организирање на работите: | | | |
|--|--------|-----------|---------|
| | | Frequency | Percent |
| Missing | System | 38 | 100.0 |

Нема одговор по ова прашање од ниту една општини во однос на називот на структурата на организирање на работите од областа на туризмот.

Табела бр.34, Доколку имате структура на организирање на работите од областа на туризмот (систематизација на работни места), колку лица се вработени во вашата општина?

| Statistics | | | | | |
|----------------|---------|------------|-------------------|-----------------------|-----------------|
| | | 1 вработен | од 2-10 вработени | од 11 до 20 вработени | над 21 вработен |
| N | Valid | 11 | 7 | 0 | 0 |
| | Missing | 27 | 31 | 38 | 38 |
| Mean | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Median | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Mode | | 1.00 | 1.00 | | |
| Std. Deviation | | 0.00000 | 0.00000 | | |
| Variance | | 0.000 | 0.000 | | |
| Range | | 0.00 | 0.00 | | |

Доколку имате структура на организирање на работите од областа на туризмот (систематизација на работни места), колку лица се вработени во вашата општина?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1 вработен | 11 | 28.9 | 100.0 | 100.0 |
| Valid | од 2-10 вработени | 7 | 18.4 | 100.0 | 100.0 |
| Valid | од 11 до 20 вработени | 0 | 0.0 | 0.0 | |
| Valid | над 21 вработен | 0 | 0.0 | 0.0 | |
| Missing | System | 20 | 52.7 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Најголемиот процент од општините имаат еден вработен кој има надлежности во областа на туризмот и/или угостителството, додека 7 општини имаат до десет вработени лица во секторот или одделението за туризам. Претпоставуваме дека најголемите општини имаат поголем број на вработени во туризмот. Другите општини кои беа вклучени во ова истражување не одговориле по однос на ова прашање.

Табела бр.35, Дали вашата општина има изготвено стратегија за развој на туризмот или друг сличен документ од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.6452 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.48637 |
| Variance | | 0.237 |
| Range | | 1.00 |

| Дали вашата општина има изготвено стратегија за развој на туризмот или друг сличен документ од областа на туризмот? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 11 | 28.9 | 35.5 | 35.5 |
| | Не | 20 | 52.6 | 64.5 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Околу 36% од анкетираниите општини имаат стратегија за развој на туризмот или сличен документ од областа на туризмот, додека над 64% од бројот на општините вклучени во ова истражување немаат стратегија за туризам.

Табела бр.36, Дали постои посебен буџет за развој на туризмот во рамки на вкупниот буџет на Вашата општина?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.7742 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.42502 |
| Variance | | 0.181 |
| Range | | 1.00 |

| Дали постои посебен буџет за развој на туризмот во рамки на вкупниот буџет на Вашата општина? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 7 | 18.4 | 22.6 | 22.6 |
| | Не | 24 | 63.2 | 77.4 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Само 7 општини имаат посебен буџет за развој на туризмот, додека останатиот дел од општините немаат таков буџет, или пак имаат одредени ставки во вкупниот буџет на таа општина.

Табела бр.37, Доколку постои буџет за туризам, колкав дел е резервиран за работи од областа на туризмот:

| Statistics | | | | | |
|----------------|---------|---------------|------------|-------------|---------|
| | | помалку од 1% | од 1 до 5% | од 6 до 10% | над 10% |
| N | Valid | 24 | 7 | 0 | 0 |
| | Missing | 14 | 31 | 38 | 38 |
| Mean | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Median | | 1.0000 | 1.0000 | | |
| Mode | | 1.00 | 1.00 | | |
| Std. Deviation | | 0.00000 | 0.00000 | | |
| Variance | | 0.000 | 0.000 | | |
| Range | | 0.00 | 0.00 | | |

| Доколку постои буџет за туризам, колкав дел е резервиран за работи од областа на туризмот: | | | | | |
|--|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | помалку од 1% | 24 | 77.4 | 63.2 | 63.2 |
| Valid | од 1 до 5% | 7 | 22.6 | 18.8 | 82.0 |
| Valid | од 6 до 10% | 0 | 0.0 | 0.0 | 82.0 |
| Valid | над 10% | 0 | 0.0 | 0.0 | 82.0 |
| | System | 31 | 100.0 | | 82.0 |
| | Missing | 7 | 18.8 | | 100.0 |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Над 77% од општините кои се анктерирани за ова истражување имаат под 1% финансиски средства кои се резервирани за развој на туризмот, или одредени ставки се однесуваат на развојот на туризмот, но на индиректен начин се трошат за туризмот. Само 7 општини имаат буџет до 5% од вкупниот буџет на општината, па претпоставуваме дека тие се и најголемите општини во државата.

Табела бр.38, Доколку постои буџет за туризам, за какви цели се трошат финансиските средства?

| Statistics | | | | | | | | |
|----------------------------|---------|----|--------|--------|------|----------------|----------|-------|
| | | | Mean | Median | Mode | Std. Deviation | Variance | Range |
| Маркетинг | Valid | 10 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 28 | | | | | | |
| Промотивни активности | Valid | 11 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 27 | | | | | | |
| Изградба на инфраструктура | Valid | 2 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 36 | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|---------|----|--------|--------|------|---------|-------|------|
| Развој на човечки ресурси | Valid | 2 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 36 | | | | | | |
| Подобрување или унапредување на ИКТ | Valid | 2 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 36 | | | | | | |
| Субвенционирање на услуги | Valid | 2 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 36 | | | | | | |
| Други цели | Valid | 2 | 1.0000 | 1.0000 | 1.00 | 0.00000 | 0.000 | 0.00 |
| | Missing | 36 | | | | | | |

| Доколку постои буџет за туризам, за какви цели се трошат финансиските средства? | | | | | |
|---|-------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Маркетинг | 10 | 26.3 | 32.2 | 32.2 |
| Valid | Промотивни активности | 11 | 28.8 | 35.3 | 67.5 |
| Valid | Изградба на инфраструктура | 2 | 5.3 | 6.5 | 74.0 |
| Valid | Развој на човечки ресурси | 2 | 5.3 | 6.5 | 80.5 |
| Valid | Подобрување или унапредување на ИКТ | 2 | 5.3 | 6.5 | 87.0 |
| Valid | Субвенционирање на услуги | 2 | 5.3 | 6.5 | 93.5 |
| Valid | Други цели | 2 | 5.3 | 6.5 | 100.0 |
| | System | 31 | 0 | 100 | |
| | Missing | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Поголемиот дел од општините на ова прашање одговориле дека средствата наменети за туризам се трошат за промотивни активности и маркетинг (по повеќе од ¼ или за двата активности над 55%), а потоа подеднакво следат активностите на ИКТ, човечки ресурси, инфраструктура, субвенции и други цели.

Табела бр.39, Дали соработувате со институциите од централната власт за проекти од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|-------|----|
| N | Valid | 31 |

| | | |
|----------------|---------|---------|
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.3226 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.47519 |
| Variance | | 0.226 |
| Range | | 1.00 |

| Дали соработувате со институциите од централната власт за проекти од областа на туризмот? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 21 | 55.3 | 67.7 | 67.7 |
| | Не | 10 | 26.3 | 32.3 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Речиси 68% соработуваат со институциите од централната власт за проекти од туризмот, а над 32% одговориле негативно. Претпоставуваме дека постои одреден конфликт помеѓу општините и владата, па затоа имаме негативни одговори.

Табела бр.40, Дали соработувате со другите општини за проекти од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.5484 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.50588 |
| Variance | | 0.256 |
| Range | | 1.00 |

| Дали соработувате со другите општини за проекти од областа на туризмот? | | | | | |
|---|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 14 | 36.8 | 45.2 | 45.2 |
| | Не | 17 | 44.7 | 54.8 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |

| | | | | | |
|---------|--------|----|-------|--|--|
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Над 45% од анкетираниите општини соработуваат меѓусебно, а околу 55% немаат некоја соработка за проекти од туризмот. И во одно на ова прашање претпоставуваме дека постои одреден конфликт меѓу нив кој не дозволува соодветна соработка (политички, етнички, партиски и слично).

Табела бр.41, Дали соработувате со приватните субјекти од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.0968 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.30054 |
| Variance | | 0.090 |
| Range | | 1.00 |

| Дали соработувате со приватните субјекти од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 28 | 73.7 | 90.3 | 90.3 |
| | Не | 3 | 7.9 | 9.7 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

На ова прашање, потврдно одговориле 28 општини или над 90% од анкетираниите испитаници, додека само 3 општини одговориле негативно.

Табела бр.42, Дали соработувате со меѓународни организации од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|---------|----|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |

| | |
|----------------|---------|
| Mean | 1.2903 |
| Median | 1.0000 |
| Mode | 1.00 |
| Std. Deviation | 0.46141 |
| Variance | 0.213 |
| Range | 1.00 |

| Дали соработувате со меѓународни организации од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 22 | 57.9 | 71.0 | 71.0 |
| | Не | 9 | 23.7 | 29.0 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Околу 71% од анкетираните општини одговориле дека соработуваат со меѓународните организации од областа на туризмот, а останатиот процент од општините немаат некоја одредена соработка со таквите организации.

Табела бр.43, Дали вашата општина предложило мерки и/или донесло одлуки за развој на туризмот во општината/државата?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.6452 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.48637 |
| Variance | | 0.237 |
| Range | | 1.00 |

| Дали вашата општина предложило мерки и/или донесло одлуки за развој на туризмот во општината/државата? | | | | | |
|--|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 11 | 28.9 | 35.5 | 35.5 |
| | Не | 20 | 52.6 | 64.5 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |

| | | | | | |
|---------|--------|----|-------|--|--|
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Над 35% од анкетираниите општини предложиле мерки и имаат донесено одредени одлуки за развој на туризмот во општината, односно државата, а негативно на ова прашање одговориле 64.5% од анкетираниите општини.

Табела бр.44, Дали централната власт прифатила некоја од предложените мерки и/или одлуки доставени од ваша страна?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 2.0000 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.44721 |
| Variance | | 0.200 |
| Range | | 2.00 |

| Дали централната власт прифатила некоја од предложените мерки и/или одлуки доставени од ваша страна? | | | | | |
|--|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 3 | 7.9 | 9.7 | 9.7 |
| | Не | 25 | 65.8 | 80.6 | 90.3 |
| | Делумно | 3 | 7.9 | 9.7 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Околу 81% од анкетираниите општини сметаат дека нивните предлози за преземање мерки и донесување одлуки не биле прифатени, само 3 општини потврдно одговориле, а 3 општини сметаат дека делумно се прифатени нивните предлози.

Табела бр.45, Дали мерките и/или одлуките се донесени од страна на советите на општините или од страна на владините институции и организации?

| Statistics | | |
|------------|---------|----|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |

| | |
|----------------|-------------------|
| Mean | 2.0000 |
| Median | 2.0000 |
| Mode | 1.00 ^a |
| Std. Deviation | 1.00000 |
| Variance | 1.000 |
| Range | 2.00 |

| Дали мерките и/или одлуките се донесени од страна на советите на општините или од страна на владините институции и организации? | | | | | |
|--|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Од страна на советите на општините | 15 | 39.5 | 48.4 | 48.4 |
| | Од страна на централната власт | 1 | 2.6 | 3.2 | 51.6 |
| | -И од советите на општините и од централната власт | 15 | 39.5 | 48.4 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Речиси половина од општините одговориле дека советите на тие општини носат мерки и одлуки, а речиси другата половина сметаат дека и централната власт заедно со општините и нивните совети донесле одредени мерки и одлуки, а само една општина одговорила дека такви одлуки се донесуваат само од страна на централната власт.

Табела бр.46, Дали при донесувањето на мерките и/или одлуките била вклучена локалната заедница?

| Statistics | | |
|-------------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 1.0645 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.24973 |
| Variance | | 0.062 |
| Range | | 1.00 |

Дали при донесувањето на мерките и/или одлуките била вклучена локалната

| заедница? | | | | | |
|-----------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 29 | 76.3 | 93.5 | 93.5 |
| | Не | 2 | 5.3 | 6.5 | 100.0 |
| | Делумно | 0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Само две општини не ја вклучиле локалната заедница во донесувањето на мерки и одлуки за туризмот, додека останатиот најголем дел од нив ги имале предвид предлозите на локалната заедница, затоа што таа учествуваала во таквите средби.

Табела бр.47, Дали ги спроведувате донесените мерки и одлуки од ваша страна?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 2.0968 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 1.01176 |
| Variance | | 1.024 |
| Range | | 2.00 |

| Дали ги спроведувате донесените мерки и одлуки од ваша страна? | | | | | |
|--|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 14 | 36.8 | 45.2 | 45.2 |
| | Не | 0 | 0.0 | 0.0 | 45.2 |
| | Делумно | 17 | 44.7 | 54.8 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Над 45% од анкетираниите општини сметаат дека тие ги реализираат мерките и одлуките што ги донесуваат, негативно на ова прашање не одговорило ни една општина, а речиси 55% од општините рекле дека делумно ги спроведуваат тие мерки и одлуки.

Табела бр.48, Дали спроведените мерки и/или одлуки имаат некаков ефект врз развојот на туризмот во вашата општина?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |
| Mean | | 2.0968 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.90755 |
| Variance | | 0.824 |
| Range | | 2.00 |

| Дали спроведените мерки и/или одлуки имаат некаков ефект врз развојот на туризмот во вашата општина? | | | | | |
|--|--------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Имаат позитивен ефект | 11 | 28.9 | 35.5 | 35.5 |
| | Имаат негативен ефект | 6 | 15.8 | 19.4 | 54.8 |
| | Состојбата е непроменета | 14 | 36.8 | 45.2 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

Над 45% од анкетираниите општини сметаат дека мерките и одлуките што тие ги донесуваат немаат никаков ефект врз развојот на туризмот, негативно на ова прашање одговориле 6 општина, а над 35% од општините сметаат дека тие мерки и одлуки имаат позитивен ефект врз развојот на туризмот во нивната општина. Претпоставуваме дека состојбата е непроменета затоа што можеби мерките се однесуваат на подолг временски период на реализација.

Табела бр.49, Дадете оценка на нивото на спроведување на мерките/одлуките (1 е најниска, додека 10 е највисока):

| Statistics | | |
|------------|---------|----|
| N | Valid | 31 |
| | Missing | 7 |

| | |
|----------------|---------|
| Mean | 6.5161 |
| Median | 6.0000 |
| Mode | 6.00 |
| Std. Deviation | 0.72438 |
| Variance | 0.525 |
| Range | 3.00 |

| Дадете оценка на нивото на спроведување на мерките/одлуките (1 е најниска, додека 10 е највисока): | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 2 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 3 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 4 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 5 | 1 | 2.6 | 3.2 | 3.2 |
| | 6 | 16 | 42.1 | 51.6 | 54.8 |
| | 7 | 11 | 28.9 | 35.5 | 90.3 |
| | 8 | 3 | 7.9 | 9.7 | 100.0 |
| | 9 | 0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | 10 | 0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | Total | 31 | 81.6 | 100.0 | |
| Missing | System | 7 | 18.4 | | |
| Total | | 38 | 100.0 | | |

На ова прашање немале одговор кај оценките од 1 до 4, а потоа со оценка “5” одговорила само една општина, а тоа што може да се забележи е дека 16 општини (51%) кои одговориле на овој прашалник се согласуваат со тоа дека степенот на реализација на мерките и одлуките може да се оцени со оценка “6”.

Според резултатите, 11 општини (35%) сметаат дека реализацијата на мерките и одлуките може да се оцени со “7” и ниту една општина не може да се пофали со тоа дека целосно ги спроведуваат мерките или да оценат со оценка “9” или оценка “10”.

4.3. Анализа на резултатите од истражување кај субјектите од приватниот сектор

Во рамки на ова истражување беа вклучени 468 субјекти од приватниот сектор (254 хотели, 209 туристички агенции и 5 туристички здруженија) на целата територија

на Република Косово. Кај овие приватни субјекти од областа на туризмот беше испратено онлајн прашалник составен од 26 прашања, но повратен одговор добивме од страна на 143 хотели, 112 туристички агенции и од 2 туристички здруженија.

4.3.1. Дескриптивна анализа

Дескриптивната (описна) анализа на статистичките податоци помага да се опишат и разберат карактеристиките на одредена група на податоци со давање на кратко резиме, односно објаснување за примерокот (популацијата) на истражувањето, како и мерењето, односно мерките кои произлегуваат од анализирањето на тие податоци.

За целите на ова истражување, при дескриптивната анализа на податоците, ќе ја користиме проценката на централната тенденција (аритметичката средина, медијаната и модалната вредност) и мерките на варијабилноста (стандардната девијација, варијансата и опсегот). За ова цел ќе ја користиме SPSS програмата од IBM.

Табела бр.50, Вие припаѓате на:

| Statistics | | | | | |
|----------------|---------|------------------|---------|--|-------|
| | | Министерств о | Општина | Приватен субјект од областа на туризмот | Друго |
| N | Valid | 0 | 0 | 257 | 0 |
| | Missing | 468 | 468 | 211 | 468 |
| Mean | | | | 3.0000 | |
| Median | | | | 3.0000 | |
| Mode | | | | 3.00 | |
| Std. Deviation | | | | 0.00000 | |
| Variance | | | | 0.000 | |
| Range | | | | 0.00 | |

| Приватен субјект од областа на туризмот | | | | | |
|---|--|---------------|---------|------------------|-----------------------|
| | | Frequenc y | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Министерство | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | Општина | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | Приватен субјект од областа на туризмот | 257 | 54.9 | 100.0 | 100.0 |

| | | | | | |
|---------|--------|-----|-------|--|--|
| | Друго | 0 | 0.0 | | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Ова прашање беше поставено за да нема недоразбирања околу тоа кој е учесник во ова истражување, па според тоа, во истражувањето биле вклучени 468 испитаници (општини), но само 257 (или 54,9%) одговориле на овој прашалник.

Табела бр.51, Во управувањето со вашата компанија, Вие сте:

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.7276 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.44605 |
| Variance | | 0.199 |
| Range | | 1.00 |

| Во управувањето со вашата компанија, Вие сте: | | | | | |
|---|---------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Менаџер (директор, раководител) | 70 | 15.0 | 27.2 | 27.2 |
| | Вработено лице | 187 | 40.0 | 72.8 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Од податоците може да се види дека на овој прашалник одговориле 70 менаџери на овие компании или претпријатија, додека 187 прашалници се одговорени од страна на вработените. Претпоставуваме дека овие вработени се подобро запознаени со работите, па добиле налог тие да одговорат на овој прашалник.

Табела бр.52, Вашата возраст е:

| Statistics | | |
|------------|---------|--------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.1868 |

| | |
|----------------|---------|
| Median | 2.0000 |
| Mode | 2.00 |
| Std. Deviation | 0.85931 |
| Variance | 0.738 |
| Range | 4.00 |

| Вашата возраст е: | | | | | |
|-------------------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Од 18 до 25 години | 59 | 12.6 | 23.0 | 23.0 |
| | Од 26 до 40 години | 102 | 21.8 | 39.7 | 62.6 |
| | Од 41 до 54 години | 90 | 19.2 | 35.0 | 97.7 |
| | Од 55 до 65 години | 1 | 0.2 | 0.4 | 98.1 |
| | Над 65 години | 5 | 1.1 | 1.9 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Според потадоците од табелата, најголемиот број на испитаници имаат возраст од 26 до 40 години (околу 40% од испитаниците), потоа следат оние кои имаат возраст од 41 до 54 години (околу 28% од испитаниците) и оние на возраст до 25 години (речиси 23%). Се забележува дека испитаниците над 55 и 65 годишна возраст се во мал број.

Табела бр.53, Вашиот пол е:

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.3424 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.47544 |
| Variance | | 0.226 |
| Range | | 1.00 |

Вашиот пол е:

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Машки | 169 | 36.1 | 65.8 | 65.8 |
| | Женски | 88 | 18.8 | 34.2 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

По однос на ова прашање, доминира бројот на оние испитаници кои се од машки пол (околу 66%) над оние од женскиот пол (над 34%). Со ова уште еднаш се потврдува дека претпријатија повеќе се настроени спрема вработувањето на машката популација, можеби под претпоставка дека тие можат да извршуваат и физичка работа во одредени случаи.

Табела бр.54, Вашиот степен на образование е:

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.6459 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.66959 |
| Variance | | 0.448 |
| Range | | 2.00 |

| Вашиот степен на образование е: | | | | | |
|---------------------------------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | основно образование | 28 | 6.0 | 10.9 | 10.9 |
| | средно образование | 35 | 7.5 | 13.6 | 24.5 |
| | високо образование | 194 | 41.5 | 75.5 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Речиси 11% од испитаниците имаат основно образование, над 13% имаат завршено средно образование, а останатиот дел од 75% од испитаниците имаат завршено високо образование.

Табела бр.55, Колку години работите во дејноста туризам и угостителство?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.3463 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.77101 |
| Variance | | 0.594 |
| Range | | 3.00 |

| Колку години работите во дејноста туризам и угостителство? | | | | | |
|--|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | до 1 година | 11 | 2.4 | 4.3 | 4.3 |
| | од 1 до 10 години | 182 | 38.9 | 70.8 | 75.1 |
| | од 11 до 20 години | 28 | 6.0 | 10.9 | 86.0 |
| | над 20 години | 36 | 7.7 | 14.0 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Од 1 до 10 години работен стаж имаат околу 71% од сите испитаници, а веќе од 11 години работа до над 20 години стаж имаат заедно 21% од анкетираниите испитаници. Многу мал е процентот на оние вработени кои се вработиле веќе една година.

Табела бр.56, Колку вработени работат во вашата компанија?

| Statistics | | |
|------------|-------|-----|
| N | Valid | 257 |

| | | |
|----------------|---------|---------|
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.0545 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.74801 |
| Variance | | 0.560 |
| Range | | 4.00 |

| Колку вработени работат во вашата компанија? | | | | | |
|--|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 вработен | 34 | 7.3 | 13.2 | 13.2 |
| | од 2-10 вработени | 201 | 42.9 | 78.2 | 91.4 |
| | од 11 до 20 вработени | 1 | 0.2 | 0.4 | 91.8 |
| | од 21 до 50 вработени | 16 | 3.4 | 6.2 | 98.1 |
| | над 50 вработени | 5 | 1.1 | 1.9 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Околу 60% од анкетираниите субјекти, во својата компанија имаат вработено од 2 до 10 работници, речиси 19% од овие компании имаат од 11 до 20 вработени лица, а само 34 испитаници одговориле дека имаат само еден вработен или таканаречени “човек-фирма“, пот претпоставка дека само тоа лице е пријавено како вработено, а во меѓувреме има и други вработени.

До и над 50 вработени имаат 16, односно 5 компании, а поради тоа сметаме дека овие се и најголемите компании од областа на хотелството. Впрочем, најголемите хотели се наоѓаат во главниот град Приштина, кои вработуваат над 100 работници, а во текот на сезоната тој број достигнува и до 200 вработени лица.

Табела бр.57, Дали работите во текот на сезоната или низ цела година?

| Statistics | | |
|------------|-------|-----|
| N | Valid | 257 |

| | | |
|----------------|---------|---------|
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.8872 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.31702 |
| Variance | | 0.100 |
| Range | | 1.00 |

| Дали работите во текот на сезоната или низ цела година? | | | | | |
|---|-------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Во текот на сезоната | 29 | 6.2 | 11.3 | 11.3 |
| | Во текот на цела година | 228 | 48.7 | 88.7 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 11% од анкетираниите компании работат во текот на сезоната, меѓутоа најголемиот број од нив (околу 89%) работат во текот на целата сезона, што сметаме дека претставува добар показател дека туризам има во текот на целата година.

Табела бр.58, Дали вашата компанија е категоризирана (лиценцирана) по закон?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.6381 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.66540 |
| Variance | | 0.443 |
| Range | | 2.00 |

| Дали вашата компанија е категоризирана (лиценцирана) по закон? | | | | | |
|--|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 27 | 5.8 | 10.5 | 10.5 |
| | Не | 39 | 8.3 | 15.2 | 25.7 |

| | | | | | |
|---------|---------------|-----|-------|-------|-------|
| | Немам одговор | 191 | 40.8 | 74.3 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Најголемиот дел од анкетираниите субјекти (над 74%) на ова прашање одговориле дека немаат одговор, а само 10.5% или 27 компании одговориле дека се категоризирани, односно лиценцирани и 39 компании биле чесни во својот одговор и рекле дека не се категоризирани или немаат лиценца.

Табела бр.59, Дали исполнувате минимално-технички услови и стандарди во работењето на вашата компанија?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.2840 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.95661 |
| Variance | | 0.915 |
| Range | | 2.00 |

| Дали исполнувате минимално-технички услови и стандарди во работењето на вашата компанија? | | | | | |
|---|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 91 | 19.4 | 35.4 | 35.4 |
| | Не | 2 | 0.4 | 0.8 | 36.2 |
| | Немам одговор | 164 | 35.0 | 63.8 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Речиси 64% од испитаниците немаат одговор по ова прашање, двајца одговориле дека немаат такви услови и стандарди, а бројот на испитаниците кои одговориле потврдно е 91, односно над 35%. Треба да се истакне во овој случај дека голем дел од компаниите кои се анкетирани, под претпоставка, немаат минимални и технички услови или стандарди за работа, можеби поради стриктните законски обврски и барања по вршењето на туристичка или угостителската дејност.

Табела бр.60, Дали знаете колку закони го регулираат работењето на вашата компанија во областа на туризмот и угостителството?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.7821 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.85650 |
| Variance | | 0.734 |
| Range | | 4.00 |

| Дали знаете колку закони го регулираат работењето на вашата компанија во областа на туризмот и угостителството? | | | | | |
|---|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Еден закон | 25 | 5.3 | 9.7 | 9.7 |
| | Два до три закони | 41 | 8.8 | 16.0 | 25.7 |
| | Четири до пет закони | 168 | 35.9 | 65.4 | 91.1 |
| | Шест до десет закони | 11 | 2.4 | 4.3 | 95.3 |
| | Над десет закони | 12 | 2.6 | 4.7 | 100.0 |
| | Total | | 257 | 54.9 | 100.0 |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 65% од анкетираниите субјекти сметаат дека има 4 до 5 закони кои ја регулираат нивната дејност, околу 16% сметаат дека има до три закони, а од друга страна, мал е бројот на испитаниците кои сметаат дека има еден закон или над десет закони за дејноста која тие ја вршат.

Табела бр.61, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а се однесуваат на развојот на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|-------|-----|
| N | Valid | 257 |

| | | |
|----------------|---------|---------|
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.5058 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.50094 |
| Variance | | 0.251 |
| Range | | 1.00 |

| Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а се однесуваат на развојот на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 127 | 27.1 | 49.4 | 49.4 |
| | Не | 130 | 27.8 | 50.6 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

На ова прашање, потврдно одговориле 127 анкетирани субјекти, односно над 49%, додека останатиот дел од речиси 51% од анкетираниите испитаници не се запознаени со мерките и одлуките на владата за развојот на туризмот.

Табела бр.62, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општината во која дејствувате, а се однесуваат на развојот на туризмот?

| Statistics | | |
|-------------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.3930 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.48937 |
| Variance | | 0.239 |
| Range | | 1.00 |

| Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општината во која дејствувате, а се однесуваат на развојот на туризмот? | | | | | |
|---|----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 156 | 33.3 | 60.7 | 60.7 |
| | Не | 101 | 21.6 | 39.3 | 100.0 |

| | | | | | |
|---------|--------|-----|-------|-------|--|
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Околу 61% од анкетираниите субјекти одговориле дека се запознаени со мерките и одлуките донесени од страна на општината, а над 39% сметаат дека не знаат за такви мерки и одлуки.

Табела бр.63, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции и општинските органи влијаат врз работењето на вашата компанија?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.2879 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 3.00 |
| Std. Deviation | | 0.80208 |
| Variance | | 0.643 |
| Range | | 2.00 |

| Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на | | | | | |
|---|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да, влијаат позитивно | 56 | 12.0 | 21.8 | 21.8 |
| | Не, влијаат негативно | 71 | 15.2 | 27.6 | 49.4 |
| | Немаат ниту позитивно ниту негативно влијание | 130 | 27.8 | 50.6 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Околу 22% од анкетираниите субјекти одговориле дека мерките и одлуките на владата влијаат позитивно врз работењето на нивните компании, а негативно одговориле околу 28% од испитаниците, додека останатиот дел од речиси 51% одговориле дека ниту имаат позитивни ниту негативни ефекти, па според тоа

претпоставуваме дека не знаат точно кои се мерките или одлуките врз работењето на нивните компании.

Табела бр.64, Доколку имаат позитивно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најмалку, додека 5 е најмногу):

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 56 |
| | Missing | 412 |
| Mean | | 3.7679 |
| Median | | 4.0000 |
| Mode | | 4.00 |
| Std. Deviation | | 0.50420 |
| Variance | | 0.254 |
| Range | | 2.00 |

| Доколку имаат позитивно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најниско, додека 5 е највисоко): | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 2 | 2 | 0.4 | 3.6 | 3.6 |
| | 3 | 9 | 1.9 | 16.1 | 19.6 |
| | 4 | 45 | 9.6 | 80.4 | 100.0 |
| | 5 | 0 | 0.0 | 0.0 | 100.0 |
| | Total | 56 | 12.0 | 100.0 | |
| Missing | System | 412 | 88.0 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 80% од анкетираниите субјекти одговориле дека предложените мерки и одлуки имаат позитивно влијание, а таквото влијание може да се оцени со оценка “4“, додека другиот дел од субјектите сметаат дека влијанието може да се оцени и со оценка “3“ и со “5“. Тука треба да се има предвид дека одговорите се еднакви со бројот на дадени одговори во претходното прашање (56 потврдни одговори).

Табела бр.65, Доколку имаат негативно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најниско, додека 5 е највисоко):

| Statistics |
|------------|
|------------|

| | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 71 |
| | Missing | 397 |
| Mean | | 4.6056 |
| Median | | 5.0000 |
| Mode | | 5.00 |
| Std. Deviation | | 0.66502 |
| Variance | | 0.442 |
| Range | | 2.00 |

| Доколку имаат негативно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најниско, додека 5 е највисоко): | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 2 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 3 | 7 | 1.5 | 9.9 | 9.9 |
| | 4 | 14 | 3.0 | 19.7 | 29.6 |
| | 5 | 50 | 10.7 | 70.4 | 100.0 |
| | Total | 71 | 15.2 | 100.0 | |
| Missing | System | 397 | 84.8 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 70% од анкетираниите субјекти одговориле дека предложените мерки и одлуки имаат негативно влијание, а таквото влијание може да се оцени со највисоката оценка “5“, што значи дека тие мерки и одлуки се многу негативни по нивната дејност, додека другиот дел од субјектите сметаат дека влијанието може да се оцени и со оценка “4“ и со “3“. Тука треба да се има предвид дека одговорите се еднакви со бројот на дадени одговори во претходното прашање (71 негативно одговори).

Табела бр.66, На кој аспект од вашето работење се однесуваат Владините мерки и/или одлуки:

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.7160 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 2.05421 |
| Variance | | 4.220 |
| Range | | 8.00 |

| На кој аспект од вашето работење се однесуваат Владините мерки и/или одлуки: | | | | | |
|---|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Даноци и такси | 104 | 22.2 | 40.5 | 40.5 |
| | Финансиско работење | 54 | 11.5 | 21.0 | 61.5 |
| | Управување со човечки ресурси | 27 | 5.8 | 10.5 | 72.0 |
| | Договори и други услови за вработување | 24 | 5.1 | 9.3 | 81.3 |
| | Оптоварување/олеснување на примената на законските одредби | 10 | 2.1 | 3.9 | 85.2 |
| | Субвенционирање | 10 | 2.1 | 3.9 | 89.1 |
| | Инспекциски надзор | 26 | 5.6 | 10.1 | 99.2 |
| | Користење на ИКТ | 1 | 0.2 | 0.4 | 99.6 |
| | Други аспекти | 1 | 0.2 | 0.4 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

По однос на ова прашање има повеќе одговори, најмногу се одговорило на даноците и таксите како владина мерка и одлука, потоа околу финансиското работење, управување со човечките ресурси, инспекцискиот надзор, договорите за вработување.

Табела бр.67, Дали централните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија?

| Statistics | | |
|-------------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.8949 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.30723 |
| Variance | | 0.094 |
| Range | | 1.00 |

| Дали централните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија? | | | | | |
|--|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да, помагаат | 27 | 5.8 | 10.5 | 10.5 |

| | | | | | |
|---------|-----------------|-----|-------|-------|-------|
| | Не, не помагаат | 230 | 49.1 | 89.5 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Само 27 субјекти (10% од анкетираниите субјекти) одговориле дека централните власти помагаат во подобрувањето на условите за работење на нивните компании, додека многу голем број на анкетирани субјекти (89%) сметаат дека овие власти не помагаат во подобрувањето на условите за работење.

Табела бр.68, Дали локалните власти ви помагаат во подобрување на на условите за работење на вашата компанија?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.5058 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.50094 |
| Variance | | 0.251 |
| Range | | 1.00 |

| Дали локалните власти ви помагаат во подобрување на на условите за работење на вашата компанија? | | | | | |
|--|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да, помагаат | 127 | 27.1 | 49.4 | 49.4 |
| | Не, не помагаат | 130 | 27.8 | 50.6 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Во однос на ова прашање, одговорите се речиси подеднакво дадени и од страна на оние кои сметаат дека општинските власти помагаат во подобрувањето на условите за работење (над 49%) и од оние субјекти кои мислат дека општината не помага во подобрувањето на условите (околу 51%).

Табела бр.69, Дали вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвувањето (донесувањето) на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот и угостителството?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.8638 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.34366 |
| Variance | | 0.118 |
| Range | | 1.00 |

| Дали вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвувањето (донесувањето) на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот и угостителството? | | | | | |
|---|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 35 | 7.5 | 13.6 | 13.6 |
| | Не | 222 | 47.4 | 86.4 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 86% од анкетираниите субјекти не учествувале во изготвување или донесување на одредена мерка за развој на туризмот, а над 13% од субјектите учествувале во такви активности.

Табела бр.70, Дали вие како приватен субјект сте соработувале со други субјекти кои учествувале во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот?

| Statistics | | |
|------------|-------|-----|
| N | Valid | 257 |

| | | |
|----------------|---------|---------|
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.4358 |
| Median | | 1.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 0.49683 |
| Variance | | 0.247 |
| Range | | 1.00 |

| Дали вие како приватен субјект сте соработувале со други субјекти кои учествувале во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 145 | 31.0 | 56.4 | 56.4 |
| | Не | 112 | 23.9 | 43.6 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Над 56% од анкетираниите соработувале со други субјекти во донесувањето на мерки и одлуки од областа на туризмот, а над 43% одговориле негативно по однос на ова прашање.

Табела бр.71, Доколку сте соработувале, ве молиме оценете ја соработката од 1 до 10, каде оценката 1 значи најниска соработка и оценката 10 значи највисока соработка меѓу субјектите:

| Statistics | | |
|-------------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 6.8599 |
| Median | | 7.0000 |
| Mode | | 7.00 |
| Std. Deviation | | 0.66426 |
| Variance | | 0.441 |
| Range | | 4.00 |

| Доколку сте соработувале, ве молиме оценете ја соработката од 1 до 10, каде оценката 1 значи најниска соработка и оценката 10 значи највисока соработка меѓу субјектите: | | | | | |
|---|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | 1 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

| | | | | | |
|---------|--------|-----|-------|-------|-------|
| | 2 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 3 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 4 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 5 | 0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| | 6 | 58 | 12.4 | 22.6 | 22.6 |
| | 7 | 190 | 40.6 | 73.9 | 96.5 |
| | 8 | 2 | 0.4 | 0.8 | 97.3 |
| | 9 | 1 | 0.2 | 0.4 | 97.7 |
| | 10 | 6 | 1.3 | 2.3 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

На ова прашање нема одговори кај оценките од 1 до 5, а потоа со оценка “6“ одговориле 58 субјекти, односно над 22% од анкетираниите, а тоа што може да се забележи е дека 190 субјекти (околу 74%) кои одговориле на овој прашалник се согласуваат со тоа дека соработката меѓу нив може да се оцени со оценка “7“, а мал е бројот на оние субјекти кои оценувале со оценки “8“, “9“ и со оценка “10“.

Табела бр.72, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владата и општините, а кои ја регулираат туристичката и угостителската дејност можат да помогнат во развојот на туризмот, односно на вашата дејност?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.3813 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 1.26341 |
| Variance | | 1.596 |
| Range | | 4.00 |

Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владата и општините, а кои ја регулираат туристичката и угостителската дејност можат да помогнат во развојот на туризмот, односно на вашата дејност?

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Да, можат да помогнат | 88 | 18.8 | 34.2 | 34.2 |
| | Не, не можат да | 52 | 11.1 | 20.2 | 54.5 |

| | | | | | |
|---------|---------------------------|-----|-------|-------|-------|
| | помогнат | | | | |
| | Треба да се изменат | 65 | 13.9 | 25.3 | 79.8 |
| | Треба да се дополнуваат | 35 | 7.5 | 13.6 | 93.4 |
| | Треба нови мерки и одлуки | 17 | 3.6 | 6.6 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Најголемиот дел од испитаниците сметаат дека мерките и одлуките може да помогнат во развојот на туризмот, а за ова одговориле над 34% од субјектите, потоа “треба да се изменат“ е опција одговорена од над 25% од испитаниците и над 20% сметаат дека тие мерки не може да помогнат во развојот на туризмот. Мал број на анкетирани субјекти се за дополнување и нови мерки и одлуки.

Табела бр.73, Доколу треба да се измена, дополнат и донесат нови мерки и/или одлуки, во кој дел од туристичката и угостителската дејност тоа треба да се направи?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 6.2646 |
| Median | | 6.0000 |
| Mode | | 10.00 |
| Std. Deviation | | 2.76135 |
| Variance | | 7.625 |
| Range | | 11.00 |

| Доколу треба да се измена, дополнат и донесат нови мерки и/или одлуки, во кој дел од туристичката и угостителската дејност тоа треба да се направи? | | | | | |
|---|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Во делот на обврските на физичките и правните лица | 8 | 1.7 | 3.1 | 3.1 |

| | | | | | |
|---------|--|-----|-------|-------|-------|
| | Во делот на правата на физичките и правните лица | 14 | 3.0 | 5.4 | 8.6 |
| | Во делот обврските на државните институции (посебно на оние надлежни за туризмот) | 20 | 4.3 | 7.8 | 16.3 |
| | Во делот обврските на општинските органи надлежни за туризмот (посебно на оние надлежни за туризмот) | 35 | 7.5 | 13.6 | 30.0 |
| | Во делот на даночните олеснувања | 39 | 8.3 | 15.2 | 45.1 |
| | Во делот на казнените одредби | 37 | 7.9 | 14.4 | 59.5 |
| | Во делот на маркетинг и промоцијата на туризмот Косово | 8 | 1.7 | 3.1 | 62.6 |
| | Во делот на субвенционирањето | 21 | 4.5 | 8.2 | 70.8 |
| | Во делот на домашните и странските инвестиции | 23 | 4.9 | 8.9 | 79.8 |
| | Во делот на сообраќајната инфраструктура | 47 | 10.0 | 18.3 | 98.1 |
| | Во делот на човечките рерурси | 4 | 0.9 | 1.6 | 99.6 |
| | Во делот на меѓународната соработка | 1 | 0.2 | 0.4 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Најголем број на дадени одговори од страна на анкетираниите субјекти по однос на ова прашање се однесува на: обврските на општинските органи надлежни за туризмот, даночните олеснувања, казнените одредби и сообраќајната инфраструктура. Меѓутоа, не треба да се занемарат и одговорите по однос на обврските на државните институции (посебно на оние надлежни за туризмот), домашните и странските инвестиции, субвенционирањето и правата на физичките и правните лица.

Табела бр.74, Доколку предложените мерки и/или одлуки влијаат врз подобрувањето и развојот на туризмот воопшто, дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на вашите производи и услуги и во кои области тоа ќе го направите?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 2.5992 |
| Median | | 3.0000 |
| Mode | | 1.00 |
| Std. Deviation | | 1.47070 |
| Variance | | 2.163 |
| Range | | 5.00 |

| Доколку предложените мерки и/или одлуки влијаат врз подобрувањето и развојот на туризмот воопшто, дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на вашите производи и услуги и во кои области тоа ќе го направите? | | | | | |
|--|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Проширување на бизнисот | 89 | 19.0 | 34.6 | 34.6 |
| | Градење на нова инфраструктура (нов ресторан, хотел, куќа, апартаменти, соби) | 36 | 7.7 | 14.0 | 48.6 |
| | Инвестирање во знаење (јазичи, маркетинг, промоција, интернет) | 65 | 13.9 | 25.3 | 73.9 |
| | Вклучување во партнерство | 25 | 5.3 | 9.7 | 83.7 |
| | Доквалификации, дообразување, обуки | 40 | 8.5 | 15.6 | 99.2 |
| | Друго | 2 | 0.4 | 0.8 | 100.0 |
| | Total | | 257 | 54.9 | 100.0 |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Речиси 51% од анкетираниите субјекти се одлучени да го прошират својот бизнис, доколку мерките и одлуките кои би помогнале во развојот на туризмот ќе влијаат или ќе помогнат за подобрување на квалитетот на нивните производи и услуги, над 17% ќе инвестираат во знаење, а околу 12% во обуки и доквалификации на работниците. Мал е бројот на оние кои се одлучиле за градење на нова инфраструктура и партнерство.

Табела бр.75, Дали имате стратегија за подобрување и унапредување на работењето на вашата компанија?

| Statistics | | |
|----------------|---------|---------|
| N | Valid | 257 |
| | Missing | 211 |
| Mean | | 1.6732 |
| Median | | 2.0000 |
| Mode | | 2.00 |
| Std. Deviation | | 0.46998 |
| Variance | | 0.221 |
| Range | | 1.00 |

| Дали имате стратегија за подобрување и унапредување на работењето на вашата компанија? | | | | | |
|--|--------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Да | 84 | 17.9 | 32.7 | 32.7 |
| | Не | 173 | 37.0 | 67.3 | 100.0 |
| | Total | 257 | 54.9 | 100.0 | |
| Missing | System | 211 | 45.1 | | |
| Total | | 468 | 100.0 | | |

Речиси 1/3 од анкетираниите субјекти имаат стратегија за подобрување и унапредување на работењето на нивната компанија, а 2/3 одговориле негативно. Сметаме дека ваквата состојба е сериозен проблем ако приватните субјекти од областа на туризмот сакаат да ја подобрат или унапредат својата работа, а тоа пак би значело поголем обем на работа, нови вработување и зголемување на приходите и профитот. Без соодветна стратегија за развој нема да успеат во нивната намера за раст и развој.

5. Тестирање на поставените хипотези во трудот

Поради потребите на нашето истражување, направено е тестирање на хипотезите врз основа на прашањата поставени во прашалникот.

За тестирање на првата посебна хипотеза H_1 : „Мерките и одлуките за развој на туризмот на Косово се во насока на подобрување на условите за работа на субјектите кои работаат во оваа област“ е направена анализа на 18-тото и 19-тото прашање од анкетниот прашалник кои се однесуваат на влијанието на централната и општинските власти врз подобрување на условите за работа на деловните субјекти.

Во следните две табела дадена е крос-табулациска анализа на ставовите на деловните субјекти во однос на нивниот став „Дали централната власт Ви помага во подобрување на условите за работа на Вашата компанија“:

Табела бр.76, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр. 18

| | | Дали централната власт Ви помага во подобрување на условите за работа на Вашата компанија | | Вкупно |
|----------------|-----------|---|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 15 | 128 | 143 |
| | Агенција | 12 | 100 | 112 |
| | Здружение | 0 | 2 | 2 |
| Вкупно | | 27 | 230 | 257 |

Табела бр.77, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|--|-------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | .240 ^a | 2 | .887 |
| Likelihood Ratio | .449 | 2 | .799 |
| Linear-by-Linear Association | .005 | 1 | .941 |
| N of Valid Cases | 257 | | |
| a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21. | | | |

Од претходните две табела може да се донесат следните заклучоци:

- Најголемиот број од испитаните деловни субјекти (хотели и агенции), скоро 90% од испитаниците, се на став дека централната власт не помага во работењето на субјектите од областа на туризмот
- Нема разлика во ставовите на различните типови на деловни субјекти. Хотелите и агенциите имаат ист став во врска со ова прашање. Тоа може да се види од вредноста на хи-квадрат тестот кој ја отфрла нултата хипотеза за постоење разлика во ставовите на испитаниците.

Во следните две табели се дадени резултатите од вкрстување на прашањата за типот на субјекти и нивниот став за прашањето „Дали локалната власт Во помага во подобрување на условите за работа на Вашата компанија“, прашање број 19.

Табела бр.78, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.19

| | | Дали локалната власт Во помага во подобрување на условите за работа на Вашата компанија | | Вкупно |
|----------------|-----------|---|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 83 | 60 | 143 |
| | Агенција | 44 | 68 | 112 |
| | Здружение | 0 | 2 | 2 |
| Вкупно | | 127 | 130 | 257 |

Табела бр.79, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 10.809 ^a | 2 | .004 |
| Likelihood Ratio | 11.636 | 2 | .003 |
| Linear-by-Linear Association | 10.457 | 1 | .001 |
| N of Valid Cases | 257 | | |

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .99.

Резултатите на ова прашање даваат различен одговор во однос на претходното. Од резултатите може да се заклучи следното:

- Половина од испитаните деловни субјекти се задоволни од влијанието на локалната власт во подобрувањето на условите за нивно работење
- Постојат значителни разлики во ставовите по ова прашање на хотелиерите и агенциите. На тоа укажува вредноста на хи-квадрат тестот. Поголемиот дел од хотелиерите се задоволни од влијанието на локалната власт за подобрување на условите за нивно работење, додека кај агенциите ситуацијата е обратна.

Врз основа на анализата на претходните две прашања може да заклучиме дека деловните субјекти имаат став дека централната власт не им помага во нивното работење, додека кај локалната власт има разлика во ставовите на хотелиерите и агенциите.

Тоа укажува дека треба да се зголеми комуникацијата помеѓу деловните субјекти од областа на туризмот, локалните и централната власт за да се излезе во пресрет на барањата на деловната заедница со цел поуспешно работење во туризмот.

Според тоа, првата посебна хипотеза H_1 : Мерките и одлуките за развој на туризмот на Косово се во насока на подобрување на условите за работа на субјектите кои работаат во оваа област се отфрла. Може да се каже дека делумно мерките на локалната власт се во насока на подобрување на условите за работа на субјектите од областа на туризмот.

За втората посебна хипотеза направена е вкрстена анализа на субјектите со прашањата 20 и 21. Резултатите се дадени во продолжение.

Првото вкрстување е прашањето за типот на субјект (Хотел, Агенција или Здружение) и прашањето бр. 20: „Дали Вие како приватни субјекти од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвување на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот“. Резултатите се дадени во следните две табели, табела бр.80 и табела бр.81.

Табела бр.80, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр. 20

| | | Дали Вие како привате субјекти од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвување на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот | | Вкупно |
|----------------|-----------|---|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 23 | 120 | 143 |
| | Агенција | 12 | 100 | 112 |
| | Здружение | 0 | 2 | 2 |
| Вкупно | | 35 | 222 | 257 |

Табела бр.81, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|--|--------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 1.857 ^a | 2 | .395 |
| Likelihood Ratio | 2.147 | 2 | .342 |
| Linear-by-Linear Association | 1.805 | 1 | .179 |
| N of Valid Cases | 257 | | |
| a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .27. | | | |

Од вредностите дадени во последната табела може да се заклучи дека е висока веројатноста да се исфрли нултата хипотеза за различни ставови на групите (субјектите) на испитаници. Поголемиот број од испитаниците 86% се изјасниле дека не учествувале во изготвување на некоја мерка и/или одлука од областа на туризмот.

Истата анализа е направена за прашањето за типот на субјект и прашањето број 21: „Дали Вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте соработувале со други субјекти кои учествувал во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот“. Резултатите се дадени во следните две табели:

Табела бр.82, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр. 21

| | | Дали Вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте соработувале со други субјекти кои учествувал во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот | | Вкупно |
|----------------|-----------|--|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 91 | 52 | 143 |
| | Агенција | 52 | 60 | 112 |
| | Здружение | 2 | 0 | 2 |
| Вкупно | | 145 | 112 | 257 |

Табела бр.83, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|--|--------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 9.121 ^a | 2 | .010 |
| Likelihood Ratio | 9.868 | 2 | .007 |
| Linear-by-Linear Association | 5.346 | 1 | .021 |
| N of Valid Cases | 257 | | |
| a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .87. | | | |

Врз основа на резултатите дадени во табелата за хи-квадрат тестот, може да се заклучи дека има разлика во распределбата на одговорите. Веројатноста за отфрлање на нултата хипотеза е помала од 0,05. Агенциите отприлика рамномерно ги распределиле одговорите, додека кај хотелите односот е скоро 2/1 позитивни во однос на негативни. Тоа значи дека хотелите имале повеќе шанси да учествуваат посредно во донесување на мерки и/или одлуки од областа на туризмот.

Од анализата што ја направивме во за претходните две прашања вкрстени со типот на субјекти кои се испитани, може да се заклучи дека приватните субјекти од областа на туризмот немаат директно учество во креирање на политиките од областа на туризмот, односно не учествуваат во донесување на мерки и/или одлуки од областа на туризмот. Хотелите имаат поголемо посредно учество во донесување на мерки и/или одлуки во однос на агенциите.

Според тоа, втората посебна хипотеза H₂: Предложените мерки и одлуки за развој на туризмот се во корелација со меѓусебната соработка помеѓу владините институции и приватниот сектор и невладините организации се отфрла.

За тестирање на третата посебна хипотеза H₃: „Владата и општините работат транспарентно, ги информираат и подготвуваат приватните субјекти за регулативата која ја носат“ направена е вкрстена анализа на прашањата 12, 13 и 14 со субјектите кои учествуваат во оваа анализа.

Резултатите од анализата на 12-тото прашање се дадени во следните две табели.

Табела бр.84, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето бр.12

| | | Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а се однесуваат на развој на туризмот | | Вкупно |
|----------------|-----------|--|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 83 | 60 | 143 |
| | Агенција | 42 | 70 | 112 |
| | Здружение | 2 | 0 | 2 |
| Вкупно | | 127 | 130 | 257 |

Табела бр.85, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 12.666 ^a | 2 | .002 |
| Likelihood Ratio | 13.528 | 2 | .001 |
| Linear-by-Linear Association | 7.553 | 1 | .006 |
| N of Valid Cases | 257 | | |

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .99.

Од резултатите дадени во претходните две табели може да се заклучи дека постои значителна разлика во ставовите на различните субјекти. Иако вкупниот број на испитаници во отприлика ист број се запознати и не се запознати со мерките на владата за развој на туризмот, распределбата на одговорите на хотелиерите и вработените во агенции значително се разликуваат.

Поголемиот дел од хотелиерите се запознати со мерките на владата, додека кај агенциите ситуацијата е обратна. Во секој случај, степенот на информираност на субјектите од областа на туризмот не е на задоволително ниво за тие да можат испешно да ги следат мерките и/или одлуките донесени од страна на владините институции.

Истата анализа е направена за прашањето број 13: „Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општините, а се однесуваат на развој на туризмот“. Резултатите се дадени во следните две табели.

Табела бр.86, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр.13

| | | Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општините, а се однесуваат на развој на туризмот | | Вкупно |
|----------------|-----------|---|-----|--------|
| | | Да | Не | |
| Тип на субјект | Хотел | 102 | 41 | 143 |
| | Агенција | 52 | 60 | 112 |
| | Здружение | 2 | 0 | 2 |
| Вкупно | | 156 | 101 | 257 |

Табела бр,87, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 17.629 ^a | 2 | .000 |
| Likelihood Ratio | 18.356 | 2 | .000 |
| Linear-by-Linear Association | 12.823 | 1 | .000 |
| N of Valid Cases | 257 | | |

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .79.

Резултатите од анализата на 13-тото прашање се слични како и за 12-тото. И заклучоците се исти. Поголемиот дел од хотелиерите се запознати со мерките на општините, додека кај агенциите ситуацијата е обратна. Степенот на информираност на субјектите од областа на туризмот не е на задоволително ниво за тие да можат испешно да ги следат мерките и/или одлуките донесени од страна на општините.

За тестирање на третата хипотеза направена е крос-табулациска анализа на типот на субјектите кои се дел од ова истражување и прашањето број 14: „Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции и општинските органи влијаат врз работењето на Вашата компанија“. Резултатите од оваа анализа се дадени во следните две табели.

Табела бр.88, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето 14

| | | Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции и општинските органи влијаат врз работењето на Вашата компанија | | | Вкупно |
|----------------|-----------|--|-------------------|-----------------|--------|
| | | позитивно влијаат | негативно влијаат | немаат влијание | |
| Тип на субјект | Хотел | 42 | 55 | 46 | 143 |
| | Агенција | 14 | 16 | 82 | 112 |
| | Здружение | 0 | 0 | 2 | 2 |
| Вкупно | | 56 | 71 | 130 | 257 |

Табела бр.89, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

| | Value | df | Asymptotic Significance (2-sided) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------------|
| Pearson Chi-Square | 44.381 ^a | 4 | .000 |
| Likelihood Ratio | 46.533 | 4 | .000 |
| Linear-by-Linear Association | 34.238 | 1 | .000 |
| N of Valid Cases | 257 | | |

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .44.

Од резултатите дадени во претходните две табели може да се заклучи следното:

- Има значителна разлика во ставовите на испитаниците од различните типови на субјекти: хотел или агенција. Тоа е потврдено и со вредноста на Хи-квадрат тестот кој укажува на прифаќање на нултата хипотеза за разлики во ставовите на различните групи испитаници

- Нешто помалку од 22% од испитаниците имаат став дека донесените мерки и/или одлуки од владини институции и општински органи позитивно влијаат на работењето на компаниите. Останатите имаат став дека мерките негативно влијаат (27,6%) или немаат влијание на нивното работење (50,58%).

Во врска со хипотезата H₃: „Владата и општините работат транспарентно, ги информираат и подготвуваат приватните субјекти за регулативата која ја носат“ и претходно направената анализа, може да се донесат следните заклучоци:

- Субјектите од областа на туризмот немаат доволно познавање од мерките и/или одлуките на владините институции од областа на туризмот. Нешто е подобро, но недоволно знаењето за мерките и/или одлуките донесени на општинско ниво.
- Постојат значителни разлики во ставовите на хотелите и агенциите за постоење на различни мерки и одлуки. Од анализата на прашањата заклучивме и дека учеството во изготвување на мерките и/или одлуките е поголемо од страна на хотелиерите во однос на агенциите.
- Мал број на субјекти се задоволни од донесените мерки и/или одлуки што исто така укажува на несоодветно носење на одлуките и информирање на субјектите за донесените мерки

Врз основа на оваа анализа може да се донесе заклучок дека третата посебна хипотеза е отфрлена.

6. Препораки произлезени од истражувањето

Новата и современата туристичка понуда на Косово, како атрактивна туристичка дестинација, мора да произлезе од темелното создавање, односно изготвувањето на туристички производи и услуги, кои пак ќе бидат основата на соодветните туристички пакет-програми за посета од страна на различните групи на домашни и странски туристи и посетители.

Од друга страна, таква туристичка понуда ќе се зацврсти и зајакне ако се зголеми нивото на имплементирање на сите мерки и одлуки кои се донесени од страна на централната и локалната власт, но и од страна на приватниот сектор, кои заедно мора да ја земат предвид меѓусекторската и меѓународната соработка за развој на туризмот, кое може пак да помогне во одржливиот развој на туризмот, не само на Косово, туку и на целиот регион кој опфаќа територии на повеќе држави.

Ова би придонесло Косово да стане поконкурентна дестинација на туристичките пазари поради богатството со природни и културни ресурси, но само со почитување на горенаведените принципи за развој на туризмот. Како позначајни препораки за развој на туризмот на Косово се предлагаат следните во продолжение на овој труд.

6.1. Препораки во однос на централната власт

Во однос на истражувањето спроведено кај министерствата, а во согласност со резултатите, на површина се појавија одредени проблеми. Сметаме дека токму тие проблеми се основа да се наведат неколку препораки кои се однесуваат на централната власт, на пример:

1. едно министерство има законска надлежност од областа на туризмот и угостителството, а тоа е Министерството за трговија и индустрија (МТИ), каде во рамки на тоа министерство постои една организациона единица за вршење работи од областа на туризмот (позната како Дивизија за туризам – *Divizioni i Turizmit*). Се разбира дека ние не можеме да влијаеме на промена на името на министерството, кое би содржало некој збор или неколку зборово со кои се одредува туризмот, самото име на министерството не упатува на фактот дека во рамките на тоа министерство има сектори или слични единици надлежни за туризмот, а можеби подобро би било таа единица за туризам да е во рамки на Министерството за економија, каде туризмот се смета за економска дејност или гранка, а не трговска или индустриска дејност. Втора препорака би била називот на дивизијата да се промени во “сектор/одделение/департамент“ кои подобро би ја отсликале и би ја прикажале важноста на туризмот. Во случај тоа да се

промени во “сектор“, би значело дека секторот би бил составен од неколку одделенија кои би се специјализирале за одредени делови од туризмот како општ поим (на пример, одделение за маркетинг и промоција, одделение за административни работи, одделение за туристичка инспекција и слично), или одделението би било составено од повеќе вработени, кои исто така би биле специјализирани во одредени насоки (како што не треба да биде случајот со Дивизијата за туризам каде се вработени вкупно 4 лица),

2. истражувањето покажа дека голем број од министерствата би сакале да имаат одредени надлежности од областа на туризмот и да се вклучат во различни проекти, па затоа наша препорака е таквата поврзаност на министерствата да се зајакне, затоа што тие различни министерства регулираат одредени работи кои се многу блиску или се неразделни со туризмот (на пример, заштитата на животната средина е суштински фактор за развој на одржлив туризам, или културно-историското наследство кое е под надлежност на Министерството за култура, а е многу значаен фактор за развој на културниот туризам, каде впрочем Косово е познато во регионот и пошироко токму поради своето културно богатство). Истото важи и за тоа дека меѓусебната соработка помеѓу министерствата е на високо ниво и затоа сметаме дека мора да се продолжи во таа насока,
3. речиси сите министерства предложиле одредени мерки за развој на туризмот во Косово, но кога станало збор за донесување на конкретни одлуки, сите тие министерства не донесле конкретни одлуки за развој на туризмот, па според тоа ние препорачуваме предлог-мерките да се трансформираат во вистински одлуки, за конкретни работи во областа на туризмот и угостителството. Впрочем, преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законските и подзаконските акти само од страна на одредени министерства, под претпоставка дека тие директно се вклучени во туризмот,
4. мерките и одлуките кои се донесени од страна на тие министерствата најмногу се однесувале на заштитата и зачувувањето на животната средина и на информатичката технологија, трговијата и на безбедноста и сигурноста. Другите поважни области се изоставени во донесувањето на мерки и одлуки, па затоа наша препорака во ова насока е да се позвети поголемо внимание и на другите активности, како што се: маркетингот и промоцијата, домашните и странските

инвестиции, развој на сообраќајната инфраструктура, поголеми инвестиции во областа на образованието и науката за туризмот и слично,

5. предложените мерки и одлуки од страна на министерствата се извршуваат по утврден план на реализација, а тие сметаат дека таквата реализација можела да се оцени со оценка “б”. Според резултатите од истражувањето можеме да кажеме дека таа оценка е задоволителна, но остануваме на препораката дека во иднина, реализацијата на тие мерки и одлуки мора да биде на повисоко ниво. Претпоставуваме дека планот на реализација не е изготвено на соодветно ниво, затоа уште еднаш препорачуваме да се води повеќе грижа и одговорност од оние кои се надлежни и за изготвување и за реализирање на планови на активности и задачи.

Потскриените проблеми кои се обидовме да ги извлечеме на површина, а кои се поврзани посредно или непосредно со предметот на истражувањето на овој труд, се основа да се наведат и други препораки до централната власт, кои ќе се обидеме да ги прикажеме само таксативно:

- Државна интервенција во туризмот и угостителството (стимули, субвенции, намалување даноци и такси, поволни кредитни каматни стапки, концесии, олеснувања и ослободувања),
- Просторно-урбанистичко планирање (локации за инвестирање, заштитни појаси, намалување/ослободување од плаќање комуналли за уредување на градежно земјиште за градење нови хотели или слични објекти за сместување),
- Развој на човечки ресурси (дообразовање, квалификации и преквалификации, обуки, учење на оние странски јазици кои се најчести во меѓународниот туризам, креирање или довршување на менаџерски вештини и слично),
- Регулмирање на дејноста на туристичките водичи, придружници, аниматори, претставници, со измена и/или дополнување на Законот за туризам,
- Започнување на процедурите за зачленување во Светската туристичка организација (UNWTO) и во други меѓународни и регионални туристички организации,
- Одвојување на Дивизијата за туризам на Министерството за трговија и индустрија и создавање одредена национална агенција за туризам, или

национална туристичка организација, агенција за промоција на туризмот, како примерот од Република Македонија и слично),

- Подобрување на системот на категоризација на угостителските објекти за сместување, со нови законски решенија,
- Доделување државни субвенции на субјектите кои се занимаваат со развојот на руралниот/селскиот туризам, како и на организаторите на настани, манифестации, фестивали кои ќе бидат атрактивни за домашните и странските туристи,
- Подобрено регулирање на дејноста на туристичките агенции, со нови законски решенија,
- Воведување на туристичка инспекција во сите туристички места во Република Косово.

Тоа што забележуваме погоре во препораките е дека мора да се води посебно внимание на легислативата за туризмот, затоа што постојниот Закон за туризам на Косово, не ги исполнил најзначајните елементи на планирањето и одржливиот развој на туризмот. Поради тоа, општа препорака би била дека туристичката легислатива на Косово мора да се промени целосно и темелно.

6.2. Препораки во однос на локалната власт

Истражувањето спроведено кај општините во Косово, во областа на туризмот, даде одредени резултати, кои може да се протолкуваат и како проблеми и потешкотии, па врз основа на тоа ние ќе се обидеме да дадеме одредени препораки за надминување на тие проблеми, на ниво на општините:

1. со закон, општините во Косово имаат некакви законски надлежности од областа на туризмот и угостителството, меѓутоа, од вкупниот број на општини, само единаесет имаат некаков сектор/департамент/одделение за туризам, како структура на организирање на работите од таа област. Наша препорака би била да се настојува на доброволна/законска основа, сите општини на Косово да имаат некаква минимална структура надлежна само за туризмот, но сепак сето

тоа денес зависи од финансиската моќ на помалните, особени руралните општини, да создадат таква структура. Во таа насока, како препорака би била централната власт да субвенционира или да одвои одредени буџетски средства за формирање на сектори и одделенија за туризам во сите општини,

2. повеќето од општините имаат најмалку еден вработен во областа на туризмот и/или угостителството, а најголемите општини имаат многу повеќе лица во секторите или одделенијата за туризам. Тоа што може да се забележи кај општините е фактот дека туризмот потпаѓа во таканаречени дирекции или директорати за “локален економски развој“, што всушност е спротивно на тоа дека туризмот на централно ниво е поставено во “трговија и индустрија“. Препорачуваме да се зајакне улогата на туризмот во рамки на тие дирекции или да се основаат нови сектори за туризам, кои би биле понезависни од економските политики на општините, иако туризмот е нераскинлив дел од економијата,
3. само 1/3 од општините имаат стратегија за развој на туризмот, што претставува сериозен проблем во областа на туризмот и угостителството. Поради тоа, ние препорачуваме општините да се “снајдат“ со средства и човечки ресурси кои ќе изготват и имплементираат стратегии за туризам, или пак, тие општини да побараат државна помош во финансиски средства, или трета опција би била да се вклучат во меѓународни проекти (прекугранична соработка со ИПА фондови, други институции и организации и слично). Претпоставуваме дека на Косово има доволно такви организации, со финансиски и човечки ресурси, кои би помогнале во изготвување стратегиски документи и планови за реализација во туризмот,
4. само неколку општини имаат посебен буџет за развој на туризмот, другите општини воопшто немаат, а најголемиот број од сите општини имаат под 1% финансиски средства кои се резервирани за развој на туризмот. Ова претставува сериозен проблем за понатамошниот развој на туризмот на општините, како туристички дестинации, па затоа мора да се преземаат итни мерки, во смисла на доделување финансиска помош од страна на централната власт, или пак, општините сами да се изборат за изнаоѓање на финансиски ресурси (домашни или меѓународни проекти). Како препорака би била и тоа дека општините мора

- подобро да ги планираат и реализираат локалните буџети, каде одредени средства од други ставки би се пренасочиле или пренамениле спрема туризмот,
5. средствата на општините, наменети за туризам, се трошат за одредени цели: подобрување и унапредување на ИКТ, маркетинг, промоција и човечки ресурси. Сепак, и оние средства кои остануваат се трошат за инфраструктура, субвенции и други цели, што значи дека таквите средства се навистина недоволни. Во овој аспект ние препорачуваме да се направи подобра економска и финансиска анализа на расположивите средства и кои се приоритетните активности кои мора да се реализираат,
 6. истражувањето покажа дека најголемиот дел од општините имаат добра соработка со институциите од централната власт, за проекти од туризмот, меѓутоа процентот на соработката помеѓу самите општини е 45%, додека соработката помеѓу општините и приватните субјекти од областа на туризмот е 90% и над 70% од општините соработуваат со меѓународните организации од областа на туризмот. Во таа смисла, ние препорачуваме да се направат напори нивото на соработка помеѓу општините да се зголеми значително, впрочем тие општини мора да знаат дека соработката, особено во областа на туризмот, значи поголеми придобивки за сите, а некое идно “здружување“ би значело дека се зголемуваат можностите тие општини да се препознаат како една туристичка дестинација, која пак би била уште поконкурентна од останатите,
 7. околу 1/3 од општини предложиле мерки и донесле одлуки за развој на туризмот, но проблемот стои во фактот дека најголемиот дел од општините сметаат дека нивните предлози, мерки и одлуки не биле прифатени од страна на централната власт. Претпоставуваме дека мерките и одлуките се основаат на законските прописи, општините не можат да ги изменат или дополнат, па затоа останува само вољјата на претставниците на централната власт да донесат одлуки, или пратениците да изменат или дополнат закони, а кои ќе бидат исти или слични на оние на општините. Наша препорака е тоа дека пред да се донесат одредени мерки и одлуки мора да се консултираат законските решенија или постојните/претходните одлуки на државните институции. Истражувањето покажа, исто така, дека советите на тие општини носат мерки и одлуки, а повеќето од нив ја вклучиле и локалната заедница во донесувањето на мерки и одлуки за туризмот,

8. степенот на реализација на мерките и одлуките на општините е 45%, а само 35% од овие мерки и одлуки имаат позитивен ефект врз развојот на туризмот. Сметаме дека тоа претставува сериозен проблем и треба да се посвети поголемо внимание на оние фактори кои го ограничуваат тој степен на реализација (дали тие фактори имаат финансиски, политички, инфраструктурен, образовен или друг карактер). Впрочем, и оценката за нивото на спроведување на мерките/одлуките, која изнесува “6“, укажува на тоа дека нема доволна посветеност за реализација на тие мерки и одлуки.

Од друга страна, ние можеме да дадеме и други предлози и препораки за надминување на одредени проблеми прикажани погоре во овој текст, на пример:

- Охрабрување на приватниот сектор, во соработка и со финансиска помош на општините, за создавање здруженија на туристички бизниси, туристички сојузи, туристички асоцијации, туристички комори на ниво на тие општини,
- Основање на ТИС-ови (туристичко-информативни центри) во секоја општина, кои имаат за цел да дадат информации за туристичката понуда на конкретната општина,
- Донесување одлуки од советите на општините за намалување или ослободување од плаќање комуналии за изградба на угостителски објекти за сместување и исхрана, заради подобрување на туристичката понуда,
- Доделување општински субвенции за правни и физички лица кои вршат дејност во рурални, односно селски средини, а со тоа помагаат во развојот на тој вид туризам,
- Финансиско учество на општините кај оние субјекти кои организираат настани и манифестации од културен карактер, заради развој на културниот туризам,
- Донесување одлуки од советите на општините за олеснување на постапката за категоризација на угостителските објекти за сместување,
- Донесување одлука со која општините се задолжени во нивните буџети да издвојат посебна ставка/потставка за развој на туризмот, со одредена сума на пари, по однапред донесена програма за развој на туризмот.

Горенаведените препораки имаат локален карактер, односно тие се наменети за општините, но знаеме дека моќта за реализација на сите тие одлуки и мерки стои на повисоко ниво, затоа мора да се инсистира, најпрво на зголемување на соработката со централната власт, преку зголемување на нивото на меѓусебна доверба, а одлуките кои се носат, и од општините и од државните институции, мора да се засноваат на детална анализа на состојбите, каде би учествувале сите заинтересирани страни.

6.3. Препораки во однос на приватните субјекти во туризмот

Во однос на истражувањето кај приватните субјекти од областа на туризмот и угостителството, според резултатите што ги добивме на терен, можеме исто така да кажеме дека и во овој сектор постојат проблеми, па затоа, во продолжение на овој труд ќе се обидеме да дадеме наши препораки. На пример:

1. вработените во приватните субјекти се на возраст од 26 до 40 години, доминира бројот на машката популација, а 3/4 од нив имаат завршено високо образование во моментот кога се вработиле. Имено, со ова се потврдува фактот дека популацијата на Косово е многу млада, односно работната сила е млада и високообразована. Наша препорака во овој аспект би била да се зголеми бројот на вработени кои припаѓаат на женскиот пол, а тоа би се постигнало на повеќе начини, на пример, доделување дополнителни приходи за одреден временски период на нови вработени кои се жени или млади девојки, или пониски даночни стапки за жени-работници во туризмот и угостителството,
2. околу три четвртини од бројот на вработени во овие претпријатија имаат работен стаж до 10 години, а 60% од бројот на овие претпријатија имаат вработено од 2 до 10 работници. Сметаме дека вработените во овие компании имаат релативно добро работно искуство, што значи дека знаат како да се однесуваат со клиентите и како да решаваат одредени проблеми. Околу бројот на вработените во едно претпријатие, можеме да кажеме дека мора да се направи подетална анализа, затоа што во одредени случаи, за време на теренското истражување, не се совпаѓаше бројот на работниците, па претпоставувавме дека бројот не е точен, има непријавени работници. Токму

нашата препорака во овој дел е да се донесат мерки и одлуки, како од централната, така и од локалната власт, за нови вработувања, за квалификувања и преквалификувања на работната сила, која ќе се приспособи на дејноста туризам и угостителство,

3. мал е бројот на претпријатијата или приватните субјекти кои работат само во текот на една сезона (зимска или летна), а најголемиот број од овие субјекти се ангажирани во текот на целата година. Меѓутоа, сериозен е проблемот кој го дознавме од истражувањето, според кое околу 3/4 од овие субјекти не кажаа дали се категоризирани, односно лиценцирани, а речиси 2/3 не одговорија дали исполнуваат минимално-технички услови и стандарди во работењето на компанијата. Тоа е слика и за многу други дејности, кои не сакаат да ја прикажат реалната состојба, па затоа државните институции мора да се борат со сивата економија. Сметаме дека проблемот со категоризацијата е резултат на нејасната законска и подзаконска регулатива, па токму тоа би била нашата препорака, да се носат нови законски решенија во таа насока, на која може да се надоврзат и оние за регулирање на минимално-техничките услови,
4. приватните субјекти во ова истражување знаат колку закони го регулираат туризмот и угостителството, половина од овој број знаат и за мерките и одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а повеќе од половина знаат за мерките и одлуките донесени од страна на општините. Сметаме дека овие субјекти имаат познавања од законското регулирање на материјата туризам и угостителство, а наша препорака е да се зголеми нивниот интерес и за мерките и одлуките донесени од централната власт, затоа што на тој начин побрзо би дознале што се одлучува и веднаш би реагирале доколку некоја одлука е спротивна на нивниот интерес. Токму претходниот став се потврдува со фактот дека само 22% од тие субјекти сметаат дека одлуките на владата влијаат позитивно во работењето, а повеќе од половината се индиферентни во нивните одговори, но воедно дале и висока оценка за влијанието на тие мерки и одлуки,
5. аспектот кој најмногу влијаел врз работењето на приватните субјекти бил инспекцискиот надзор. Се согласуваме дека еден од начините за намалување на степенот на сивата економија е инспекцијата, од различни државни органи, за различни аспекти од работењето, но мора да кажеме дека и нејасната законска

регулатива која произлегува од Законот за туризам, дополнително придонесува да се усложнуваат состојбите во туризмот, од кое произлегува и нашата препорака, а тоа е појасно, попрецизно регулирање на инспекцискиот надзор врз работењето на туристичко-угостителските субјекти. Мора да се посвети посебно внимание и на другите аспекти од работењето, како што се финансиското работење, договорите за вработување, примената на законите и даноците,

- б. по однос на прашањето колку помагаат централните и локалните власти во подобрувањето на условите за работење на туристичките и угостителските претпријатија, само 10% сметаат дека централните власти помагаат во таа насока, а речиси половина од бројот на тие субјекти сметаат дека општинските власти помагаат во подобрувањето на условите за работење. Според ова, постои очигледна недоверба во централната власт и во нивната намера да се регулира подобро туризмот и угостителството, што сметаме дека не е точен овој исказ на субјектите. Напротив, наша препорака е да се започне или да се продолжи дијалогот онаму каде што застанал, за зголемување на соработката и зголемување на степенот на прифаќање предлози, мерки, одлуки и проекти, од страна на централната власт, заради надминување на горенаведените проблеми. Истата препорака ја даваме и за локалната власт спрема односот со приватните субјекти. Ова уште повеќе поради фактот дека речиси 90% од овие субјекти не учествувале во изготвување или донесување на одредена мерка или одлука за развој на туризмот, иако таквата соработка ја оценуваат со оценка “7”,
7. резултатите од истражувањето покажаа дека над 1/3 од субјектите вклучени во ова истражување сметаат дека мерките и одлуките можат да помогнат во развојот на туризмот. Останатиот дел од овие субјекти не мисли така, па затоа препорачуваме, уште еднаш, овие субјекти да се вклучат поактивно во предлагањата на мерките и одлуките, кои би биле во нивен интерес, во согласност со принципите на соработка и меѓусебно разбирање, и помеѓу централната и локалната власт и овие приватни субјекти од областа на туризмот. Во таа насока, мерките кои треба да се донесат, треба да бидат во насока на зголемување на позитивните влијанија во туризмот и угостителството, на пример, да се појаснат и да се имплементираат обврските на општинските органи надлежни за туризмот, да се донесат даночни олеснувања, да се намалат казнените одредби и да се подобри сообраќајната инфраструктура,

8. доколку мерките и одлуките би помогнале во развојот на туризмот или би влијаеле или би помогнале во насока на подобрување на квалитетот на нивните производи и услуги, приватните субјекти од областа на туризмот сметаат дека тоа би била основа за донесување одлука за проширување на нивниот бизнис. Меѓутоа, од друга страна, многу е мал бројот на оние субјекти кои имаат стратегија за подобрување и унапредување на работењето на нивната компанија. Според тоа, наша препорака би била да се помогне во донесувањето на стратегии за развој, било тоа да е од страна на централната, било од локалната власт, или дури од меѓународни организации со свои проекти и фондови. Сметаме дека стратегиските документи за раст и развој на едно претпријатие, се меѓу најзначајните аспекти во секојдневното работење.

Овие препораки се под влијание на работењето на локалната и централната власт, впрочем работењето и дејствувањето на физичките и правните лица од областа на туризмот, или воопшто, се регулира со повеќе закони, мерки, одлуки, решенија и слични акти, па затоа мора сите тие субјекти да покажат поголем степен на почитување, најнапред на законите, а другата страна (општините и министерствата) да покажат воља дека се прифаќаат предлозите на приватните субјекти, кои имаат за цел подобрување на состојбата со туризмот на Косово.

6.4. Препораки за понатамошно истражување

На крајот од секој научен труд постои посебен дел или точка која се однесува на идните, односно понатамошните истражувања на одредена тема или проблематика, а тоа честопати се комбинира со делот за ограничувањата на истражувањето. Ова е затоа што нашите предлози за идни истражување обично произлегуваат од ограничувањата на истражувањето што ги идентификувавме во нашата дисертација. Во таа насока, во продолжение на овој труд ќе се обидеме да го објасниме нашиот план за понатамошно или идно истражување, во смисла на давање одредени предлози.

- ✓ Прашалникот кој беше изготвен за целите на овој труд беше доставен до министерства, општини и претпријатија од областа на туризмот, под

претпоставка дека тие (министерствата и општините) се понадлежни за прашањата од областа на туризмот, а за да биде поцелосно некое идно истражување, особено од областа на туризмот, сметаме дека треба да се вклучат сите заинтересирани страни, и оние што не беа вклучени во ова истражување. На овој начин, во фокусот на истражувањето би се ставила целокупната состојба на туризмот на земјата, па така и оние кои не се надлежни би имале предвид дали можат да помогнат со свои предлози и идеи, или пак да побараат да добијат надлежности во туризмот, дури и оние кои немаат никакви надлежности,

- ✓ Истражувањето се спроведе со помош на доставување прашалник до раководителите на секторите во наведените министерства и во општините, а тоа истражување траеше неколку дена. Поради ова, најпрво, сметаме дека прашалниците треба да се достават лично до други лица кои се постручни и покомпетентни да одговараат на прашањата, затоа што раководителите се само менаџери или „диригенти“ како поефикасно и побрзо да се реализираат поставените цели и задачи. Второ, наместо прашалник, сметаме дека во некое наредно истражување целосно да се искористи само личното интервју како техника, па претпоставуваме дека можеме да добиеме поискрени одговори на прашањата, или пак да се посомневаме во некои одговори,
- ✓ Во понатамошните истражувања ќе се обидеме да користиме поинакви инструменти на истражување, други техники за контактирање или комуницирање, поинаков план за земање примерок; во зависност од сложеноста на темата, ќе се разгледуваат други рокови за реализација, а дополнително на сето ова ќе се ангажира истражувачкиот работен стаф. Ова последното поради фактот дека работата на терен е исцрпувачка, па таа може да се подели на повеќе лица и да се добијат побрзи резултати,
- ✓ Додека траеше собирањето на податоците и информациите, во анкетирањето се појавија неколку проблеми, на пример, одреден број анкетирани лица во прв момент не сакаа и не прифаќаа да бидат анкетирани, па затоа сметаме дека во некое идно истражување, доколку анкетирањето се спроведе на ваков начин, да

се изнајде начин лицата кои ќе бидат анкетирани да може да се задолжат од претпоставените лица (директори, менаџери, раководители) да одговораат на прашалниците. Понатаму, бидејќи времето за давање одговор на прашањата од прашалникот требало да биде релативно кратко, сепак неколку анкетни прашалници биле одговорени во последниот рок поставен за одговарање на прашалниците. Поради тоа, во идно истражување мора точно да се определи времетраењето на одговарање на прашалник, а тоа би се случило кога лицата кои треба да одговорат на прашалникот да бидат известени однапред за местото и времето на одржување на интервју (телефонско, лично) и за каква намена е тој прашалник.

Според тоа, понатамошните истражувања во областа на туризмот мора да се засноваат на подлабока претходна анализа на тоа што сакаме да испитуваме, односно истражуваме, дали тоа ќе придонесе за науката (теоријата) или за секојдневното работење на субјектите (практиката), да се соберат повеќе податоци и информации од повеќе извори, во одредени временски периоди, за да може подоцна да се направи компаративна анализа на состојбите.

Во методолошката рамка, мора да се предвиди влијанието на резултатите врз јавноста и приватните субјекти, кое понатаму ќе помогне во извршувањето на други подетални економски, социјални и политички анализи, да се предвидат и финансиски средства (буџет) за реализација на идни истражувања, да се ангажираат партнери-истражувачи кои имаат поголемо искуство или се постручни во одредени области, а на крај да се даде одговор на прашањето: што постигнавме?

7. ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Туризмот претставува еден од посуштинските елементи во општите цели на одредена држава, како што се промоцијата на интересите на граѓаните на таа држава, економскиот развој и вработувањето, регионалниот развој, менаџирањето со културното и природното богатство и зајакнувањето на државниот идентитет на сите граѓани.

Развојот на туристичката индустрија има позитивно влијание и за Косово, не само од аспект на економскиот развој, туку и од аспект на идентификување на културата и на природните убавини со кои располага земјата. Тоа значи дека со развојот на туризмот ние се соочуваме и со различните култури, се разменуваат позитивните елементи на образованието и се прави повеќе бизнис со странските земји.

Сегашниот и идниот туристички производ на Косово како конкурентна туристичка дестинација не се однесува само на просторната распределба или дочекувањето на туристите, туку тоа влијае и врз зголемувањето на приходите и намалување на невработеноста во конкретната туристичка средина, а сето тоа значи подобрување на квалитетот на живеење на населението.

Освен придобивките за локалното население, и земјата може да придобие од развојот на туризмот како посебна индустрија во економијата. Деловната туристичка заедница исто така придобива од развојот на туризмот.

Всушност, развојот на туризмот овозможува зголемен обем на патувања на туристите поради одмори, аџилак, посета на градови и историски места во урбани и рурални средини, поради учество на различни спорсткни настани (олимпијади, државни првенства, меѓународни натпревари) или посета на бањски места заради здравствени причини.

Туризмот треба да претставува сектор кој ќе биде подржан и од јавните институции и од приватниот сектор, но и од странските инвеститори со помош на потпишување на различни спогодби и договори од економска сфера за да се искористат сите потенцијали и предности на туризмот, а тоа значи дека преку спојувањето на финансиските средства на различните учесници ќе се влијае врз развојот на туризмот во земјата, односно овозможување на привлекување и на странски и меѓународни субвенции и други видови на средства.

Капиталните извори се меѓу најважните фактори кои можат да помогнат во креирањето на туристичкиот производ на Косово. Инфраструктурата и опремувањето потребни во транспортот и сместувањето се фактори кои влијаат врз зголемување на флуksот на туристите во едно туристичко место. Колку и да располага една земја со туристички природни и културни ресурси, ако не постои инфраструктура за уживање во тие природни и културни убавини, тогаш таквите извори остануваат неискористени.

Квалитетот во туризмот може да придонесе во одржливиот развој преку подобрување на конкурентноста на деловната сфера, излегувањето во пресрет на општествените потреби и зачувувањето на средината во која живееме и дејствуваме. Да се биде успешен истовремено во сите наведени области на ниво на туристички дестинации потребен, е глобален пристап кој ќе се фокусира на задоволувањето на потребите на туристите.

Подобрувањето на квалитетот на туристичките дестинации е суштинска потреба на туристите, а тоа би придонесло кон зголемување на конкуренцијата во туристичката индустрија и осигурување дека туризмот се развива на балансиран и одржлив начин. Кога станува збор за туристите и гостите, задоволувањето на потребите кои произлегуваат од престојувањето во одредена туристичка дестинација не зависи само од искуството добиено преку одредена туристичка услуга, туку и од општите фактори, како што се: гостоприемството, сигурноста, санитарните услови, сообраќајот и туристичкиот менаџмент.

Поголемиот дел од овие фактори имаат директно влијание врз перцепцијата на туристот за наведената туристичка дестинација, нивото на сатисфакција и волјата да се врати повторно или тоа да им го препорача на потенцијалните туристи. Границите на туристичките дестинации се креираат од комбинирањето на политичките и административните капацитети на земјата и со помош на комплексните вмрежувања на внатрешните и надворешните учесници.

Ако на ова се додаде знаењето, технолошката и менаџерската предност во производниот процес и силната конкуренција на пазарот, тогаш може да се каже дека туристичката дестинација е предмет на сложена и прилагодлива промена.

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

Последните инвестиции на Косово во патната инфраструктура даваат надеж дека може да се развие туризмот (особено завршување на автопатот кај Призрен). Тука вреди да се спомне инвестицијата во Националниот автопат што го поврзува Косово со Албанија и автопатот Приштина-Скопје што може да придонесе кон развојот на туризмот во тој дел на Косово.

Географската положба на Косово во смисла на регионалната патна инфраструктура, со посебен акцент коридорите 8 и 10, може да создаде добри услови за зголемување на туристичката побарувачка за одредени видови на туризам на Косово.

Со своите културно-историски вредности, Косово е атрактивна земја за домашните и странските туристи и посетители, а тоа е поради фактот дека културното наследство на Косово е создадено и постои во секој град и секое село на Косово, во парковите, во галериите и музејите, во филмските архиви, во кулите и тврдините, верските монументи и старите згради.

Развојот на туристичката дејност на Косово претставувал и сеуште претставува многу сложен процес, поради големиот број на вклучени субјекти, од една страна, и различните, а понекогаш и целосно спротивставените интереси, од друга страна. Хармонизацијата на нивните постапки и активности е една од клучните претпоставки за реализација на идниот развој на туризмот на Косово.

Поради тоа, синхронизацијата на делувањата на клучните актери на развојниот процес, односно нивната меѓусебна соработка и координација, претставуваат императив при спроведувањето на активностите за ревитализација на целиот туристички сектор, како и иницирање на зголемен успех во вкупното работење.

Сите релевантни страни вклучени во развојот на туризмот и угостителството треба да ги ангажираат сите расположливи потенцијали (кадровски и материјални) во правец на унапредување на туризмот на Косово. Можности за ревитализација на овој сектор постојат, но на тоа треба да се види само како на долгорочен процес.

На туризмот во Косово потребни му се итни заеднички мерки на сите нивоа. Овие мерки треба да бидат насочени во правец на целосно, ако не на делумно надминување на причините кои придонесле за создавање на ваквата ситуација.

Република Косово му посветува посебно внимание на туризмот и угостителството поради климатски услови и природата кои може да се искористат за развојот и за унапредувањето на туризмот. Токму туризмот и угостителството се во

меѓусебен однос, бидејќи таму каде што има туристички производ треба да има и хотел или друг вид на капацитет за сместување на гости.

Тоа што претставува вистински проблем во развојот на туризмот воопшто во нашата земја е недостатокот на официјални податоци и информации од статистички аспект. Ова особено како проблем произлегува и од несоработувањето или недоразбирањето помеѓу повеќе владини институции и агенции, затоа што во одредени случаи не се земаат во предвид сите субјекти од областа на туризмот, а кои имаат економски ефект, како што се на пример културните активности (фестивали и настани). Токму тоа се случува во текот на целото наше истражување, кое веќе претходно го спомнавме и о делот на ограничувањата спрема истражувањето.

Имено, во рамки на ова истражување беа вклучени 21 министерство на Владата на Република Косово (доставен онлајн прашалник составен од 15 прашања, но повратен одговор по однос на прашалник добивме од страна на 16 министерства), потоа 38 општини на целата територија на Република Косово (доставен онлајн прашалник составен од 20 прашања, но повратен одговор добивме од страна на 31 општина) и 468 субјекти од приватниот сектор (254 хотели, 209 туристички агенции и 5 туристички здруженија) и кај овие приватни субјекти беше испратено онлајн прашалник составен од 26 прашања, но повратен одговор добивме од страна на 143 хотели, 112 туристички агенции и од 2 туристички здруженија.

Во однос на истражувањето кај министерствата, дојдовме до следните заклучоци:

- само едно анкетирано министерство има законска надлежност од областа на туризмот и угостителството, а тоа е Министерството за трговија и индустрија,
- ова министерство има одредена структура на организирање на работите од областа на туризмот, а називот е “Дивизија за туризам“,
- најголемиот процент од министерствата би сакале да имаат одредени надлежности од областа на туризмот (75% одговориле потврдно),
- во рамки на тоа надлежно министерство има 2 до 10 вработени кои работат во туризмот (според податоците од Министерството за трговија и индустрија, во Дивизијата за туризам се вработени 4 лица),
- само 2 министерства не учествувале во изговтување на проекти од областа на туризмот, додека 14 министерства биле вклучени во таква активност,

- во однос на меѓусебната соработка помеѓу министерствата, речиси 2/3 од нив имаат соработка, а поголемиот број од анкетираниите министерства степенот на меѓусебната соработка ја оценуваат со највисока оценка,
- над 87% од анкетираниите министерства предложиле одредени мерки за развој на туризмот во Косово, но во однос на донесувањето на одлуки, речиси таков процент на одговори се дадени во насока на фактот дека не предложиле одлуки за развој на туризмот во оваа земја,
- преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законите и/или подзаконските акти само за неколку министерства, под претпоставка дека тие имаат некакви надлежности во туризмот, директно или индиректно,
- во однос на мерките и одлуките донесени од страна на министерствата, се забележува дека најголем број се однесуваат на заштитата и зачувувањето на животната средина, а потоа на информатичката технологија и трговија и на безбедноста и сигурноста. Други поважни области се заоставени во донесувањето на мерки и одлуки како што се: маркетинг и промоција, домашни и странски инвестиции, сообраќајна инфраструктура и образование и наука,
- сите министерства предложените мерки и одлуки ги спроведуваат според однапред утврден план на реализација, а нивото на реализација најчесто е оценувано со оценка “6“, што сметаме дека е на задоволително ниво и одговорите се навистина чесни и со одговорност.

Во однос на истражувањето кај општините, дојдовме до следните заклучоци:

- сите општини имаат одредени законски надлежност од областа на туризмот и угостителството,
- само седум општини имаат сектор за туризам, додека 4 општини имаат одделенија во својата структура на организирање на работите од областа на туризмот, а најголемиот процент од општините имаат еден вработен кој има надлежности во областа на туризмот и/или угостителството, додека 7 општини имаат до десет вработени лица во секторот или одделението за туризам,
- над 1/3 од анкетираниите општини имаат стратегија за развој на туризмот или сличен документ од областа на туризмот, додека околу 2/3 од нив немаат стратегија за туризам,

- само 7 општини имаат посебен буџет за развој на туризмот, додека останатиот дел од општините немаат таков буџет, а над 77% од општините имаат под 1% финансиски средства кои се резервирани за развој на туризмот и само 7 општини имаат буџет до 5% од вкупниот буџет на општината,
- поголемиот дел од општините, средствата наменети за туризам се трошат за подобрување и унапредување на ИКТ, маркетинг, промоција и човечки ресурси, а помалку за инфраструктура, субвенции и други цели,
- повеќе од 2/3 од општините соработуваат со институциите од централната власт за проекти од туризмот, а над 45% од анкетираниите општини соработуваат меѓусебно. Процентот на соработка помеѓу општините и приватните субјекти од областа на туризмот е многу висок и изнесува 90%, а околу 71% од анкетираниите општини соработуваат со меѓународните организации од областа на туризмот,
- околу 1/3 од анкетираниите општини предложиле мерки и имаат донесено одредени одлуки за развој на туризмот во општината, а 80% од тие општини сметаат дека нивните предлози за преземање мерки и донесување одлуки не биле прифатени од страна на централната власт,
- сите општини тврдат дека советите на тие општини носат мерки и одлуки, најголемиот број на општини ја вклучиле локалната заедница во донесувањето на мерки и одлуки за туризмот и ги имале предвид предлозите на локалната заедница,
- само 45% од анкетираниите општини ги реализираат мерките и одлуките што ги донесуваат и 35% од овие општини сметаат дека мерките и одлуките што тие ги донесуваат имаат позитивен ефект врз развојот на туризмот, а оценката за нивото на спроведување на мерките/одлуките е “6”.

Во однос на истражувањето кај приватните субјекти од областа на туризмот и угостителството, дојдовме до следните заклучоци:

- најголемиот број на испитаници кај овие субјекти имаат возраст од 26 до 40 години (околу 40% од испитаниците), доминира бројот на оние кои се од машки пол (околу 66%) над оние од женскиот пол (над 34%), а 11% од испитаниците имаат основно образование, над 13% имаат завршено средно образование, а останатиот дел од 75% од испитаниците имаат завршено високо образование,

- до 10 години работен стаж имаат околу 71% од сите испитаници, а поголем работен стаж имаат 21% од анкетираниите испитаници, додека 60% од анкетираниите субјекти, во својата компанија имаат вработено од 2 до 10 работници,
- над 11% од анкетираниите компании работат во текот на сезоната, меѓутоа најголемиот број од нив, околу 89%, работат во текот на целата година, а 74% не кажуваат дали се категоризирани, односно лиценцирани по закон и дури 64% не одговориле дали исполнуваат минимално-технички услови и стандарди во работењето на компанијата,
- околу 2/3 од овие субјекти сметаат дека постојат до 5 закони кои ја регулираат нивната дејност, а 49% од нив се запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, додека 61% од анкетираниите субјекти одговориле дека се запознаени со мерките и одлуките донесени од страна на општината,
- околу 22% од субјектите сметаат дека мерките и одлуките на владата влијаат позитивно врз работењето на нивните компании, а негативно одговориле околу 28% од испитаниците, додека останатиот дел од речиси 51% одговориле дека ниту имаат позитивни ниту негативни ефекти,
- над 80% од анкетираниите субјекти одговориле дека предложените мерки и одлуки имаат позитивно влијание, а таквото влијание може да се оцени со оценка “4“, а над 70% од анкетираниите субјекти одговориле дека предложените мерки и одлуки имаат негативно влијание и се оценуваат со највисоката оценка “5“,
- аспектот кој најмногу влијае врз работењето на овие субјекти, како мерки и одлуки донесени од владата, е инспекцискиот надзор, потоа финансиското работење, договорите за вработување, примената на законите и даноците и таксите,
- само 10% од анкетираниите субјекти одговориле дека централните власти помагаат во подобрувањето на условите за работење на нивните компании, а 49% од нив сметаат дека општинските власти помагаат во подобрувањето на условите за работење,
- над 86% од субјектите не учествувале во изготвување или донесување на одредена мерка за развој на туризмот, додека 56% од ниве соработувале со

други субјекти во донесувањето на мерки и одлуки од областа на туризмот, околу 74% од овие субјекти таквата соработка ја оценуваат со оценка “7“,

- 34% од анкетираниите субјекти се за фактот дека мерките и одлуките може да помогнат во развојот на туризмот, 25% од испитаниците се за “треба да се изменат“ и над 20% сметаат дека тие мерки не може да помогнат во развојот на туризмот,
- мерките кои треба да се изменат, дополнат или да се донесат нови, се однесуваат на овој дел од туристичката и угостителската дејност: обврски на општинските органи надлежни за туризмот, даночни олеснувања, казнени одредби и сообраќајна инфраструктура,
- речиси 51% од анкетираниите субјекти се одлучени да го прошират својот бизнис, доколку мерките и одлуките кои би помогнале во развојот на туризмот ќе влијаат или ќе помогнат за подобрување на квалитетот на нивните производи и услуги,
- речиси 1/3 од анкетираниите субјекти имаат стратегија за подобрување и унапредување на работењето на нивната компанија, а 2/3 на ова прашање одговориле негативно.

Според реализираното истражување, можеме да кажеме дека владините мерки и одлуки не помагаат доволно во насока на развојот на туризмот, тие мерки и одлуки се недоволни поради фактот дека само едно министерство е надлежно за работите од областа на туризмот, а другите министерства не преземаат такви мерки и не донесуваат такви одлуки.

Мерките и одлуките на владата не се донесуваат во соработка со општините и приватни субјекти од секторот туризам, а и меѓусебната соработка помеѓу министерствата не е на задоволително ниво и не се координирани во таа насока.

Сепак, спроведувањето на владините мерки и одлуки кои ќе помогнат да се решат одредени проблеми и/или да се подобрат и унапредат одредени состојби во туризмот, а каде ќе бидат вклучени сите заинтересирани страни, нависина претставува значаен фактор за развој на туризмот во Косово, а ова земја како туристичка дестинација ќе може поконкурентно да се вклучи на меѓународните туристички пазари.

Владините мерки и одлуки треба да произлегуваат, најпрво, од визијата за развој на туризмот, а потоа од планови со конкретни активности и временски рамки за

реализација на тие планови и активности. Таквата визија, заедно со плановите и активностите се основа за креирање на стратегија, на долгорочна рамка.

Имено, според истражувањето можевме да забележиме дека нема национална стратегија за развој на туризмот, само мал дел од општините имаат таква стратегија или сличен документ, уште помал е бројот на приватните субјекти од областа на туризмот.

Од спроведенот истражување дознавме дека постои релативно добра соработка помеѓу сите вклучени страни во секторот туризам, нивото на соработка мора уште повеќе да расте за да може да се донесат поквалитетни мерки и одлуки, изготвени од сите учесници, а кои после тоа ќе може да се реализираат поефективно и поуспешно.

Донесените мерки и одлуки од страна на владините институции, како и од страна на локалните власти, се во согласност со законските одредби и другите правила и стандарди од областа на туризмот, затоа што тие мора да произлезат од законските одредби на конкретните закони кои ја регулираат оваа материја, а впрочем и министерствата и општините работат согласно со законите.

Истражувањето покажа дека мерките и одлуките се во согласност со законите, но вклучените страни во ова истражување предложија измени, дополнувања, корекции, дури и нови мерки и одлуки кои се подобри од претходните, а кои ќе помогнат во развојот и унапредувањето на работата, особено на приватните субјекти.

Со цел Косово, како туристичка дестинација, да обезбеди поконкурентно место на туристичкиот пазар, особено во регионалниот пазар, најпрво како држава мора да сподели визија, цели и вредности, кои ќе се гарантираат со мерки, одлуки, решенија, предлог-проекти или општо земено преку законски и подзаконски акти, во согласност принципите на одржлив развој на туризмот, затоа што патот спрема светските трендови во туризмот треба да се заснова на посветеност, ентузијазам, ефикасност за подобар бизнис, почитување на законите и овозможување подобро учење и споделување на добрите практики, особено на оние на соседните земји.

Моделот кој сакаме да го создадеме треба да биде модел каде се претставува нова култура, применување на општествена одговорност и постигнување препознатлив туристички имиџ и кон стекнување на конкурентна предност на пазарот. Тој модел треба да ги содржи сите позитивни искуства, практики и препораките од соседните и земјите од регионот. Сето тоа треба да биде фактор за раст и развој на туризмот во земјата, онаков како што сите граѓани посакуваат.

Местото на Косово како туристичка дестинација е во регионот, заедно со соседните земји и другите земји од Европа како најзначаен туристички регион во светот. Косово е мала земја, но со големи природни и историско-културни ресурси и вредности кои можат да помогнат во подигнувањето на степенот на развој на туризмот на оваа земја. Иднината на туристичкиот развој на Косово е во Европа.

ЛИСТА НА ТАБЕЛИ

1. Табела бр.1, Број на домашни и странски туристи во Косово за периодот 2010-2018 година
2. Табела бр.2, Остварени ноќевања од домашните и странските туристи во Косово за периодот 2010-2018 година
3. Табела бр.3, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на туристи
4. Табела бр.4, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на остварени ноќевања
5. Табела бр.5, Хотелски капацитети на Косово според видот на објектот за сместување, за 2018 година (единици, соби и легла)
6. Табела бр.6, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, според статистички региони, за периодот 2010-2018 година
7. Табела бр.7, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, за периодот 2010-2018 година
8. Табела бр. 8, Процентуално учество на туризмот во БДП-то на Косово за периодот 2010-2018 година
9. Табела бр.9, Број на активни претпријатија во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година
10. Табела бр.10, Број на активни претпријатија во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година
11. Табела бр.11, Просечна плата на вработените во туризмот и угостителството во Косово за периодот 2010-2017 година (во евра)
12. Табела бр.12, Директни инвестиции во Косово, за временскиот период 2010-2018 година, споредба по економски активности со посебен осврт на туризмот (во милиони евра)
13. Табела бр.13, Процентуално учество на директните инвестиции во туризмот во однос на вкупните директни инвестиции во периодот 2008-2018 година
14. Табела бр.14. Предлози и препораки за интервенции во туристичкото законодавство на Косово
15. Табела бр.15, Вие припаѓате на:
16. Табела бр.16, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?

17. Табела бр.17, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?
18. Табела бр.18, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структурата на организирање на работите:
19. Табела бр.19, Дали сметате дека Вашето министерство треба да има одредени надлежности од областа на туризмот?
20. Табела бр.20, Доколку имате надлежности од областа на туризмот, колку лица се вработени во вашата организација?
21. Табела бр.21, Дали сте учествувале во изготвување на проекти од областа на туризмот?
22. Табела бр.22, Дали соработувате со другите министерства за проекти од областа на туризмот?
23. Табела бр.23, Доколку соработувате, Ве молиме оценете ја таа соработка од 1 до 5, каде 1 значи никаква соработка, 2 значи мала соработка, 3 значи соработка, 4 значи голема соработка и 5 значи одлична соработка:
24. Табела бр.24, Дали вашето министерство предложило мерки за развој на туризмот во Косово?
25. Табела бр.25, Дали вашето министерство донесло одредени одлуки за развој на туризмот во Косово?
26. Табела бр.26, Дали преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законите и/или подзаконските акти?
27. Табела бр.27, Доколку вашето министерство предложило мерки и/или донесло одредени одлуки за развој на туризмот, Ве молиме наведете за кои области станува збор:
28. Табела бр.28, Дали предложените мерки и/или одлуки се спроведуваат според однапред утврдениот план за спроведување?
29. Табела бр.29, Доколку се спроведуваат тие мерки и одлуки, според Ваша оценка, колкаво е нивото на спроведување (од 1 до 10, каде 1 е најмалку, додека 10 е најмногу):
30. Табела бр.30, Вие припаѓате на:
31. Табела бр.31, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?
32. Табела бр.32, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?

33. Табела бр.33, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структуратана организирање на работите:
34. Табела бр.34, Доколку имате структура на организирање на работите од областа на туризмот (систематизација на работни места), колку лица се вработени во вашата општина?
35. Табела бр.35, Дали вашата општина има изготвено стратегија за развој на туризмот или друг сличен документ од областа на туризмот?
36. Табела бр.36, Дали постои посебен буџет за развој на туризмот во рамки на вкупниот буџет на Вашата општина?
37. Табела бр.37, Доколку постои буџет за туризам, колкав дел е резервиран за работи од областа на туризмот:
38. Табела бр.38, Доколку постои буџет за туризам, за какви цели се трошат финансиските средства?
39. Табела бр.39, Дали соработувате со институциите од централната власт за проекти од областа на туризмот?
40. Табела бр.40, Дали соработувате со другите општини за проекти од областа на туризмот?
41. Табела бр.41, Дали соработувате со приватните субјекти од областа на туризмот?
42. Табела бр.42, Дали соработувате со меѓународни организации од областа на туризмот?
43. Табела бр.43, Дали вашата општина предложило мерки и/или донесло одлуки за развој на туризмот во општината/државата?
44. Табела бр.44, Дали централната власт прифатила некоја од предложените мерки и/или одлуки доставени од ваша страна?
45. Табела бр.45, Дали мерките и/или одлуките се донесени од страна на советите на општините или од страна на владините институции и организации?
46. Табела бр.46, Дали при донесувањето на мерките и/или одлуките била вклучена локалната заедница?
47. Табела бр.47, Дали ги спроведувате донесените мерки и одлуки од ваша страна?
48. Табела бр.48, Дали спроведените мерки и/или одлуки имаат некаков ефект врз развојот на туризмот во вашата општина?

49. Табела бр.49, Дадете оценка на нивото на спроведување на мерките/одлуките (1 е најмалку, додека 10 е најмногу):
50. Табела бр.50, Вие припаѓате на:
51. Табела бр.51, Во управувањето со вашата компанија, Вие сте:
52. Табела бр.52, Вашата возраст е:
53. Табела бр.53, Вашиот пол е:
54. Табела бр.54, Вашиот степен на образование е:
55. Табела бр.55, Колку години работите во дејноста туризам и угостителство?
56. Табела бр.56, Колку вработени работат во вашата компанија?
57. Табела бр.57, Дали работите во текот на сезоната или низ цела година?
58. Табела бр.58, Дали вашата компанија е категоризирана (лиценцирана) по закон?
59. Табела бр.59, Дали исполнувате минимално-технички услови и стандарди во работењето на вашата компанија?
60. Табела бр.60, Дали знаете колку закони го регулираат работењето на вашата компанија во областа на туризмот и угостителството?
61. Табела бр.61, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а се однесуваат на развојот на туризмот?
62. Табела бр.62, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општината во која дејствувате, а се однесуваат на развојот на туризмот?
63. Табела бр.63, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции и општинските органи влијаат врз работењето на вашата компанија?
64. Табела бр.64, Доколку имаат позитивно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најмалку, додека 5 е најмногу):
65. Табела бр.65, Доколку имаат негативно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најмалку, додека 5 е најмногу):
66. Табела бр.66, На кој аспект од вашето работење се однесуваат Владините мерки и/или одлуки:
67. Табела бр.67, Дали централните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија?
68. Табела бр.68, Дали локалните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија?

69. Табела бр.69, Дали вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвувањето (донесувањето) на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот и угостителството?
70. Табела бр.70, Дали вие како приватен субјект сте соработувале со други субјекти кои учествувале во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот?
71. Табела бр.71, Доколку сте соработувале, ве молиме оценете ја соработката од 1 до 10, каде оценката 1 значи никаква соработка и оценката 10 значи најголема соработка меѓу субјектите:
72. Табела бр.72, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владата и општините, а кои ја регулираат туристичката и угостителската дејност можат да помогнат во развојот на туризмот, односно на вашата дејност?
73. Табела бр.73, Доколу треба да се измена, дополнат и донесат нови мерки и/или одлуки, во кој дел од туристичката и угостителската дејност тоа треба да се направи?
74. Табела бр.74, Доколку предложените мерки и/или одлуки влијаат врз подобрувањето и развојот на туризмот воопшто, дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на вашите производи и услуги и во кои области тоа ќе го направите?
75. Табела бр.75, Дали имате стратегија за подобрување и унапредување на работењето на вашата компанија?
76. Табела бр.76, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр. 18
77. Табела бр.77, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
78. Табела бр.78, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр.19
79. Табела бр.79, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
80. Табела бр.80, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр. 20
81. Табела бр.81, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
82. Табела бр.82, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр. 21
83. Табела бр.83, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
84. Табела бр.84, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр.12
85. Табела бр.85, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
86. Табела бр.86, Вкрстена анализа на субјетите и прашањето бр.13

87. Табела бр,87, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела
88. Табела бр.88, Вкрстена анализа на субјектите и прашањето 14
89. Табела бр.89, Хи квадрат вредност за вкрстената анализа од претходната табела

ЛИСТА НА ГРАФИЧКИ ПРИКАЗИ

1. Графички приказ бр.1 Број на домашни и странски туристи во Косово за периодот 2010-2018 година
2. Графички приказ бр.2, Остварени ноќевања од домашните и странските туристи во Косово за периодот 2010-2018 година
3. Графички приказ бр.3, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на туристи
4. Графички приказ бр.4, Земја на потекло на туристите кои го посетиле Косово за временскиот период 2010-2018 година, по број на остварени ноќевања
5. Графички приказ бр.5, Степен на искористеност на капацитетите за сместување во Косово, за периодот 2010-2018 година
6. Графички приказ бр.6, Број на вработени во областа на туризмот во Косово за периодот 2010-2017 година
7. Графички приказ бр.7, Организација и структура на Министерството за трговија и индустрија, надлежно министерство за работите од областа на туризмот во Косово

APPENDICES

A: Спроведено интервју со претставниците на министерствата

Почитувани,

Поради целта на ова истражување, Ве замолувам да одговорите на неколку прашања од прашалникот кој треба да се искористи поради научно-истражувачки цели во врска со спроведувањето на владините мерки и одлуки за развој на туризмот на Косово. Причината за пополнување на овој прашалник се докторските студии на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид.

Овој прашалник е составен од неколку прашања, а прашалникот кој Вие ќе го одговорите е изготвен според посебна програма и сите ваши одговори ќе се искористат само за научно-истражувачки цели и задачи.

Ве замолувам да издвоите неколку минути од вашето скапоцено време за одговарање на овој прашалник. Имате потполна слобода да одговорите на прашањата како што Вие мислите.

Ви благодарам.

М-р Есад Ислами

ПРАШАЛНИК А:

Прашање бр.1, Вие припаѓате на:

- Министерство
- Општина
- Приватен субјект од областа на туризмот
- Друго

Прашање бр.2, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.3, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?

- Сектор
- Одделение
- Комисија
- Завод
- Институт
- Државна агенција
- Друго

Прашање бр.4, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структурата на организирање на работите:

Прашање бр.5, Дали сметате дека Вашето министерство треба да има одредени надлежности од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.6, Доколку имате надлежности од областа на туризмот, колку лица се вработени во вашата организација?

- 1 вработен
- од 2-10 вработени
- од 11 до 20 вработени
- од 21 до 50 вработени

Прашање бр.7, Дали сте учествувале во изготвување на проекти од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.8, Дали соработувате со другите министерства за проекти од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.9, Доколку соработувате, Ве молиме оценете ја таа соработка од 1 до 5, каде 1 значи никаква соработка, 2 значи мала соработка, 3 значи соработка, 4 значи голема соработка и 5 значи одлична соработка:

1 2 3 4 5

Прашање бр.10, Дали вашето министерство предложило мерки за развој на туризмот во Косово?

- Да
- Не
- Немаме одговор

Прашање бр.11, Дали вашето министерство донесло одредени одлуки за развој на туризмот во Косово?

- Да
- Не
- Немаме одговор

Прашање бр.12, Дали преземените мерки и/или донесените одлуки произлегле од законите и/или подзаконските акти?

- Да
- Не

Прашање бр.13, Доколку вашето министерство предложило мерки и/или донесло одредени одлуки за развој на туризмот, Ве молиме наведете за кои области станува збор:

- Домашни и странски инвестиции
- Безбедност и сигурност
- Инфраструктура (патна, железничка, авионска, друга)
- Финансии
- Здравство
- Култура (културно наследство, културни манифестации и сл.)
- Иновации, претприемништво
- Образование и наука
- Информатичка технологија
- Трговија
- Регионален и локален економски развој
- Заштита и зачувување на животната средина
- Земјоделство и рурален развој
- Меѓународна соработка
- Маркетинг и промоција

Прашање бр.14, Дали предложените мерки и/или одлуки се спроведуваат според однапред утврдениот план за спроведување?

- Да
- Не
- Немаме одговор

Прашање бр.15, Доколку се спроведуваат тие мерки и одлуки, според Ваша
оценка, колкаво е нивото на спроведување (од 1 до 10, каде 1 е најмалку, додека 10 е
најмногу):

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ви благодариме!...

В: Спроведено интервју со претставниците на општините

Почитувани,

Поради целта на ова истражување, Ве замолувам да одговорите на неколку прашања од прашалникот кој треба да се искористи поради научно-истражувачки цели во врска со спроведувањето на владините мерки и одлуки за развој на туризмот на Косово. Причината за пополнување на овој прашалник се докторските студии на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид.

Овој прашалник е составен од неколку прашања, а прашалникот кој Вие ќе го одговорите е изготвен според посебна програма и сите ваши одговори ќе се искористат само за научно-истражувачки цели и задачи.

Ве замолувам да издвоите неколку минути од вашето скапоцено време за одговарање на овој прашалник. Имате потполна слобода да одговорите на прашањата како што Вие мислите.

Ви благодарам.

М-р Есад Ислами

ПРАШАЛНИК Б:

Прашање бр.1, Вие припаѓате на:

- Министерство
- Општина
- Приватен субјект од областа на туризмот
- Друго

Прашање бр.2, Дали имате законски надлежности од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.3, Доколку имате, каква е структурата на организирање на работите од областа на туризмот?

Сектор

Одделение

Комисија

Друго

Прашање бр.4, Доколку сте одговориле “друго“, Ве молиме наведете го точниот назив на структурата на организирање на работите:

Прашање бр.5, Доколку имате структура на организирање на работите од областа на туризмот (систематизација на работни места), колку лица се вработени во вашата општина?

- 1 вработен,
- од 2-10 вработени,
- од 11 до 20 вработени,
- над 21 вработен)

Прашање бр.6, Дали вашата општина има изготвено стратегија за развој на туризмот или друг сличен документ од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.7, Дали постои посебен буџет за развој на туризмот во рамки на вкупниот буџет на Вашата општина?

- Да
- Не

Прашање бр.8, Доколку постои буџет за туризам, колкав дел е резервиран за работи од областа на туризмот:

- помалку од 1%
- од 1 до 5%
- од 6 до 10%
- над 10%

Прашање бр.9, Доколку постои буџет за туризам, за какви цели се трошат финансиските средства?

- Маркетинг
- Промотивни активности
- Изградба на инфраструктура
- Развој на човечки ресурси
- Подобрување или унапредување на ИКТ
- Субвенционирање на услуги
- Други цели

Прашање бр.10, Дали соработувате со институциите од централната власт за проекти од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.11, Дали соработувате со другите општини за проекти од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.12, Дали соработувате со приватните субјекти од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.13, Дали соработувате со меѓународни организации од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.14, Дали вашата општина предложило мерки и/или донесло одлуки за развој на туризмот во општината/државата?

- Да
- Не

Прашање бр.15, Дали централната власт прифатила некоја од предложените мерки и/или одлуки доставени од ваша страна:

- Да
- Не
- Делумно

Прашање бр.16, Дали мерките и/или одлуките се донесени од страна на советите на општините или од страна на владините институции и организации?

- Од страна на советите на општините
- Од страна на централната власт
- И од советите на општините и од централната власт

Прашање бр.17, Дали при донесувањето на мерките и/или одлуките била вклучена локалната заедница?

- Да
- Не
- Делумно

Прашање бр.18, Дали ги спроведувате донесените мерки и одлуки од ваша страна?

- Да
- Не
- Делумно

Прашање бр.19, Дали спроведените мерки и/или одлуки имаат некаков ефект врз развојот на туризмот во вашата општина?

- Имаат позитивен ефект
- Имаат негативен ефект
- Состојбата е непроменета

Прашање бр.20, Дадете оценка на нивото на спроведување на мерките/одлуките (1 е најмалку, додека 10 е најмногу):

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ви благодариме!

С: Онлајн прашалник доставен до приватните субјекти во туризмот

Почитувани,

Поради целта на ова истражување, Ве замолувам да одговорите на неколку прашања од прашалникот кој треба да се искористи поради научно-истражувачки цели во врска со спроведувањето на владините мерки и одлуки за развој на туризмот на Косово. Причината за пополнување на овој прашалник се докторските студии на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид.

Овој прашалник е составен од неколку прашања, а прашалникот кој Вие ќе го одговорите е изготвен според посебна програма и сите ваши одговори ќе се искористат само за научно-истражувачки цели и задачи.

Ве замолувам да издвоите неколку минути од вашето скапоцено време за одговарање на овој прашалник. Имате потполна слобода да одговорите на прашањата како што Вие мислите.

Ви благодарам.

М-р Есад Ислами

ПРАШАЛНИК В:

Прашање бр.1, Вие припаѓате на:

- Министерство
- Општина
- Приватен субјект од областа на туризмот
- Друго

Прашање бр.2, Во управувањето со вашата компанија, Вие сте:

- Менаџер (директор, раководител)
- Вработено лице

Прашање бр.3, Вашата возраст е:

- Од 18 до 25 години
- Од 26 до 40 години
- Од 41 до 54 години
- Од 55 до 65 години
- Над 65 години

Прашање бр.4, Вашиот пол е:

- Машки
- Женски

Прашање бр.5, Вашиот степен на образование е:

- основно образование
- средно образование
- високо образование

Прашање бр.6, Колку години работите во дејноста туризам и угостителство?

- до 1 година
- од 1 до 10 години
- од 11 до 20 години
- над 20 години

Прашање бр.7, Колку вработени работат во вашата компанија?

- 1 вработен
- од 2-10 вработени
- од 11 до 20 вработени
- од 21 до 50 вработени
- над 50 вработени

Прашање бр.8, Дали работите во текот на сезоната или низ цела година?

- Во текот на сезоната
- Во текот на цела година

Прашање бр.9, Дали вашата компанија е категоризирана (лиценцирана) по закон?

- Да
- Не
- Немам одговор

Прашање бр.10, Дали исполнувате минимално-технички услови и стандарди во работењето на вашата компанија?

- Да
- Не
- Немам одговор

Прашање бр.11, Дали знаете колку закони го регулираат работењето на вашата компанија во областа на туризмот и угостителството?

- Еден закон
- Два до три закони
- Четири до пет закони
- Шест до десет закони
- Над десет закони

Прашање бр.12, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции, а се однесуваат на развојот на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.13, Дали сте запознаени со мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на општината во која дејствувате, а се однесуваат на развојот на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.14, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владините институции и општинските органи влијаат врз работењето на вашата компанија?

- Да, влијаат позитивно
- Не, влијаат негативно
- Немаат ниту позитивно ниту негативно влијание

Прашање бр.15, Доколку имаат позитивно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најмалку, додека 5 е најмногу):

1 2 3 4 5

Прашање бр.16, Доколку имаат негативно влијание, ве молиме оценете од 1 до 5 колкаво е тоа влијание (1 е најмалку, додека 5 е најмногу):

1 2 3 4 5

Прашање бр.17, На кој аспект од вашето работење се однесуваат Владините мерки и/или одлуки:

- Даноци и такси
- Финансиско работење
- Управување со човечки ресурси

- Договори и други услови за вработување
- Оптоварување/олеснување на примената на законските одредби
- Субвенционирање
- Инспекциски надзор
- Користење на ИКТ
- Други аспекти

Прашање бр.18, Дали централните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија?

- Да, помагаат
- Не, не помагаат

Прашање бр.19, Дали локалните власти ви помагаат во подобрување на условите за работење на вашата компанија?

- Да, помагаат
- Не, не помагаат

Прашање бр.20, Дали вие како приватен субјект од областа на туризмот и угостителството сте учествувале во изготвувањето (донесувањето) на некоја од мерките и/или одлуките од областа на туризмот и угостителството?

- Да
- Не

Прашање бр.21, Дали вие како приватен субјект сте соработувале со други субјекти кои учествувале во донесувањето на мерките и/или одлуките од областа на туризмот?

- Да
- Не

Прашање бр.22, Доколку сте соработувале, ве молиме оценете ја соработката од 1 до 10, каде оценката 1 значи никаква соработка и оценката 10 значи најголема соработка меѓу субјектите:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Прашање бр.23, Дали сметате дека мерките и/или одлуките кои се донесени од страна на владата и општините, а кои ја регулираат туристичката и угостителската дејност можат да помогнат во развојот на туризмот, односно на вашата дејност? (може да одберете повеќе од еден одговор)

- Да, можат да помогнат
- Не, не можат да помогнат
- Треба да се изменат
- Треба да се дополнуваат
- Треба нови мерки и одлуки

Прашање бр.24, Доколу треба да се измена, дополнат и донесат нови мерки и/или одлуки, во кој дел од туристичката и угостителската дејност тоа треба да се направи? (може да одберете повеќе од еден одговор)

- Во делот на обврските на физичките и правните лица
- Во делот на правата на физичките и правните лица
- Во делот обврските на државните институции (посебно на оние надлежни за туризмот)
- Во делот обврските на општинските органи надлежни за туризмот (посебно на оние надлежни за туризмот)
- Во делот на даночните олеснувања
- Во делот на казнените одредби
- Во делот на маркетинг и промоцијата на туризмот Косово
- Во делот на субвенционирањето
- Во делот на домашните и странските инвестиции

- Во делот на сообраќајната инфраструктура
- Во делот на човечките рерурси
- Во делот на меѓународната соработка

Прашање бр.25, Доколку предложените мерки и/или одлуки влијаат врз подобрувањето и развојот на туризмот воопшто, дали во иднина ќе планирате да инвестирате во подобрувањето на квалитетот на вашите производи и услуги 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
- Друго

Прашање бр.26, Дали имате стратегија за подобрување и унапредување на работењето на вашата компанија?

- Да
- Не

Ви благодариме!

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Програма на Владата на Република Косово 2017-2021 година, Приштина, 2018 година,
2. Хасанај П., Примена на ФАС методот во функција на идентификување на туристичките потенцијали на Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017,
3. Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017,
4. Сектор за туризам на Општина Приштина, Сопствени пресметки од статистичките податоци, Приштина, 2000 година,
5. Agjencia për statistikë të Republikës së Kosovës dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (Sektori për regjistrim të ndërmarrjeve), Prishtinë, 2012,
6. Kolë Staka, Halil Bajrami, Zana Mehmeti, Zhvillimi i turizmit dhe planit hapësinor të turizmit, Prishtinë, 2014,
7. Реџепа В., Туризмот и целите на милениумскиот развој: Студија на случај Косово, 2012 година,
8. Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (SIDA), Analizë e gjendjes aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë: Aktivitet për fuqizimin e sektorit privat, Prishtinë, Prill 2018,
9. Службен весник на Република Косово, бр.14/2013, Приштина, 2013 година,
10. Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Интернет (www.mti.rks-gov.net), 2019
11. KOSME (Kosovo SME Promotion Programme), SME Exports: Patterns, Approaches, Success Factors and Barriers, Ministry of Trade and Industry, Austrian Development Cooperation and Swiss Development Cooperation, Implemented by ECIKS/KMU Forschung Austria, Prishtina, 2016,
12. ECIKS (Economic Initiative for Kosovo), A New Deal for Kosovo: Creating Sustainable Economic Growth, Position Paper published on the occasion of the 10th anniversary of ECIKS, Vienna, 2013,
13. Strategjia për promovimin e investimeve e Agjencisë për Promovimin e Investimeve në Kosovë 2011-2013,

14. Instituti D4D, Zhvillimi i turizmit përmes politikave dhe legjislacionit efektiv, Prishtinë, 2017,
15. MTI, TAIEX, Draft koncept dokument në fushën e turizmit, Prishtinë, 2018,
16. Ministria e ambientit dhe planifikimit hapësinor (MAPH), Raport vjetor, Gjendja e ambientit në Kosovë, 2016,
17. J. Sirse, Opsionet dhe modalitetet për themelimin e Bordit Kosovar për turizëm, 2017,
18. UE, Vlerësimi i programit të IPA-s për Bashkëpunim Ndërkufitar 2007-2013, Raport final, 2014,
19. Szivas, E, Zhvillimi i burimeve njerëzore në industrinë e turizmit dhe hotelerisë në Kosovë, 2016,
20. Sirse, J, Përkrahja e divizionit të turizmit në MTI, 2015,
21. MTI, USAID, Rishikimi i programit të MTI-së për klasifikim të hoteleve, 2014,
22. Komisioni Evropian, Digjitalizimi dhe inovacioni në turizëm, 2014,
23. Shoqata Kosovare e Turizmit (KATA), Konsultime me shoqata, Konsultime me TO, Konsultime me: Zyrën e BE-së; USAID; GIZ; Swiss Contact, 2018.
24. BMZ/GIZ, Doracak: Planifikimi i turizmit në bashkëpunimin për zhvillim, 2014.
25. USAID, Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (SIDA), EMPOWER - Aktivitet për Fuqizimin e Sektorit Privat, Analizë e gjendjes aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë, Prishtinë 2018, f. 9–11
26. 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.79
27. Куќи Б., Перспективата на туристичкиот развој на Косово во рамките на Европскиот туристички пазар, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2017, стр.36
28. Agjencia për statistikë të Republikës së Kosovës dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (Sektori për regjistrim të ndërmarrjeve), Prishtinë, 2012, f.22
29. Kolë Staka, Halil Bajrami, Zana Mehmeti, Zhvillimi i turizmit dhe planit hapësinor të turizmit, Prishtinë, 2014, f.7-9
30. Ахмети Х., Туристичките потенцијали – значаен фактор за одржлив развој на туризмот во Призрен, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Септември 2019, стр.92

31. Udhëzimi administrativ për rregullim dhe zhvillim të sistemit të vlerësimit për akomodim (MTI) nr.19/2013, sjellur nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë së Qeverisë së Republikës së Kosovës, neni 1
32. Агенција за статистика на Косово (ASK), Хотелски капацитети на Косово според видот на објектот за сместување, за 2018 година (единици, соби и легла), Приштина, 2019, стр.1
33. Banka Qendrore e Republikës së Kosovës, Buletini mujor statistikor, Nëntor 2019, Nr.219, Departamenti i statistikës së BQRK, Prishtinë, 2019, faqja 113 (informacione të detajuara shiko në: https://bqk-kos.org/repository/docs/2018/BQK_BMS_219_al.pdf)
34. www.kiesa.rks-gov.net
35. International Bank for Reconstruction and Development / World Bank, Doing Business 2018: Reforming to Create Jobs, Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, A World Bank Group Flagship Report, 2019, p.174
36. Хајдини А., Спроведување на европската легислатива од областа на туризмот како значаен фактор за развој на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, 2019 година, стр.212-214
37. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: www.mti.rks-gov.net
38. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: www.mti.rks-gov.net (<https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,323>)
39. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI), faqja zyrtare: www.mti.rks-gov.net (<https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,324>)
40. Gazeta Zyrtare e Kosovës, Ligji për turizmin, 10 maj 2013, at http://mti-ks.org/repository/docs/LAW_No._04-L-176_ON_TOURISM,_Anglisht_772395.pdf
41. Красниќи У., Проклети и како значаен природен туристички ресурс за одржлив развој на туризмот во Косово, Докторска дисертација, Факултет за туризам и угостителство-Охрид, 2019 година, стр.138-139
42. Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID) dhe Agjencia Suedeze për Zhvillim Ndërkombëtar (SIDA), Analizë e gjendjes aktuale në sektorin e turizmit në Kosovë: Aktivitet për fuqizimin e sektorit privat, Prishtinë, Prill 2018, faqe 7-8
43. Службен весник на Република Косово, бр.14/2013, Приштина, 2013 година, стр.1

44. Democracy for Development (D4D), Zhvillimi i turizmit përmes politikave dhe legjislacionit efikas: Identifikimi i hapave të mundshëm të reformës në politikat dhe legjislacionin e turizmit, Series: Public Interest | No. 10 | Prishtina, 2017, f.6-12
45. Министерство за трговија и индустрија на Владата на Република Косово, Интернет страница: www.mti.rks-gov.net, 2019
46. Komuna e Prishtinës: www.kk.rks-gov.net (<https://kk.rks-gov.net/prishtine/kulture/biografiaa-detyrat-dhe-pergjegjesite/>)
47. Komuna e Prizrenit: www.kk.rks-gov.net/prizren (<https://kk.rks-gov.net/prizren/wp-content/uploads/sites/26/2019/07/Raporti-i-punes-Janar-Qershor-2019-DTZHE.pdf>)
48. Komuna e Pejës: www.kk.rks-gov.net/peje (<https://kk.rks-gov.net/peje/zhvillimi-ekonomik/sektori-i-turizmit/>)
49. Komuna e Gjakovës: www.kk.rks-gov.net/gjakove (<https://kk.rks-gov.net/gjakove/staff/drejtoria-per-zhvillim-ekonomik/>)
50. Ministri e Tretgtisë dhe Industrisë, Profili i Sektorit të Turizmi, Projekt i Programit për Zhvillim të Kombeve të Bashkuara (UNDP) dhe Ministrisë së Punëve të Jashtme të Finlandës, Prishtinë 2014, f.25
51. 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.
52. Dritan Shala, M.Sc., Turizmi dhe Ambienti, 2012.
53. Richards, G., Cultural Tourism in Europe, Atlas, 2005,
54. Cook, J. Yale, J.J. Marque, Tourism-The Business of Travel, Prentice-Hall, London, 2005,
55. Bakiu, Dr. Vjollca, Drejtimi i ndërmarrjeve hoteliere, Tiranë
56. Bakiu, Dr. Vjollca, Menaxhimi i turizmit, Tirane, 2009
57. Gashi, Dr. Musa Gashi, Bazat ekonomike – gjeografike për zhvillimin e turizmit malor në Kosovë, Prishtinë, 1967
58. Gorica, Dr. Klodiana, Vela, MA. Fiorabla, Strategjia e turizmit, Tiranë, 2007
59. Hoti, Mr. Hamdi, Menaxhimi i projekteve në fushën e mbrojtjes së natyres, Prishtinë, 2011
60. Muhaxhiri, Dr. Nexhat Muhaxhiri, Ekonomika dhe menaxhmenti në turizëm, Prishtinë, 2005
61. Mustafa, Dr. Muhamet, Menaxhmenti i projekteve investive, Prishtine, 2003

62. Сокол Цена, Призрен, место на сретнување на цивилизациите, 2012 година
63. Kumar, J.L., “The encyclopedia of tourism in 21st century”, Anmol Publications PVT.Ltd., New Delhi, 2005,
64. Vanhove,N., “The economics of tourism destinations”,Butterworth Heinemann Elsevier,2005,
65. 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 Heinemann Elsevier, 2005, (pdf),
66. Dr. Vjollca Bakiu , Menaxhimi i Turizmit “Erik”, 2009.
67. 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
68. UNWTO: Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, 2018, p.10 (<http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419401>)
69. World Tourism Organization (n.d.), Sustainable Tourism for Development (online), available at: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (22-10-2017).
70. 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
71. 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
72. Ligji për turizmin dhe shërbimet turistike të Republikës së Kosovës, nr.03-L/168, 2010,
73. Agjencia e Statistikave të Republikës së Kosovës, Kapacitetet turistike (njësitë akomoduese) në Kosovë për vitin 2016, Raport për kapacitetet, Prishtinë, Korrik 2017,
74. Forumi Kulturor i Kosovës, Kultura, Arti dhe Zhvillimi Ekonomik, Raport i Debatit, Prishtinë, Qershor 2014,

75. Ministria e mjedisit dhe planifikimit hapësinor 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,
76. MASHT, Abdurrahman Simnica, Shkollat me profilet hoteleri-turizëm në Kosovë, 2015, f.28
77. Komuna e Prizrenit, Dokumenti strategjik për zhvillimin e turizmit dhe planet e veprimit 2015-2020,
78. Адем Дрешај, Методите за истражување на животната средина, Диспанса, Пеја, 2015 година
79. A framework of tourist attraction research, Alan A. Leë, Northern Arizona University, USA, 1987
80. Arbogast, A. F., 2011: *Discovering physical geography*, John Wiley and Sons, Hoboken.
81. Babkin, V.I., 2003: The Earth and its physical features, u: *World water resources at the beginning of the twenty-first century*, (ur. Shiklomanov, I.A., Rodda, J.), Cambridge university press, Cambridge, 1-18.
82. Christopherson, R.W., 2012: *Geosystems - An introduction to physical geography*, Prentice Hall, Upper Saddle River.
83. СНwB, План за конзервација и развој на Општина Јуник, Приштина, 2007 година
84. CLIA, 2017: *State of cruise industry outlook 2017*, Cruise lines international organizations, Washington.
85. Cook, J. Yale, J.J. Marque, *Tourism-The Business of Travel*, Prentice-Hall, London, 2005
86. Craghan, M., 2003: *Physical geography: A self-teaching guide*, John Wiley and Sons, Hoboken.
87. Erik Lundberg LICENTIATUPPSATS, Evaluation of Tourism Impacts—a sustainable, development perspective, Januari 2011
88. Fennel, D., 2000: *Ecotourism: An introduction*, Routledge, London i New York.
89. Gorica, Dr. Klodiana, Vela, MA. Fiorabla, *Strategjia e turizmit*, Tiranë, 2007
90. Hall, C. M., Higham, J., 2005: Introduction: Tourism , Recreation and Climate Change, u: *Tourism, Recreation and Climate Change*, (ur. Hall, C. M., Higham, J.), Channel view publications, Clevedon, 3-28.

91. Hamza, Vejsel – Epigrafika u Gori, Alem br. 108.
92. Higham, J., Channel view publications, Clevedon, 63-85.
93. International Tourism Flows, u: *Tourism, Recreation and Climate Change*, (ur. Hall, C. M.,
94. Iwona Niedziolka, Sustainable Tourism Development, Alcide De Gasperi University of Euro-regional Economy in Józefów (Poland), *Regional Formation and Development Studies*, no.3 (8), p.2
95. МТИ, ГТЗ, Проекти за туристичкиот производ на Туристичкиот регион на Проклети (Албански Алпи), Приштина, 2008 година
96. Муса Лимани, Макроекономија, Приштина, 2008
97. Marušić, M., Prebežac, D., (2004.), „I straživanje turisticke tržišta“, Zagreb, Adeco, str. 397.
98. Mather, S., Viner, D., Todd, G., 2005: Climate and Policy Changes: Their Implications for
99. McCool S, K.Bosak (2015.) : Reframing Sustainable Tourism-Environmental Challenges and Solutions, University of Montana Missoula, USA