

---

## THE QUALITY OF PRODUCTS AND HOSPITALITY SERVICES IN DRAGASH MUNICIPALITY

Šerif Aga

Secondary school Ruzhdi Berisha Dragash, Kosovo, [serifaga@outlook.com](mailto:serifaga@outlook.com)

**Abstract:** The purpose of this paper is to point out the quality of products and services in the business of tourist companies (Meka and Arxhena) in the municipality of Dragash, as well as their influence on the promotion of competitive advantages that will affect the creativity, breadth of product range, top service and quality, as well as branding. The apartments are located in a series that offer a complete service to guests. Hotel, as well as other companies in tourism, are exposed to significant and rapid changes, thanks to the quality of the business of the touristic ambiance.

**Subject research.** The subject of the research is to determine the quality of products and services in the hotels Arxhena and Meka in the municipality of Dragash. This research includes the application of general elements, ie, the determinant of the quality of products and services (availability, warranty, communication, expertise, standard, service, safety, accountability, security); without which quality service would not be adequately completed. **Research goals.** Among the more important objectives of research in the research work are:

- How satisfied are the tourists with tourist services in the hotel industry in the municipality of Dragash.
- How much infrastructure does affect the development of hotel tourism in the municipality of Dragash.
- What types of tourists use hotel services in hotel management in Dragash municipality according to their educational status.

**Research hypotheses.** Based on these goals, the following hypothesis is posed:

H1: Tourists are satisfied with tourist services in the hotel industry in the municipality of Dragash.

H2: Road infrastructure will negatively affect the development of hotel tourism in the municipality of Dragash.

H3: The highest number of tourists in the hotel industry in Dragash Municipality is with a high degree of education.

**Methods of research.** In achieving these goals, different scientific methods have been used to:

- Inductive method - allows you to arrive at the conclusion based on the characteristics and facts obtained by the inductive method of conclusion.
- A deductive method - making conclusions based on specific facts and laws, anticipating future events, and others.
- Methods of analysis and synthesis - embracing concepts on their simple parts, analyzing each part in particular.
- Comparative method - comparisons or perceptions of differences, common features, similarities, etc.
- Descriptive method - a description of the current situation in tourism.

The mathematical-statistical method was used in the processing of the sample of the research. In this research, we use the survey method to conduct this research. The obtained results will be processed by statistical analysis and as such will be shown through several tables and graphs. In the process of collecting data we used secondary sources such as: books, websites, various publications, magazines and brochures.

**Method of choice, size and design of the sample.** The sample of respondents includes persons of all ages, professional qualifications, gender and civil status, the questionnaire refers to the provision of services at the Meka and Arxhena Hotel in the municipality of Dragash. The study was conducted on a sample of 98 respondents. The test instrument was designed in the form of a questionnaire containing 12 questions, and the answers are rounded off. The study lasted three months.

**Time and place of research realization.** The place where the research was conducted is the municipality of Dragash. In the research we tried to include two hotels (Arxhena and Meka). Methodologically, these two hotels will dominate the research.

Special attention is paid to hotels, products and services, tourist and geographical position of the municipality of Dragash and analysis of research results. Dragash municipality is characterized by limited accommodation capacity, which are not fully used.

**Keywords:** Hotels, Dragash, tourism, services, products.

---

**KVALITET PROIZVODA I USLUGA U HOTELIJERSTVU U OPŠTINI DRAGAŠ**

---

**Šerif Aga**Srednja škola Ruždi Beriša, Dragaš, Kosovo, [serifaga@outlook.com](mailto:serifaga@outlook.com)

**Abstrakt:** Svrha ovog rada je da se ukaže na važnost kvaliteta proizvoda i usluga u poslovanju turističkih preduzeća (Meka i Arxhena), u opštini Dragaš, kao i njihov uticaj na pospešivanje konkurentne prednosti koji će se odraziti na kreativnost, širinu asortimana proizvoda, vrhunsku uslugu i kvalitet, kao i brendiranje. Hoteli su vrsta smeštajnog objekta koji nude kompletnu uslugu gostima. Hotelska, kao i druga preduzeća u turizmu, izložena su značajnim i naglim promenama tražnje, zahvaljujući kvalitetu poslovanja turističkih ambijenata.

*Predmet istraživanja.* Predmet istraživanja je utvrditi kvalitet proizvoda i usluga u hotelima Arxhena i Meka u opštini Dragaš. Ovo istraživanje obuhvata i primenu generalnih elemenata tj. determinanta kvaliteta proizvoda i usluga (dostupnost, garancija, komunikacija, ekspertiza, standard, usluživanje, sigurnost, odgovornost, bezbednost); bez kojih kvalitet usluga ne bi bio adekvatno upotpunjen.

*Ciljevi istraživanja.* Među važnije ciljeve istraživanja u okviru istraživačkog rada spadaju:

- Koliko su turisti zadovoljni turističkom uslugom u hotelijerstvu u opštini Dragaš.
- Koliko putna infrastruktura utiče na razvoj hotelijerskog turizma u opštini Dragaš.
- Koji tip turista prema obrazovnom statusu koristi hotelijerske usluge u hotelijerstvu u opštini Dragaš.

*Hipoteze istraživanja.* Na osnovu navedenih ciljeva postavljaju se sljedeće hipoteze:

H1: Turisti su zadovoljni turističkom uslugom u hotelijerstvu u opštini Dragaš.

H2: Putna infrastruktura utiče negativno na razvoj hotelijerskog turizma u opštini Dragaš.

H3: Najviše turista u hotelijerstvu u opštini Dragaš su sa visokom stručnom spremom.

*Metode istraživanja.* U ostvarivanju navedenih ciljeva korišćeni su različiti naučni metodi i to:

- Induktivni metod - omogućava dolaženje do zaključka na osnovu karakteristika i činjenica dobijenih induktivnim načinom zaključivanja.
- Deduktivna metoda - donošenje zaključaka na osnovu posebnih činjenica i zakona, predviđanja budućih događaja, i dr.
- Metoda analize i sinteze - raščlanjivanje pojmova na njihove jednostavne delove, analiziranje svakog dela posebno.
- Komparativna metoda - poređenja odnosno uočavanja razlika, zajedničkih osobina, sličnosti i dr.
- Deskriptivna metoda - opis aktuelnog stanja u turizmu.

U obradi analize uzorka istraživanja korišćena je matematičko-statistička metoda. U ovom istraživanju korišćemo metodu ankete kako bismo sproveli ovo istraživanje. Dobijeni rezultati će biti obradjeni statističkom analizom i kao takvi biće prikazani kroz nekoliko tabela i grafikona. U samom procesu prikupljanja podataka koristili smo sekundarne izvore kao što su: knjige, internet sajtovi, razne publikacije, časopisi i brošure.

*Način izbora, veličina i konstrukcija uzorka.* Uzorak ispitanika obuhvata osobe svih uzrasta, stručnu spremu, rod i civilni status, upitnik se odnosi na pružanju usluga u hotelima Meka i Arxhena u opštini Dragaš. Istraživanje je provedeno na uzorku od 98 ispitanika. Instrument za ispitivanje je koncipiran u formu anketnog upitnika koji sadrži 12 pitanja, a odgovori se zaokružuju. Istraživanje je trajalo tri meseca.

*Vreme i mesto realizacije istraživanja.* Mesto gde se izvršilo istraživanje je opština Dragaš. U istraživanju smo nastojali obuhvatiti dva hotela (Arxhenu i Meku). Metodološki gledano ova dva hotela će dominirati u istraživanju. Posebna pažnja u radu se posvećuje, hotelima, karakteristikama proizvoda i usluge, turističko-geografskom položaju opštine Dragaš i analizi rezultatima istraživanja. Opština Dragaš se karakteriše sa ograničenim smeštajnim kapacitetima, koji nisu u potpunosti iskorišćeni.

**Ključne reči:** Hoteli, Dragaš, turizam, usluge, proizvodi.

**1.UVOD**

U hotelskom poslovnom okruženju koje karakteriše neizvesnost, konkurentnost i sve kompleksniji zahtevi potrošača, kvalitet proizvoda i usluga postaje jedan od ključnih faktora uspešnosti u razvoju i rastu hotela. Hoteli se danas smatraju baznim sektorom turizma jer su oni ključni nosioci turističke ponude. Zbog toga što gosti / turisti najviše borave u hotelima za vreme posete destinaciji i obično na osnovu usluge u hotelu daju ocenu usluge i kvaliteta celog boravka na destinaciji. Da bi nesmetano obezbedili konkurentnost na tržištu, hoteli sprovode konstantna merenja kvaliteta, time obezbeđuju bolja, sigurnija i kvalitetnija interakcija sa korisnicima. Opština Dragaš nudi dobre mogućnosti za

razvoj hotelijerskog turizma, i druge vidove turizma. Posebna pažnja u radu je posvećena rezultatima analize istraživanja anketnog upitnika koji smo sproveli u hotelima Arxhena i Meka u Dragašu.

## 2. HOTELI KAO REPREZENTATIVNI DEO SMEŠTAJNE PONUDE

Hoteli su vrsta smeštajnog objekta koji nude kompletnu uslugu gostima. Vrstu hotela i njegovu kategoriju, određuju sadržaji i opremljenost objekta, koji su bitna komponenta kvaliteta njegovih usluga (Čaćić, 2013, str. 167). Hotelski objekat kao celinom sačinjavaju svi njegovi sastavni elementi koje gosti kroz uslugu spoznaju, odnosno kompletan enterijer i eksterijer kao delove već pomenutog uslužnog ambijenta hotela. Hoteli posluju u skladu sa tržišnim principima, zahteva odgovarajuću tehničko-tehnološku opremu, funkcionalnu organizaciju i kadrovsku ekipiranost. Inače, hotelijerstvo kao delatnost nalazi se u okviru ugostiteljske privredne delatnosti koja danas ima značajnu ulogu u razvoju turizma na globalnom nivou. Ugostiteljstvo i turizam predstavljaju jedinstvenu privrednu oblast koju čine tri sektora: smeštaj, hrana i piće i razne vrste ugostiteljskih sadržaja.

## 3. KVALITET PROIZVODA I USLUGA

Kvalitet proizvoda i usluga danas predstavlja jedan od fenomena savremenog poslovanja. Kvalitet uz cenu proizvoda/usluge predstavlja osnovnu kategoriju za osvajanje tržišne pozicije. Za razliku od cene koja je merljiva kategorija (kroz profit), kvalitet je teško definisati, a samim tim i meriti. Početkom dvadesetog veka, kvalitet je bio kategorija koju je određivao sam proizvođač, dok danas tržište, odnosno kupci predstavljaju presuđujući faktor po pitanju kvaliteta nekog proizvoda/usluge. Svaka osobina proizvoda/usluge od koje se traži da zadovolji potrebe korisnika, predstavlja karakteristiku kvaliteta. Kada je reč o proizvodima, onda se najčešće radi o tehničkim karakteristikama (npr. Izgled, miris, težina, oblik, sigurnost, itd.), dok su karakteristike kvaliteta usluga drugačijeg karaktera, kao što je prikazano u tabeli 1.

**Tabela 1. Karakteristike kvaliteta usluga (Ćosić, 2013, str. 44).**

Kredibilitet	Pristupačnost	Efektivnost
Pouzdanost	Bezbednost	Komfor
Kompetetnost	Efikasnost	Poštenje
Fleksibilnost	Poslovnost	Čistoća
Učtivost	Tačnost	

Imajući uvid i vidne razlike između proizvodne i uslužne delatnost u tabeli 2. dat je pregled uporednih karakteristika za proizvod i uslugu.

**Tabela 2. Karakteristike proizvoda i usluge (Cooper, 2005, prema Lončar, 2014)**

Proizvod	Usluga
Materijalan	Nematerijalan
Ponovljiv	Teško ponovljiv
Proizvodnja prethodi upotrebi	Pružanje i korišćenje usluge su ili istovremeni ili se prepliću
Proizvodnja i upotreba su uglavnom na različitim lokacijama	Pružanje i korišćenje usluge se odvijaju na uglavnom istoj lokaciji
Korisnik proizvoda obično nije uključen u proces proizvodnje	Korisnik usluga obavezno učestvuje u kreiranju i isporuci usluge
Može se transportovati	Ne može se transportovati
Može se skladištiti	Ne može se skladištiti
Kontrola proizvoda se zasniva na poređenju sa specifikacijama i ne može biti izvršena od strane korisnika	Kontrolu usluge vrši sam korisnik usluge na osnovu stepena zadovoljenja njegovih očekivanja
Može se probati pre kupovine-može se poslati uzorak	Ne može se probati pre kupovine
Može da postoji posrednik između proizvođača i korisnika	Direktan kontakt između pružaoca i korisnika usluga

Na osnovu prethodno navedenih karakteristika proizvoda i usluga u uslužnim delatnostima je poslovanje specifičnog karaktera, postoje očiglede razlike koje su lako uočljive i za laika.

#### 4. TURISTIČKO GEOGRAFSKI POLOŽAJ OPŠTINE DRAGAŠ

Opština Dragaš je najjužnija opština na Kosovu, deli granice sa susednim zemljama BJR- Makedonijom na istoku i jugu i Albanijom na zapadu. Sa geografskog i regionalnog gledišta, opština Dragaš predstavlja izrazitu i jasno izdiferenciranu prirodno-geografsku cjelinu, smeštenu u podnožju vrhova Šar-planine. Na severu se opština Dragaš graniči sa opštinom Prizren, koji je centar južnog regiona Kosova, u koji spada i opština Dragaš. ‘Opština pokriva površinu od 435,8 km<sup>2</sup>, odnosno oko 4% ukupne teritorije Kosova, u kojoj živi oko 33. 997 lica u svojstvu stalnih stanovnika’ (ASK, 2012, str. 9). ‘Opština se sastoji od 36 naseljenih mjesta (sela), a gradić Dragaš je opštinski centar’ (Aga, 2014, str. 20-21). Opština je oivičena visokom Šar-planinom na jugu i istoku, koja nastavlja da se pruža i na teritoriju BJR-Makedonije i Albanije, teritorija opštine sastoji se od dva regiona: region Opolja na sjeveru i region Gora na jugu. Nadmorska visina varira između 730 m.n.v. na sjeveru do 2.550 m.n.v. na jugu, a sama opština u proseku leži na 1.620 m. iznad nivoa mora. ‘Brdovit i planinski geografski položaj je uticao na razvoj malih, koncentrisanih, ruralnih naseljenih mesta koja se prostiru duž tri glavne doline’ (Šarplaninske župe, 1997, str. 127). U isto vreme, to je i razlog za izolovanost opštine i njenih trenutnih infrastrukturnih i drugih problema. ‘Nerazvijeni planinski masiv Šar-planine je idealan za neprocenjivu avanturu u prirodi’ (Marcon, 2010, str. 36). Kao opština južnog dela Kosova, sa svim svojim prirodnim ljepotama (geografskim položajem, reljef/teren, klimatskim uslovima, bogatstvo hidrografskog i biodiverzitetskog potencijala), slikovitim ruralnim pejzažem, etnografskim elementima, folklornim festivalima, sakralnim objektima i nedovoljno postojećom turističkom infra i suprastrukturuom (hoteli, moteli, restorani), treba zauzeti značajnu poziciju na turističkoj mapi Kosova. Sve ove činjenice predstavljaju idealan preduslov za razvoj hotelijerskog turizma kao privredne grane, i ostvarivanja prihoda od ovog oblika turizma u opštini Dragaš.

#### 5. DAVAOCI TURISTIČKIH USLUGA U OPŠTINI DRAGAŠ

Kvalitet pružanja usluga smeštajnim objektima je preduslov za turiste da se odluče za putovanje i smeštaj, i prvo se taj izbor vrši prema finansijskim mogućnostima turista i gostiju, nakon toga prema informacijama koje su primili ranije (na primer, broj zvezdica, pun servis (sve uključeno)).

Potreba za posedovanjem boljeg proizvoda će primorati sve turističke kompanije da promene svoj koncept upravljanja i iskoriste nove tehnike i metode, usredsređujući se na aktivnosti kako bi osigurali pravi kvalitet turističkih i ugostiteljskih proizvoda i usluga.

Receptivne i apsorbcione mogućnosti turističke ponude najviše zavise od smeštajnih kapaciteta. Turistička ponuda smeštaja na području opštine u sadašnjoj fazi razvoja je neadekvatna i nekompletna. Smeštajni kapaciteti su ograničeni, ali i kao takvi i nedovoljno iskorišćeni, čemu je glavni razlog slab sadržaj turističkog boravka. Davaoci turističkih usluga u opštini Dragaš koji mogu biti i konkurenti u okruženju su: turističko-rekreativni centar „Arxhena“ u Brodu i hotel „Meka Šar“, kao i smeštajno receptivni ambijent koji je u toku izgradnje na Vidikovcu. Postoje i drugi moteli koji pružaju turističke usluge u ishrani na tradicionalan način, kao i privatni objekti koji su spremni da prime turiste na prenočišta.

#### 6. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

Istraživanje je provedeno na uzorku od 98 ispitanika u opštini Dragaš. Instrument za ispitivanje je koncipiran u formu anketnog upitnika koji sadrži 12 pitanja. Statistička obrada je napravljena za svako pitanje posebno. U tabeli 3. dat je pregled rezultata istraživanja anketnog upitnika za pojedina pitanja.

**Tabela 3. Pregled rezultata istraživanja anketnog upitnika**

Pitanja	Da	Ne	Delimično
Da li ste zadovoljni sa kvalitetom usluga i smeštaja	52 %	8 %	40 %
Da li je putna infrastruktura u stanju da zadovolji potrebe posetilaca	40,8 %	39,8 %	19,4 %
Da li ste zadovoljni osobljem u hotelima u kojima ste boravili	52 %	12 %	35,8 %
Da li hotelsko osoblje pruža uslugu na vreme	58,2 %	23,5 %	18,4 %
Da li ste zadovoljni kvalitetom hrane u hotelima u kojima ste boravili	56 %	15 %	29 %
Da li ste zadovoljni sa higijenskim uslovima u hotelima u kojima ste boravili	62,2 %	10,2 %	27,6 %

Da li ste zadovoljni sa cenom usluga u hotelima u kojima ste boravili	27,6 %	15,3 %	57,1 %
Da li ste zadovoljni sa obećanom i dobijenom ponudom u hotelu u kojem ste boravili	64,3 %	15,3 %	27,6 %
Da li ste nailazili na neke jezičke barijere tokom posete hotelu	21,4 %	65,3 %	13,3 %

## 7. DISKUSIJA O REZULTATIMA ISTRAŽIVANJA

Statistička analiza je izvršena na anketnom upitniku koji se sastoji od dva dela, opšti deo koji obuhvata Socio – demografsku strukturu ispitanika (starosna dob, pol, obrazovni status, civilni status, izjašnjene ispitanika iz koje opštine dolaze i u kom hotelu su dobili usluge). Drugi deo istraživanja je specifični deo koji se sastoji od 12 pitanje, i odnosi se na kvalitet proizvoda i usluga u hotelima Arxhena i Meka u opštini Dragaš, odgovori se zaokružuju. Anketa je sprovedena na uzorku od 2 hotela (Arxhena i Meka) u opštini Dragaš. Metodom anketnog upitnika istraživanja dobijeni su stvarni podaci o kvalitetu proizvoda i usluga u gore navedenim hotelima. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od 98 ispitanika. Analizirajući opšti deo anketnog upitnika, rezultati istraživanja su pokazala, da je najveći broj ispitanika srednje životne dobi njih 94% ( 18-60 god.), koji su posetili hotelske ambijente. Polna struktura ispitanika je bila 66 muškaraca ili 67%, i 32 žene ili 33%. Najveći broj posetilaca je bilo sa visokom stručnom spremom 54% ispitanika. Većina ispitanika su zapošljenji njih 61,2%, bilo je i nezapošljenih, kao i studenata i penzionera. Na osnovu analize dobijenih rezultata najviše ispitanika je bilo iz same opštine Dragaš (70,4%), zatim iz Prištine, Prizrena i Peći, 56,0% ispitanika je bilo anketiranih u hotelu Arxhena, dok 44,0% je bilo u hotelu Meka. Rezultati istraživanja su pokazala da je većina ispitanika više od 50% bilo zadovoljno sa kvalitetom usluga i smeštaja, sa osobljem i njihovom uslugom u hotelima, načinom komunikacije, sa kvalitetom hrane, sa higijenskim uslovima, sa obećanom i dobijenom ponudom u hotelima u kojima su boravili, sa prirodnim pejzažem oko hotela. Što se putne infrastrukture tiče da li je ona u stanju da zadovolji potrebe turističkih posetilaca, ispitanici su bili podjeljeni 41% je istaklo da je dobra putna infrastruktura, dok 40% ispitanika tako nesmatra tj., da je loša putna infrastruktura, njih 19% ispitanika nisu bili sigurni. Da li ste zadovoljni osobljem u hotelima u kojima ste boravili, većina je istaklo da 52% ispitanika zadovoljni osobljem u hotelima u kojima su boravili, dok 35,8% je delimično zadovoljni, dok 12,2% nisu zadovoljni osobljem u hotelima u kojima su boravili. Da li hotelsko osoblje pruža uslugu na vreme, vidi se da 58,2% ispitanika je istaklo da hotelsko osoblje pruža uslugu na vreme, dok 23,5% to nesmatra, a njih 18,4% ispitanika nisu primetili da hotelsko osoblje pruža uslugu na vreme. Da li su zadovoljni kvalitetom hrane u hotelima u kojima su boravili, analizom je potvrđeno da 56 % ispitanika zadovoljni kvalitetom hrane u hotelima u kojima su boravili, dok 29 % je delimično zadovoljni, njih 15 % nisu zadovoljni kvalitetom hrane u hotelima u kojima su boravili. Na pitanje da li ste zadovoljni sa higijenskim uslovima u hotelima u kojima ste boravili, njih 62,2% ispitanika je istaklo da su zadovoljni sa higijenskim uslovima u hotelima u kojima su boravili, dok 10,2% nisu zadovoljni, a njih 27,6% ispitanika su delimično zadovoljni sa higijenskim uslovima u hotelima u kojima su boravili. Na pitanje da li ste zadovoljni sa obećanom i dobijenom ponudom u hotelu u kojem ste boravili, 64,3% ispitanika je istaklo da su zadovoljni sa obećanom i dobijenom ponudom u hotelu u kojem su boravili, dok 15,3% ispitanika nisu zadovoljni, njih 27,6% ispitanika nisu primetili da li je bilo sve kako je obećano. Da li su nailazili na neke jezičke barijere tokom posete hotelu, njih 65,3% ispitanika je istaklo da nisu nailazili na jezičke barijere tokom posete hotelu, njih 21,4% ispitanika ističu da su nailazili na jezičke barijere, dok 13,3% ispitanika nije sigurno da su nailazili na jezičke barijere. Što se cena usluga u hotelima tiče ispitanici su bili prosečno zadovoljni njih 57%, 15% ispitanika nije bilo zadovoljno sa cenom usluga, dok njih 28% je vrlo zadovoljno sa cenom usluga u hotelima u kojima su boravili. Na pitanje kako ste saznali za hotel, većina ispitanika je odgovorilo preko svojih prijatelja (48%), dok njih 29% preko informacijskih sredstava (internet, televizija, radio), 19% preko studentskih, sportskih i školskih organizacija, dok 4% preko turističke organizacije. Na pitanje koja ste transportna sredstva koristili da bi ste se prevezli od opštinskog centra do hotela, većina je odgovorila da su koristila privatni prevoz (77%), njih 14% kombijem i 9% taksije. Na pitanju kako ocenjujete reljef i životnu sredinu oko hotela, preko 96,0% ispitanika je istaklo da su oduševljenji reljefom i životnom sredinom oko hotela, njih 4,1% loše ocenjuju reljef i životnu sredinu oko hotela.

Na osnovu dobijenih rezultata istraživanja možemo dati neke preporuke, za nesmetani razvoj hotelijerskog turizma u opštini Dragaš:

- podržavanje inicijativa za razvoj konkurentnosti hotelijerskog turizma u opštini Dragaš;
- razvoj i promocije turizma u regionalnim i prekograničnim mestima;

- razvoj infrastrukture za razvoj turizma u opštini Dragaš;
- podizanje ljudskih i institucionalnih kapaciteta;
- institucionalizacija principima održivog razvoja u razvoj turizma;
- razvojem turizma povećati komunikativnost, ekonomski i kulturni napredak lokalnog stanovništva;
- voditi računa da razvoj hotelijerskog turizma ne ugrozi ekološko stanje životne i prirodne sredine;
- stvoriti uslove za kvalitetnije obrazovanje i zapošljavanje mladih ljudi, u hotelijerskom turizmu;
- promocija i podrška kreativne aktivnosti, raznih zanata i kulturnim aktivnostima.

## 8. ZAKLJUČAK

Sveukupni kvalitet proizvoda i usluga su ključni koncepti za razvoj turizma i hotelijerstva. Hoteli danas posluju u izuzetno složenom i konkurentnom okruženju. Unapređenje usluge je neophodno kako bi se kontinualno zadovoljavale stalno promenljive potrebe i zahtevi potrošača. Kvalitet hotelskih usluga je prepoznat kao ključni izvor konkurentske prednosti, i predstavlja osnovu za privlačenje i zadržavanje potrošača. Opština Dragaš se nalazi na tromedi Kosova, Albanije i Makedonije, tj zauzima južni deo Kosova. Dakle, reč je o pograničnom delu teritorije Kosova koji, s obzirom na neprocijenjene prirodne i antropogene resursne vrijednosti, čini potencijalnu turističku destinaciju. Turistička ponuda smeštaja na području opštine u sadašnjoj fazi razvoja je neadekvatna i nekompletna. Smeštajni kapaciteti su ograničeni, ali i kao takvi i nedovoljno iskorišćeni, čemu je glavni razlog slab sadržaj turističkog boravka. Davaoci turističkih usluga u opštini Dragaš koji mogu biti i konkurenti u okruženju su: turističko-rekreativni centar „Arxhena“ u Brodu i hotel „Meka“. Do zaključaka i potvrde hipoteze se došlo primenom nekoliko metoda u istraživanju, pre svega indukcije, dedukcije, analize i sinteze, kao i na kraju empirijskim istraživanjem anketnim upitnikom o kvalitetu proizvoda i usluga u hotelima opštine Dragaš. Prema tome, **Glavna hipoteza - H1** se potvrđuje ovim istraživanjem odnosno: Turisti su zadovoljni turističkom uslugom u hotelijerstvu u opštini Dragaš. Na osnovu obrađenih rezultata istraživanja više od 90% ispitanika su zadovoljni turističkom uslugom u hotelijerstvu u opštini Dragaš.

Istraživanja rada su pokazala da se **Posebne hipoteze: Hipoteza (H<sub>2</sub>) se ne prihvata:** Putna infrastruktura utiče negativno na razvoj hotelijerskog turizma u opštini Dragaš. Na osnovu analize istraživanja vidi se da 40,8% ispitanika smatra da je putna infrastruktura u opštini Dragaš u stanju da zadovolji potrebe turističkih posetilaca, dok 39,8% to nesmatra, da bi 19,4% ispitanika nije sigurna, na postavljeno pitanje.

**Hipoteza (H<sub>3</sub>) se prihvata:** Najviše turista u hotelijerstvu u opštini Dragaš su sa visokom stručnom spremom. Na osnovu napred izvršene analize, vidi se da najveći procenat ispitanika 54,08% je sa fakultetskim obrazovanjem, dok 31,63% je sa srednjem obrazovanjem, a 14,28% je sa osnovnim obrazovanjem. Na osnovu rezultata i analize istraživanja dobijeni su stvarni podaci o kvalitetu proizvoda i usluga u gore navedenim hotelima. Ispitanici su zadovoljni kvalitetom proizvoda i usluge, kao i sa obećanom i dobijenom ponudom u hotelima opštine Dragaš, što u dugom roku svakako treba da doprinese poboljšanju imidža turističke destinacije opštine Dragaš. Opština Dragaš zaista raspolaže značajnim turističkim resursima i atrakcijama koji mogu biti osnov za razvoj turizma ove opštine i na osnovu kojih ona može da igra značajniju ulogu na turističkom tržištu Kosova i regiona, postoji mogućnost za održivi razvoj turizma, ali da se na tom planu nije mnogo do sada uradilo. Uprkos izazovima sa kojima se opština Dragaš suočava, ovaj deo Kosova ima ogroman turistički potencijal koji proističe iz prirodnih karakteristika, seoskog života i kulturnih različitosti. Opština Dragaš je neistraženo područje ispunjeno mogućnostima za razvoja hotelijerskog turizma.

## LITERATURA

- Aga, Š. (2014), *Gora kao turistička destinacija*, Monografija. Prizren, Agencija za statistiku Kosova, (2012),
- Cooper, C., (2005), *Tourism Principles and Practice*, Pearson, Harlow,
- Čačić, K. (2013), *Poslovanje hotelskih preduzeća*, Beograd, Univerzitet Singidunum,
- Čosić M. (2013), *Menadžment kvaliteta u turizmu*, Beograd, Visoka turistička škola,
- Marcon, N. (2010). *Vodič za neotkrivenu lepotu: UNDP Kosovo- Dragaš*, Šarplaninske župe (1997), *Gora, Opolje i Sredska, Društveno-Ekonomski razvoj*, SANU, Geografski institut „Jovan Cvijić“, Knjiga 40/III, Beograd.