

# ВЛИЈАНИЕТО НА ПРОМОЦИЈАТА ВО ГРАДЕЊЕ НА ИДЕНТИТЕТ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПРОИЗВОД НА ПРИЗРЕН

---

## Апстракт

Брзиот развој на туристичкиот пазар и масовниот обем на учесниците во него претставуваат две основни обележја на современиот туризам кои се перманентно следени од промени во структурата на туристите, географската и временската распределба на туристичките текови. Ваквите тенденции ја наметнуваат промената на барањата, вкусовите и очекувањата на современиот турист што ја засилува и така високата конкурентност на глобалниот туристички пазар. Денешниот турист постојано бара нешто ново, непознато и поатрактивно и затоа може да се каже дека не постои земја во светот која не е вклучена во глобалните туристички текови создавајќи и нудејќи, во поголема или помала мера, директно или индиректно, туристички производ на домашни и странски туристи. Во вакви околности, туристичките дестинации „се борат,, за својата конкурентност градејќи идентитет на својата понуда преку различните форми на промоција. Со своите природни и антропогени вредности Призрен се издвојува како важно туристичко место во Косово.

Во овој труд се обработува проблематиката на препознатливост на туристичката понуда на Призрен, колку се неговите туристички вредности познати кај туристите и колку се поттик за посета на Призрен. Посебно внимание се посветува на активностите и средствата кои се применуваат во промоција на Призренскиот регион а со кои се влијае врз изградба на негов туристички идентитет и позитивен имиџ за содржината на услугите кои се нудат.

Клучни зборови :Идентитет, имиџ, промоција, Призрен, туристички вредности, туристички услуги



# ВЛИЈАНИЕТО НА ПРОМОЦИЈАТА ВО ГРАДЕЊЕ НА ИДЕНТИТЕТ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПРОИЗВОД НА ПРИЗРЕН

## Содржина

### Вовед **Abstract**.....3

The rapid development of the tourist market and the massive volume of participants in it represent two basic features of modern tourism that are permanently followed by changes in the structure of tourists, the geographical and temporal distribution of tourist flows. Such tendencies impose a change in the requirements, tastes and expectations of the modern tourist, which reinforces the high competitiveness of the global tourism market. Today's tourist is constantly looking for something new, unknown and more attractive, and therefore it can be said that there is no country in the world that is not involved in global tourism flows, creating and offering, to a greater or smaller extent, directly or indirectly, a tourist product to domestic and foreign tourists. In such circumstances, tourist destinations "fight" for their competitiveness by building the identity of their offer through various forms of promotion. With its natural and anthropogenic values, Prizren stands out as an important tourist destination in Kosovo.

This paper deals with the problem of recognition of Prizren's tourist offer, how well-known its tourist values are among tourists and how much they are an incentive to visit Prizren. Special attention is paid to the activities and means used in the promotion of the Prizren region, which influence the construction of its tourist identity and a positive image for the content of the services offered.

2.1. Основни промотивни форми.....50

2.2. Секундарни промотивни форми.....57

3. Keywords: Identity, image, promotion, Prizren, tourist values, tourist services.....58

4. Канали на комуникарање со туристичката јавност.....56

4.1. Традиционални масовни медиуми на промоција.....67

4.2. Современи масовни медиуми.....73

4.2.1. Влијанието на интернетот врз туристичката промоција.....76

4.2.2. Социјалните мрежа како медиум за промоција.....84