



PROMOTING  
PRIVATE SECTOR  
EMPLOYMENT

**REZULTATI OSNOVNOGANKETIRANJA OTURIZMU ZAPADNOG KOSOVA**

Parku Kombetar  
"Ejeshket e Nemuna"  
National Park  
"Prokletije"

R106

Tirana

Peja  
Peñ

R107

R201



PPSE projekat sprovodi Swisscontact kao vodeći partner, Riinvest institut i PEM Consult, a finansira Švajcarska agencija za razvoj i saradnju na Kosovu (SCO-K).



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Cooperation Office Kosovo

  
swisscontact



Parku Kombetar  
"Bjeshket e Nemuna"  
National Park  
"Prokletije"



Ovaj izveštaj je pripremljen od strane Riinvest Instituta u ime PPSE projekta  
Ul. Prizrenska, 42; 10000 Priština; Republika Kosovo • 0038138244320; 0038138223816 • riinvest@riinvestinstitute.org [www.riinvestinstitute.org](http://www.riinvestinstitute.org)

## PREGLED SADRŽAJA

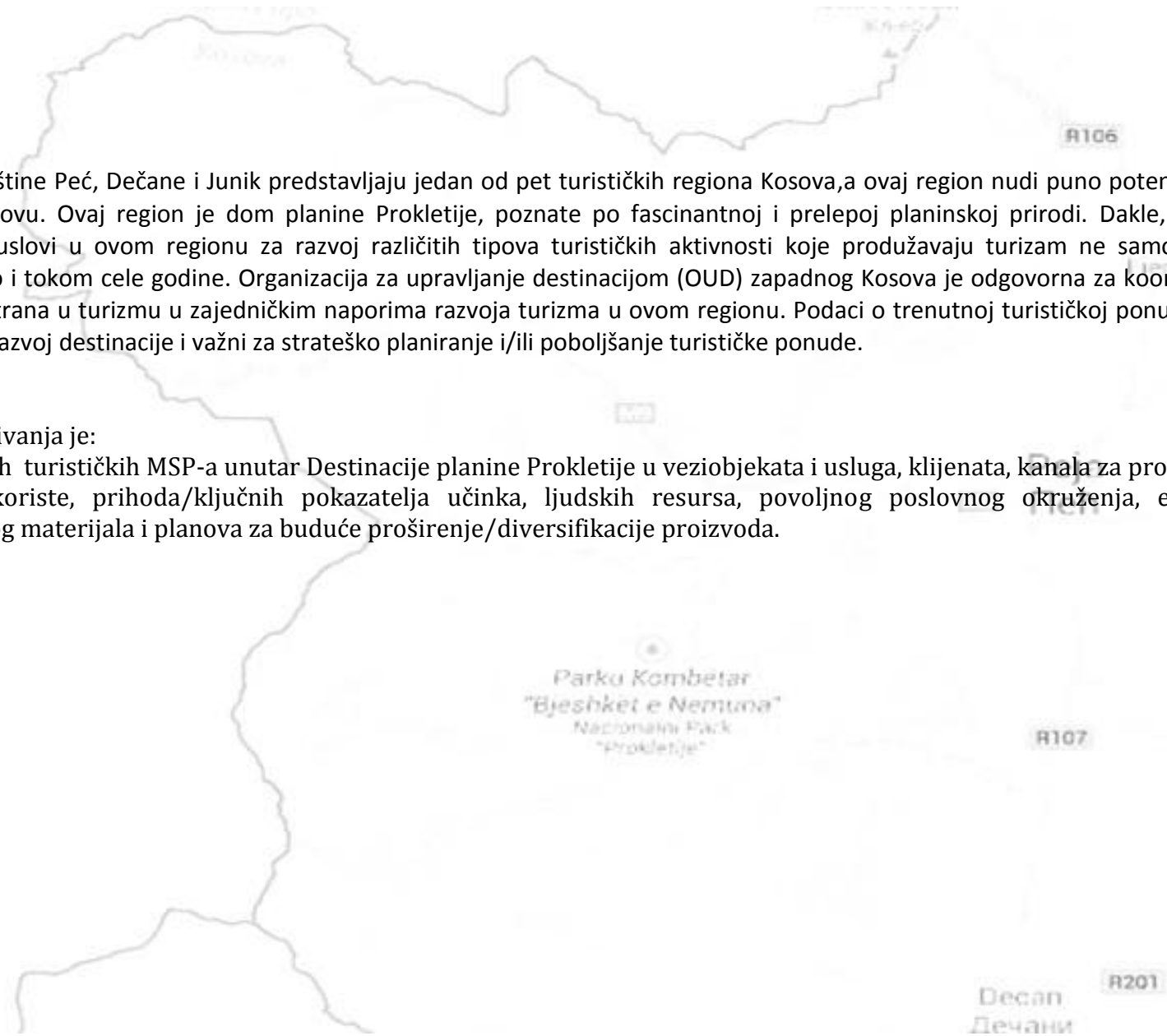
UVOD.....	4
METODOLOGIJA.....	5
ZAPOŠLJAVANJE.....	6
PROMOCIJA.....	17
POVOLJNO OKRUŽENJE.....	23
SMEŠTAJ.....	27
RESTORANI.....	32
TURISTIČKI VODIČI.....	37
TRANSPORT.....	38
PRODAVNICE SUVENIRA I PROIZVOĐACI.....	39
TURISTIČKI OPERATORI ATRAKCIJA.....	42
Rodna analiza.....	43
KOMENTARI I PRIMEDBE.....	45
DODATAK 1 – Lista intervjuisanih preduzeća.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
Dodatak 2 – Procenjenih hotelski prihod.....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>

## UVOD

Zapadno Kosovo ili opštine Peć, Dečane i Junik predstavljaju jedan od pet turističkih regiona Kosova, a ovaj region nudi puno potencijala za razvoj turizma na Kosovu. Ovaj region je dom planine Prokletije, poznate po fascinantnoj i prelepoj planinskoj prirodi. Dakle, postoje potencijali i povoljni uslovi u ovom regionu za razvoj različitih tipova turističkih aktivnosti koje produžavaju turizam ne samo tokom određene sezone nego i tokom cele godine. Organizacija za upravljanje destinacijom (OUD) zapadnog Kosova je odgovorna za koordinaciju svih zainteresovanih strana u turizmu u zajedničkim naporima razvoja turizma u ovom regionu. Podaci o trenutnoj turističkoj ponudi su od suštinskog značaja za razvoj destinacije i važni za strateško planiranje i/ili poboljšanje turističke ponude.

Glavni cilj ovog istraživanja je:

Merenje i procena svih turističkih MSP-a unutar Destinacije planine Prokletije u vezi objekata i usluga, klijenata, kanala za promociju i marketing koji se koriste, prihoda/ključnih pokazatelja učinka, ljudskih resursa, povoljnog poslovnog okruženja, ekološke prihvatljivosti, ulaznog materijala i planova za buduće proširenje/diversifikacije proizvoda.



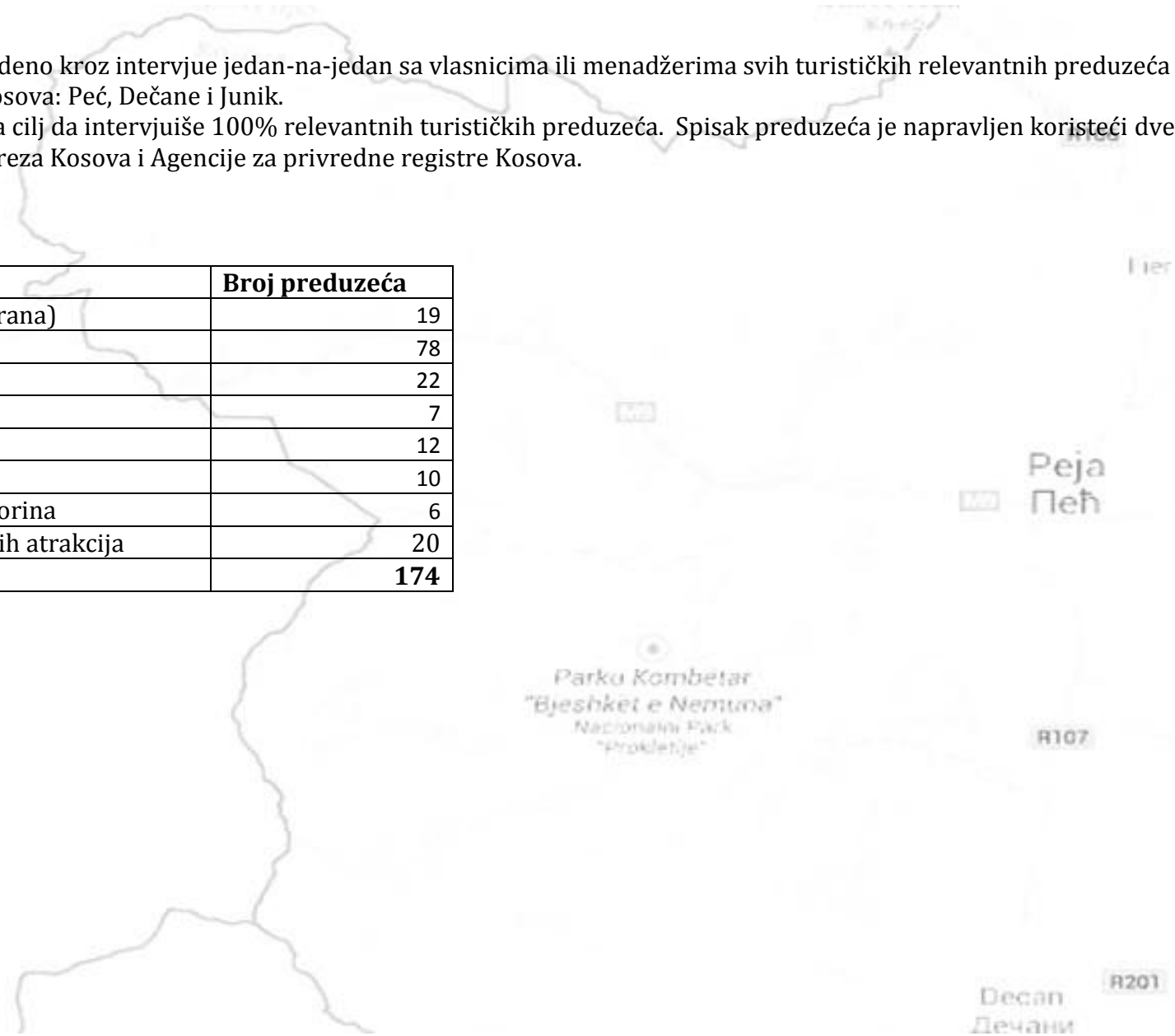
## METODOLOGIJA

Istraživanje je sprovedeno kroz intervjue jedan-na-jedan sa vlasnicima ili menadžerima svih turističkih relevantnih preduzeća u zapadnom regionu Kosova: Peć, Dečane i Junik.

Ova studija je imala za cilj da intervjuiše 100% relevantnih turističkih preduzeća. Spisak preduzeća je napravljen koristeći dve baze podataka: Uprave poreza Kosova i Agencije za privredne registre Kosova.

Veličina uzorka:

SEKTOR	Broj preduzeća
1 Smeštaj (bez restorana)	19
2 Restoran	78
3 Smeštaj i restoran	22
4 Transport	7
5 Turistička agencija	12
6 Turistički vodiči	10
7 Prodavnica rukotvorina	6
9 Operatori turističkih atrakcija	20
<b>UKUPNO</b>	<b>174</b>



## ZAPOŠLJAVANJE

Od 174 turističkih relevantnih preduzeća u zapadnom regionu Kosova koje su obezbedile podatke, 123 je obezbedilo podatke o njihovoj radnoj snazi. Jedan od glavnih izvora pristrasnosti u vezi ovog pitanja je visok nivo neformalne zaposlenosti, što je učinilo da neka preduzeća nerado iskreno odgovore ili su odbila da odgovore.

Biznis kategorija	Broj preduzeća koja su obezbedila podatke	Ukupan broj zaposlenih	Žene na nepuno radno vreme	Muškarci na nepuno radno vreme	Ukupno na nepuno radno vreme	Žene na nepuno radno vreme	Muškarci na nepuno radno vreme	Ukupno na puno radno vreme
Smeštaj	9	<b>72</b>	7		7	26	39	65
Smeštaj i restoran	22	<b>361</b>	6	19	27	74	215	303
Prodavnica rukotvorina	1	<b>1</b>				1		1
Restoran	68	<b>483</b>	15	32	47	75	379	450
Turistički vodič	4	<b>53</b>	1	32	33	8	12	20
Operatori turističkih atrakcija	8	<b>41</b>	2	9	11	12	18	30
Transport	3	<b>42</b>		18	18	1	23	24
Turistička agencija	8	<b>41</b>	2	9	11	6	24	30
<b>UKUPNO</b>	<b>123</b>	<b>1094</b>	<b>33</b>	<b>119</b>	<b>154</b>	<b>203</b>	<b>710</b>	<b>923</b>

## ZAPOŠLJAVANJE – Članovi porodice

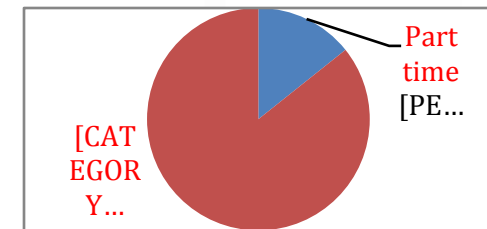
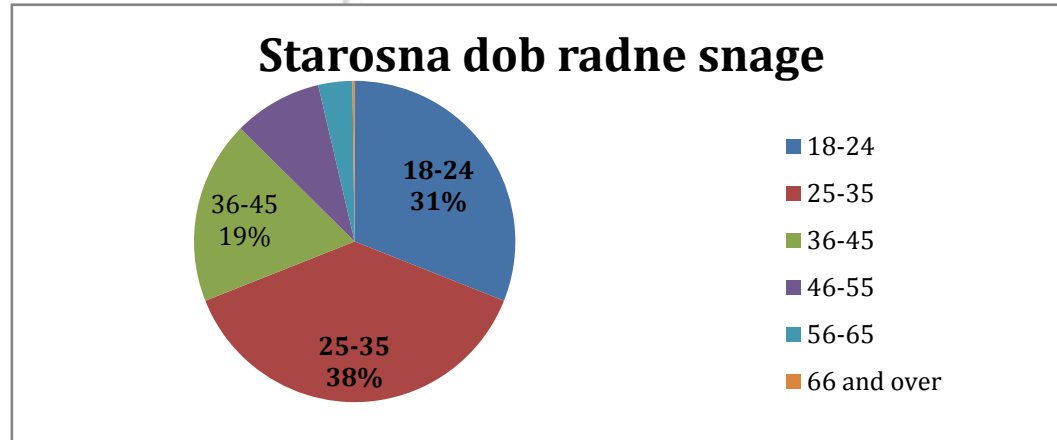
Zapošljavanje članova porodice je vrlo rasprostranjeno u sektoru turizma. Sledeća tabela prikazuje ukupan broj muških i ženskih članova porodice, i broj kao procenat ukupne radne snage.

	Ukupno ženska radna snaga	Ukupno muška radna snaga	Ženska radna snaga član porodice	Muška radna snaga član porodice	Procenat ukupne ženske radne snage koje su članovi porodice	Procenat ukupne muške radne snage koji su članovi porodice	Procenat ukupne radne snage koji su članovi porodice
Smeštaj	33	39	10	15	30%	38%	35%
Smeštaj i restoran	94	267	19	48	20%	18%	19%
Prodavnica rukotvorina	1		1		100%		100%
Restoran	84	410	41	138	49%	34%	36%
Turistički vodič	9	44	5	33	56%	75%	72%
Operatori turističkih atrakcija	14	27	3	1	21%	4%	10%
Transport	1	41		4	0%	10%	10%
Turistička agencija	8	33	3	10	38%	30%	32%
<b>UKUPNO</b>	<b>244</b>	<b>861</b>	<b>82</b>	<b>249</b>	<b>34%</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>

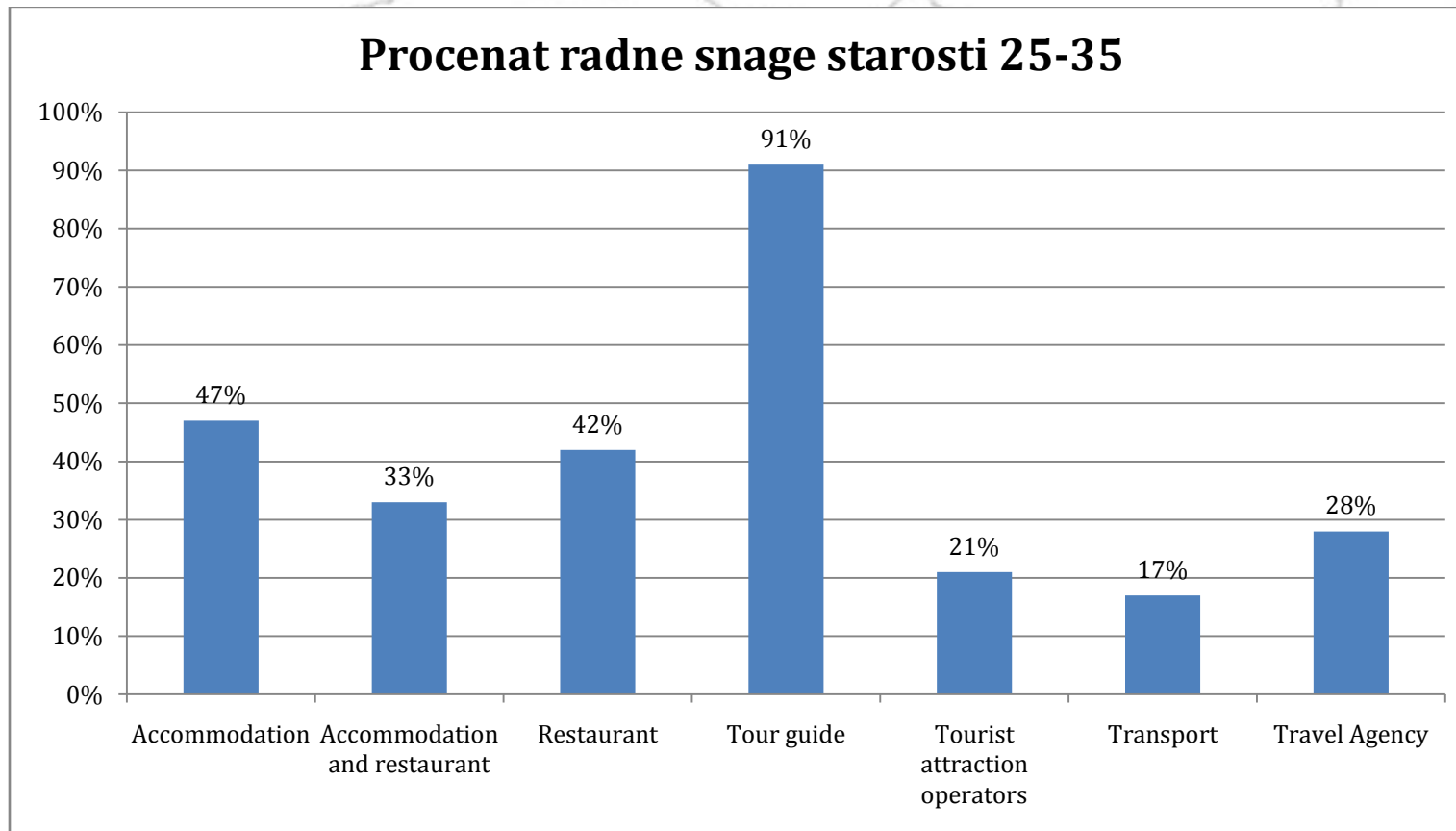


## ZAPOŠLJAVANJE – Starosna dob radne snage i nacionalnost

Starosna dob radne snage u sektoru turizma na zapadnom Kosovu je uglavnom mlada, sa 70% zaposlenih koji spadaju između 18-35 god. starosti. Sledeće tabele prikazuju detaljan pregled starosne dobi radne snage po sektoru:



	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	66 i preko
Smeštaj	18%	47%	27%	6%	2%	
Smeštaj i restoran	31%	33%	18%	11%	8%	
Prodavnica rukotvorina	100%					
Restoran	37%	42%	14%	6%	1%	
Turistički vodič	4%	91%	4%			
Operatori turističkih atrakcija	50%	21%	24%	5%		
Transport	2%	17%	44%	29%	7%	
Turistička agencija	10%	28%	36%	26%		

**ZAPOŠLJAVANJE– Starosna dob radne snage i nacionalnost**

R106

Tier

Peja  
Peñ

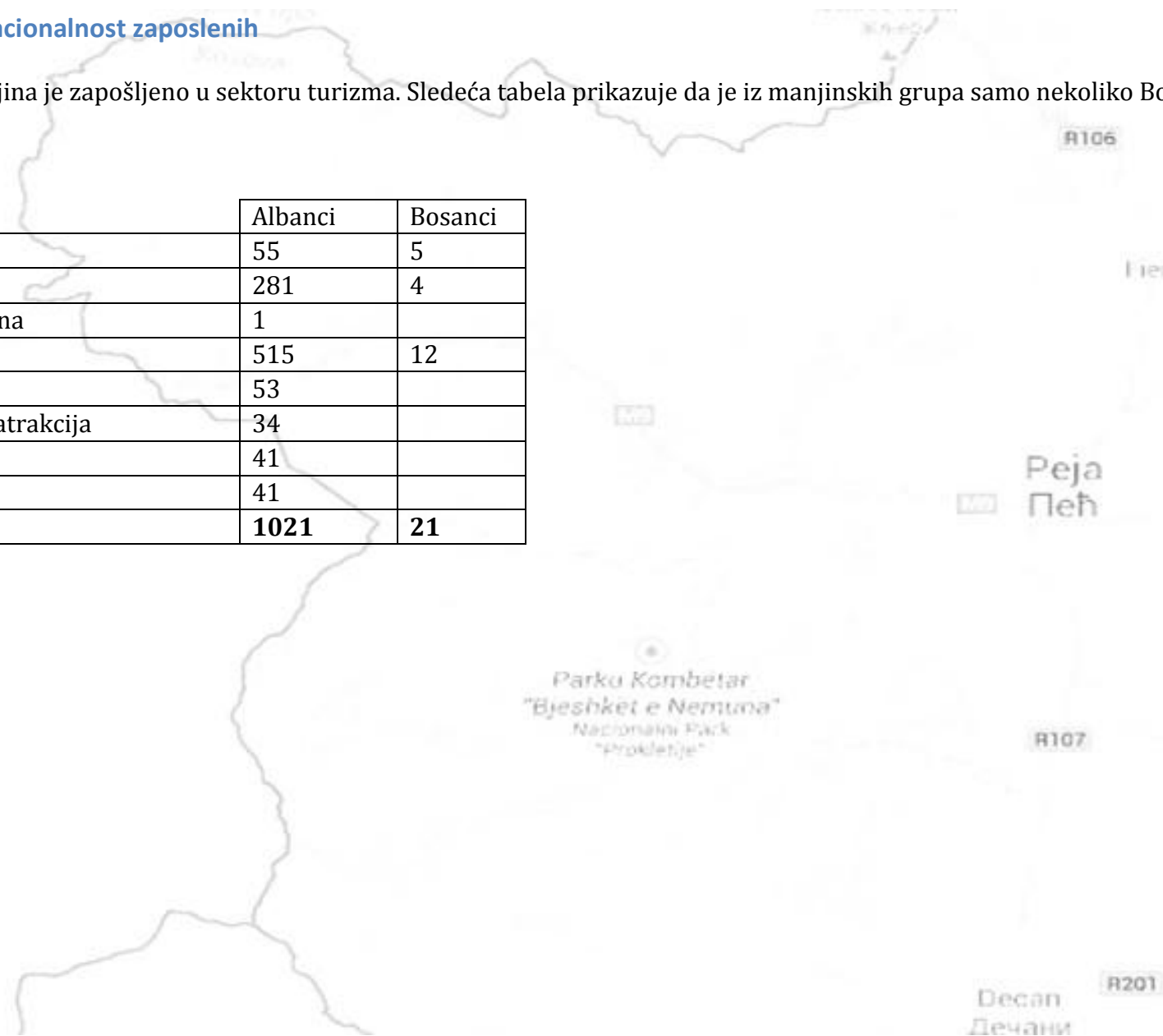
R107

Desan  
Дечани R201

## ZAPOŠLJAVANJE – Nacionalnost zaposlenih

Veoma mali broj manjina je zapošljeno u sektoru turizma. Sledeća tabela prikazuje da je iz manjinskih grupa samo nekoliko Bosanaca zapošljeno.

	Albanci	Bosanci
Smeštaj	55	5
Smeštaj i restoran	281	4
Prodavnica rukotvorina	1	
Restoran	515	12
Turistički vodič	53	
Operatori turističkih atrakcija	34	
Transport	41	
Turistička agencija	41	
<b>UKUPNO</b>	<b>1021</b>	<b>21</b>



## ZAPOŠLJAVANJE – Iskustvo u upravljanju turizmom

Sledeća tabela prikazuje iskustvo i obrazovanje menadžera ili vlasnika relevantnih turističkih preduzeća:

	Moje obrazovanje je usredsređeno na temama vezane za turizam	Pohađao/la sam specijalnu obuku vezano za turizam	Bio/la sam vlasnik-ca/upravljao/la, ili radio/la u industriji turizma ranije– na Kosovu	Bio/la sam vlasnik-ca/upravljao/la, ili radio/la u industriji turizma ranije – u inostranstvu
Smeštaj	4	13	4	1
Smeštaj i restoran	9	10	4	2
Prodavnica rukotvorina	2	3	2	
Restoran	11	40	14	6
Turistički vodič	3	5	1	
Operatori turističkih atrakcija	1	10	2	
Transport				
Turistička agencija	2	5	5	
<b>UKUPNO</b>	<b>32</b>	<b>86</b>	<b>32</b>	<b>9</b>

### Pozicije osoblja sa najvećom potrebom za poboljšanjem veština i znanja?

*8 davalaca smeštajnih usluga* je reklo da pozicija menadžera treba poboljšanje veština i znanja.

*13 Restorana* je reklo da konobari trebaju poboljšati veština, *28 restorana* je to reklo za osoblje kuhinje, i *9 restorana* je reklo da menadžeri trebaju poboljšati veštine i znanje.

*8 davalaca smeštajnih i restoranskih usluga* je reklo da kuhinjsko osoblje treba poboljšati veštine, a *7* je to reklo za menadžere.

*1 Turistička agencija* je rekla da postoji potreba za profesionalnijim vozačima.

## ZAPOŠLJAVANJE –Zadovoljstvo sa kvalifikacijama i obukom zaposlenih

Ogromna većina preduzeća se slaže da je radna snaga dovoljno vešta da bi obavljala svoje dužnosti. Međutim, uzrok ovog prekomernog poverenja u kvalitet njihovog osoblja bi mogao biti rezultat neznanja kvalitetnih merila u odgovarajućoj industriji u drugim zemljama ili ekonomijama. Sama preduzeća, međutim, bi lako mogla biti svesna ove činjenice, ali ona imaju realna očekivanja u vezi svojih zaposlenih i njihovo osoblje ispunjava ta očekivanja.

<b>Radna snaga u turizmu je dovoljno vešta da ispuni moje potrebe?</b>	
	<b>1 = potpuno se slažem, 4 = potpuno se ne slažem</b>
Smeštaj	1.3
Smeštaj i restoran	1.5
Prodavnica rukotvorina	1.0
Restoran	1.2
Turistički vodič	1.3
Operatori turističkih atrakcija	1.6
Transport	1.0
Turistička agencija	1.0
<b>UKUPNO</b>	<b>1.3</b>

## ZAPOŠLJAVANJE– Obuka van radnog mesta

### Obuka van radnog mesta

*13 davalaca restoranskih usluga* su tvrdila da sprovode obuke van radnog mesta. Najčešće obuke su bile u vezi konobarisanja i profesionalizma barmena. Nekoliko njih je pohađalo obuke o keteringu, kuvanju i odnosima sa klijentima.

*10 smeštajnih i restoranskih davalaca usluga* su rekla da svoje zaposlene obučavaju putem npr. posetama hotela u inostranstvu, obukama o upravljanju, obukama vezano za turizam, itd.

*3 smeštajna davalaca usluga* su rekla za obuku o kuvanju i turističkim vodičima.

*4 turističke agencije* pružaju obuke, uglavnom o prodaji. *1 Turistička agencija* je prošla obuku German DAB.

*1 turistički vodič* je pohađao obuku o turističkom vođenju, prvoj pomoći, i drugo, *1 turistički vodič* je pohađao obuku/studijsku posetu u SAD.

Osoblje iz *Kule* je pohađalo obuku kroz projekat koji finansira GIZ i Ministarstvo Kulture.



## ZAPOŠLJAVANJE – ODABIR KANDIDATA

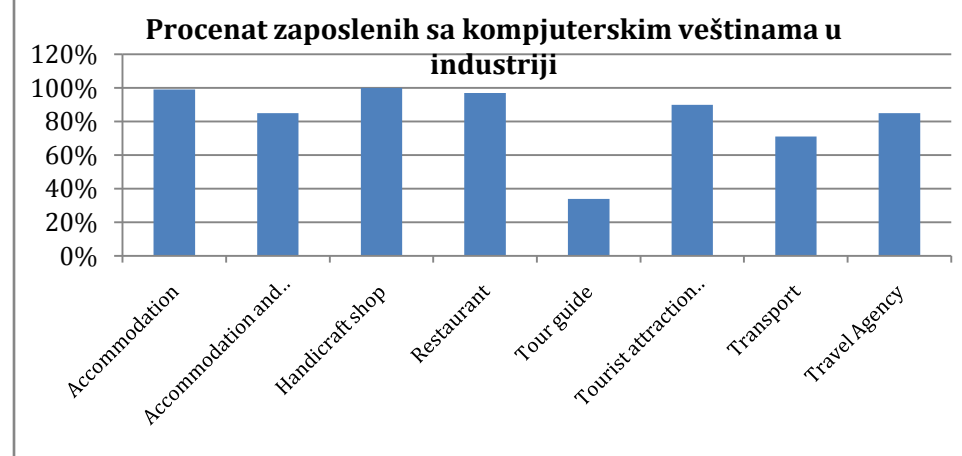
Sledeća table pokazuje broj zaposlenih u 2013 god. u svakog industriji, i projektovani broj koji će biti zaposlen u 2014 god.

	Novo osoblje u 2013	Novo osoblje za 2014 (projektovano)	Projektovani brojevi će povećati zaposlenje za:	Najviše će se zapošljavati:
Smeštaj	2	6	8%	
Smeštaj i restoran	32	29	8%	Konobari, kuvari, barmeni
Prodavnica rukotvorina			0%	Konobari, kuvari, održavanje
Restoran	105	92	19%	Vozači/pomoćnici
Turistički vodič	1	2	4%	
Operatori turističkih atrakcija	11	3	7%	
Transport	8		0%	
Turistička agencija	5	4	10%	
<b>UKUPNO</b>	<b>164</b>	<b>136</b>	<b>12%</b>	

## ZAPOŠLJAVANJE– Kompjuterske veštine

Većina zaposlenika ima dovoljno kompjuterskih veština (88%).

	Broj zaposlenih sa kompjuterskim veštinama	Ukupan broj zaposlenih u industriji	Procenat zaposlenih sa kompjuterskim veštinama u industriji
Smeštaj	71	72	99%
Smeštaj i restoran	307	361	85%
Prodavnica rukotvorina	1	1	100%
Restoran	467	483	97%
Turistički vodič	18	53	34%
Operatori turističkih atrakcija	37	41	90%
Transport	30	42	71%
Turistička agencija	35	41	85%
<b>UKUPNO</b>	<b>966</b>	<b>1094</b>	<b>88%</b>





## ZAPOŠLJAVANJE – JEZIČKE SPOSOBNOSTI

Vlasnici ili menadžeri smatraju da njihovi zaposleni dovoljno tečno govore Engleski, Nemački i Srpski.

	Broj zaposlenih koji govore:			Ukupan broj zaposlenih u industriji
	Engleski	Nemački	Srpski	
Smeštaj	12	1	5	72
Smeštaj i restoran	103	42	4	361
Prodavnica rukotvorina	1			1
Restoran	226	65	24	483
Turistički vodič	3	1		53
Operatori turističkih atrakcija	20	7	2	41
Transport	25		2	42
Turistička agencija	15	8	4	41
<b>UKUPNO</b>	<b>405</b>	<b>124</b>	<b>41</b>	<b>1094</b>

	Broj zaposlenih koji govori jezik kao procenat ukupnog		
	Engleski	Nemački	Srpski
Smeštaj	17%	1%	7%
Smeštaj i restoran	29%	12%	1%
Prodavnica rukotvorina	100%	0%	0%
Restoran	47%	13%	5%
Turistički vodič	6%	2%	0%
Operatori turističkih atrakcija	49%	17%	5%
Transport	60%	0%	5%
Turistička agencija	37%	20%	10%
<b>UKUPNO</b>	<b>37%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>

## PROMOCIJA

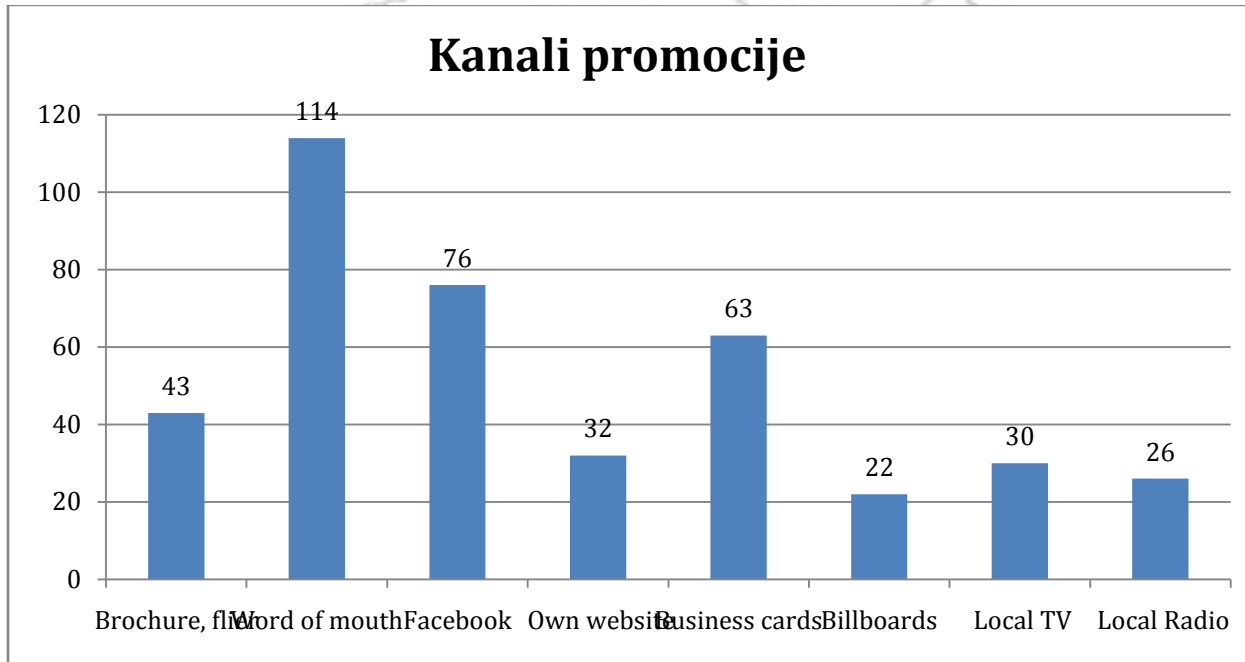
### PROMOCIJA– Kanali

Sledeći promotivni kanali se koriste od strane turističkih preduzeća u zapadnom Regionu Kosova: Tabela prikazuje broj preduzeća u svakoj industriji koje koriste određeni kanal.

	Brošura, letak	Živa reč	Face book	Sopstveni websajt	Biznis kartice	Bilbordi	Lokalna TV	Lokalni radio	Drugo
Smeštaj	6	13	10	6	7	3	7	1	4
Smeštaj i restoran	8	20	13	6	14	9	9	6	2
Prodavnica rukotvorina		1							
Restoran	10	46	27	3	18	4	8	11	1
Turistički vodič	7	9	9	8	4				2
Operatori turističkih atrakcija	5	10	5	2	6	2	1	2	1
Transport	2	6	1	1	4			1	1
Turistička agencija	5	9	11	6	10	4	5	5	1
<b>UKUPNO</b>	<b>43</b>	<b>114</b>	<b>76</b>	<b>32</b>	<b>63</b>	<b>22</b>	<b>30</b>	<b>26</b>	<b>12</b>

	Brošura, letak	Živa reč	Face book	Sopstveni websajt	Biznis kartice	Bilbordi	Lokalna TV	Lokalni radio	Drugo
Smeštaj	32%	68%	53%	32%	37%	16%	37%	5%	21%
Smeštaj i restoran	36%	91%	59%	27%	64%	41%	41%	27%	9%
Prodavnica rukotvorina	0%	17%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Restoran	13%	59%	35%	4%	23%	5%	10%	14%	1%
Turistički vodič	70%	90%	90%	80%	40%	0%	0%	0%	20%
Operatori turističkih atrakcija	25%	50%	25%	10%	30%	10%	5%	10%	5%
Transport	29%	86%	14%	14%	57%	0%	0%	14%	14%
Turistička agencija	42%	75%	92%	50%	83%	33%	42%	42%	8%
<b>UKUPNO</b>	<b>25%</b>	<b>66%</b>	<b>44%</b>	<b>18%</b>	<b>36%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>15%</b>	<b>7%</b>

PROMOCIJA – KANALI



Najpopularniji TV: TV Dukadini, Top Iliria, TV Syri, ON-TV

Najpopularniji lokalni rado: Top Iliria, Radio Dukadini, Radio Peja

Drugo: Wikipedia, TripAdvisor

PROMOCIJA – Zadovoljstvo klijenata



94 od 174 preduzeća procenjuju zadovoljstvo svojih klijenata svojim proizvodima/uslugama.

Skoro svi tvrde da su njihovi klijenti jako zadovoljni, i samo malo njih tvrdi da su samo zadovoljni. Skoro niko ne kaže da su njihovi klijenti delimično zadovoljni ili nezadovoljni.

Pitanja koja se najčešće pojavljuju kao žalbe su ulična infrastruktura, spora usluga, nestanci struje, vodosnabdevanje.

	Broj preduzeća koja ocenjuju zadovoljstvo klijenata	Procenat onih koji su rekli da su njihovi klijenti „veoma zadovoljni“ ili „zadovoljni“
Smeštaj	17	97%
Smeštaj i restoran	20	99%
Restoran	30	99%
Operatori turističkih atrakcija	9	94%
Transport	4	100%
Turistička agencija	9	100%
Turistički vodič	5	97%
<b>UKUPNO</b>	<b>94</b>	<b>98%</b>

## PROMOCIJA – Razvoj prometa

Sledeća tabela prikazuje kako preduzeća vieda senjihov promet razvija u poslednjih nekoliko godina. Najčešći odgovori su da je promet bio bolji nego u prethodnoj godini, a samo nekoliko preduzećasu imala lošiji promet(nijedno mnogo gori) u prethodnim godinama.

	Promet u 2012, u poređenju sa 2011						Promet u2013, u poređenju sa2012					
	Odgovorilo	Mnogo bolje	Bolje	Skoro isto	Lošije	Mnogo lošije	Odgovorilo	Mnogo bolje	Bolje	Skoro isto	Lošije	Mnogo lošije
Smeštaj	84%	2	10	1	3		89%	8	5	4		
Smeštaj i restoran	95%	2	7	6	6		95%	1	8	10	2	
Prodavnica rukotvorina	17%		1				17%		1			
Restoran	54%	3	13	13	13		55%	2	14	17	10	
Turistički vodič	90%	2	6	1			90%	2	6	1		
Operatori turističkih atrakcija	60%	3	6	1	2		70%	3	7	2	2	
Transport	100%		3	3	1		100%		1	5	1	
Turistička agencija	92%		4	7			92%	1	6	3	1	
	68%	<b>12</b>	<b>50</b>	<b>32</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	71%	<b>17</b>	<b>48</b>	<b>42</b>	<b>16</b>	<b>0</b>

## PROMOCIJA – Razvoj prometa

Sledeća tabela prikazuje projekciju prometa za 2014 u poređenju sa 2013. Velika većina veruje da će biti bolje ili mnogo bolje.

### Ulaganje u poslednje dve godine

#### Projekcija za 2014, u poređenju sa 2013

	Odgovorilo	Bolje	Skoro isto	Lošije	Mnogo lošije
Smeštaj	89%	6	4		
Smeštaj i restoran	100%	11	9	2	
Prodavnica rukotvorina	17%	1			
Restoran	50%	4	26	9	7
Turistički vodiči	90%	4	5		
Operatori turističkih atrakcija	61%	4	7	1	1
Transport	100%	1	2	4	
Turistička agencija	100%	3	8	1	
<b>Ukupno</b>	<b>74%</b>	<b>35</b>	<b>63</b>	<b>21</b>	<b>8</b>

Od 54 smeštajnih i restoranskih davalaca godine, skoro svi planiraju da investiraju više u izgradnji kapaciteta, novim uslug dodaju smeštaj svojim restoranskim uslu

3 prevoznika planira da proširi svoje k

5 turističkih agencija planiraju da invest novim autobusima(2 ), i promociji ( 1 ).

6 turističkih operatera atrakcija planiraju da investiraju u restauraciju i konzervaciju.

Bolje

Mnogo bolje

Skoro isto

Lošije

Mnogo lošije

## PROMOCIJA – Ulaganje

Десан  
Дечани

R201



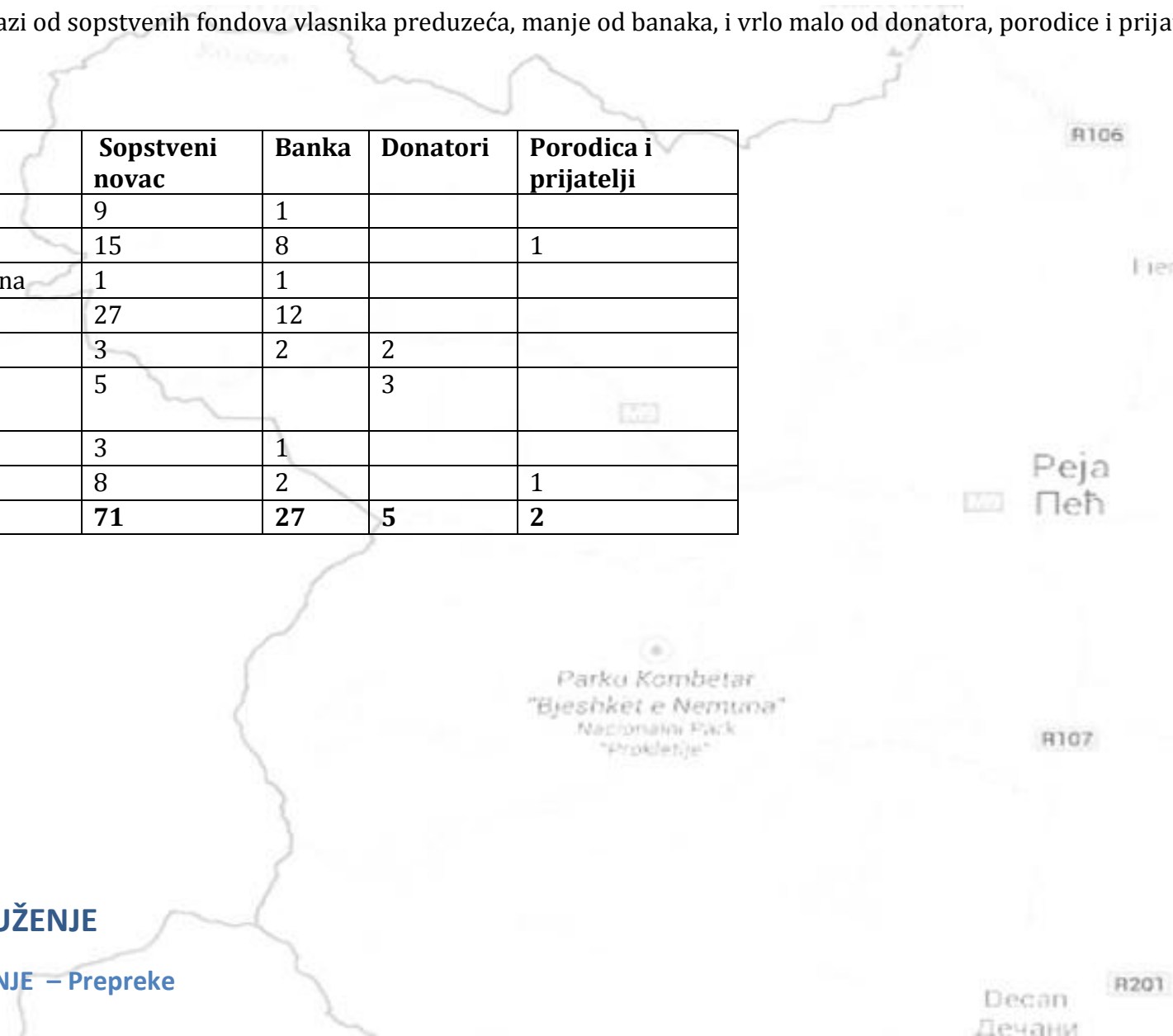
PROMOCIJA – Izvor ulaganja

Većina investicija dolazi od sopstvenih fondova vlasnika preduzeća, manje od banaka, i vrlo malo od donatora, porodice i prijatelja i Dijaspore.

	<b>Sopstveni novac</b>	<b>Banka</b>	<b>Donatori</b>	<b>Porodica i prijatelji</b>
Smeštaj	9	1		
Smeštaj i restoran	15	8		1
Prodavnica rukotvorina	1	1		
Restoran	27	12		
Turistički vodič	3	2	2	
Operatori turističkih atrakcija	5		3	
Transport	3	1		
Turistička agencija	8	2		1
<b>UKUPNO</b>	<b>71</b>	<b>27</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

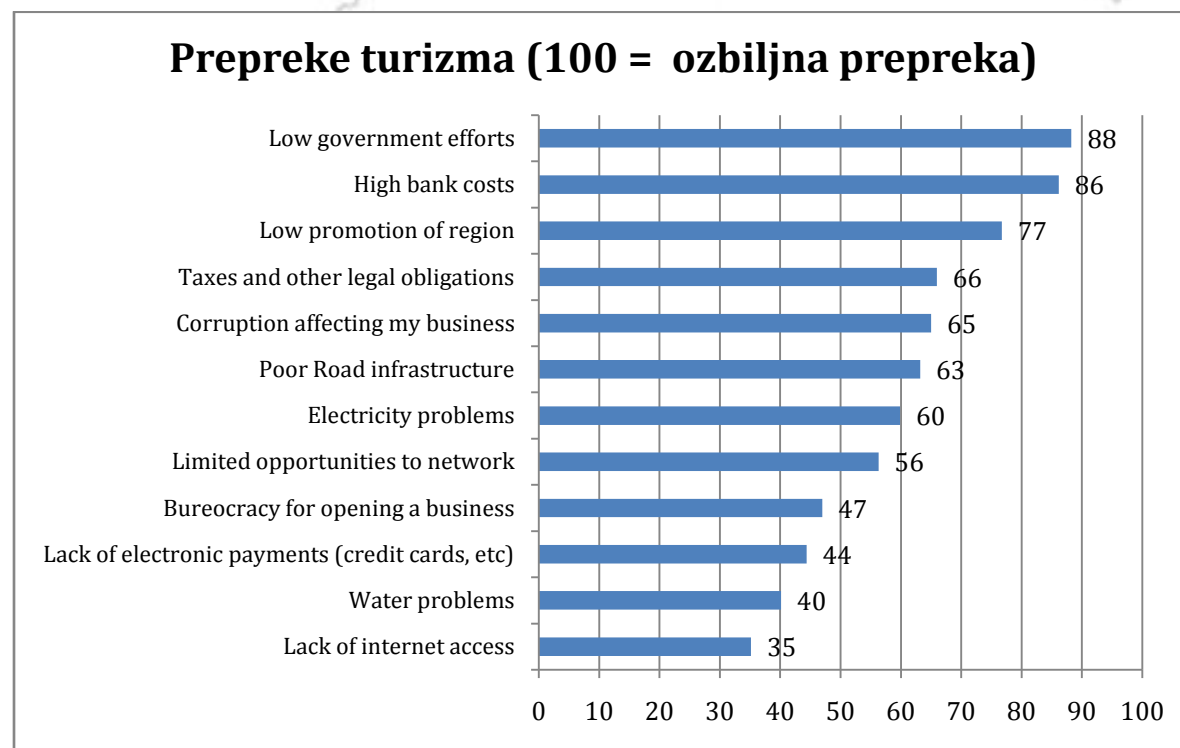
## POVOLJNO OKRUŽENJE

### POVOLJNO OKRUŽENJE – Prepreke





Prepreke za razvoj turizma su rangirane od strane preduzeća na sledeći način. 100 je najviša ocena koja znači ozbiljnu prepreku. Slabi napori vlade se doživljavaju kao glavna prepreka za razvoj sektora turizma, zatim skupi pristup finansijama, javnoj upravi, i tako dalje.



Low government effort – slabi napori vlade  
 Low promotion of region (slaba promocija regiona)  
 Taxes and other legal obligations (takse i ostale zakonske obaveze)  
 Corruption affecting my business (korupcija koja utiče na moj biznis)  
 Poor road infrastructure (slaba putna infrastruktura)  
 Electricity problems (problemi sa strujom)  
 Limited opportunities for network (limitirane mogućnosti za umrežavanje)

Bureaucracy for opening a business (birokratija pri otvaranju biznisa)

Lack of electronic payments (credit cards etc) – (nedostatak elektronskih plaćanja (kredit kartica itd))

Water problems (problemi sa vodom)

Lack of internet access (problemi sa pristupom internetu)



### POVOLJNO OKRUŽENJE – Podrška razvoju

Od preduzeća je zatraženo da izaberu dve od sledećih opcija koje bi se mogle preduzeti da bi se podržao razvoj sektora turizma. Najčešći odgovori su bili „Bolje turističko planiranje“ i „Bolja promocija i marketing“.

Šta mislite da bi od ovoga najviše pomoglo da bi se podržao razvoj sektora turizma?						
	Bolje planiranje turizma	Bolja koordinacija	Bolja promocija i marketing	Više turističkih atrakcija	Efektivna vladina kancelarija za turizam	Bolja lokalna regulativa
Smeštaj	10	7	11	3	2	2
Smeštaj i restoran	17	6	9	5	4	7
Prodavnica rukotvorina		1		1		
Restoran	35	13	20	8	6	25
Turistički vodič	4	4	9	3	1	
Turistički operatori atrakcija	8	3	8	3	2	3
Transport	4	2	3	2	2	2
Turistička agencija	7	4	4	3		4
<b>UKUPNO</b>	<b>85</b>	<b>40</b>	<b>64</b>	<b>28</b>	<b>17</b>	<b>43</b>

## POVOLJNO OKRUŽENJE – Ostali razlozi

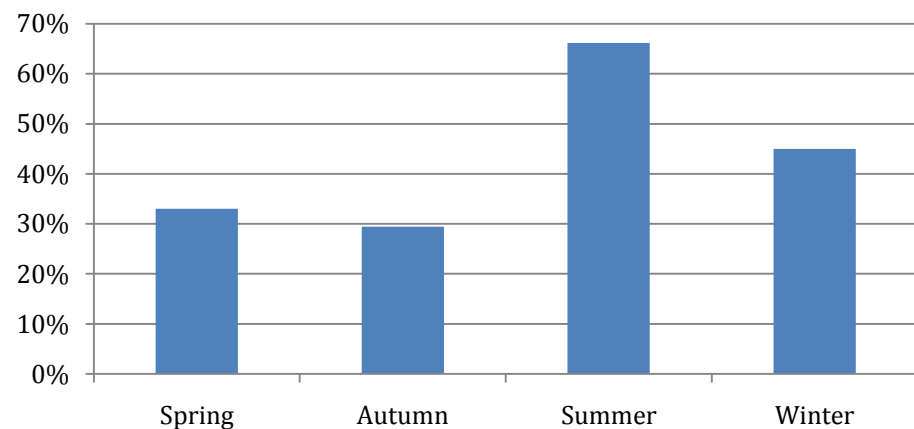
Da li ste zadovoljni sa radom turističke kancelarije u vašoj opštini?	
1 Veoma zadovoljan/na	21
2 Zadovoljan/na	43
3 Delimično zadovoljan/na	41
4 Nezadovoljan/na	27
(100=veoma zadovoljan/na) <b>47</b>	

82 preduzeća veruje da će nacionalni park doprineti njihovom biznisu, uglavnom privlačenjem većeg priliva turista

## SMEŠTAJ

Ukupno smeštaj	Hotel	Motel	Vila	Pansion	Planinarski dom	Hostel
<b>41</b>	20	4	2	7	4	4

### Prosečna stopa popunjenosti soba (procent):

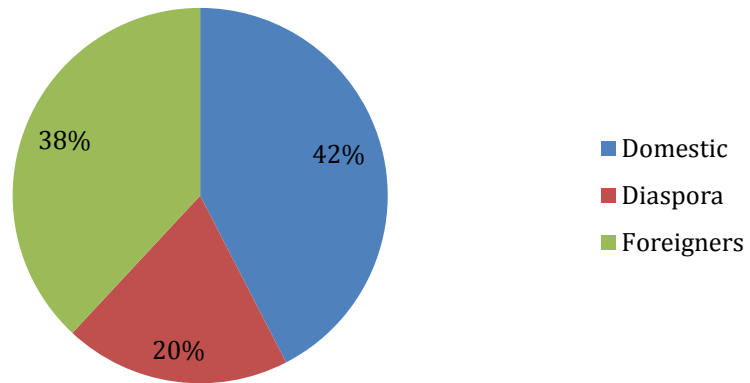


10 od 41 smeštajnih davaoca usluga ima sezonskih razlika u stopama popunjenosti soba.

11 od 41 smeštajnih davaoca usluga takođe nude specijalne pakete, uglavnom za grupe, i jedan takođe za produženi boravak.

## SMEŠTAJ–Klijenti

## Odakle dolaze vaši klijenti?

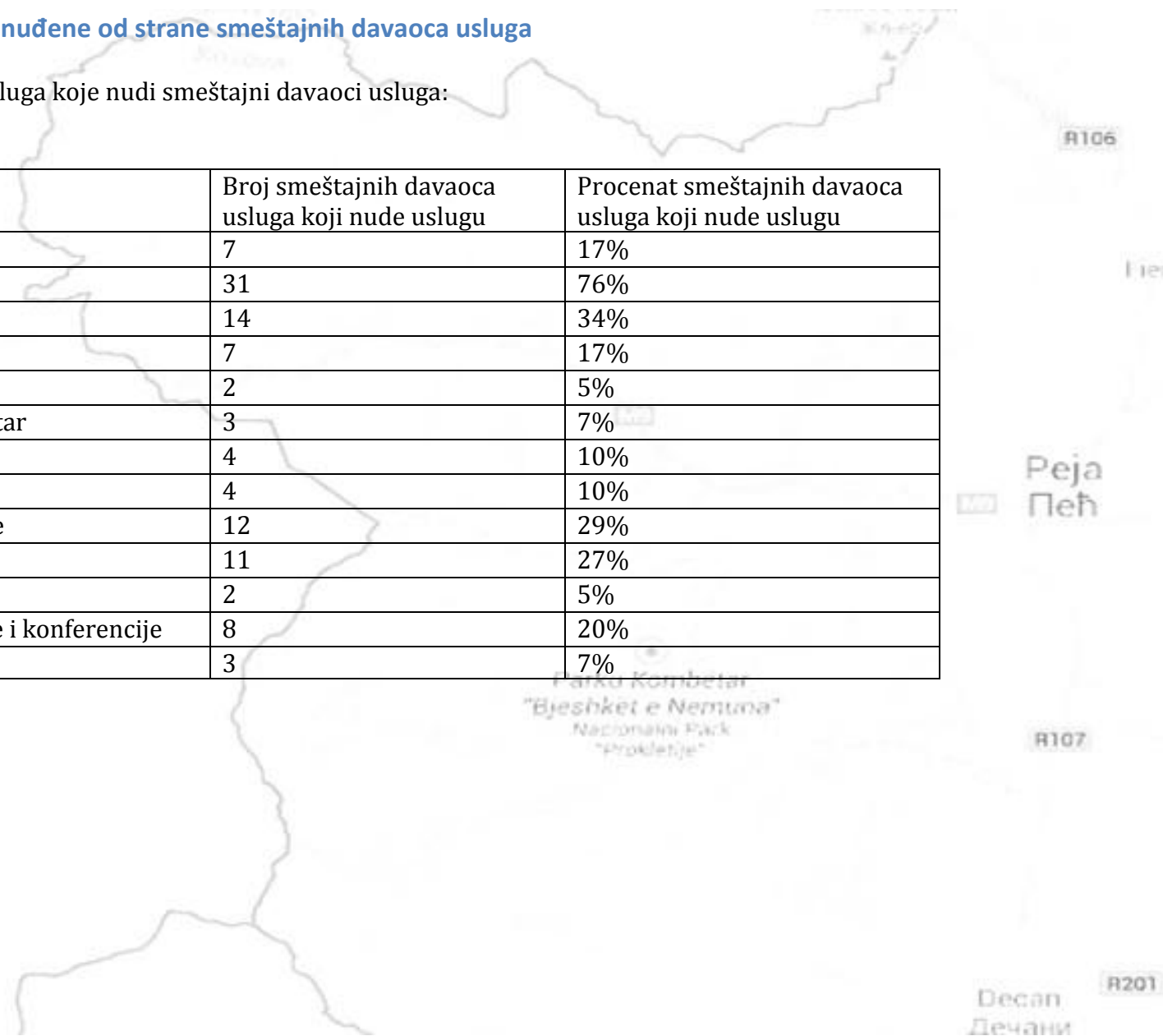


	Top pet nacionalnosti stranih klijenta koji koriste smeštaj
1	Dijaspora
2	Nemci
3	Bosanci
4	Švajcarci
5	Amerikanci

## SMEŠTAJ– Usluge ponuđene od strane smeštajnih davaoca usluga

Sledeće su neke od usluga koje nudi smeštajni davaoci usluga:

	Broj smeštajnih davaoca usluga koji nude uslugu	Procenat smeštajnih davaoca usluga koji nude uslugu
Usluga perionice	7	17%
Pristup internetu	31	76%
Usluge transporta	14	34%
Sauna	7	17%
Masaža	2	5%
Teretana/ Fitnes Centar	3	7%
Bazen	4	10%
Informacije o turama	4	10%
Turističke informacije	12	29%
Vodič	11	27%
Biznis centar	2	5%
Prostorije za sastanke i konferencije	8	20%
Usluge venčanja	3	7%



### SMEŠTAJ – Ekonomski uticaj

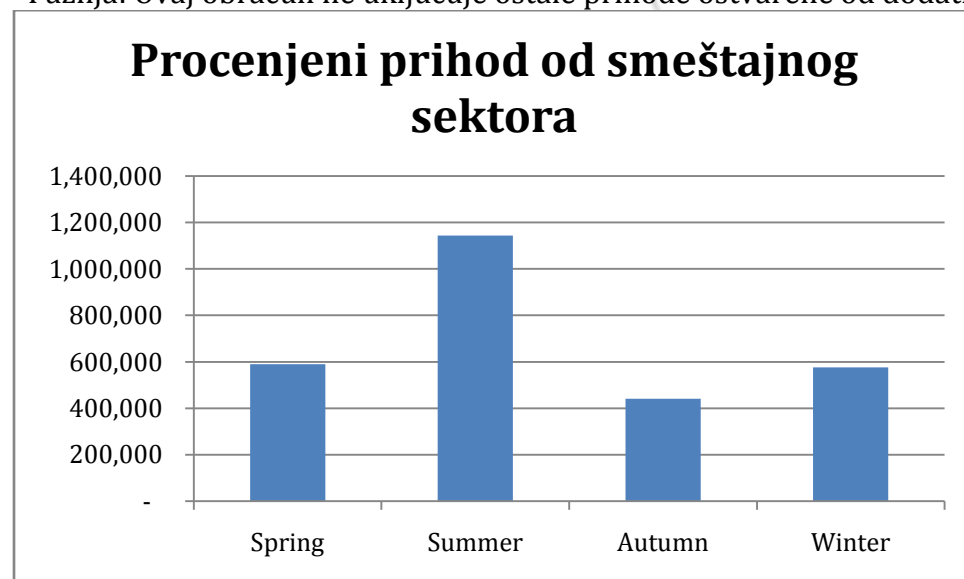
Na osnovu broja soba, prosečne cene soba, prosečne stope popunjenosti, možemo obračunati procenjeni prihod koji davaoci smeštajnih usluga ostvaruju od rentiranja soba.

Godišnji dnevni prihod svakog hotela je obračunat na osnovu:

Broj soba x prosečna cena sobe x prosečna stopa popunjenosti x 365

Procenjeni prihod od smeštajnog sektora			
Proleće	Leto	Jesen	Zima
589,919	1,144,233	441,401	575,915
<b>€ 2,751,467 *</b>			

\*Pažnja: Ovaj obračun ne uključuje ostale prihode ostvarene od dodatnih usluga.

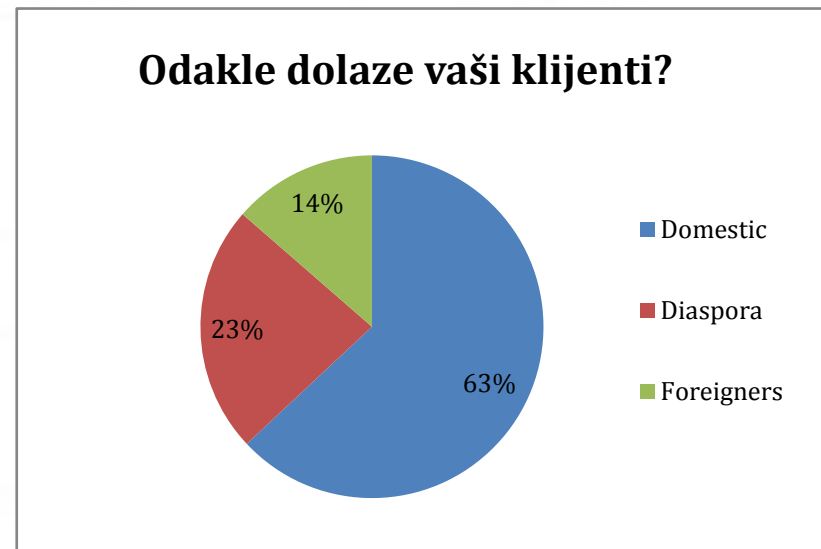
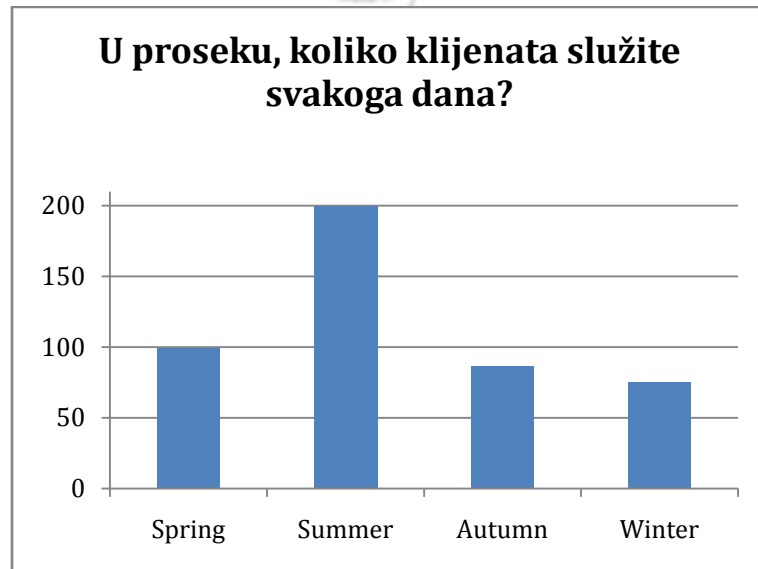




## RESTORANI

43.8%, u proseku klijenata ima obrok u restoranu. Broj klijenata se povećava tokom leta, i većina klijenata su domaći, međutim, procenat stranaca i onih iz dijaspore je veliki u poređenju sa ostalim delovima Kosova gde nema turističke aktivnosti.

Odnos vaših klijenata koji dolaze na obrok pre nego na piše samo	Minimalna cena obroka	Maksimalna cena obroka	Prosečna cena obroka
43.88%	2	20	5.1



## RESOTRANI – snabdevanje

Sledeće tabele prikazuju gde se davaoci restoranskih usluga snabdevaju, i koliko su time zadovoljni. Restorani se snabdevaju od velikog broja dobavljača, i zadovoljni su ulaznim materijalom.

Odakle se snabdevate sledećim materijalom?					
	1. Lokalni proizvođač/farmer	2. Lokalna prodavnica	3. Iz lokalnog supermarketa	4. Od prodavca na veliko	5. Sopstvena proizvodnja
Meso	45	13	18	23	3
Voće	19	8	29	22	7
Povrće	16	12	35	29	8
Hleb/pekara	11	16	34	16	15
Sir/mleko	38	7	34	23	4

### Koliko ste generalno zadovoljni sa dostupnošću i kvalitetom hrane koju nabavljate?

	4 = Veoma zadovoljan/na
Meso	3.8
Voće	3.7
Povrće	3.6
Hleb/pekara	3.8
Sir/mleko	3.7

## RESTORAN –

### Druge usluge

#### Koje druge usluge nudite?

	Broj	Minimalni kapacitet	Maksimalni kapacitet	Prosečni kapacitet
Rentiranje prostorije za sastanke	17	18	450	114
Pristup internetu	90			
Usluga kućne dostave	50			
Usluge kateringa	52			

54 restorana (od 115) imaju drugačiji sastav klijenata od 50-50 muškaraca – žena. Prosečni procenat muških klijenata za ove restorane je 67%.

## RESTORANI – Ekonomski uticaj

Ukupni prihodi ostvareni od strane davaoca restoranskih usluga je obračunat sa sledećom formulom:

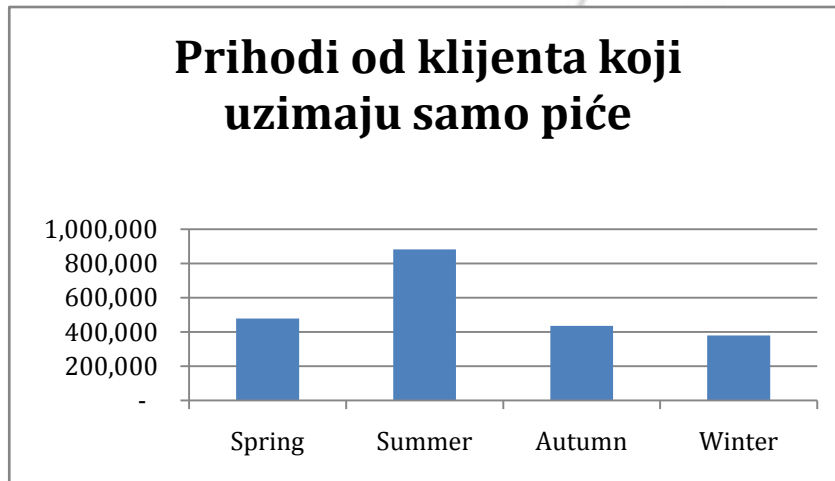
Godišnji prihodi od klijenata koji imaju obrok =

<b>Prihodi od klijenata koji uzimaju obrok</b>			
Proleće (Mart do Maja)	Leto(Juni do Septembra)	Jesen(Oktobar/Novembar)	Zima (Decembar do Februara)
2,072,871	4,457,446	1,664,329	1,434,607
<b>€ 9,629,253</b>			

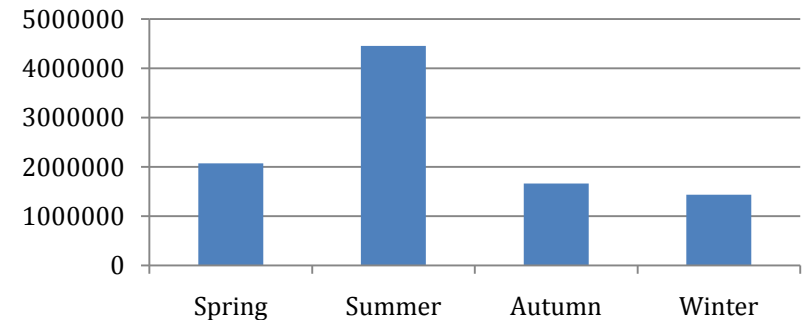
Ukupni broj klijenta x procenat uzimanja obroka  
x prosečna cena uzimanja obroka

Godišnji prihodi od klijenata koji uzimaju piće =  
Ukupni broj klijenta x procenat uzimanja samo pića

### Prihodi od klijenata koji uzimaju samo piće



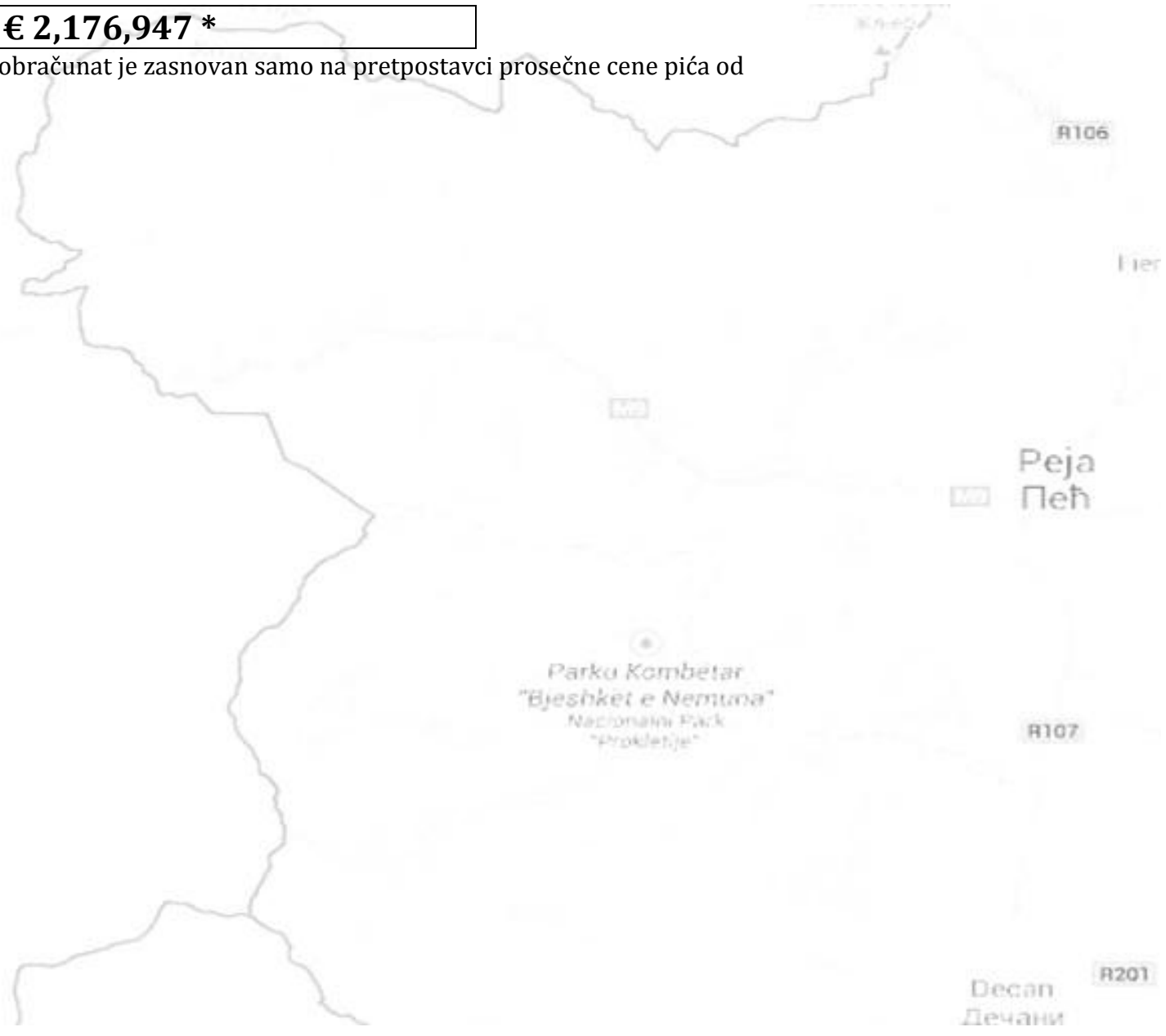
### Prihodi od klijenata koji imaju obrok



Proleće (Mart do Maja)	Leto(Juni do Septembra)	Jesen(Oktobar/Novembar)	Zima (Decembar do Februara)
478,899	883,003	435,305	379,741

**€ 2,176,947 \***

\*Pažnja: Iznos koji je obračunat je zasnovan samo na pretpostavci prosečne cene pića od €1.



## TURISTIČKI VODIČI

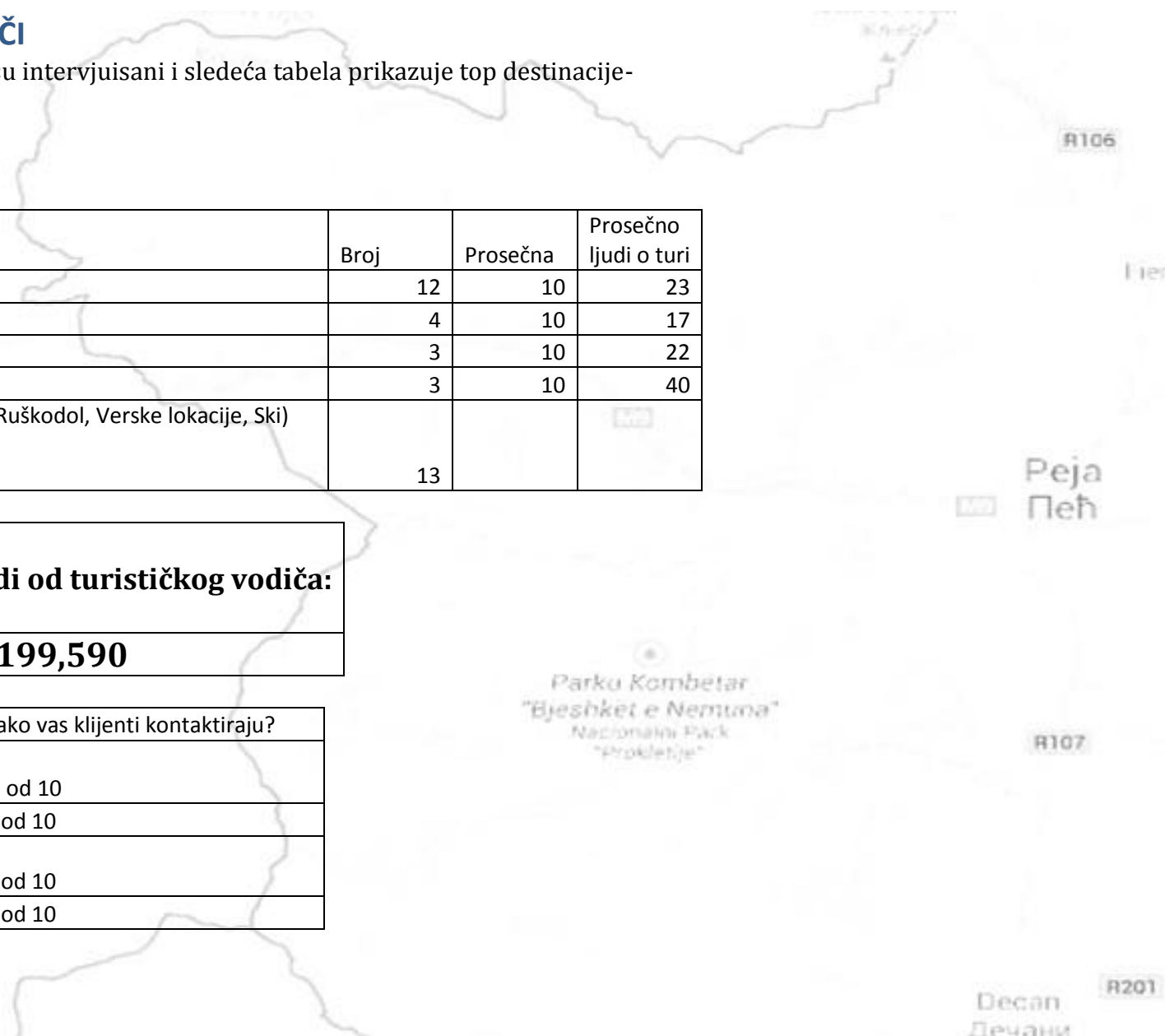
10 turističkih vodiča su intervjuisani i sledeća tabela prikazuje top destinacije-

	Broj	Prosečna	Prosečno ljudi o turi
Penjanje	12	10	23
Vrhovi Balkana	4	10	17
Via Ferrata	3	10	22
Hodanje	3	10	40
Drugo (Jezera, Crni vrh, Ruškodol, Verske lokacije, Ski)	13		

### Procenjeni prihodi od turističkog vodiča:

**€ 199,590**

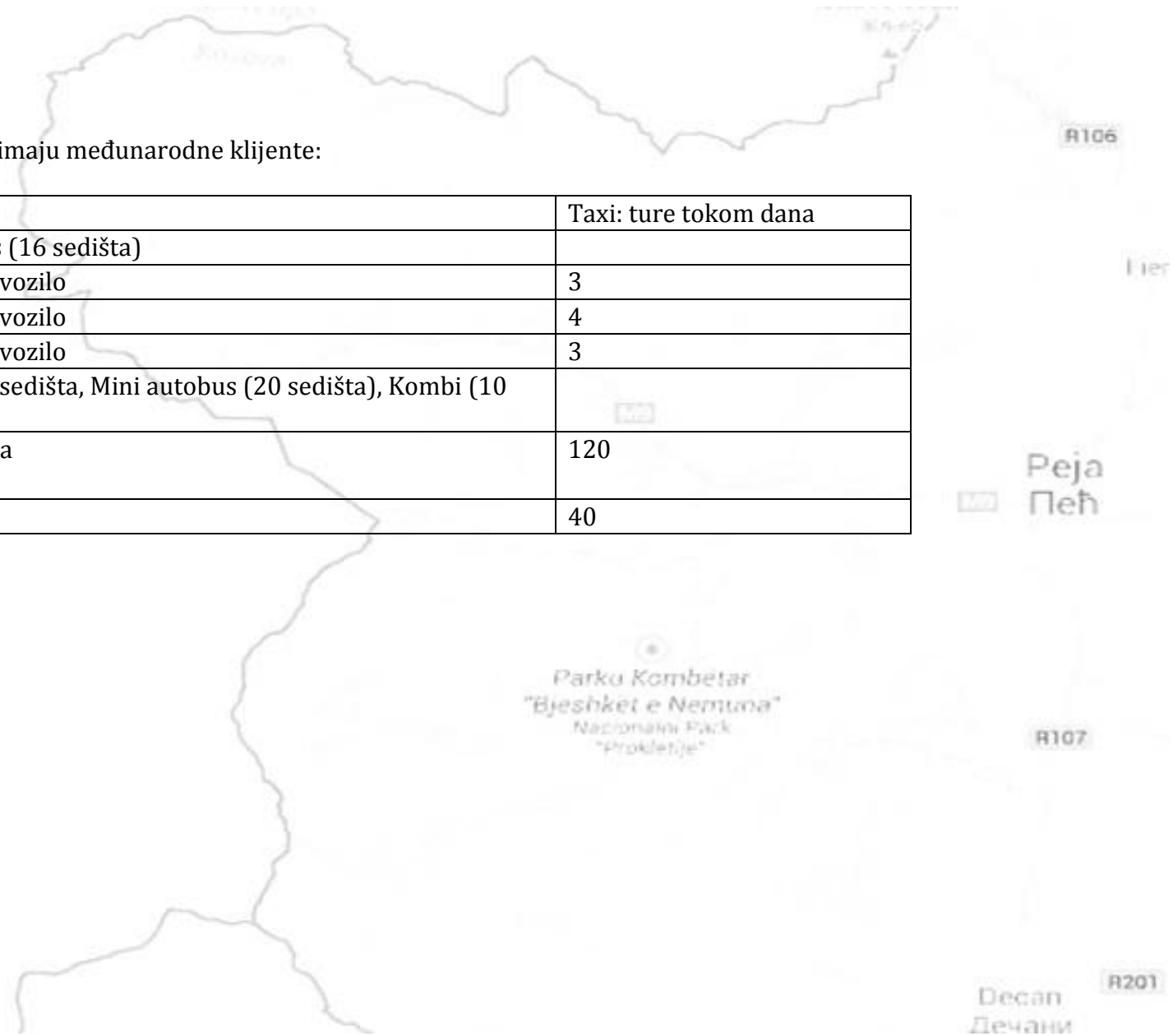
	Kako vas klijenti kontaktiraju?
Turističke agencije	6 od 10
Telefon	3 od 10
Turistička kancelarija	3 od 10
Hoteli	2 od 10



## TRANSPORT

Lista prevoznika koji imaju međunarodne klijente:

		Taxi: ture tokom dana
1	Mini autobus (16 sedišta)	
2	Pojedinačno vozilo	3
3	Pojedinačno vozilo	4
4	Pojedinačno vozilo	3
5	Autobus (50 sedišta, Mini autobus (20 sedišta), Kombi (10 sedišta)	
6	14 Taxi Vozila	120
7	6 Taxi Vozila	40

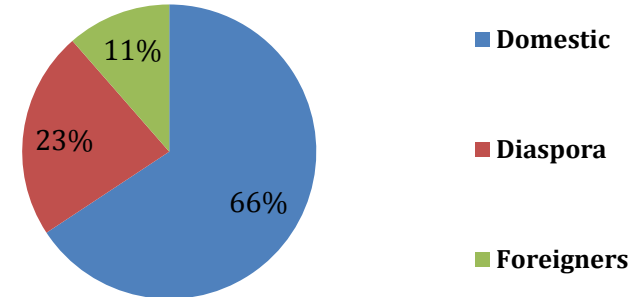


## PRODAVNICE USVENIRA I PROIZVOĐACI

	Prosečna cena jedinice	Jedinica
Qylymat (carpet) - tepisi	65	Kvadratni metar
Plis (traditional hat) - tradicionalna kapa	10	Komad
Vek clothing (traditional clothing) - tradicionalna nošnja	120	Komad
Qiftelia (music instrument) - muzički instrument	60	Komad
Tentene (home decoration) - heklana čipka	65	Kvadratni metar



### Odakle dolaze vaši klijenti?





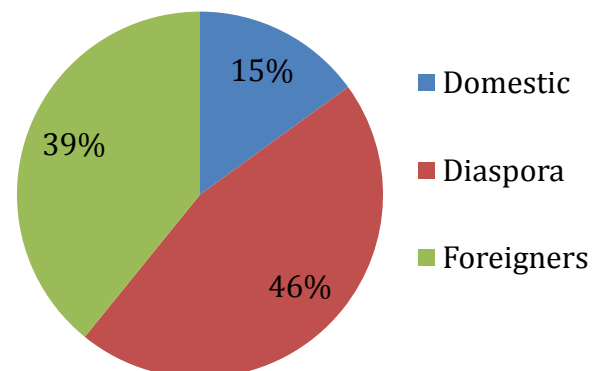
**PRODAVNICE SUVENIRA I PROIZVOĐAČI**

**Procenjeni prihod od 6 prodavnica  
rukotvorina:**

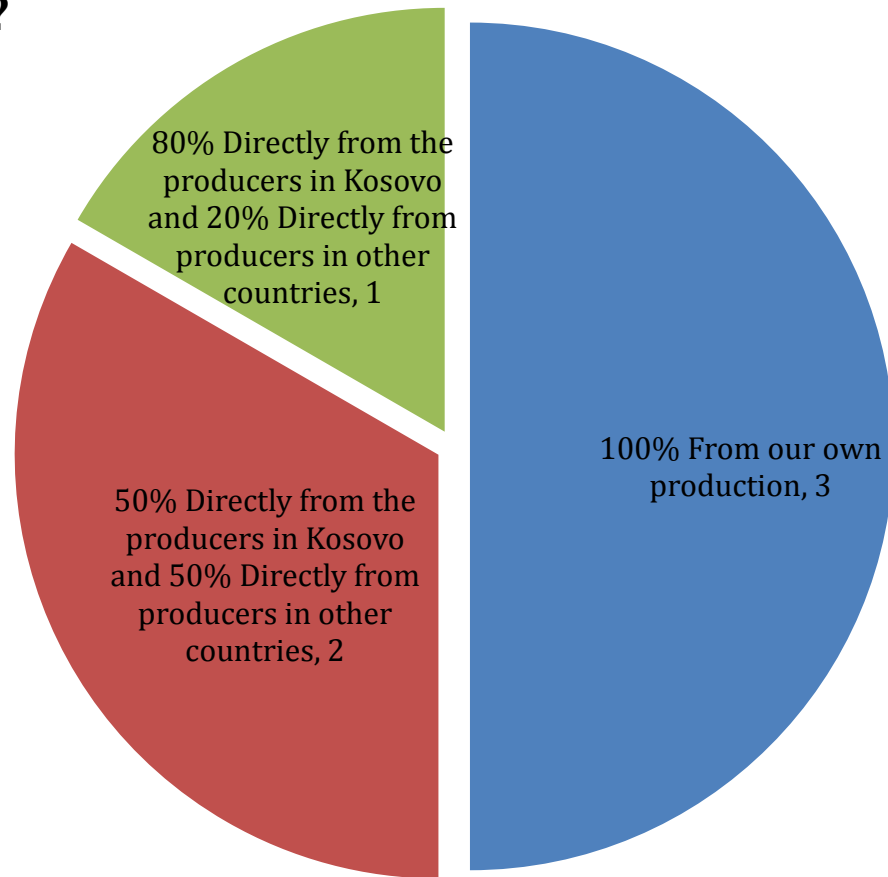
**€ 71,010**

**Procenjeni prihodi za dve taxi  
kompanije i 3 pojedinačna taksi  
vozača:**

**€ 322,295**

**Odakle dolaze vaši klijenti?**

## Gde kupujete proizvode?

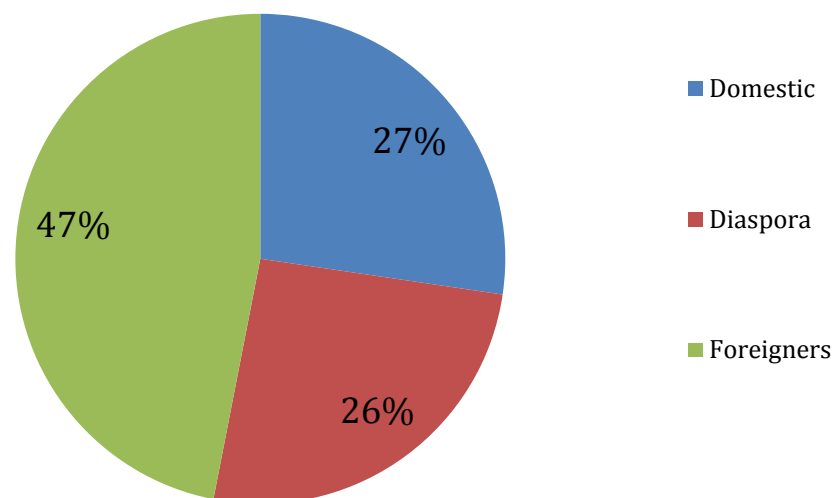


80% direktno od proizvođača na Kosovu i 20% direktno od proizvođača iz drugih zemalja; 1  
50% direktno od proizvođača na Kosovu i 50% direktno od proizvođača iz drugih zemalja; 2  
100% od naše sopstven proizvodnje; 3

## TURISTIČKI OPERATORI ATRAKCIJA

Top nacionalnosti posetilaca	Broj operatera čija nacionalnost je među prvih pet
Nemci	12
Amerikanci	10
Englezi	10
Italijani	6
Švajcarci	6
Francuzi	5
Austrijanci	4
Turci	3

### Odakle dolaze vaši posetioци?



## Rodna analiza

Podaci iz sektora turizma zapadnog Kosovskog regiona, pokazuju da su žene angažovane u turističkim uslugama, međutim, obim i uloga koju one igraju u ovom sektoru se može poboljšati. Žene čine samo oko četvrtinu radne snage u sektoru turizma u zapadnom regionu, a najviše se bave ne-profesionalnim radom, kao što je održavanje ili kuvanje. Sledeće tabele prikazuju broj zaposlenih žena, odnos žena prema muškarcima, i glavne zanimanja koje žene drže.

Biznis kategorija	Broj preduzeća koje su obezbedile informacije	Ukupni broj zaposlenih	Ukupno žena	Žene prema ukupnom odnosu
Smeštaj	9	72	33	46%
Smeštaj i restoran	22	361	94	26%
Prodavnica rukotvorina	1	1	1	100%
Restoran	68	483	84	17%
Turistički vodič	4	53	9	17%
Operatori turističkih atrakcija	8	41	14	34%
Transport	3	42	1	2%
Turistička agencija	8	41	8	20%
<b>UKUPNO</b>	<b>123</b>	<b>1094</b>	<b>244</b>	<b>22%</b>

## RODNA ANALIZA

Glavna zanimanja žena u sektoru turizma zapadnog Kosova: Prva tabela prikazuje broj odgovora na kvalitativno (otvoreno) pitanje o vrstama poslova za koje se žene najviše zapošljavaju, a druga tabela prikazuje ove brojeve kao procenat ukupnog broja žena angažovanih u svakoj kategoriji turističkih preduzeća.

	Administrativni asistent	Bar/kelnerica	Recepcija/prodaja	Kuhinja /održavanje	Održavanje	Upravljanje	Drugo profesionalno
Smeštaj				3	13	2	
Smeštaj i restoran	3	2	3	22	35	2	1
Prodavnica rukotvorina			1				
Restoran		7		50	20	2	
Turistički vodič			1				
Operatori turističkih atrakcija	4		1	1	1	6	
Transport							1
Turistička agencija	3		2			1	1
<b>UKUPNO</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>76</b>	<b>69</b>	<b>13</b>	<b>5</b>

	Administrativni asistent	Bar/kelnerica	Recepcija/prodaja	Kuhinja /održavanje	Održavanje	Upravljanje	Drugo profesionalno
Smeštaj				9%	39%	6%	
Smeštaj i restoran	3%	2%	3%	23%	37%	2%	1%
Prodavnica rukotvorina			100%				
Restoran		8%		60%	24%	2%	
Turistički vodič			11%				
Operatori turističkih atrakcija	29%		7%	7%	7%	43%	
Transport							100%
Turistička agencija	38%		25%			13%	13%
<b>UKUPNO</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>31%</b>	<b>28%</b>	<b>5%</b>	<b>2%</b>

## KOMENTARI I PRIMEDBE

Osnovno anketiranje o turizmu zapadnog regiona Kosova je omogućilo da se napravi baza podataka turističkih relevantnih preduzeća sa informacijama, koje ne služe samo u svrhu registra, nego i za analize koje mogu pomoći kreatorima politika i donatorima da bolje kreiraju politike da bi se poboljšao ovaj sektor.

Nedostaci su evidentni. Dubina informacija traženih od ispitanika i često osetljivost informacija čini anektiranje neminovno nesavršenim. Na primer, visok nivo neformalnog rada otežava da se od ispitanika izvuče tačan broj zaposlenih u industriji. Mnogo podataka koji nikada nisu prijavljeni moraju se proceniti, ali proseci seobično ne razlikuju mnogo od pravih. Temeljnija rodna analiza je potrebna za intervencije u tom pogledu, međutim, s obzirom na ogromnu količinu informacija traženih od ispitanika, to bi ipak rizikovalo kvalitet podataka i eventualno ne bi doprineo ovom elementu.

Ekonomski uticaj sektora može se proceniti za dve glavne kategorije preduzeća: smeštajne i restoranske davaoce usluga. Broj koji je proizašao iz stopa kapaciteta i popunjenosti predstavlja prihvatljive aproksimacije u nedostatku drugih alata procene ekonomskog uticaja u sektoru turizma. S obzirom na mali broj opservacija, ekonomski uticaj se ne može pravilno obračunati za druge kategorije, ali prihod ostvaren od ovih drugih kategorija pretpostavlja se da je trivijalan.

