

TOURISM AS A FACTOR FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF ZHUPA

Zahir Arifović

College Biznesi, Prishtina, Kosovo, kbiznesi@gmail.com

Abstract: In this paper, a research project based on the tourism of the parish and the tourist destinations of Zhupa will be presented. The paper presents a survey questionnaire with a dozen questions that the respondents answered. Therefore, the paper was written solely to promote the tourist potential of Zhupa and as an indicator of the economic development of Zhupa, that is, tourism as a key factor in the economic development of Zhupa region.

Keywords: Tourism, Tourist destinations of Zhupa, Potentials of Zhupa, Economic development.

TURIZAM KAO FAKTOR EKONOMSKOG RAZVOJA ŽUPE

Zahir Arifović

Kolegji Biznesi Prishtinë kbiznesi@gmail.com

Apstrakt: U ovom radu će biti prikazan odnosno predstavljen jedan istraživački projekt koji je baziran na turizam Župe i turističke destinacije župe. U radu je prezentovano anketni upitnik sa desetak pitanja na kojima su ispitanici odgovarali. Dakle rad je pisan isključivo radi promocije turističkih potencijala župe i kao pokazatelj ekonomskog razvoj Župe, to jest Turizam kao ključni faktor ekonomskog razvoja regiona Župe.

Ključne reci: Turizam, Turisticne destinacije Župe, Potencijali Župe, Ekonomski razvoj.

1. UVOD

Župa i kanjon reke Bistrice ima puno potencijala za razvoj različitih tipova turizma koji pružaju mogućnost uživanja tokom cele godine. Turistički prostor Prevalac sa površinom od oko 10 km² predstavlja značajan turistički resurs gde mogu da se organizuju različite turističke i sportske aktivnosti u sva četiri godišnja doba. Sa druge strane, planina "Šar Planina" ima potencijala za organizovanje različitih turističkih atrakcija na kopnu. Pored toga, na teritoriji Župe postoji značajna kulturna baština i drugi turistički resursi koji uključuje, Đamije, starih tvrđava, sela, prirodu, kao i turistički centar Prevalac. Godine 2019 sproveo sam istraživanje kako bi se identifikovale potrebe turista i unapredila turistička ponuda Župe. U vezi sa tim, kreiran je upitnik namenjen potencijalnim posetiocima ovog regiona, koji su na ovaj način dobili priliku da iskažu svoje zahteve prema različitim tipovima turističkih aktivnosti. Upitnik je bio anoniman, a dobijeni rezultati su iskorišćeni isključivo u svrhu Ispita na doktorski sudijama i razvoju turizma u Župi, odnosno, za formiranje adekvatne turističke ponude ove oblasti.

2. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj istraživanja-Istraživanje je sprovedeno sa ciljem unapređenja turističke ponude i formiranja novih turističkih proizvoda u Župi kroz ispitivanje potreba potencijalnih turista. Pored toga, istraživanje teži ka utvrđivanju profila turista koji prepoznaju Župu kao atraktivnu turističku destinaciju, njihove motivacije za posetu ovom kraju, aktivnosti u kojima bi želeli da učestvuju tokom boravka, kao i količine novca koju bi potrošili na smeštaj.

Podaci dobijeni u ovom istraživanju će služiti svima onima koji se bave razvojem turizma u Župi, pre svega opštini Prizren.

Opis metodologije-Metodologija istraživanja je isključivo bila usmjerena ka izradi i popunjavanju upitnika, isto tako i analiziranje dobijenih odgovora u nastavku teksta.

Ovo istraživanje je izvršeno putem upitnika, Upitnik je imao ukupno 16 pitanja, podeljenih u dve celine koje su obuhvatile oblasti vezane za turizam. U prvom delu upitnika je usmjereno na opšte informacije o ispitanicima (mjesto boravka, starost, pol, obrazovanje i radni status). Drugi deo upitnika sadrži pitanja u vezi namjere ispitanika u vezi posete destinacije, isto tako obuhvatao je pitanja o turističkim destinacijama Župe, u okviru kojeg su ispitanici mogli da izaberu tipove aktivnosti najatraktivnije za njih. U zavisnosti od pitanja, ispitanici su mogli da se odluče za jedan ili više ponuđenih odgovora.

U istraživanju je učestvovalo ukupno 87 ispitanika. Najviše kompletnih odgovora je dobijeno iz Prizrena (17), Prishtine (45), zatim iz ostalih delova Kosova (25).

U svrhu istraživanja dobijeni odgovori su detaljno obrađeni, a na osnovu dobijenih rezultata izvedeni su zaključci i preporuke.

3. OPŠTE INFORMACIJE O ISPITANIKU I DOBIJENI REZULTATI

Pol-Analizom polne strukture ispitanika utvrđeno je da je dobijeno više odgovora od muškaraca nego od žena. Od ukupnog broja kompletnih odgovora (87), muškarci su popunili 56 upitnika (64%), a žene preostalih 31 (36%) (Grafikon 1.). U većini gradova dominiraju odgovori dobijeni od muškaraca. Za više podataka o ispitanicima iz ostalih gradova u odnosu na polnu strukturu, videti Grafikon 1. u prilogu.

Tabela broj 1. Polna struktura ispitanika

Pol	Muški	Ženski	Ukupno Ispitanika
Br. Ispitanika	56	31	87

Grafikon 1. Polna struktura ispitanika

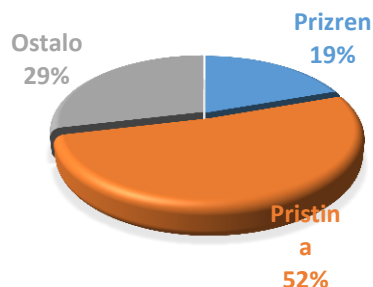


Mesto ispitanika-Najveći broj ispitanika dolazi iz sledećih gradova: Prizrena (17) ukupno (19%) , Pristine (45) ukupno (52), Ostalo (25) ukupno (29%), (Grafikon 2.). Za više podataka o broju ispitanika i dobijenim rezultatima možete pogledati tabelu Br. 2. Broj Ispitanika i grafikon 2 procentualan broj ispitanika.

Tabela broj 2. Broj ispitanika po mestima

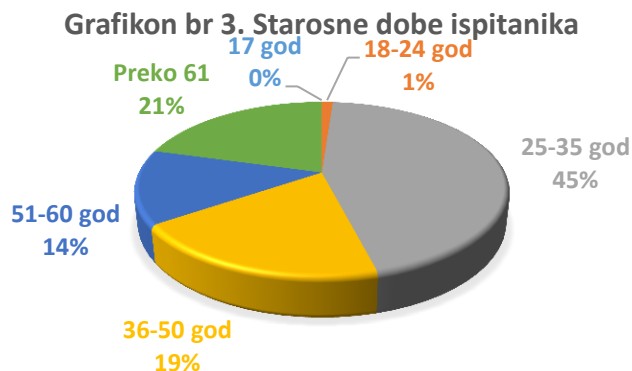
Mesto ispitanika	Broj	Ukupan Broj
Prizren	17	17
Priština	45	45
Ostalo	25	25
Ukupno Ispitanika		87

Grafikon 2. Mesto ispitanika



Starost Doba-Kada je u pitanju starosna struktura, dominira starosni interval od 25-35 godina sa 39 odgovora (45%), interval do 17 nijedan, interval od 18-24 godina sa 1 odgovorom (1%), interval 36-50 sa 17 odgovora (19%), interval 51-60 sa 12 odgovora (14%), zatim preko 61 godina sa 18 sa odgovorom (21%). Sve gore prikazano se može videti na Grafikonu 3.

Starosna doba	Od17 god	18-24 god	25-35 god	36-50 god	51-60 god	Preko 61 god	Ukupno
Prizren	0	1	5	7	1	3	17
Priština	0	0	23	7	6	9	45
Ostalo	0	0	11	3	5	6	25
Ukupno	0	1	39	17	12	18	87

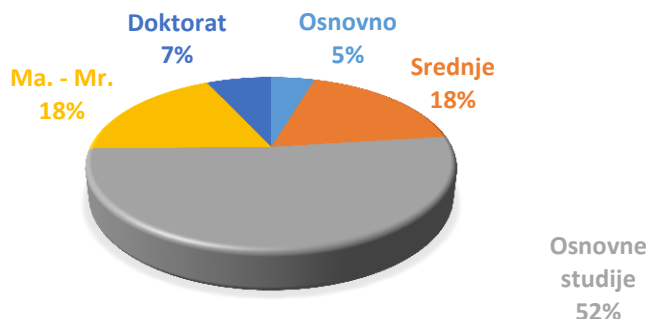


Stepen obrazovanja-Najviše ispitanika koji su popunili upitnik ima završene osnovne studije. Među njima 3 (5%) ima završen osnovnu školu. Završenu srednju školu ima 16 ispitanika (18%). Završene osnovne studije ima 45 ispitanika (52%). Završene master/magistraturu ima 16 ispitanika (18%). A doktorat poseduje njih 6 (7%). (Grafikon 4.).

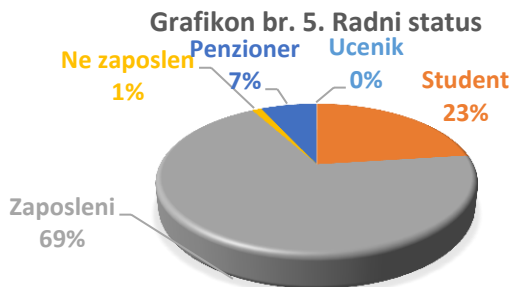
Tabela br. 4. Stepen obrazovanja

Stepen obrazovanja	Osnovno	srednje	Visoko	Master/magistarski	Doktorat
Prizren	1	3	11	5	2
Priština	0	2	24	8	3
Ostalo	3	11	10	3	1
Ukupno	4	16	45	16	6

Grafikon br. 4. Stepen obrazovanja



Radni status-Što se tiče radnog statusa, među ispitanicima dominiraju zaposleni ukupni 60 sa (69%), zatim studenti 20 (23%) i nezaposleni 1 (1%). Neznatni broj ispitanika su penzioneri 6 (7%) do među ispitanicima nije bilo učenika osnovnih ili srednjih škola. Interesantna je činjenica da samo jedan ispitanik nije u radnom odnosu (Grafikon 5.).

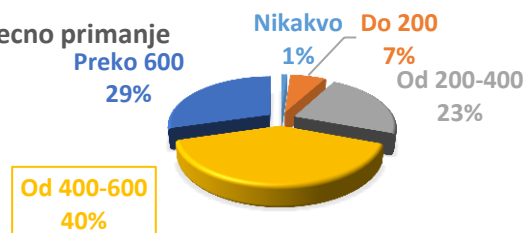


Mesечно primanje - među ispitanicima dominiraju sa mesečnim primanjem preko 400 eura. Sa nikakvim primanjem je bio 1 (1%), sa primanjem do 200 eura ukupno 6 (7%), sa primanjem od 200-400 eura izjasnilo se 20

(23%), isto tako anketirani su se izjasnili da za mesечно primanje imaju 400-600 eura 35 (40%), dok su sa preko 600 eura izjasnilo 26 ispitanika ukupno (29%).

Nikakvo primanje	Do 200 eura	Od 200-400 eura	Do 400-600 eura	Preko 600 eura
1	6	20	35	26

Grafikon br. 6. Mesечно primanje



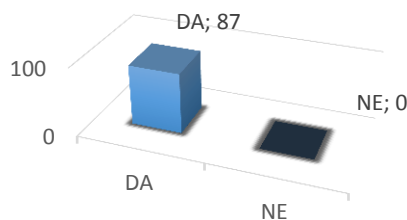
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Kao što je ranije navedeno, u istraživanju je učestvovalo ukupno 87 ispitanika, od kojih je svih 87 dalo kompletne odgovore.

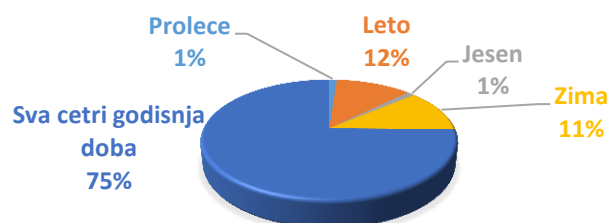
Broj poseta-Od ukupnog broja ispitanika (87), čak 87 (100%) se izjasnilo da planira da poseti Župu u toku ove godine. Grafikon br. 7. Najviše ispitanika je navelo da će posetiti Župu tokom sva četiri godišnja doba (80%). Jako broj ispitanika planira da poseti Župu u Leto i Zimu (20%).

Rezultati istraživanja su pokazali da su proleće i jesen manje pogodna godišnja doba u odnosu na leto i zimu. Za period od sva četiri godišnja doba se opredelilo najviše ispitanika (Grafikon 8.).

Grafikon br. 7. Dali planirate da posetite Župu ove godine



GRAGIKON BR. 8. U KOJE GODISNJE DOBA NAMERAVATE DA POSETITE ŽUPU

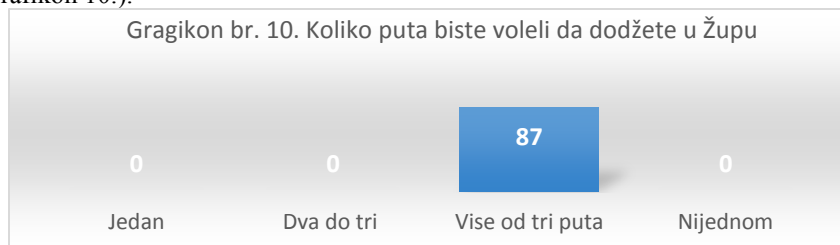


Način putovanja-U Župi se putuje sa pordicom, što pokazuje podatak da bi najveći broj ispitanika posetio ovaj kraj u društvu porodice(70%). Osim toga, veliki broj ispitanika (17%) se odlučio za putovane sa prijateljima. Samostalna poseta nije zastupljen, nijedan. Svega 8% ispitanika je pokazalo zainteresovanost za posetu sa poslovnim partnerima, a najmanju pažnju je privukla ponuda za posetu u okviru turističkog paketa 5%) (Grafikon 9.).

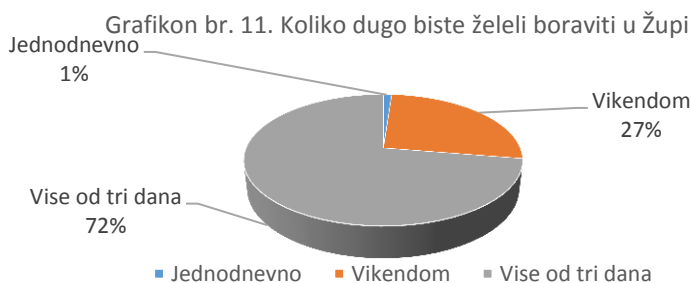
Sami	Sa porodicom	Sa prijateljima	Kao deo turističkog paketa	Sa poslovnim partnerima
0	61	15	4	7
Ukupno ispitanika				87



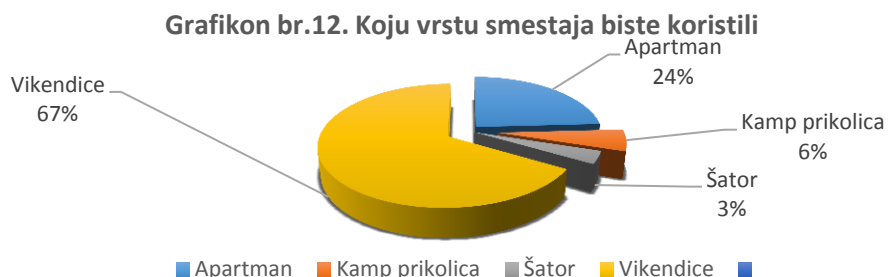
Broj poseta-Analizirajući broj potencijalnih poseta ispitanika, utvrđeno je da svi ispitanici (100%) posetilo Župu više od tri puta.(Grafikon 10.).



Dužina boravka-Kada je u pitanju dužina boravka u Župi, zainteresovanost ispitanika varira od jednodnevnog do više od tri dana. Za Jednodnevni boravak se izjasnilo jako malo ispitanika svega 1. A onda nakon toga dolaze ispitanici koji su se izjasnili da žele vikendom da borave u Župi svega 23. Najviše ispitanika se izjasnilo da je zainteresovano za boravak od više od tri dana svega 63 ispitanika. Sve ove brojeve možete pogledati u procentima na (Grafikon 11.).



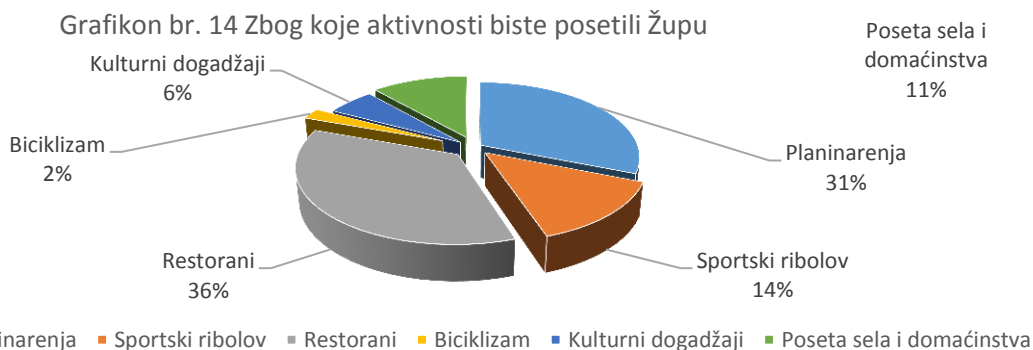
Koju vrstu smeštaja biste koristili-Analizirajući odgovore ispitanika u vezi sa željenim smeštajem prilikom posete Župi utvrđeno je da 67% njih preferira vikendice na Prevalcu. Među njima su najbrojniji oni koji bi došli u društvu porodice. Sledeća opcija za koju su se odlučivali je apartmani ukupno (24%), zatim smeštaj kamp prikolice (6%) gde bi smestili prikolice negde na teritoriju Prevalca. Za šator u prirodi je zainteresovano 3% ispitanika, a to je najčešći izbor onih ispitanika koji planiraju da posete Župu samostalno ili kao deo organizovane grupe i turističkog paketa. Za pošnjenje teksta koji je napisan možete pogledati grafikon br. 12.



Kolikim budžetom raspoložete za smeštaj-Najviše ispitanika je spremno da za prenočište u Župi izdvoji do 20-50 eura/noć (72%). Nijedan od ispitanika (0%) nije spreman da izdvoji novčana sredstva za boravak u ovom kraju ili bi izdvojio do 5 eura/noć (0%), Za smeštaj po ceni do 10-20 eura/noć bi se opredelilo 28% ispitanika. (Grafikon 13.).



Aktivnosti i turističke atrakcije-Kada su u pitanju aktivnosti, od 87 ispitanika, koji su se izjasnili da bi posetili Župu ove godine, 36% njih bi najviše uživalo u gastronomskom turizmu. Planinarenje po Šari i rekreacije na Prevalcu privlači značajnu pažnju turista, za koju bi se odlučilo 31% ispitanika. Sportski ribolov na Bistrici i na jezerima Šare su takođe privukli pažnju (14%), dok je interesovanje za ostale aktivnosti ispod 18% (Grafikon 14.). Žene iz ovog intervala su takođe zainteresovane za planinarenje po Šari i setnja po Prevalcu (44%). Karakteristično za muški deo populacije iz ovog intervala jeste značajan porast interesovanja za sportski ribolov i obilazak sela i restorana (51%). Ostale aktivnosti su manje atraktivne ovom starosnom intervalu (ispod 5%).



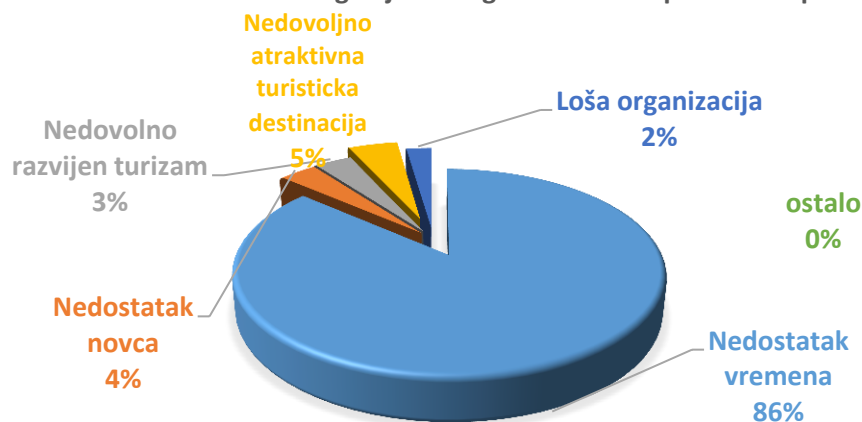
Cena turističkih proizvoda-Najprihvatljivija cena za pojedinačne turističke proizvode u Župi je iznad 50 eura, što je odgovor 70% ispitanika (od ukupno 87 koji su se izjasnili da bi posetili Župu ove godine). Od 30-50 eura po turističkom proizvodu bi izdvojilo 17% ispitanika, dok bi 8% ispitanika izdvojilo 20-30 eura za pojedinačni turistički proizvod. Važno je napomenuti da za 5% ispitanika je rekolo da bi izdvojili manje od 20 eura za željeni turistički proizvod u Župi. (Grafikon 15.).



Kod većine ispitanika vlada mišljenje da najprihvatljivija ponuda za paket od nekoliko turističkih proizvoda bi trebala da pređe 50 eura (70%). Međutim, značajan broj ispitanika (17%) je spreman da izdvoji između 30-50 eura za kombinovani paket turističkih proizvoda. (Grafikon 15.).

Poseta Župi-Kao što je prethodno navedeno, od ukupnog broja ispitanika (87), nijedan ispitanik nije odgovorilo da neće posetiti Župu tokom ove godine. Među odgovorima, nedostatak vremena je glavni razlog nedolaska u Župi (86%), mada značajan broj ispitanika neće doći i zbog nedovoljno razvijene turističke ponude (3%). Nedostatak novca je takođe među značajnim razlozima da se ne dođe u Župi (4%). Isto tako ispitanici su odgovorili da nedovoljno atraktivna Turistička ponuda je razlog neposećivanja sveha 5%, zatim loša organizacija na pojedinim mestima poput Prevalca isto je razlog neposećivanja turista ukupno 2% (Grafikon 16.).

Grafikon br.16. Zbog kojih razloga ne želite da posetite Župu



5. PREPORUKE

U skladu sa rezultatima istraživanja, potrebno je raditi na sledećim preporukama:

- ✦ Izraditi marketing plan i komunikacionu strategiju koja na različiti način tretira ciljne grupe u odnosu na pol, starosnu dob i druge bitne karakteristike;
- ✦ Pristupiti izradi Strateškog menadžmenta za menadžiranje;
- ✦ Stimulisati privatni sektor da ulaže u razvoj turizma, pre svega u izgradnji smeštajnih objekata na Prevalcu i okolini Prevalca;
- ✦ Osposobiti seoska domaćinstva za rad u turizmu;

Struktura popunjenih upitnika po mestu boravka

Mesto boravka	Ukupan broj	Pol	
		Muški	Ženski
Prizren	17	7 (41 %)	10 (59 %)
Priština	45	34 (76 %)	11 (24 %)
Ostalo	25	15 (60%)	10 (40 %)
Ukupno:	87	56 (64%)	31 (36%)

6. ZAKLJUCAK

Sprovedeno istraživanje je pokazalo da turistički potencijali Župe privlače značajnu pažnju potencijalnih turista svih starosnih dobi iz celog regiona koji žele da otkriju novu destinaciju sa atraktivnom ponudom u oblasti aktivnog turizma i dobrim uslovima za rekreaciju. Ogromna većina ispitanika je jasno iskazala želju da poseti Župu tokom

ove godine, naročito u sva cetri godišnja doba, i uživa u prirodnim lepotama, turističkim proizvodima i manifestacijama.

Istraživanjem su, pre svega, identifikovani turistički proizvodi koji privlače pažnju turista koji posećuju Župu, što predstavlja važnu informaciju u kojem pravcu treba razvijati turizam u narednom periodu. Na primer, istraživanje je jasno pokazalo da su planinarenje, sportski ribolov i gastronomija turistički proizvodi koji su veoma interesantni svim potencijalnim turistima.

Istraživanje takođe daje značajne rezultate na koji način razvijati smeštajne kapacitete. Ispitanici bi najradije želeli smeštaj na Prevalcu u Vikendici, u apartmanima i sl., a značajan broj njih je iskazao želju za smeštajem u seoskim domaćinstvima. Rezultati istraživanja pokazuju da su ispitanici najviše zainteresovani za boravak preko tri dana, vikendicama i apartmanima, u kojima bi cena smeštaja bila do 20 eura za noć pa seve do preko 50 eura,

Potrebno je dalje raditi na marketingu u dva pravca, kroz promociju Župe kao turističke destinacije i kroz promociju turističkih proizvoda. Ovo istraživanje predstavlja značajan resurs, kako za brendiranje područja tako i za direktnu promociju turističkih proizvoda u skladu sa potrebama različitih ciljnih grupa.

LITERATURA

- Bajrami, H., & Bellaqa, B. (2020). Impact of Sustainable Tourism Development on the Economy: Case Study Kosovo. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 9(3), 112-120.
- Gwenhure, Y., & Odhiambo, N. M. (2017). Tourism and economic growth: A review of international literature. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 65(1), 33-44.
- Meyer, D. F., de BRUYN, C., & Meyer, N. (2017). The importance of tourism in regional economic development: A time-series analysis. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(4), 20.
- Nimani, A., & Zeqiraj, V. (2018). OPPORTUNITIES FOR ECONOMIC DEVELOPMENT BASED ON TOURISM POTENTIALS IN KOSOVO. *Knowledge International Journal*, 26(6), 1585-1589.
- Sokhanvar, A. (2019). Does foreign direct investment accelerate tourism and economic growth within Europe?. *Tourism Management Perspectives*, 29, 86-96.
- Tahiri, A., Kovači, I., & Bushi, F. (2020). Sustainable tourism development—analysis of tourism development in Kosovo. *ACC Journal*.
- Wu, T. P., & Wu, H. C. (2018). The causal nexus between international tourism and economic development. *Tourism Analysis*, 23(1), 17-29.