

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

Avtorezime Na Doktorski Trud

Кандидат: М-р Целил Бектеши

Охрид, 2021 год.



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

Докторска дисертација

**КУЛТУРНИОТ ТУРИЗАМ ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈОТ НА КОСОВО ОД
МАРКЕТИНГ АСПЕКТ**

Ментор

Проф д-р Сашо Коруноски

Кандидат

М-р Џелил Бектеши

Охрид, 2021 год.

АПСТРАКТ

Зголемувањето на барањата на туристите придонесе туристите се повеќе да се насочуваат и да бараат нови туристички содржини кои се сеуште недоволно туристички афирмирани. Во овие услови во кои туризмот го достигнува највисокото ниво, потребно е туристичката понуда да содржи интересни и прифатливи содржини со кои би ги мотивирале потенцијалните туристи да остварат одредено туристичко патување.

Ако го разбираме туризмот како социолошка категорија, а маркетингот како пазарна ориентација, фокусиран на потребите на потрошувачите и со цел да се исполнат потребите на потрошувачите, преку примена на социјалниот концепт на маркетинг, ќе се свртиме кон сегментот на се поприсутни посетители кои очекуваат не само обичен одмор, туку и исполнување на креативната и културната љубопитност. Таквото исполнување може да се постигне со соодветна маркетинг стратегија на туристичка валоризација на спомениците на културното наследство во рамките на целокупната туристичка понуда, која нè вклучува во новите трендови во туризмот - реализација на хуманистичката содржина на туризмот.

Со осмислено формулирање на културните содржини, што сакаме да ги вклучиме во културната туристичка понуда, ќе постигнеме повеќе значајни резултати и тоа во прв ред задоволен туристички потрошувач, како и подобро афирмирање на културните и туристичките вредности на Косово.

Во овој труд ќе се осврнеме на некои од клучните предности, а исто така ќе ги согледаме и недостатоците со кои се одликува Косово, бидејќи се очекува културниот туризам во наредниот период да биде вклучен во туристичкиот промет во поголем процент, а воедно и да претставува еден од факторите за стопански и економски развој во Косово.

Клучни зборови: Косово, културен туризам, маркетинг.

ABSTRACT

The increase in the demand for tourists has contributed to the increase in the number of tourists being targeted and looking for new tourist contents that are still insufficiently established by tourists. In these conditions, in which tourism reaches the highest level, it is necessary for the tourist offer to contain interesting and acceptable contents that would motivate potential tourists to make a certain tourist trip.

If we understand tourism as a sociological category, and marketing as a market orientation, focused on the needs of consumers and in order to meet the needs of consumers, through the application of the social concept of marketing, we will focus on the segment of present visitors who expect not only ordinary rest, beat and fulfillment of creative and cultural curiosity. Such fulfillment can be achieved with an appropriate marketing strategy of tourist valorization of the monuments of cultural heritage within the entire tourist offer, which does not include in the new trends in tourism - realization of the humanistic content of tourism.

With a meaningful formulation of the cultural contents, which we want to include in the cultural tourist offer, we will achieve more significant results, first of all a satisfied tourist consumer, as well as better affirmation of the cultural and tourist values of Kosovo.

In this paper, we will look at some of the key advantages, as well as look at the disadvantages that characterize Kosovo, as it is expected that cultural tourism in the coming period to be included in tourism in a larger percentage, and at the same time to represent one of the factors for economic development in Kosovo.

Key words: Kosovo, cultural tourism, marketing.

Предмет на истражување и хипотеза

Предмет на истражувањето

- Согледување на културното наследство неговата поделба и класификација;
- Опис на функционалните аспекти на културата;
- Запознавање на културните туристички процеси;
- Обработка на културниот туризам и неговите ефекти;
- Улогата на маркетингот во промоција на културниот туризам на Косово;
- Согледување на актуелната состојба на културните вредности во Косово;
- Анализа на потенцијалите за развој на културниот туризам во Косово.

Истражувачка хипотеза

Но: Маркетингот може да биде важен фактор за подобрување конкурентноста на културниот туризам во Косово и да придонесе за негово позиционирање како препознатлива, атрактивна, конкурентна и одржлива туристичка дестинација.

КУЛТУРНИОТ ТУРИЗАМ ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈОТ НА КОСОВО ОД МАРКЕТИНГ АСПЕКТ

- **ВОВЕД**
- I. **КУЛТУРАТА И КУЛТУРНИТЕ РЕСУРСИ КАКО ФАКТОР ВО ТУРИСТИЧКАТА ПОНУДА**
- II. **ТУРИЗМОТ И КУЛТУРНО ТУРИСТИЧКИТЕ ВРЕДНОСТИ**
- III. **КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ**
- IV. **ПРИМЕНА НА МАРКЕТИНГОТ ВО КУЛТУРНИОТ ТУРИЗАМ**
- V. **КАРАКТЕРИСТИКИ И ПОТЕНЦИЈАЛИ ЗА РАЗВОЈ НА КУЛТУРНИОТ ТУРИЗАМ ВО КОСОВО НА КОСОВО**

VI. ЕМПИРИСКО ИСТРАЖУВАЊЕ ВО ВРСКА СО УЛОГАТА НА МАРКЕТИНГОТ ВРЗ РАЗВОЈОТ НА КУЛТУРНИОТ ТУРИЗАМ ВО КОСОВО

• ЗАКЛУЧОК

ДЕФИНИЦИЈА НА КУЛТУРАТА

Дефиниција на културата

Под поимот култура се подразбира збирот на сите оние процеси, промени и творби кои настанале како последица на материјалната и духовната интервенција на човековото општество, а основната смисла на културата се состои во тоа да се олесни одржувањето, продолжувањето и напредокот на човековото општество.

Мотиви на туристичките патувања

Бидејќи однесувањето на туристите на одмор станува сè рафинирано, потребно е да се знаат мотивите што влијаат на одлуките на поединците за патувања, а тоа се:

1. ментални мотиви - фокусирани на физичко и ментално закрепнување, здравје, спорт и уживање,
2. културни мотиви - се идентификуваат во желбата да се откријат и запознаат другите култури, луѓе, нивниот начин на живот, музика, уметност, фолклор, танц, итн.,
3. меѓучовечки мотиви - вклучуваат желба за запознавање нови луѓе, посета на пријатели и роднини и за нови и различни искуства,
4. Статус и престижни мотиви - вклучуваат желба за постојано хоби и лично образование и желба да добијат признание и внимание од другите со цел да го зајакнат сопственото его.

Што означува културниот туризам

- Културниот туризам е термин што често се користи, но честопати не е доволно дефиниран, а исто така и туристите оние што го користат не знаат точно каде да го класифицираат и како да го именуваат. Терминот културен туризам значи посета на музеи, изложби, концерти или е поврзан со материјалот, т.е. 'изградено' наследство. Културниот туризам е форма на туризам чија цел е, меѓу другото,

откривање на споменици и места. Затоа, има позитивни ефекти врз нив колку што придонесува за нивно одржување и зачувување. Оваа форма на туризам всушност ги оправдува напорите што споменатите одржувања и зачувувања ги бараат од човечката заедница заради социо-културната и економската благосостојба што тие ги носат на населението. Покрај културното наследство, голем удел во културниот туризам има традиција на одредена област што е основен дел од секоја култура.

Видови на културен туризам

- Религиозен туризам;
- Едукативен (истражувачки туризам);
- Фолклорен туризам;
- Фестивалски туризам;
- Културен туризам, поврзан со културното и историското наследство.

Неопходност од интеграција на активностите на маркетингот во туризмот

- Појдовна точка за користење на овој пристап е примена на интегрален маркетинг, и хоризонтално и вертикално.
- Главната цел на користење на концептот на интегриран маркетинг, во рамките на туристичка економија, е соодветна организација на деловните функции, со што би се постигнала основната цел - адекватно да се исполнат потребите и желбите на туристите како потрошувач и врз основа на тоа, остварување на соодветни профити.
- Интегритетот, во примената на маркетингот во компаниите од туристичката индустрија, се обезбедува преку поврзување со сродни компании од туристичката индустрија.
- Особено важен аспект на интеграција се однесува на маркетинг активностите на организациите нивото на туристичката дестинација и нивната поврзаност со активностите на сопствениците на деловните активности политики, односно туристички компании.
- Интегритетот на примената на маркетингот во туризмот е обезбеден со следниот пристап :

- интегрално покривање на креативни маркетинг активности (истражување на туризмот) пазари, планирање на производи, пазари и маркетинг активности, промотивни активност, развојна работа поврзана со подобрување на технолошкиот процес обезбедување услуги и сл.) и оперативни маркетинг активности (набавка, продажба, транспорт, складирање, патнички кредит, односи со јавност и промоција);

- хоризонтална организација, со што би се осигурало дека маркетинг функцијата насочува други деловни функции со цел соодветно да ги задоволи потребите на избрани туристички сегменти;

- поврзување помеѓу угостителските компании и туристички агенции, како и преку нивно поврзување со сообраќајот, трговијата, земјоделството и индустријата;

- усогласување на маркетинг активностите на туристичката индустрија со маркетингот активности на организациите на ниво на туристички дестинации.

Структура на анкетниот прашалник

- Се состои од 24 различни структурирани прашања;
- Прашалникот беше поделен на 200 примероци, но беа анализирани само 150 од споменатиот број, од кои 130 анализа беа користени, кои беа пополнети на задоволителен начин;
- Прашалникот беше спроведен во периодот Јануари 2021 година до Фебруари 2021 година.

Валоризација на културните вредности во Косово

- Косово е мошне богата област културна традиција и вредно културно наследство од различни етнички групи што живеат на неа. На територијата на Косово со векови живееле Срби, Албанци, Бошњаци, Горани, Хрвати, Роми, Египќани, Ашкали, Цинкари и многу други другите. Сите тие создадоа специфичен културно-историско наследство кое како такво претставува значаен ресурс за развој на културниот туризам
- Културното наследство се состои од споменици на архитектурата од од средниот век, со цркви и манастири од 14 век се од меѓународно значење, до џамии и амами од 16 и 17 век, кули на албански семејства и манастири конклавата на 18 и 19 век, на многу древни мостови, до индустриското наследство што е во процес идентификација.

Областите и атракции кои се сметаат за туристичка атрактивност и мотиви на културниот туризам на Косово

Археолошки области и архитектура (урнатини, познати предмети, градови),

- Музеи, уметност, скулптури, занаети, галерии, фестивали, разни настани

Драма, театар, филмови,

- Јазични и книжевни студии (патувања и настани),
- Религиски прослави, аџилажи и сите култури и субкултури.
- Ресурсите на културниот туризам се:
 - споменици (сакрални и јавни, историски градби, замоци и непца, паркови и градини, утврдувања, археолошки локалитети, индустриски и археолошки локалитети),
 - музеи (народ, уметност),
 - правци (културно-историски, уметнички),
 - забавни центри (културно-историски, археолошки, архитектонски, музички)
 - Уметнички настани (изложби, фестивали).

Културното наследство на Косово

- Во Косово, постојат многу средновековни храмови на Српската Православна Црква, од кои четири се на листата на УНЕСКО на светско наследство: на манастирот Високи Дечани, Пеќката патријаршија, Црквата на Пресвета Богородица во Призрен и манастирот Грачаница.
- Средновековните градови и утврдувања претставуваат посебен вид споменик на средновековна архитектура. Под терминот град се подразбира утврдување кое се користи за одбрана на населено место (Ново Брдо, Звешчани и Призрен тврдина Кајалју)

Косовското наследство ја вклучува и исламска традиција и наследство, што заслужува да биде подобро запознаено. Најстарите исламски места во Косово се поврзани со сеќавањето на Sari Saltuk Baba (ок. 1298), легендарен суфистички мајстор од Анадолија, кој, придружуван од група на дервиши, отпатувал и проповедал ислам во регионот еден век пред доаѓањето на Османлиите. Сепак, првите големи споменици на Исламската верска архитектура во Косово е поврзана со воспоставувањето на Отоманското владеење

на Косово во 1400-тите години. Како најзначајни исламски споменици од раниот отомански период на Косово Се џамијата на султанот Мурад (изградена 1389-1440 година), во Приштина, џамијата и амам на султанот Мехмед Освојувачот (1461), во Приштина и Пазарот (1471), во Печ. Додека џамијата Гази Али Бег (1410) во Вучитрн, и џамијата и амамот на Хаџи Хасан Бег (1462-85), во Печ, биле основани локалните Отомански лидери.

Потенцијали за развој на културниот туризам во Косово – SWOT анализа

a) Предности (Strengths)

- Косово располага со богато и автентично културно наследство што претставува основа за развој на културниот туризам.
- Косово има долга традиција на континуиран културен живот.
- На Косово што има места со недопрена природа негувана традиција и култура.
- Долгогодишна традиција на гостопримство,

b) Слабости (Weaknesses)

- Општата економска состојба
- Голем дел од сместувачките капацитети не се категоризирани според Европските стандарди.
- Недоволни капацитети за сместување во близина на атрактивни локации.
- На Косово постои лоша патна инфраструктура и инфраструктурна несреденост на локациите богати со културно и историско наследство.
- Недоволна препознатливост и афирмираност на културните настани.
- Недостаток на поврзаноста на туризмот и културното наследство.
- Недостаток на образован кадар, туристички менаџмент и маркетинг, немапромотивен/информативен материјал, веб-сајтови, печат итн

c) Можности (Opportunities)

- Косово, можеби на прв поглед не претставува атрактивна туристичка дестинација, но сепак со правилен пристап може да

претставува нова и неафирмирана туристичка дестинација која би имала што да понуди на туристичката карта, пред се со

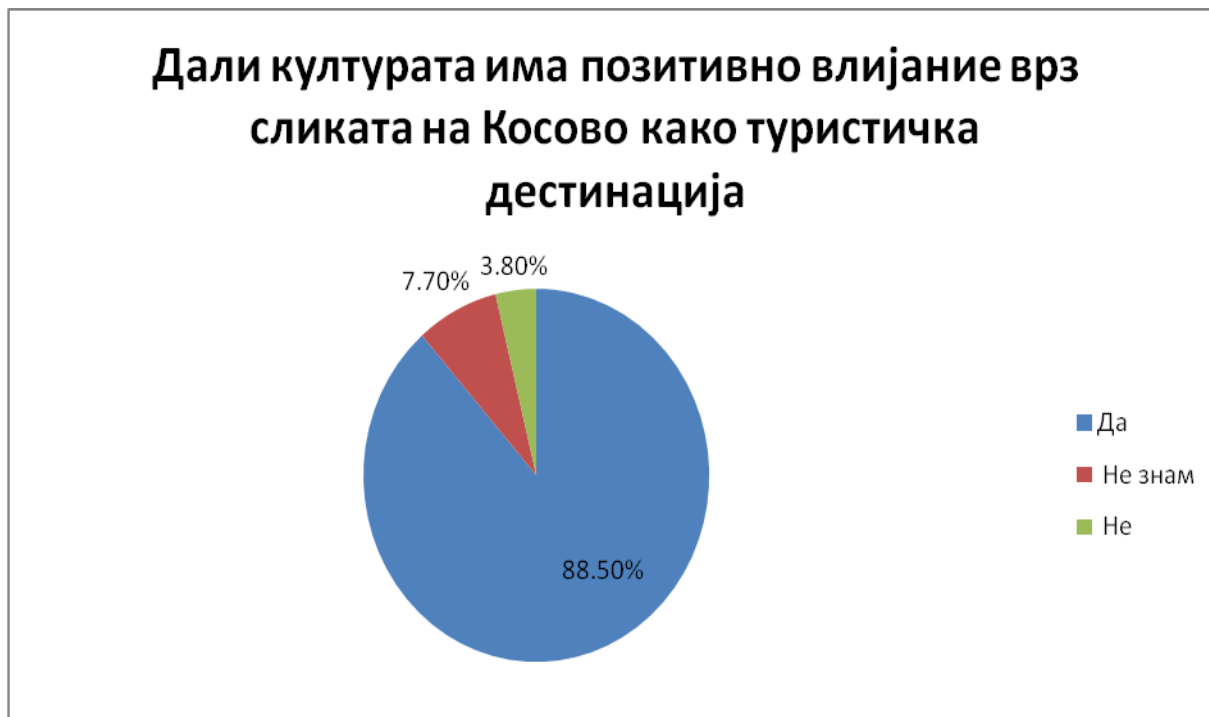
своето културно наследство.

- На Косово сеуште постои стара архитектура која е прилично зачувана и масовно се негуваат традиционалните обичаи.
- Постои политичка волја на локалните и државните органи за развој на културниот туризам.
- Можности за развој на нови алтернативни форми на туризам,
- Искористување на богатството на традиционалните занаети и обичаи,

d) Закани (Threats)

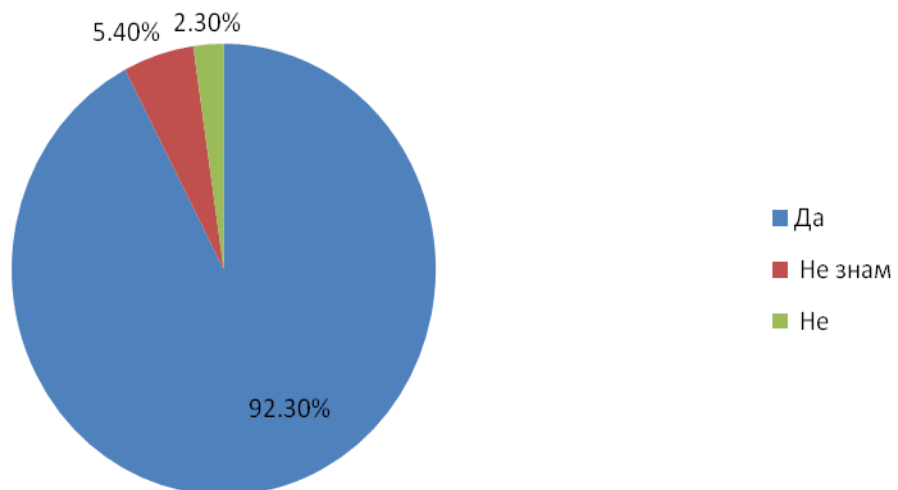
- Конкуренција на културни и туристички дестинации од земјите од регионот.
- Загадување на културно туристичките локации.
- Непланското градење кое му штети на автентичноста на местото или регионот.
- Нејасни одговорности,

Дали мислите дека културата позитивно влијае на сликата на Косово



Потенцијали за развој на културниот туризам во Косово

Дали Косово има соодветен потенцијал за развој на културниот туризам



Степенот на важност на маркетингот за промовирање на културно-туристичката понуда



Иновативниот туристички производ и маркетинг трошоците



Сумарни заклучоци на одговорите од прашалникот

- Врз основа на одговорите од прашалникот можеме да заклучиме дека потврдена е основната хипотеза дека „развојот на маркетинг стратегија е важен фактор за развој на културниот туризам на Косово.“. Имено од страна на испитаниците беше препознаена важноста на маркетингот за развојна културниот туризам па така како што видовме во прашањата речиси 60% тоа го оценија со највисоки оценки 4 и 5;
- Препознавање на важноста на културата врз имиџот на Косово “ и проценка „дали има соодветен потенцијал за развој на културниот туризам “утврдивме дека културата значително влијае на сликата на Косово и дека Косово имаат соодветен потенцијал за развој на културниот туризам Потребно е да се понуди добро осмислен производ кој треба да се пласира на туристичката сцена ;
- Испитаниците ја идентификуваа посебната хипотеза поврзана со усогласувањето на законските и нормативните прописи од областа на заштитата на културното наследство со сите засегнати страни како основа за развој на демократска заедница (општество), но отежнувачката околност на оваа под-хипотеза е нерешениот статус на Косово и Српската православна црква, која поседува голем дел од највредното наследство
- Исто така, докажано е дека современиот турист кој ги одредува дестинациите засновани врз основа на лично искуство постојано бара нови туристички производи. Начинот на кој маркетинг трошоците можат да се намалат и да придонесат за соодветна заштита на културното и историско наследство е прашање за многу учесници во процесот, но и за вештините и квалитетот на човечките ресурси во областа на туризмот.

Заклучок и препораки

- **Но:** Маркетингот може да биде важен фактор за подобрување конкурентноста на културниот туризам во Косово и да придонесе за негово позиционирање како препознатлива, атрактивна, конкурентна и одржлива туристичка дестинација
- Потребно е создавање на свест за косовскиот културен туристички производ (како кај домашните така и кај странските туристи);
- Креирање на позитивен имиџ на земјата;
- Градење на позитивен став на локалното население за важноста на културниот туристички производ за развој на туризмот;
- Подобрување на достапноста на локалитетите.
- Примена на маркетингот во пракса.

Денес, кога современите туристи се позаситни и љубопитни и кога го еродираат локалниот, регионалниот, националниот, па дури и светскиот идентитет, туристичката валоризација на културното наследство е претставена како важен елемент за зачувување на културата, а со тоа и препознатливоста на еден град, регион, нација или држава. Денес, културниот туризам стана долгорочен светски тренд, а развојот на културната и туристичката понуда носи бројни социо-економски предности. Придобивките што ги носи овој вид туризам се многубројни, како на економски, така и на социјален и на еколошки план, што зборува за огромната улога што ја има во дестинацијата и човештвото. Голем број европски метрополи сведочат за тоа. Тие претставуваат центар на настани, споменик и биографија на народите. Тематските и културните патувања низ Европа исто така стануваат сè попопуларни. Овој културен феномен се шири со голема брзина, и низ целиот свет, каде се развива богата културна понуда. Со развојот на културниот туризам, се појавија неколку под-форми на овој вид туризам. Една од важните поделби е токму: културното наследство, тематските тури, градскиот туризам, етно туризмот, настаните, вестите и креативниот туризам.

Благодарение на големата количина на информации врз основа на кои се донесуваат одлуки поврзани со одреден локалитет, географските информациона системи се исклучително важни за донесување одлуки и планирање во современото општество.

Светската туристичка организација наведува дека 37% од сите меѓународни патувања вклучуваат културна компонента. “Значително мотивиран “културен турист е јадрото на културниот туризам, но најголем дел од културното наследство на туристичките активности е покрај другите туристички активности (туристичко културно наследство).

Во развиените туристички економии, како што се Франција, Италија, Шпанија, Велика Британија, културниот туризам носи значителни приходи и надминува една третина од вкупниот приход на туризмот. Културното наследство е важен фактор за извоз, кои носи големи приходи за државите. Сепак, важноста на ваквите културни трендови во туризмот не е само зголемување на приходот. Други позитивни ефекти се наоѓаат во областа на подигање на општо културно ниво, формирање на интер-културни контакти, ширење на културата и таканатаму.

И покрај тоа што Република Косово располага со богато културно- историско наследство сепак овој вид на туризам за жал сеуште е недоволно развиен. Имено, привлечноста на Косово како туристичка дестинација, сега е многу ниска. Долгорочната изолација од Европските и светски пазари, лошиот имиџ, недостаток на квалификуван и искусен персонал и иновации, ја намали конкурентност на Косово на туристичкиот пазар. Туристички производ практично и не постои. Косово, како млада држава, по макотрпните економски и политички процеси со кои се справуваше во минатиот век, првата деценија на овој век сесоча со голем бројпотешкотии во полето на економијата, здравството, образованието како и во туризмот. Таа се појави многу доцна на туристичкиот пазар заради позицијата која ја имаше во поранешна Југославија и заради недостаток на адекватна сообраќајна мрежа. По изградбата на Јадранската магистрала, после 1971 год. Косово започна да се афирмира како потенцијален туристички пазар. До овој период, туризмот на Косово воопшто не беше развиен. Основниот концепт тогаш беше да се развие локалниот туризам. Запоставеноста на туризмот влијаеше и врз нејзиниот економски и општествен развој. Проблеми постоеја и во урбаните средини во однос на угостителски и сместувачки капацитети. По 1970 година, во Косово се започна со истражување на можностите за развој на туризмот, изградба и модернизација на патната мрежа и изградба на материјалната основа на туризмот. Основен критериум за зголемување на интересот за развој на туризмот е влијанието што туристичкиот промет го има или би требало да го има врз стапката на вработеност и на висината на остварените приходи.

Токму во оваа насока е беше и содржината на оваа докторска дисертација, со која ќе се овозможи да се согледа како маркетингот, односно примената на маркетинг мислот може да придонесе во развој на културниот туризам на Косово. За таа цел се спроведе емпириско истражување, кое се однесуваше на испитување на ставовите на испитаниците за условите за развој на културниот туризам на Косово, е од истражувачки карактер. Во самиот процес на истражување, немаше можност да се користат податоците на некои од институциите што би содржеле точни податоци за проблемот. Република Косово, во Националната стратегија за културното наследство од 2017 до 2027 година, го потенцира проблемот со недостаток на податоци на територијата на Косово. Националната стратегија за културно наследство 2017-2027 година е сеопфатна стратегија на Владата на Косово во областа на културата наследство, кое има за цел да воспостави долгорочни рамки за визија и обезбедување

решенија засновани врз принципот на одржливост. Со тој стратешки документ главна цел е да ги подобри системите и механизмите за заштита и зачувување културното наследство на Косово во согласност со законската рамка, принципите и меѓународните стандарди, и врз основа на одржлив економски, социјален и културен развој.

Во оваа стратегија, културното наследство се дефинира како значаен столб на одржлив развој на земјата, што ќе се постигне преку соработка и ефективно учество во подобрувањето на системот за заштита. Стратегијата се однесува на основните аспекти што се директно насочени кон промовирање на вистинските социо-културни, економски вредности на културното наследство на Република Косово, како и зголемена видливост на неговите потенцијални вредности. Целите на стратегијата може да се сумираат како:

[i] Правен и институционален систем на заштита - во согласност со Уставот на Република Косово и други релевантни Косовски закони и обврски и во согласност со ориентацијата на Владата на Косово кон членство во ЕПП и УНЕСКО;

[ii] Интегриран пристап кон заштитата - во согласност со принципите и трендовите на одржливо урбано, економско, планирање на социјален и културен развој;

[iii] Едукација, промоција и свесност на граѓаните - со цел да се промовира чувството за културен идентитет и како извор на инспирација и иновација.

Имајќи го во предвид горенаведеното, авторот на дисертацијата спроведе независно истражување преку прашалник со цел да ги испита ставовите на граѓаните, и на оние кои живеат и работат во локалните заедници, и на другите граѓани заинтересирани за предметот на истражувањето. Истражувањето е спроведено на територијата на Косово во неколку поголеми градови: Приштина, Печ, Џаковица

Врз основа на одговорите од прашалникот можеме да заклучиме дека потврдена е основната хипотеза дека „развојот на маркетинг стратегија е важен фактор за развој на културниот туризам на Косово.“. Имено од страна на испитаниците беше препознаена важноста на маркетингот за развојна културниот туризам па така како што видовме во прашањата речиси 60% тоа го оценија со највисоки оценки 4 и 5.

Понатаму врз основа на одговорите од прашањата од прашалникот се потврдија и посебните хипотези за „препознавање на важноста на културата врз имиџот на Косово “и проценка “дали има соодветен потенцијал за развој на културниот туризам “утврдивме дека културата значително влијае на сликата на Косово и дека Косово имаат соодветен потенцијал за развој на културниот туризам. Имено Косово располага со богато културно и историско наследство чиешто значење е препознаено од испитаниците, поради што е потребно соодветно да се валоризира за да се препознае како важен при создавањето туристички понуди во блиска иднина.

Понатаму исто така се потврди и другата посебна хипотеза за подобрување на инфраструктурата и безбедноста што придонесува за раст на културниот испитаниците ја искажале својата позиција со највисоки оценки на следниот начин. Со оценка четири, 39,8% од испитаниците го оцениле тоа, а со оценка пет, 28,3% од испитаниците, вкупно 65,1%. Оваа посебна хипотеза е докажана во извештаите на водечките светски организации и многу трудови наведени во литературата што се користи при изготвувањето на тезата, каде што туристичката инфраструктура и инфраструктурата воопшто и безбедноста на туристите се споменуваат како важни фактори во развојот на туризмот (на пр. во Извештајот за конкурентност во туризмот за 2013 година.

Испитаниците ја идентификуваа посебната хипотеза поврзана со усогласувањето на законските и нормативните прописи од областа на заштитата на културното наследство со сите засегнати страни како основа за развој на демократска заедница (општество), но отежнувачката околност на оваа под-хипотеза е нерешениот статус на Косово и Српската православна црква, која поседува голем дел од највредното наследство.

Исто така, докажано е дека современиот турист кој ги одредува дестинациите засновани врз основа на лично искуство постојано бара нови туристички производи. Начинот на кој маркетинг трошоците можат да се намалат и да придонесат за соодветна заштита на културното и историско наследство е прашање за многу учесници во процесот, но и за вештините и квалитетот на човечките ресурси во областа на туризмот.

Посебната хипотеза дека „развојот на културниот туризам е обезбеден со учество во регионални иницијативи и сите форми на меѓународна соработка кои промовираат одржлив развој на заедницата загрозна од последиците од конфликтот “е докажана од многу

активности на меѓународни субјекти во Косово, во кои дури и КФОР културна разновидност и зачувување на културно-историските објекти во многу општини во Косово. Оваа потхипотеза е докажана и со анализа на многу потпишани договори, билатерални и мултилатерални со Европската унија, многу нејзини членки, но и со иницијативи за развој на културниот туризам во земјите од Западен Балкан.

Подобрувањето на инфраструктурата и безбедноста значително придонесува за развој на културниот туризам и со тоа зајакнување на другите индустрии. Позитивно, ова прашање е идентификувано како приоритет и се создадени многу акциони планови за подобрување на состојбата на инфраструктурата. Новите туристи решаваат да ги посетуваат туристичките комплекси со хотелско сместување, наместо со руралниот туризам и да направат јасна разлика помеѓу овие два вида туризам. Резултатите од истражувањето посочуваат дека е неопходен систематски пристап кон организирање на туристичката понуда и нудење дополнителни туристички капацитети за поминување на слободното време на туристите. Само на тој начин, на туристите ќе им се овозможи високо квалитетно искуство за време на нивниот престој во Косово. Прашањето за информирање на заинтересираните за разни настани бара вклучување во подготовка на секогаш достапни, квалитетни промотивни материјали во форма на брошури, упатства за каталози и повеќе, така што туристичките објекти се нудат во текот на целата година. Туристите во современото општество бараат дополнителни содржини како што се активни празници и спортови, и затоа туристичката понуда треба да биде збогатена со овие сегменти. На територијата на Косово постојат потенцијали за развој на авантуристички туризам што може да се комбинираат со одредени форми на културен туризам. Јасни упатства за идна работа во процесот на валоризација на културните вредности се рефлектираат во дефинираната потреба за соработка и координација на туристичките активности со понудите на околните земји и препознавање на важноста од изготвување законски прописи за зачувување, заштита и употреба на местата на културно и историско наследство. Усогласувањето на законските и нормативните регулативи од областа на заштитата на културното наследство со сите заинтересирани страни е основа за развој на демократска заедница (општество). Затоа, развојот на културниот туризам е обезбеден преку учество во регионални иницијативи и сите форми на меѓународна соработка кои промовираат одржлив развој на заедницата загрозува од последиците од конфликтот.

Развојот на иновативен туристички производ и маркетинг дестинација во соработка со локалната заедница е основа на одржливиот туризам, поради што улогите на сите чинители во овој процес мора поточно да се дефинираат. Одредени дисонантни тонови се последица на несоодветното ниво на безбедност во одредени делови на Косово, што исто така треба да се има предвид. Иновациите во развојот на туризмот треба да се препознаат преку создавање на досега непостоечки производи на пазарот што ќе ги следат желбите на туристите. Таквиот производ треба да вклучува посета на сакрални објекти кои би вклучиле едукативни активности, но исто така и уживање во локалните производи од другите индустрии. Гастро-туризмот и еко-туризмот, како и ревитализацијата на малите рурални домаќинства, исто така, можат да бидат важни за идниот развој на туризмот на Косово. Треба да се има предвид правилото дека новите туристички производи имаат за цел да ги намалат трошоците за маркетинг и позначајната поделба за заштита на културното и историското наследство. Современите технологии и подобрувањето на услугата за клиенти во овој процес се незаменливи.

Конечно, со оглед на околностите, важно е да се нагласи дека е потребен многу повеќе напор во секојдневната работа за да се признае Косово како респектабилна туристичка дестинација поради неодамнешниот конфликт што ја прикажуваше оваа територија на крајно непопуларен начин. Истражувањата ширум светот потврдија дека постконфликтните области како што е Косово треба да обезбедат дополнителни барања со цел туристичката понуда да биде побогата и препознаена на пазарот.

Овие дополнителни услови се:

1. Постојано претставување на Косово како безбедна дестинација во регионот и светот;
2. Инвестиции во сите форми на инфраструктура, и
3. Се фокусираат на управување со потенцијални ризици 4. Подобрување и нудење нови производи засновани на искуство.

Културата, туризмот и културната разновидност се важна тројка за развојот на Косово. Во период на стагнација, значителна економска криза и одредено разочарување на населението од високата стапка на невработеност и лошата економска состојба, секој чекор

кон повеќе работни места и подобри услови за живот и работа значи напредок кон одржлив развој на општеството.

ПРИЛОЗИ

ПРИЛОГ БР. 1

Прашалник за влијанието на маркетингот врз развојот на културниот туризам на Косово

1. Кој пол сте

- Машки
- Женски

2. Која возраст сте

- До 25 година
- 26-35
- 36-44
- 45-54
- повеќе од 55

3. Кое е вашето ниво на образование

- Основно училиште
- Средно училиште
- Факултет
- Магистер
- Доктор на науки

3. Наведете го местото каде што живеете

5. Дали мислите дека културата влијае на имиџот на Косово?

- Да
- Не.
- Не знам

6. Според вас, дали Косово имаат соодветен потенцијал за развој на културниот туризам?

- Да
- Не.
- Не знам

7. Колку често сте посетувале место со културно и историско значење во Косово?

- Никогаш
- Околу 1-2 пати
- Околу 3-5 пати
- Повеќе од 5 пати

8. Оценете го степенот на согласување со следниве изјави

	Целосно не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
Локации на историјата на културата тие се наследства достапен за посети и тури					
Локации на историјата на културата наследствата се наоѓаат во доволно					

вклучени во постојниот турист понуда.					
Локации на историјата на културата тие се наследства промовиран како дел постоечки турист понуди.					
Локации на историјата на културата тие се наследства посетени од туристи.					
Локации на историјата на културата тие се наследства интересно за локалното популација.					
Локации на историјата на културата тие се наследства детално опишано промотивни материјали (брошури, водичи, каталози и Д-р.)					
Организираны посети културно-историски места тие се наследства придружени со услуги туристички водичи.					

9. Проценете го степенот на согласност со следниве изјави за културните настани на Косово.

	Целосно не се согласувам	Не се согласувам	Ниту се согласувам ниту не се согласувам	Се согласувам	Целосно се согласувам
Настаните ја презентираат културата, традицијата и историјата на Косово					
Настаните се посетени од туристи и локални жители.					
Настаните ги пратат дополнителни содржини за поминување на слободното време на туристите.					
Информациите за настаните се достапни во промотивни материјали (брошури, водичи, каталози, итн.).					
Настаните се претставени во туристичката понуда во текот на целата година.					
Програмата на настани е интересна за посетителите.					
Настаните им овозможуваат на туристите					

високо квалитетно искуство за време на нивниот престој во Косово.					
---	--	--	--	--	--

10.Проценете до кој степен подобрувањето на инфраструктурата и безбедноста придонесува за раст на културниот туризам.

1 2 3 4 5

11.Проценете колку е важен иновативен туристички производ за туристичкиот пазар во Косово

1 2 3 4 5

12. Проценете ја важноста на маркетингот за туристичката понуда.

1 2 3 4 5

13. Проценка на важноста на усогласување на законските и нормативните регулативи во областа на заштитата на културното наследство на сите страни заинтересирани за развој на демократско општество;

1 2 3 4 5

14. Проценете колку иновативен туристички производ ги намалува маркетинг трошоците и придонесува за соодветна заштита на културното и историското наследство

1 2 3 4 5