

# IZVEŠTAJ O TURISTIČKOJ PONUDI NA KOSOVU 2019



Decembar 2020

**Pripremljeno od strane:**

***Promovisanje zapošljavanja u privatnom sektoru (PPSE)***

Projekat PPSE se sprovodi od strane Swisscontact-a kao vodećeg realizatora, u konzorcijumu sa Institutom Riinvest. Finansira ga Švajcarska agencija za razvoj i saradnju na Kosovu (SDC)



## Sadržaj

1. Uvod.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. Metodologija.....	4
2.1. Dizajn upitnika.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Popisivači.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3. Dizajn uzorka.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4. Terenski rad.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5. Obrada podataka i analiza .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Nalazi ankete.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Smeštaj sa restoranima.....	6
3.2. Smeštaj (bez Restorana) .....	17
3.3. Restorani .....	27
3.4. Atrakcije .....	35
3.5. Turoperatoru.....	38
3.6. Nacionalni događaji/Festivali.....	40
4. Ekonomski uticaj .....	43
4.1. Smeštaji.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Restorani .....	45
4.3. Ukupni procenjeni prihodi i zaposlenje .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5. Efekti Covid-19 Pandemije .....	47

## 1. Uvod

Ovaj izveštaj predstavlja nalaze godišnje PPSE ankete sa akterima na strani ponude iz sektora turizma na Kosovu, koji uključuju smeštaj, restorane, atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festivale, koji pokrivaju fiskalnu 2019 godinu. Istraživanje je prvi put naručeno 2018 godine, pokrivajući fiskalnu 2017 godinu, i ovo je treće uzastopno istraživanje od tada. Ovaj izveštaj uglavnom tumači nalaze fiskalne 2019 godine i prikazuje promene koje su se dogodile u poređenju sa prethodna dva perioda. Za razliku od druga dva prethodna istraživanja, ovo takođe baca malo svetla na efekte pandemije COVID-19 na glavne aktere u sektoru turizma na strani ponude. To je bilo moguće jer se prikupljanje podataka za 2019 godinu odvijalo u oktobru 2020 godine, oko sedam meseci nakon što su na Kosovu prijavljeni prvi zaraženi slučajevi.

Jedan od prioriternih sektora PPSE projekta je turizam. Unutar ovog sektora, projekat je pretežno usmeren na olakšavanje razvoja novih turističkih proizvoda, ponovnu upotrebu atrakcija, promotivne aktivnosti u međunarodnoj areni i celokupnu reorganizaciju sektora - sve ovo u cilju stvaranja novih radnih mesta na Kosovu.

Posedovanje tačnih i ažurnih podataka o turizmu, kao i opštih tržišnih informacija, ključno je za uspešnu implementaciju projektnih aktivnosti. Godišnje istraživanje PPSE na strani ponude je od najveće važnosti za PPSE, jer omogućava timu da prati trendove rasta u turističkom sektoru i da razvije intervencije po meri. Takođe je veoma dragoceno za kreatore politike, pružaoce turističkih usluga i druge zainteresovane strane kada su u pitanju procesi strateškog planiranja i donošenja odluka uopšte.

Ostatak ovog izveštaja o anketi organizovan je na sledeći način. Sekcija 2 daje pregled opšte metodologije koja se koristi za prikupljanje podataka. Sekcija 3 predstavlja glavne nalaze istraživanja i daje ilustracije koje pokazuju godišnje promene. Sekcija 4 analizira ekonomski uticaj i u prethodne dve godine, uglavnom se fokusirajući na prihod koji su generisali ključni akteri, kao i daje ukupan broj zaposlenih radnika. Sekcija 5 razmatra neke od efekata COVID-19 na turistički sektor.

## 2. Metodologija

Ova sekcija predstavlja metodološki pristup korišćen za sprovođenje ankete. Opisuje dizajn upitnika, izbor i obuku popisivača, okvir uzorkovanja, postupak prikupljanja podataka i obradu i analizu podataka.

### 2.1. Dizajn upitnika

Radi poređenja, upitnik koji je korišćen ove godine gotovo je isti kao onaj koji je korišćen u prvom istraživanju. Jedina primetna razlika je što ovogodišnji upitnik uključuje i neka pitanja u vezi sa pandemijom. Upitnik se sastoji uglavnom od pitanja sa višestrukim izborom i nekih otvorenih pitanja - oba veoma važna za dobijanje predviđenih informacija.

### 2.2. Popisivači

Angažovano je oko 30 popisivača koji su vodili intervjuje sa akterima iz turističke ponude. Da bi se regrutovani popisivači upoznali sa glavnim ciljem i specifičnim potrebama ankete, organizovan je jednodnevni trening. Data su detaljna objašnjenja o uključenim promenljivim variablama, kao i neki saveti o procesu intervjuisanja. Pored toga, organizovana je praktična vežba da bi se procenilo da li su popisivači bili u stanju da slede navedena uputstva.

### 2.3. Dizajn uzorka

Na samom početku treba jasno reći da je tokom procesa odabira uzorka cilj bio identifikovanje samo turistički pristupačnih entiteta. Da bi se identifikovala lista glavnih aktera na strani ponude, konsultovane su razne mrežne platforme. Jedan od prioriteta bio je intervjuisanje istih entiteta kao i u prethodnim periodima kako bi međugodišnja poređenja bila verodostojna i pouzdana. Ispod je objašnjenje kako je identifikovana svaka grupa stanovništva i veličina uzorka.

- Identifikovano je 465 smeštaja za turiste (uključujući Airbnbs) na Booking.com, Trivago, AirBnB i Facebook; Od njih je intervjuisano 174; 95 je bilo samo za smeštaj, dok 79 za smeštaj sa restoranima.
- Pronađeno je 585 restorana na TripAdvisor i Gjrafa; Intervjuisano je 247.
- Intervjuisano je 30 atrakcija i 17 turoperatora sa liste koju je obezbedio PPSE
- Intervjuisan je 31 nacionalni događaj / festival identifikovan putem Google pretrage.
- Treba imati na umu da nije moguće utvrditi celokupno stanovništvo za atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festival
- Ukupno je obavljeno 499 intervjuja licem u lice.

Tabela 1 pruža neke detaljnije informacije o intervjuima obavljenim 2020 godine i pokazuje razlike iz 2019 i 2018 godine. Imajte na umu da neki pružaoci usluga intervjuisani 2018 i 2019 godine nisu mogli biti intervjuisani 2020 godine, bilo zato što su zatvorili posao ili nisu prihvatili da učestvuju u anketi. Neki drugi, koji su sada navedeni na nekoj od turistički dostupnih platformi, dodati su uzorku.

<b>Tabela 1: Raspodela intervjuja i broj stanovnika</b>						
<b>Vrsta dobavljača usluga</b>	<b>Broj intervjuja (2018)</b>	<b>Broj intervjuja (2019)</b>	<b>Broj intervjuja (2020)</b>	<b>Populacija po kategorijama (2018)</b>	<b>Populacija po kategorijama (2019)</b>	<b>Populacija po kategorijama (2020)</b>
Smeštaji sa restoranima	88	89	79	106	121	129
Smeštaji	89	99	95	348	432	436
Restorani	205	229	247	475	540	585
Atrakcije	32	17	30	-	-	-
Turoperatori	18	29	17	-	-	-
Nacionalni događaji/Festivali	36	32	31	-	-	-

#### 2.4. Terenski rad

Regrutovani popisivači su obavili razgovore licem u lice sa vlasnicima ili menadžerima identifikovanih entiteta. Proces prikupljanja podataka za fiskalnu 2019 odvijao se tokom oktobra 2020 godine. Svaki intervju trajao je oko 30-40 minuta.

#### 2.5. Obrada podataka i analiza

Prikupljeni podaci su umetnuti u excel listove podataka pripremljene posebno za ovo istraživanje. Podaci su zatim prebačeni u SPSS (softverski paket), gde su dalje obrađivani i analizirani. Sve greške u specifikaciji, greške u proveru i greške u tabeliranju adresirane su pre nego što su generisani konačni nalazi.

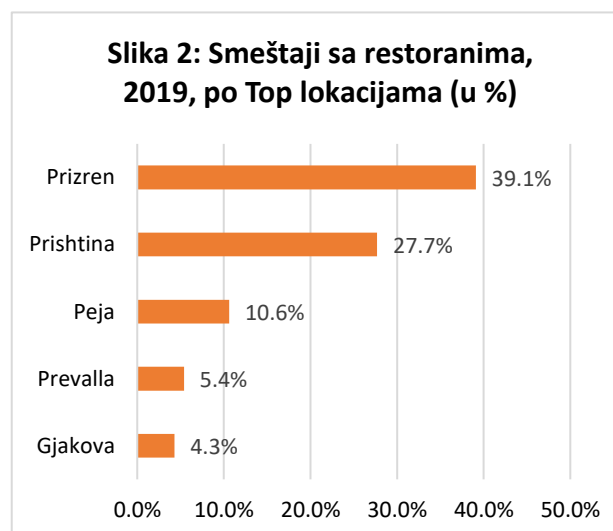
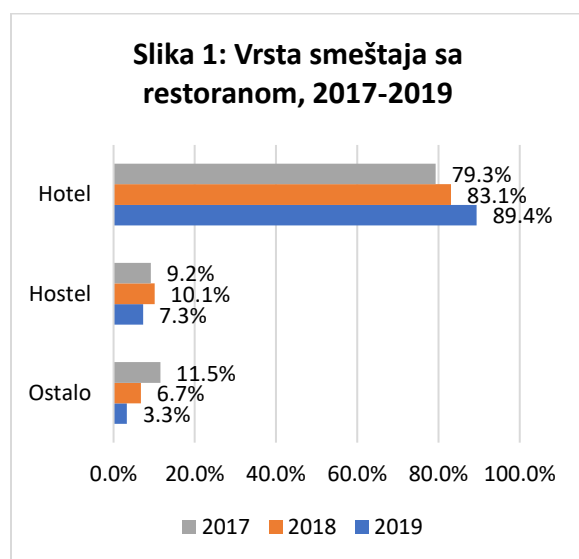
### 3. Nalazi ankete

Ova sekcija otkriva glavne nalaze dobijene istraživanjem sa ključnim akterima na strani turističke ponude, uključujući smeštaj sa restoranima, smeštajne kapacitete, restorane, atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festivale za fiskalnu 2019 godinu. Takođe upoređuje ove nalaze sa one iz 2018 i 2017 godine. Imajte na umu da godišnje promene treba tumačiti oprezno, jer mogu biti rezultat promena u strukturi uzorka. Nalazi obuhvataju različite interne i vanjske aspekte, uključujući opštu strukturu glavnih sporednih aktera ponude, sastav gostiju i njihovo ponašanje, promene prometa tokom godina, pitanja vezana za zapošljavanje, vrste usluga koje se nude, prepreke u poslovanju, učešće u snabdevanju glumci u digitalnom svetu i slično. Međutim, vredni napomenuti da se ove teme nisu mogle primeniti u svim slučajevima zbog specifične prirode nekih pružalaca usluga.

#### 3.1. Smeštaji sa restoranima<sup>1</sup>

##### **Opšta struktura smeštaja sa restoranima**

U 2019 godini 79,3 posto svih smeštaja sa restoranima bili su hoteli. Ostalo su bili hosteli (9,2 posto) i ostali smeštaji (11,5 posto). Da biste napravili poređenje sa 2018 i 2017. godinom, pogledajte Sliku 1. Većina intervjuisanih smeštaja sa restoranima nalazila su se u Prizrenu (39,1 procenta) i Prištini (27,7 procenta) (pogledajte sliku 2). U 2019 godini 96,8 procenata smeštaja sa restoranima funkcionisalo je tokom cele godine, u poređenju sa 90,7 procenata u 2018 i 88,5 procenata u 2017 godini.



##### **Broj soba, cene i popunjenost kapaciteta**

U 2019 godini, prosečan broj jednokrevetnih standardnih soba u smeštajima sa restoranima bio je 9,2. Za dvokrevetne standardne sobe prosek je bio nešto veći, 11,3. Ukupan broj jednokrevetnih soba (prilagođenih da obuhvataju čitavu populaciju) iznosio je 1.171, dok je ukupan broj dvokrevetnih standardnih soba iznosio 1.504. Prosečna cena za jednokrevetnu standardnu sobu bila je 39,4 EUR, dok za dvokrevetnu 54,2 EUR. Za informacije o drugim vrstama soba i upoređivanje sa 2018 i 2017., pogledajte tabelu 2. Nadalje, nalazi pokazuju da je u 2019 godini samo 19,6 procenata svih smeštaja sa restoranima

<sup>1</sup> Ovo obuhvaća sve smeštaje koji imaju restorane povezane sa svojim poslovanjem.

povećalo cene tokom špice sezone; ostali su zadržali cene nepromenjene. Procenat onih koji povećavaju cene tokom špice sezone bio je veći u 2018 godini (39,5 procenata) i 2017 godini (29,9 procenata).

**Tabela 2: Smeštaji sa restoranima - Prosečan broj i cena za standardne sobe**

		2017	2018	2019
Jednokrevetne standardne sobe	Pros. # soba	10.9	11.1	9.2
	Pros. cena (EUR)	40.1	39.4	39.4
	Ukupno # soba	1,035	1,109	1,171
Dvokrevetne standardne sobe	Pros. # soba	13.2	14.0	11.3
	Pros. Cena (EUR)	45.8	48.6	54.2
	Ukupno # soba	1,671	1,870	1,504
Trokrevetne standardne sobe	Pros. # soba	4.2	4.4	6.8
	Pros. cena (EUR)	53.1	52.8	69.6
	Ukupno # soba	274	335	636
Četvorokrevetne standardne sobe	Pros. # soba	2.6	2.4	2.8
	Pros. Cena (EUR)	49.5	68.8	91.5
	Ukupno # soba	62	63	77

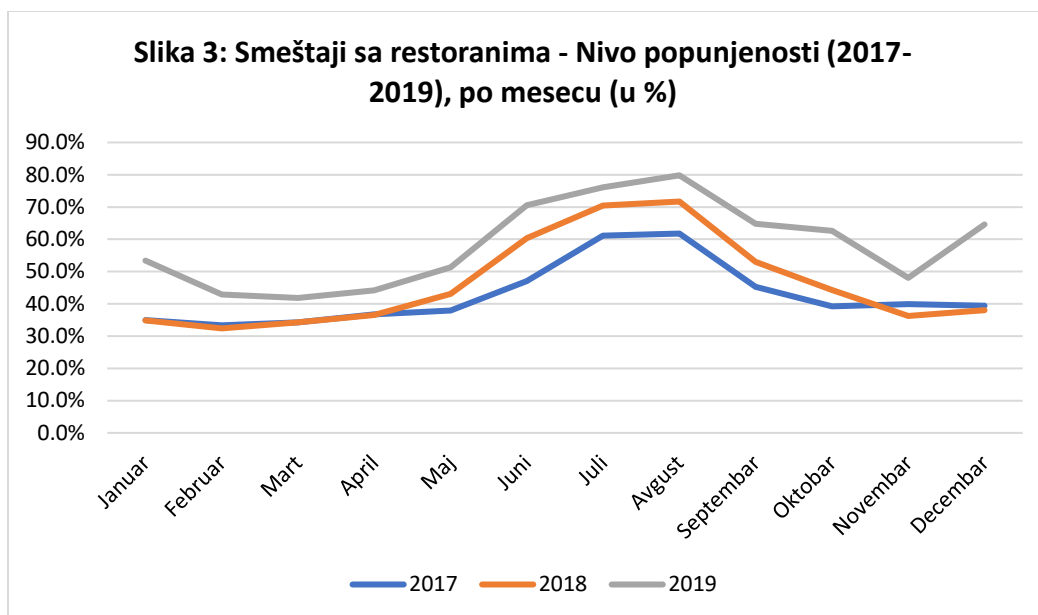
Raščlanjivanjem nalaza iz prva tri regiona otkriva se da Priština ima najveći broj jednokrevetnih i dvokrevetnih standardnih soba i najviše prosečne cene. Za detaljnije informacije i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Tabelu 3.

**Tabela 3: Smeštaji sa restoranima – Standardne sobe po glavnim regionima**

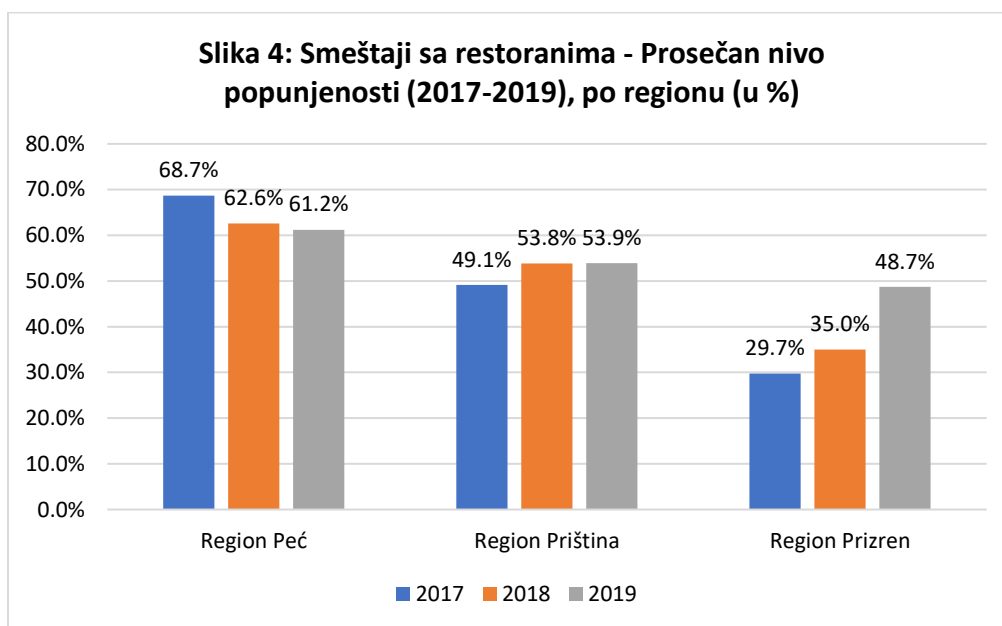
		Pristina Region (2017)	Pristina Region (2018)	Pristina Region (2019)	Peć Region (2017)	Peć Region (2018)	Peja Region (2019)	Prizren Region (2017)	Prizren Region (2018)	Prizren Region (2019)
Jednokrevetne standardne sobe	Pros. Cena (EUR)	50.2	52.2	51.2	35.6	34.8	33.2	34.4	27.8	34.4
	Ukupno # Soba	494	516	531	70	94	125	216	225	342
Dvokrevetne standardne sobe	Pros. cena (EUR)	60.8	66.1	68.3	42	39.9	41.8	36.2	37.3	49.8
	Ukupno # soba	768	888	766	144	218	305	312	368	357

Godišnja stopa popunjenosti u 2019 godini iznosila je u proseku 58,3 procenta, varirajući od 41,8 procenata u martu do 79,8 procenata u avgustu. Da biste videli promene stope popunjenosti na mesečnom nivou u 2017, 2018 i 2019 godini, pogledajte sliku 3.





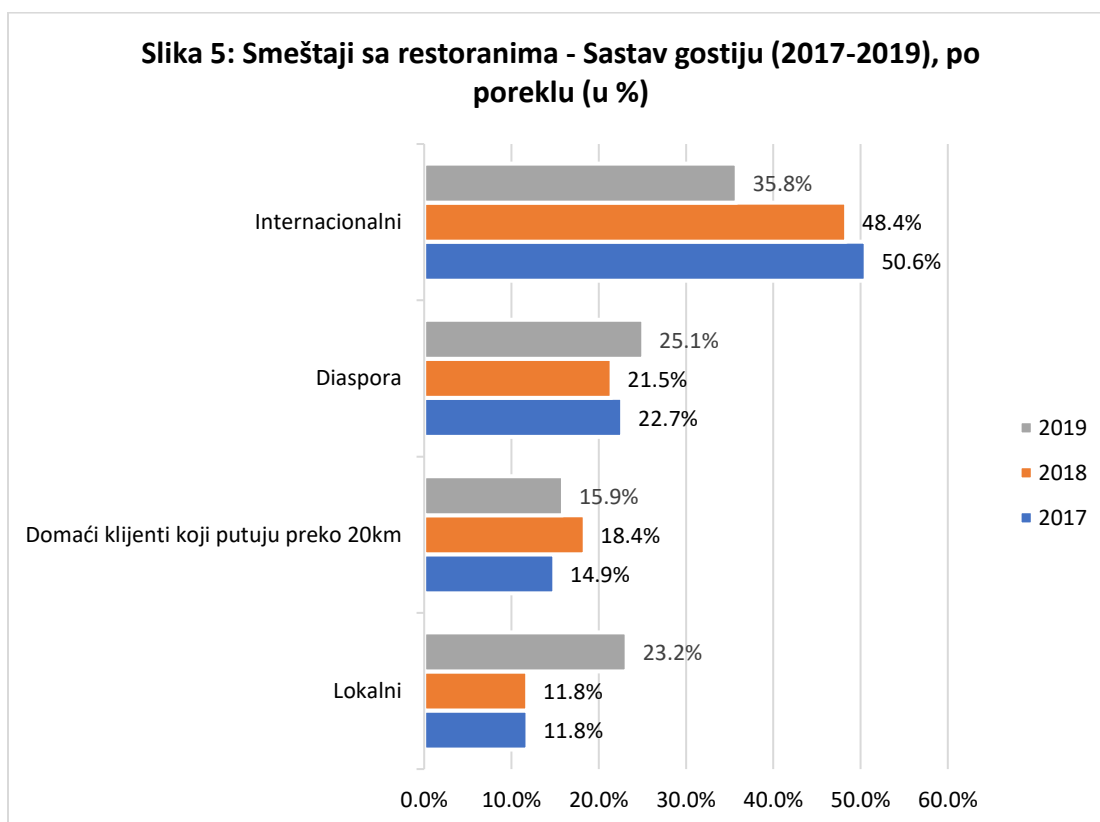
Od prva tri regiona na Kosovu, pokazalo se da je Pečki region imao najvišu stopu popunjenosti u poslednje tri godine. Značajan nalaz je da je region Prizrena zabeležio značajan porast ovog aspekta u 2019 godini (videti sliku 4).



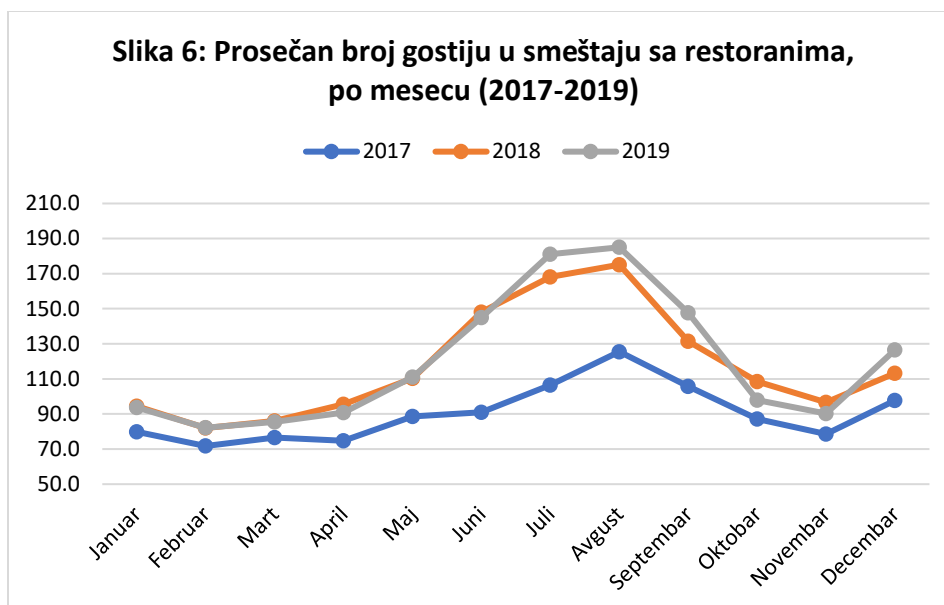
### **Gosti i njihovo ponašanje**

Istraživanje takođe proučava strukturu gostiju i njihovo trajanje boravka u 2019 godini. Internacionalci su činili 35,8 procenata ukupnih gostiju; dijaspora, 25,1 odsto; lokalni gosti (manje od 20 minuta putovanja), 23,2 procenta; i domaćih posetilaca (sa više od 20 minuta putovanja), 15,9 procenata. Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017. godinom, pogledajte sliku 5. Dalja analiza podataka otkriva da je došlo do ukupnog povećanja broja gostiju u 2019 godini, a lokalni gosti su značajno doprineli ovom povećanju.

Njihov prosečan boravak u 2019 godini bio je 3,9, veći u poređenju sa 2018 i 2017. godinom, gde je u proseku iznosio 3,7, odnosno 3,2.

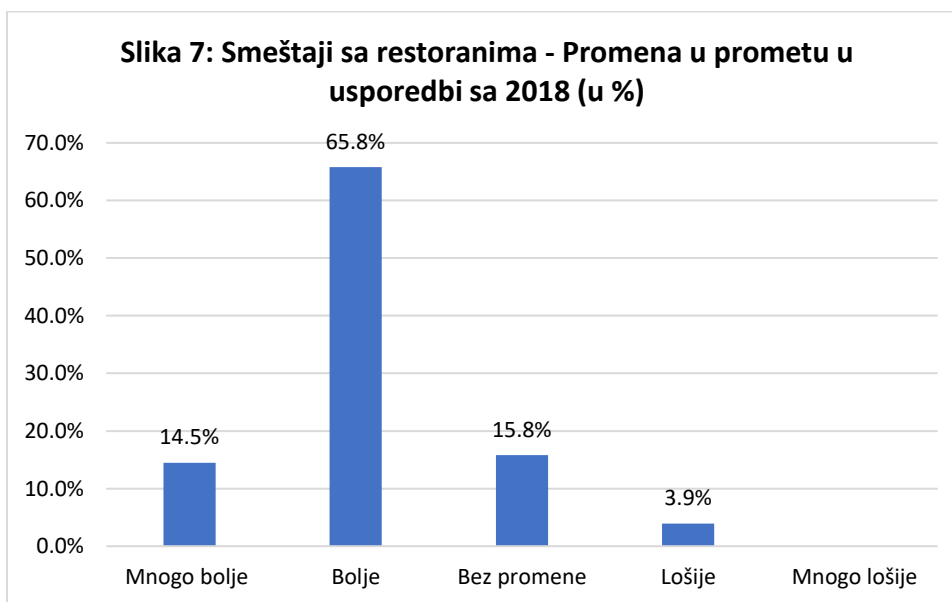


Tokom 2017-2019 godine. Prosečan broj gostiju u restoranima ove kategorije smeštaja povećan je za oko 32,6 odsto, sa dnevnog proseka od 90,3 gostiju u 2017 godini na dnevni prosek od 119,7 u 2019. Kao i u 2018 i 2017 godini, takođe u 2019 godini pokazalo se da je avgust najživlji mesec, sa prosečno 185,0 gostiju dnevno. Na slici 6 vizuelno su predstavljeni detaljni proseki za 2017, 2018, i 2019 godinu. Udeo gostiju koji su došli po hranu i piće u 201. godini iznosio je 52,0 procenta (49,1 procenta u 2018 i 55,4 procenta u 2017.). Prosečni račun za ovu kategoriju u 2019. godini iznosio je 7,4 EUR, u poređenju sa 9,9 EUR u 2018 i 8,5 EUR u 2017 godini. S druge strane, udeo onih koji su došli na piće iznosio je samo 48,0 procenta u 2019, u poređenju sa 50,9 procenta u 2018. i 44,6 odsto u 2017. Prosečan račun za ovu kategoriju u 2019. godini iznosio je 3,0 EUR, u poređenju sa 2,6 EUR u 2018 i 3,7 EUR u 2017 godini.

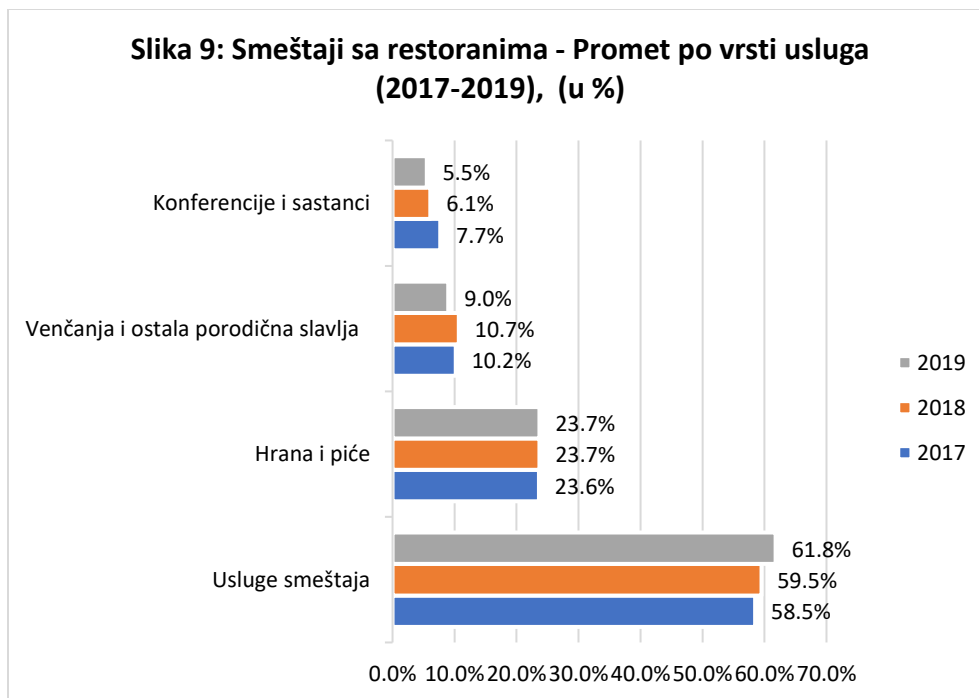


### **Promet i Investicije**

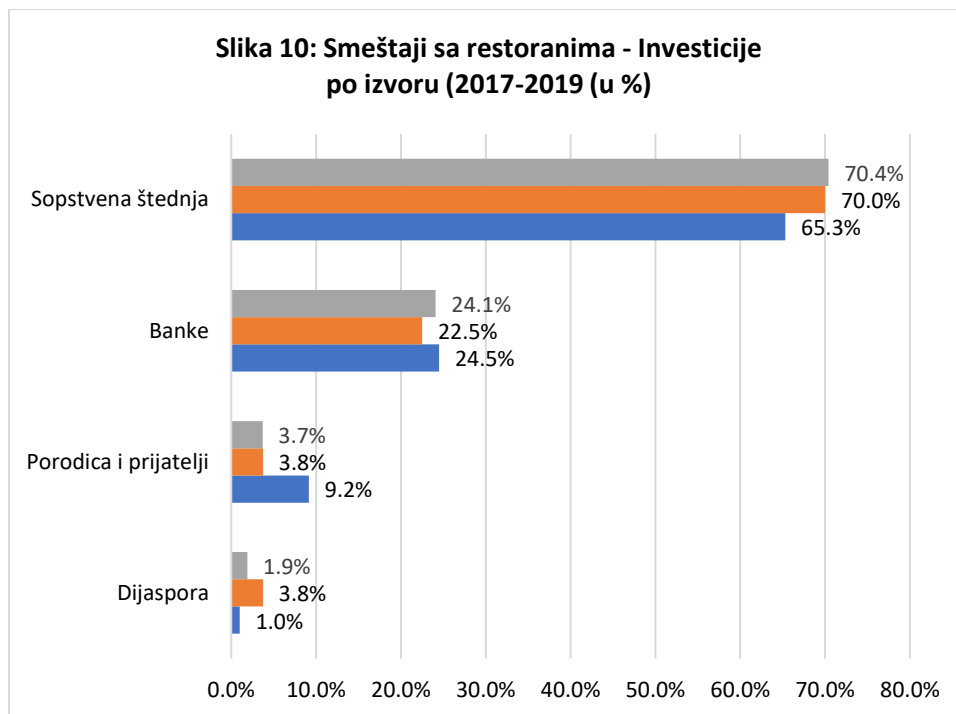
U pogledu prometa, ogromna većina - 80,3 procenta - prijavila je da je imala “bolje” ili “mnogo bolje” u poređenju sa 2017 godinom; dok je 3,9 odsto doživelo suprotno; kod ostalih (15,8 procenata) nije došlo do promena (videti sliku 7).



Dalja analiza otkriva da su u 2019 usluge smeštaja doprinele sa 61,8 procenta ukupnom prometu; hrana i piće sa 23,7 odsto; venčanja i druge porodične zabave sa 9,0 odsto, a konferencije i sastanci sa 5,5 odsto. Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 9.

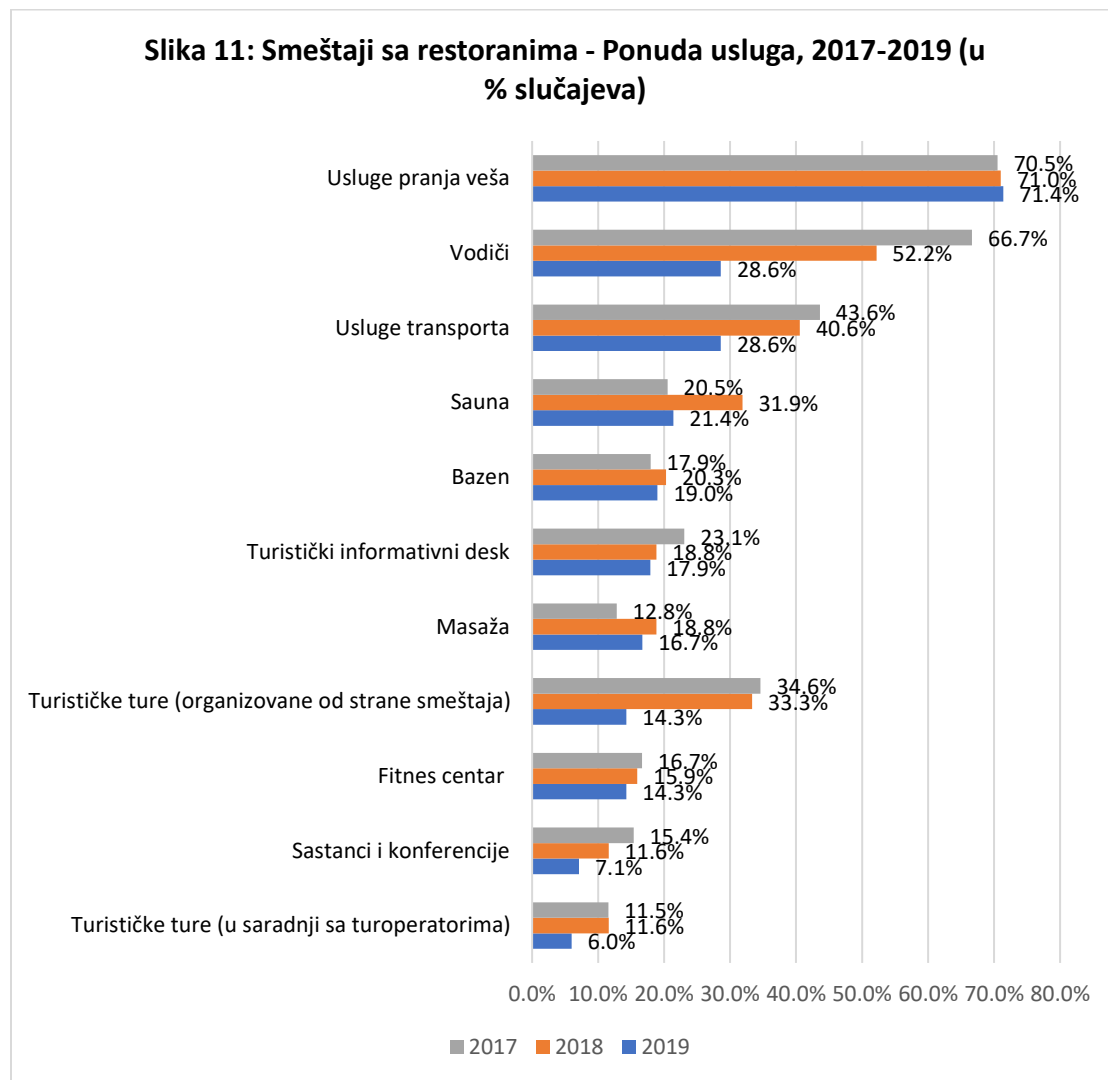


Polovina anketiranih smeštaja sa restoranima, 51,1 odsto, reklo je da je uložila neku vrstu ulaganja u 2019 godini, u poređenju sa 83,9 odsto u 2018. U 2019 godini njihova ulaganja uglavnom su se finansirala sopstvenom štednjom (70,4 odsto) i bankama (24,1 procenat). Da biste videli druge izvore ulaganja i uporedili ih sa onima iz 2018. i 2017. godine, pogledajte sliku 10.



### Ponuđene usluge

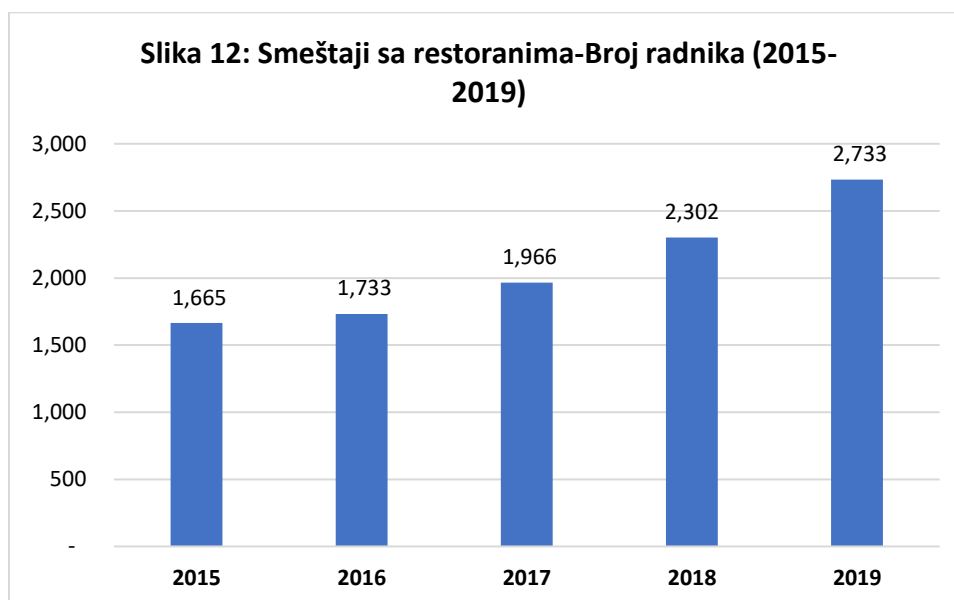
Na pitanje o ponuđenim uslugama, pokazali su se najčešći odgovori u 2019 godini: usluge pranja veša (70,5 procenata slučajeva), vodič (66,7 procenata) i usluge prevoza (43,6 procenata). Za ostale vrste usluga koje nude smeštaji u restoranima u 2019. godini i za usluge ponuđene u 2019 i 2018 godini, pogledajte Sliku 11. Vredi napomenuti i to da je 29,9 odsto restorana u 2019. nudilo prostor za venčanja i druge porodične zabave, u poređenju sa 39,7 odsto u 2018. i 35,6 odsto u 2017 godini.



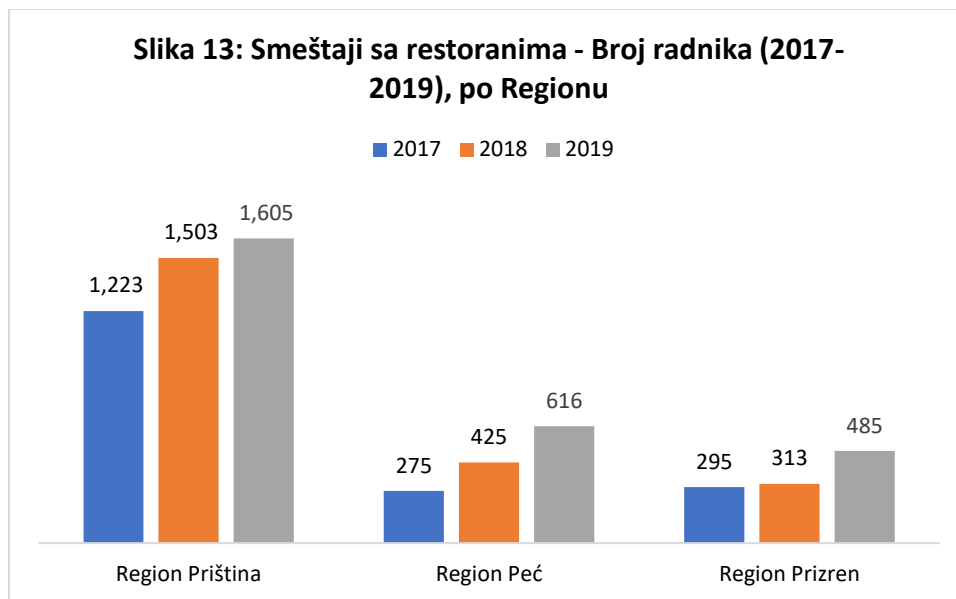
## Zaposlenost

Znajući značaj turističkog sektora u zapošljavanju, ovom potpoglavlju uloženi su dodatni napori. Da bi se generisao ukupan broj radnika u kategoriji smeštaja sa restoranima, primenjen je pristup ponderisanja zasnovan na populaciji. Podaci iz uzorka pomnoženi su sa faktorom bruto povećanja od 1.401 - što znači da populacija uključuje 40,1 odsto više entiteta. Imajte na umu da su pri izračunavanju faktora uzeti u obzir svi smeštaj na Kosovu sa restoranima navedenim na Booking.com, TripAdvisor, Gjirafa i na drugim sličnim platformama. Istraživači i tim PPSE ovo smatraju turistički važećom populacijom. Ista logika, sa različitim faktorima zbrajanja, primenjena je na smeštaj (bez restorana) i restorane. S druge strane, ovaj pristup se nije mogao primeniti na ostale aktere (atrakcije, turoperatori, nacionalni događaji / festivali) zbog nedostatka podataka o veličini stanovništva. Bez obzira na to, demografske karakteristike radnika su opisane u svakom slučaju.

Nalazi o zaposlenju pokazuju da je od 2015 do 2019. godine broj radnika u smeštajima sa restoranima zabeležio porast od oko 64,1 procenta, sa 1.665 u 2015. na 2.733 u 2019 godini (videti sliku 12).



Analiza nalaza po prva tri regiona pokazuje da su u 2019 godini smeštaji sa restoranima u regionu Prištine zapošljavali najveći broj radnika, ukupno 1.605. Broj radnika u Pečkom i Prizrenskom regionu bio je znatno manji, 616, odnosno 485. Da biste napravili poređenja sa 2018. i 2017. godinom, pogledajte sliku 13.



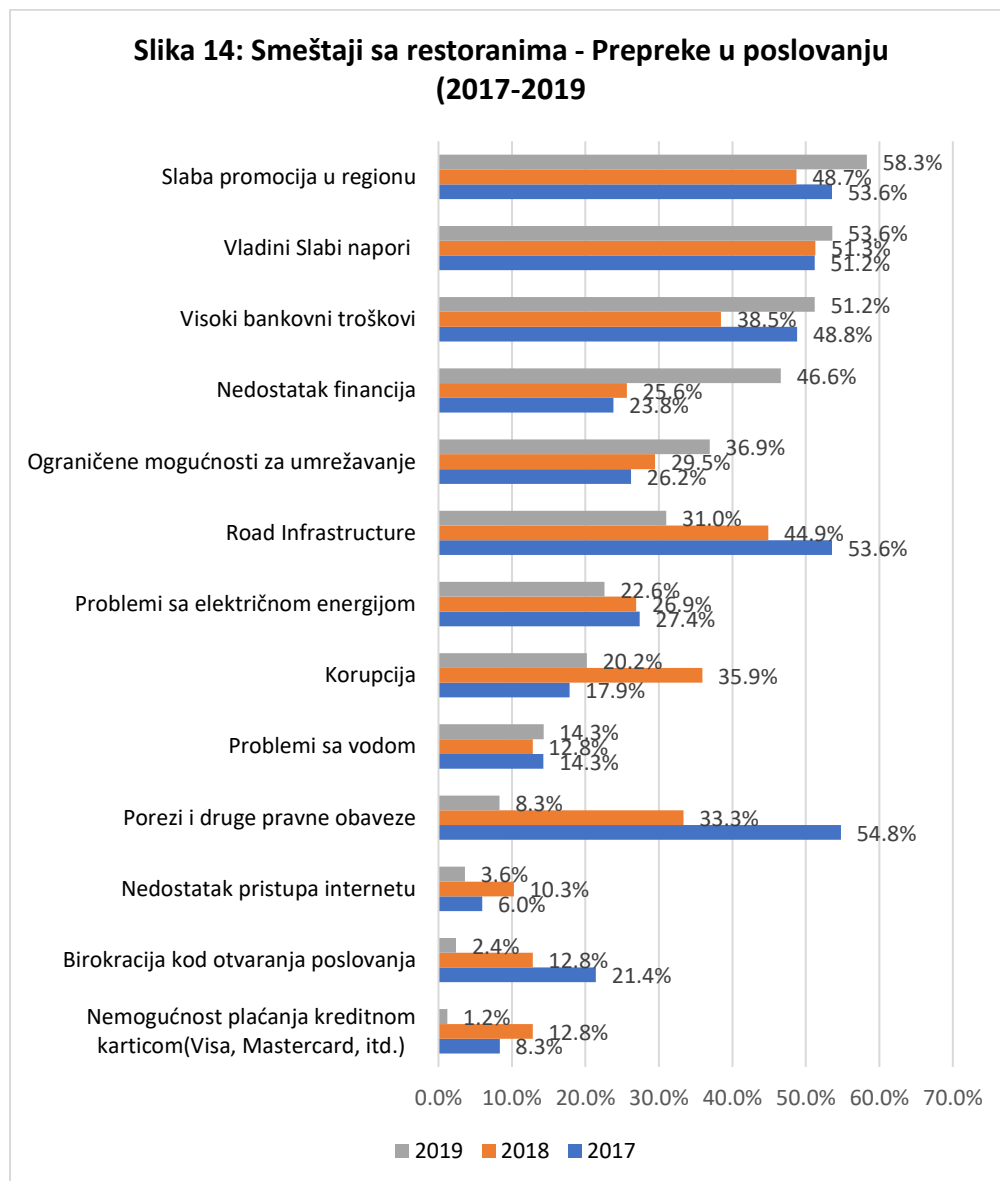
Slede neke demografske karakteristike radnika zaposlenih u smeštajima sa restoranima u 2019 godini. Muškarci su dominirali sa 62,2 procenta. Od svih zaposlenih, samo 9,1 odsto je radilo honorarno. Raščlanjivanje podataka prema nacionalnoj pripadnosti otkriva da su radnici bili pretežno kosovski Albanci - 96,8 procenta; ostatak su činili kosovski Srbi, 1,2 procenta; Turci, 0,7 odsto; Bosanci, 0,5 odsto; RAE, 0,5 procenta; a drugi 0,3 odsto. Što se tiče starosne grupe, oni koji su u rasponu od 25 do 44 godine činili su većinu sa 65,5 procenta. Za detaljnije informacije i upoređivanje sa demografskim podacima o zaposlenosti iz 2018 i 2017 godine pogledajte tabelu 4.

Tabela 4: Demografija zaposlenosti						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	61.5%			38.5%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	51.6%		9.9%	34.2%	4.3%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	94.4%	2.5%	1.0%	0.7%	1.5%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.3%	40.4%	24.8%	15.5%	2.9%	0.1%
2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	63.8%			36.2%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	55.9%		7.9%	33.3%	2.9%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	95.9%	1.4%	0.9%	0.7%	1.0%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	19.0%	35.7%	30.3%	12.4%	2.3%	0.2%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	62.2%			37.8%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	56.6%		5.6%	34.3%	3.5%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	96.8%	1.2%	0.7%	0.5%	0.5%	0.3%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.4%	37.1%	28.4%	8.4%	2.6%	0.1%



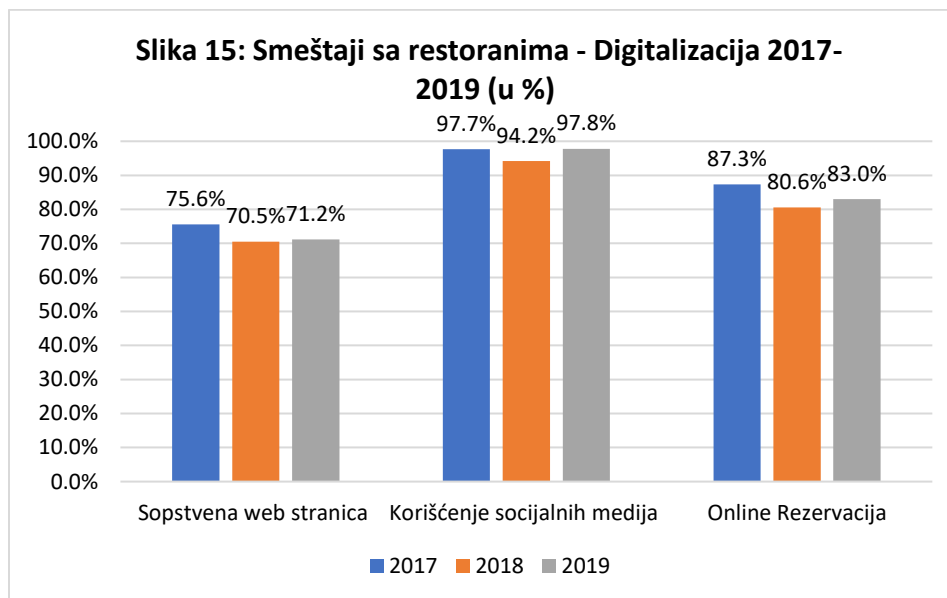
## Prepreke

Smeštaji u restoranima dobili su spisak od 12 mogućih prepreka (pretežno spoljnih) i zatraženo je da odaberu one najteže. Ispitanici su u 2019 godini smatrali da su “*najniža promocija regiona*” (58,3 procenta) i “*niski naponi vlade*” (53,6 procenta svih slučajeva) i “*visoki bankarski troškovi*” (51,2 procenta) najpreče barijere. su neke značajne razlike u odnosu na prethodne dve godine. Iako su “*porezi i ostalo*” i “*putna infrastruktura*” znatno opali, s druge strane, “*nedostatak finansija*” porastao je postajući jedna od najozbiljnijih prepreka. Za detaljnije informacije i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Sliku 14.



## Digitalizacija

Da bi se razumelo da li su smeštaji u restoranima uhvatili korak sa nedavnim trendovima digitalizacije, istraživanje je obuhvatilo niz pitanja vezanih za ovu temu. Jedno otkriće pokazuje da je 2019 godine 71,2 odsto smeštaja sa restoranima imalo svoje veb lokacije. Štaviše, ogromna većina, 97,8 procenata, izjavilo je da društvene mreže (uglavnom Facebook) koriste kao sredstvo za promociju svog poslovanja. U pitanju u vezi sa rezervacijama na mreži, 83,0 odsto je izjavilo da ima ovu mogućnost. Rezervacije se vrše uglavnom putem booking.com. Da biste izvršili poređenje sa podacima iz 2018 i 2017 godine, pogledajte sliku 15.

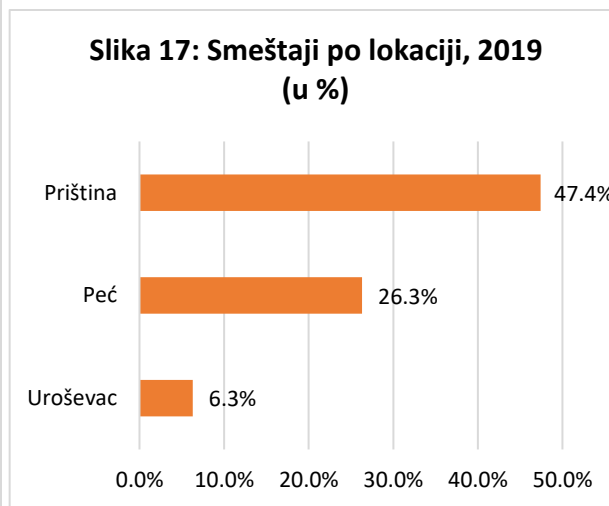
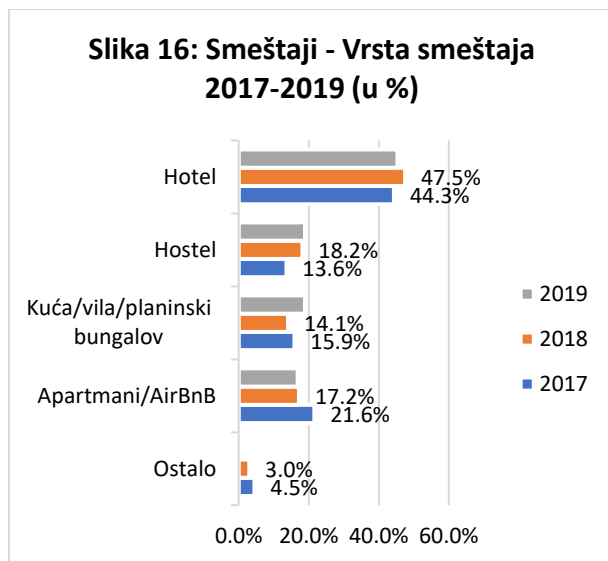


### 3.2. Smeštaji (bez restorana)<sup>2</sup>

#### **Opšta struktura**

U 2019 godini od svih smeštaja hoteli su dominirali sa 45,3 procenta, zatim hosteli sa 18,9 procenta, kuće / vile / bungalovi sa 18,9 procenata i apartmani Airbnb sa 16,8 procenata. Da biste izvršili poređenje sa 201. i 2017 godinom, pogledajte sliku 16. Većina ovih smeštajnih kapaciteta nalazila se u Prištini (47,4 procenta), Peći (26,3 procenta) i Uroševcu (6,3 procenta), pogledajte sliku 17.

<sup>2</sup> Za razliku od prethodne pod-sekcije, ova otkriva nalaze firmi koje pružaju samo usluge smeštaja (bez restorana).

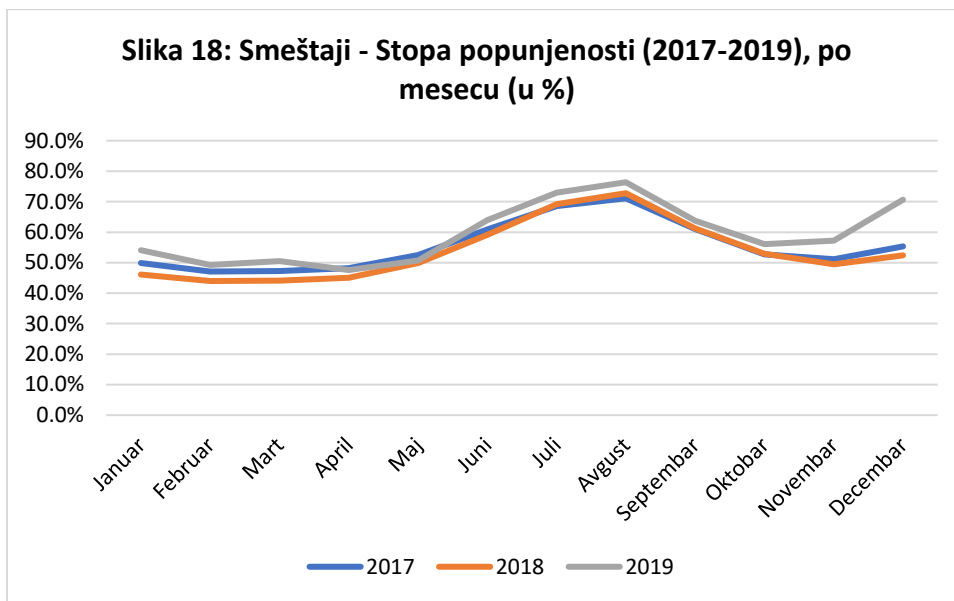


### **Broj soba, cene i stepen popunjenosti**

Nalazi ankete pokazuju da su 2019 godini smeštaji u proseku imali 9,1 standardne jednokrevetne sobe i 10,5 standardne dvokrevetne sobe. Iste godine ukupan broj jednokrevetnih i dvokrevetnih standardnih soba (prilagođenih da obuhvataju celokupno stanovništvo) iznosio je 678, odnosno 986. Prosečna cena za jednokrevetnu standardnu sobu iznosila je 24,6 EUR, dok za dvokrevetnu sobu iznosi 34,3 EUR. Za detaljnije informacije o prosečnom broju soba i cenama, kao i za poređenje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte tabelu 5.

<b>Tabela 5: Smeštaji – Prosečan broj i cena standardnih soba</b>				
		<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Jednokrevetne standardne sobe</b>	Pros. # soba	10.05	8.6	9.1
	Pros. cena (EUR)	27.3	25.0	24.6
	Ukupno # soba	582	680	678
<b>Dvokrevetne standardne sobe</b>	Pros. # soba	7.6	8.3	10.5
	Pros. cena (EUR)	31.7	32.4	34.3
	Ukupno # soba	573	923	986
<b>Trokrevetne standardne sobe</b>	Pros. # soba	3.0	4.7	6.9
	Pros.cena (EUR)	43.6	40.1	45.7
	Ukupno # soba	127	263	380
<b>Četvorokrevetne standardne sobe</b>	Pros. # soba	1.9	5.3	5.7
	Pros.cena (EUR)	49.9	50.3	62
	Ukupno # soba	70	127.3	174

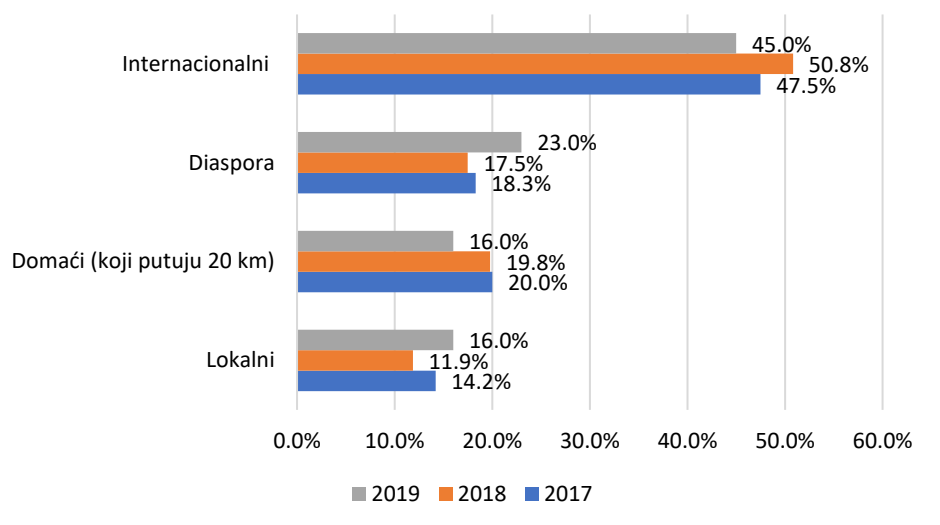
U 2019 godini popunjenost ove kategorije iznosila je u proseku 59,4 procenta, a najniža stopa se dogodila u februaru (49,3 procenta), a najviša u avgustu (76,4 procenta). Za detaljnije rezultate i upoređivanje sa 2018. i 2017. godinom, pogledajte Sliku 18.



### **Gosti i njihovo ponašanje**

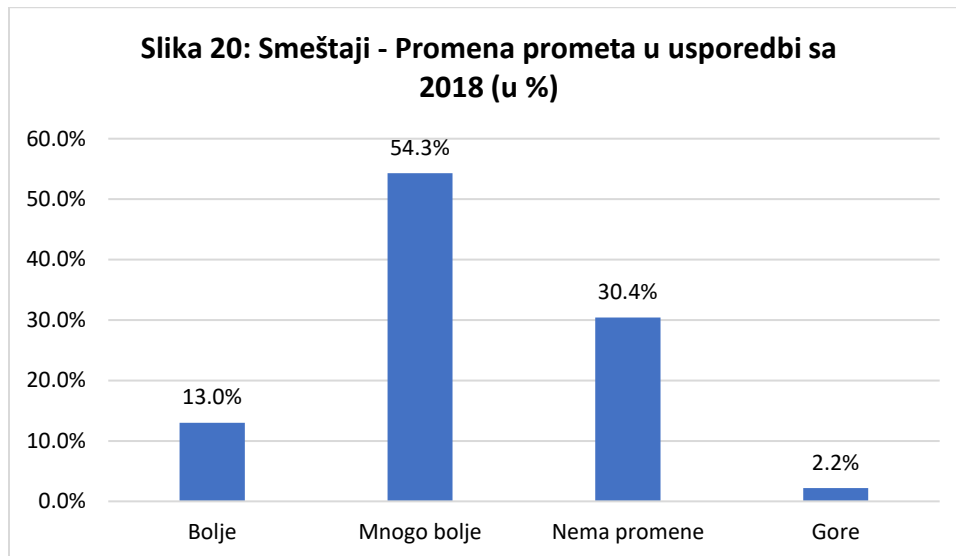
Nalazi otkrivaju da su internacionalci (uglavnom iz Nemačke i SAD-a) 2019 godine činili 45,0 odsto svih posetilaca u smeštajima bez restorana; dijaspora, 23,0 odsto; domaći posetioци (sa više od 20 minuta putovanja), 16,0 procenta; i domaćih, 16,0 odsto. Da biste uporedili podatke sa i 2018. i 2017., pogledajte sliku 19. Broj noćenja je u proseku iznosio 3,5 u 2019. godini, u poređenju sa 3,1 u 2018 godini i 3,2 u 2017 godini.

**Slika 19: Smeštaji - Sastav gostiju 2017-2019, po poreklu (u %)**

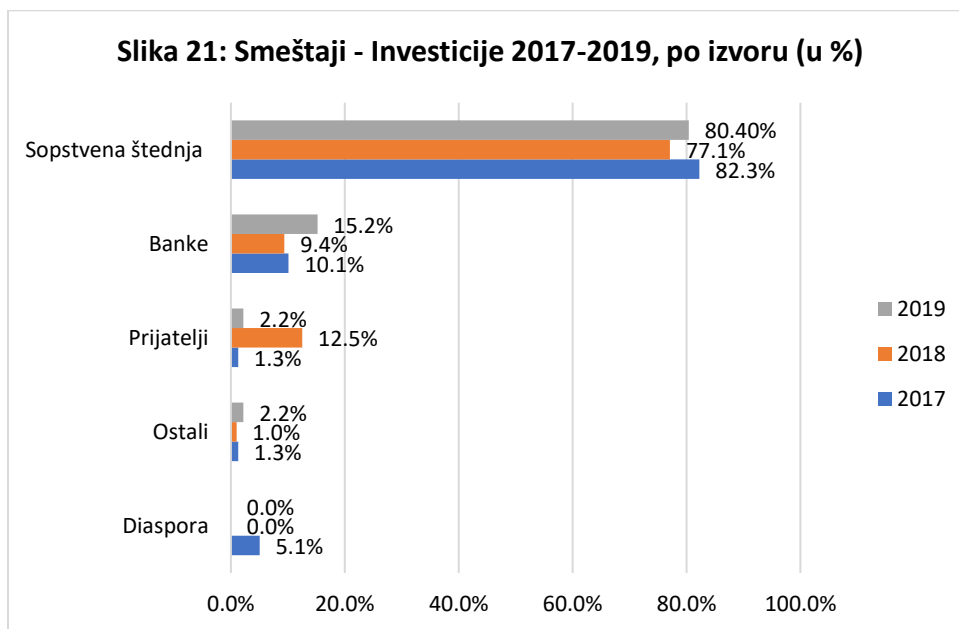


## Prihod i investicije

Nalazi o prihodima otkrivaju da je 2019 godine 67,3 procenta smeštaja bilo “bolje” ili “mnogo bolje” u odnosu na 2018 godinu; 2,2 procenta “gore” ili “mnogo gore”; a 30,4 procenta nije doživelo nikakve promene (vidi sliku 20).

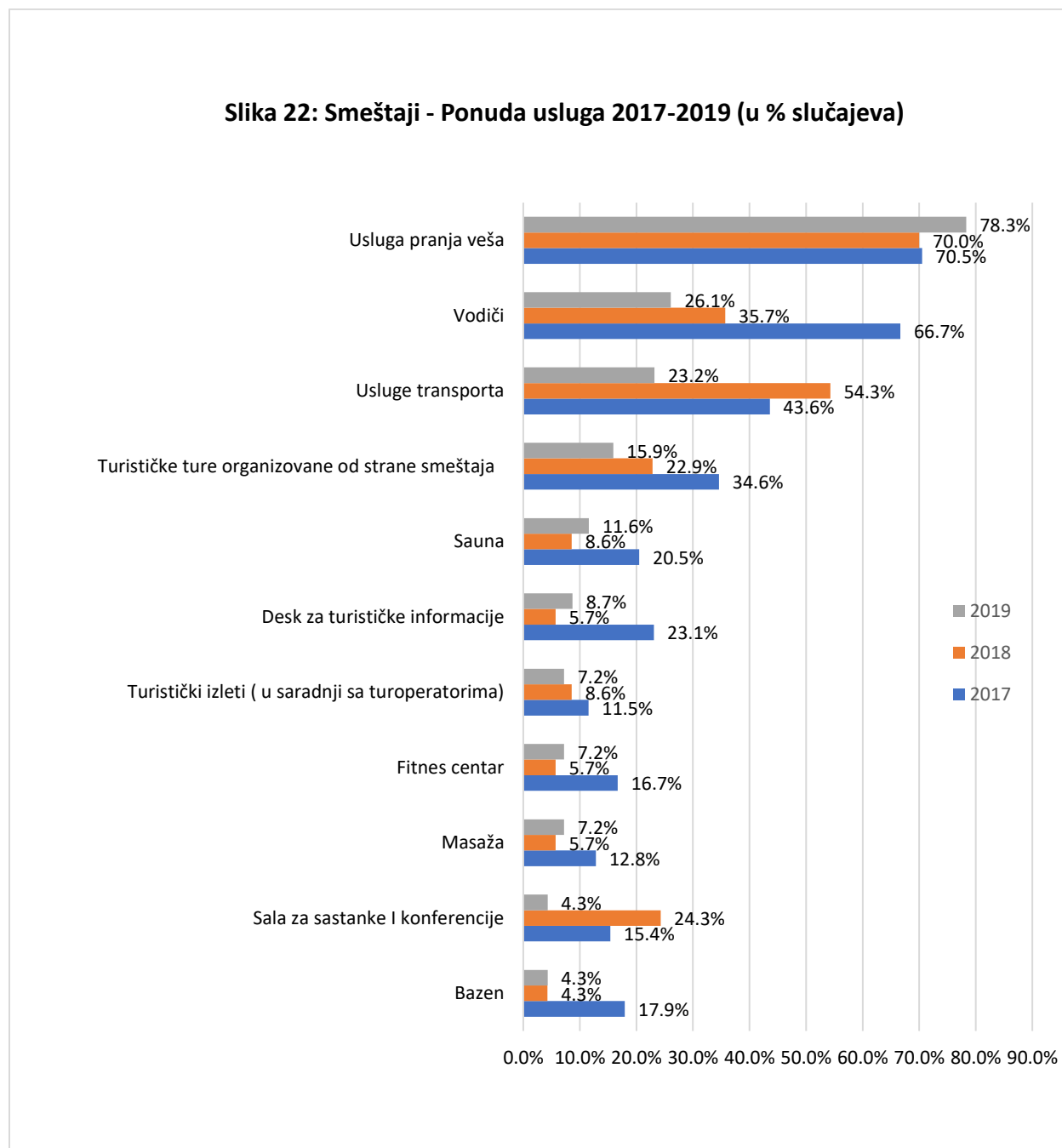


Kao odgovor na pitanje o ulaganju u 2019 godini, 65,3 procenta smeštaja je reklo “da”. Oni koji su investirali, svoju investiciju finansirali su uglavnom iz sopstvene štednje (80,4 odsto). Da biste videli druge izvore finansiranja i uporedili sa 2018 i 2017 godinu, pogledajte sliku 21. Drugo otkriće pokazuje da je 41,9 procenta planiralo da investira u naredne dve godine.



## Ponuda usluga

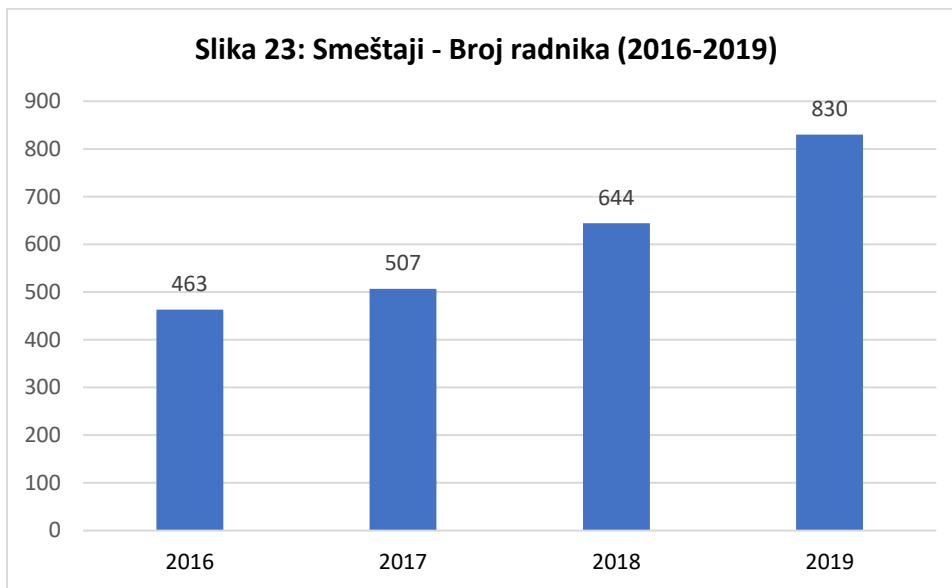
Smeštajima je takođe pružena lista uobičajenih usluga i od njih je zatraženo da odaberu one koje su nudili 2019. Nalazi otkrivaju da su usluge pranja veša (78,3 odsto), vodiča (26,1 odsto) i usluge prevoza (23,2 procenta) bile najviše uobičajene usluge koje nude smeštaj u 2019 godini. Da biste videli druge usluge pružene u 2019 i uporedili ih sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 22.



Nalazi iz 2019 godine, dalje pokazuju da je 22,8 procenata smeštaja imalo posebne pakete (tj. Za vikend ili odmor), u poređenju sa 41,8 procenata u 2018. i 49,4 procenta u 2017 godini.

## Zaposlenost

Podaci o zaposlenosti pokazuju da je od 2016 do 2019 godine broj radnika u smeštajima (izuzev stanova Airbnb) zabeležio porast od oko 79 procenata, sa 463 u 2016 godini na 830 u 2019 godini (videti sliku 23). S druge strane, stanovi Airbnb zapošljavali su 741 radnika u 2019 godini u poređenju sa 668 u 2018 godini. i 467 u 2017 godini<sup>3</sup>



Slede neke demografske kategorije zaposlenosti za smeštaj u 2018 godini. Muškarci su činili većinu (65,5 procenata) radnika. Od svih radnika 18,7 posto radilo je skraćeno. Analiza podataka po etničkoj pripadnosti pokazuje da su gotovo svi radnici kosovski Albanci, 98,6 procenata. Prema starosnim grupama, oni od 25 do 44 godine čine većinu sa 76,7 procenata. Za detaljnije informacije i upoređivanje sa 2018 godinom i 2017 godinom, pogledajte tabelu 6.

Tabela 6: Demografija zaposlenosti (Smeštaji)						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	65.5%			34.4%		
Puno ili pola radnog vremena	Puno.r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. Vr. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	51.4%		14.2%	28.9%	5.5%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	99.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.5%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.8%	42.5%	28.3%	13.2%	1.7%	0.4%

<sup>3</sup> Bruto faktor za stanove i Airbnb~18.5

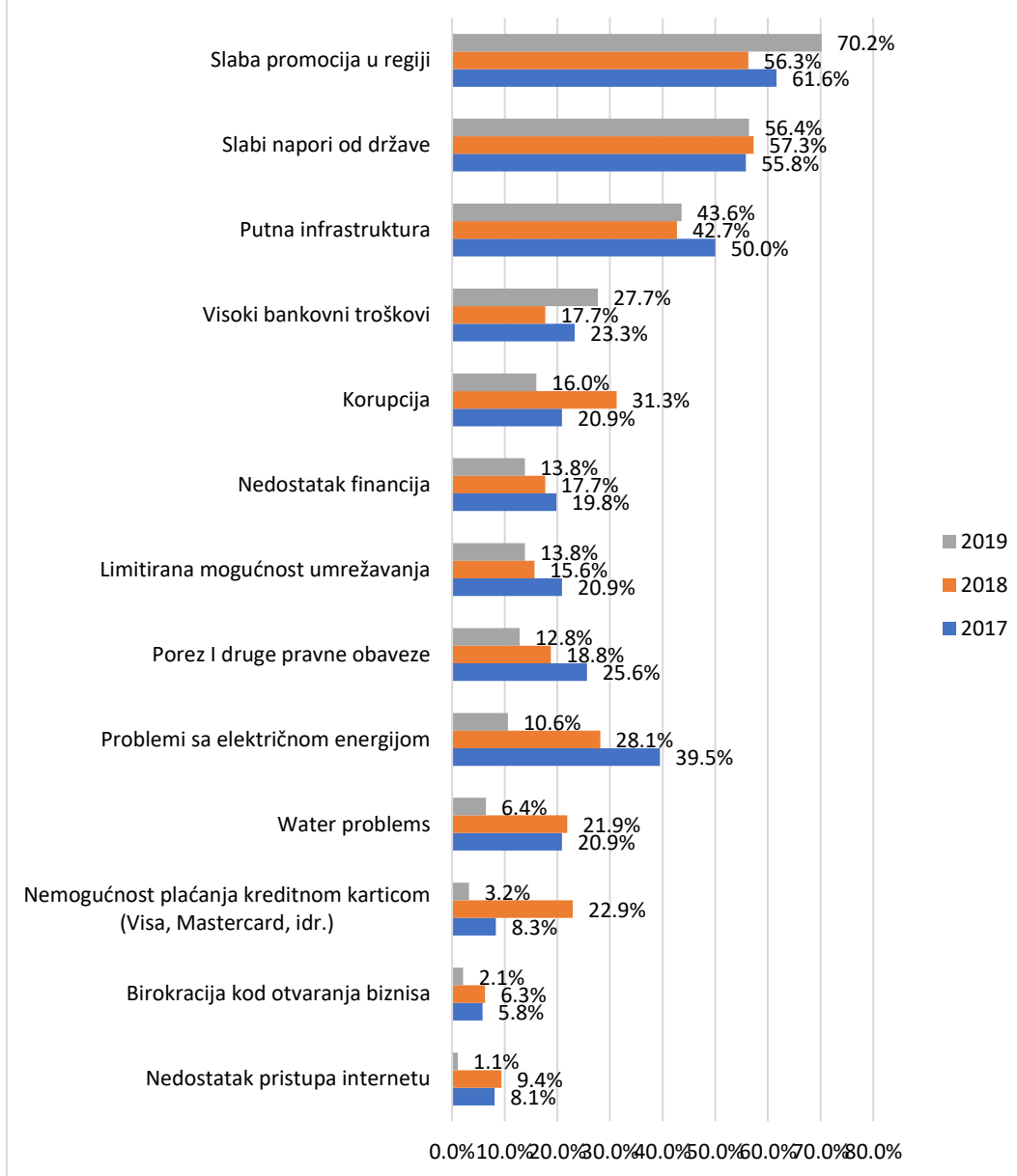


2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	62.8%			37.2%		
Puno ili pola radnog vremena	Puno r.v.(Muškarci)		Pola.r.v (Muškarci)	Puno.r.v.(Žene)	Pola.r.v. (Žene)	
	50.2%		12.6%	31.8%	5.4%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	99.4%	0.0%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	15.3%	48.7%	22.1%	12.1%	0.6%	1.2%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	71.7%			28.3%		
Puno ili pola radnog vremena	Puno.r.v. (Muškarci)		Pola.r.v.(Muškarci)	Puno.r.v.(Žene)	Pola.r.v.(Žene)	
	63.2%		8.5%	26.8%	1.5%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.6%	0.0%	0.5%	0.3%	0.3%	0.3%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.1%	51.5%	25.2%	8.9%	1.3%	0.0%

### **Prepreke u poslovanju**

Od smeštaji je takođe zatraženo da odaberu najveće prepreke za poslovanje u 2019 godini. “Niska promocija regiona”(70,2 procenta svih slučajeva), “niski napori vlade“ (56,4 procenta) i “putna infrastruktura“ (43,6 procenta) bili su smatrani najnaprednijom operativnom preprekom za smeštaj. Tako je bilo i u 2018 i 2017 godini. Da biste videli druge prepreke za poslovanje i uporedili ih sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 24.

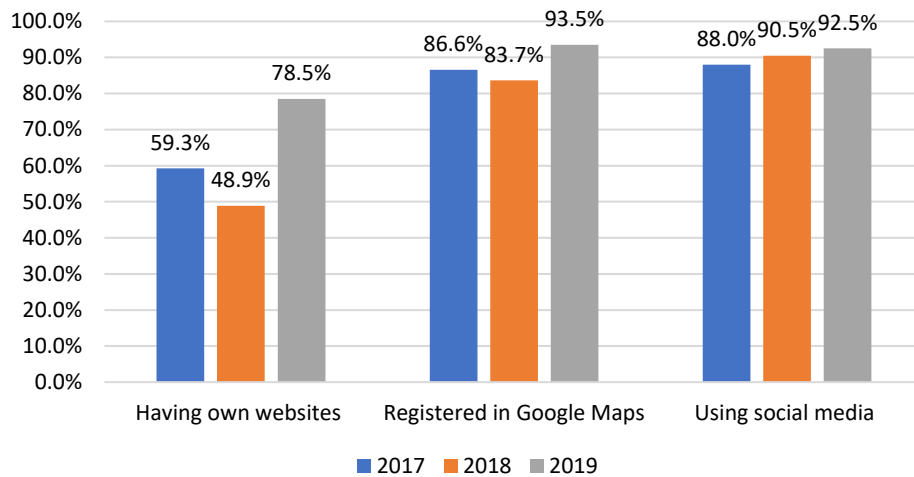
**Slika 24: Accomodations - Smeštaji - prepreke za poslovanje  
2017-2019 (% slučajeva)**



### **Digitalizacija**

Nalazi istraživanja otkrivaju da je 48,9 odsto smeštaja imalo svoje veb lokacije u 2019 godini. Velika većina, 93,5 odsto, bilo je registrovano na Google mapama. Sličan procenat, 92,5 odsto, tvrdio je da je koristio društvene mreže za promociju svog smeštaja. Da biste uporedili podatke sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Sliku 25.

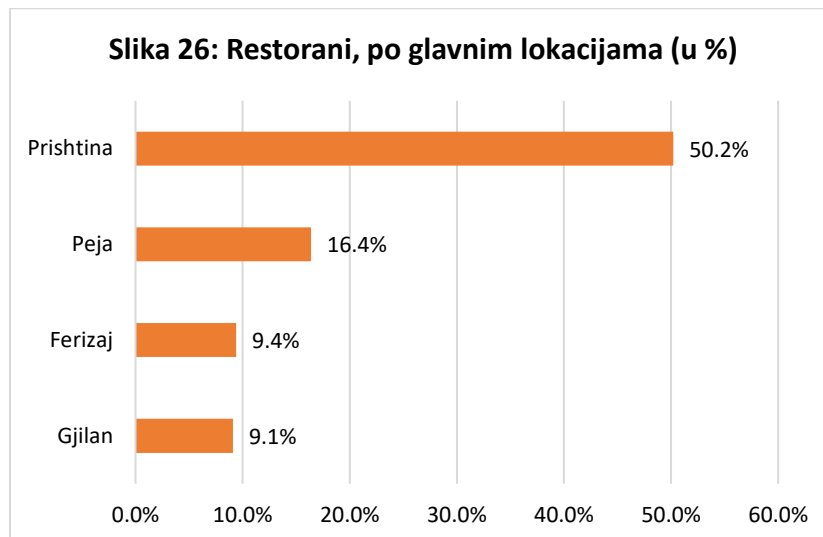
**Slika 25: Smeštaji - Digitalizacija, 2017-2019 (u %)**



### 3.3. Restorani

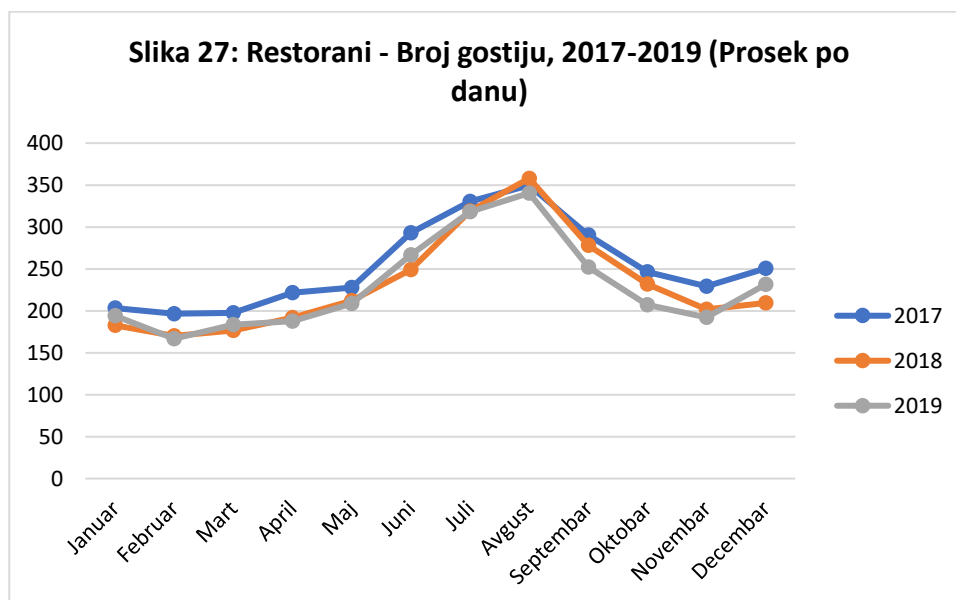
#### Opšta struktura

U 2019 godini dominirala je Priština, sa 50,2 procenta svih restorana na Kosovu, zatim Peć (16,4 procenta), Uroševac (9,4 procenta) i Gnjilane (5,1 procenta) - pogledajte sliku 26.

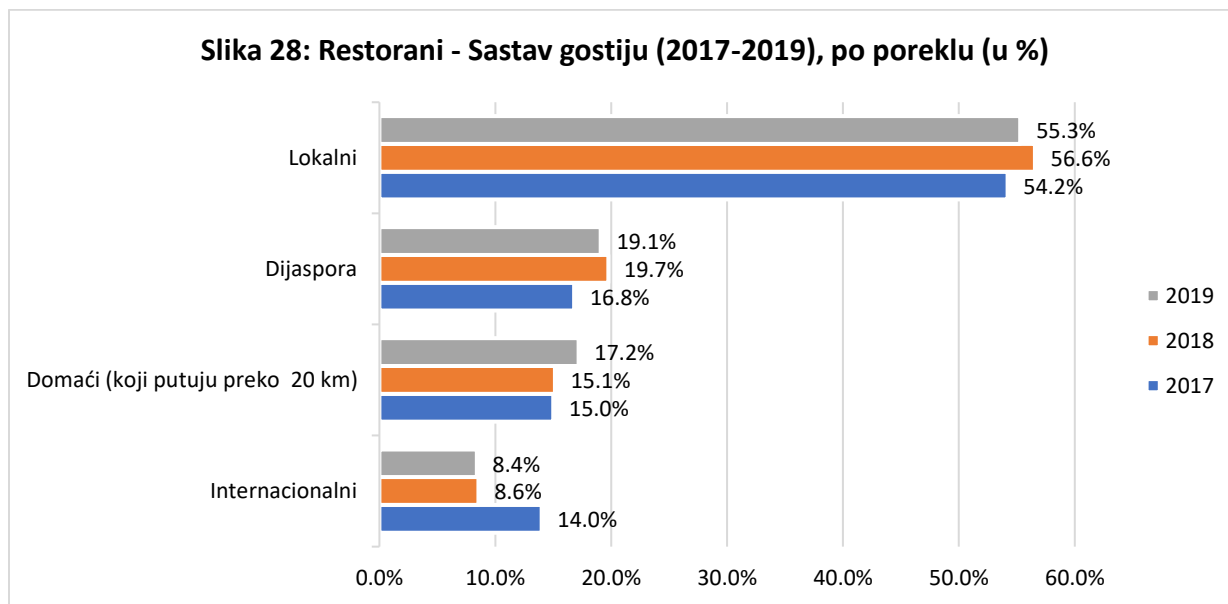


#### Gosti i njihovo ponašanje

Nalazi pokazuju da su restorani u proseku 2019 godine imali 229,0 gostiju dnevno. Tokom ove godine ispostavilo se da su najprometniji meseci jul i avgust, sa prosečno 318,2 i 340,4 gostiju dnevno. Za detaljnije informacije i upoređivanje proseka sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 27.

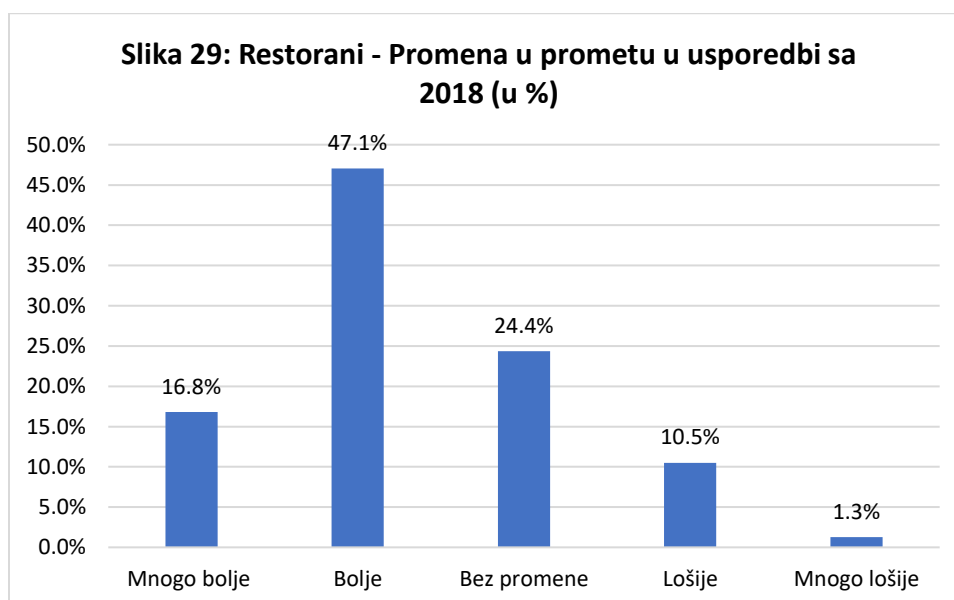


Nalazi pokazuju da se 55,3 posto klijentele u restoranima sastojalo od lokalnog stanovništva; ostali su dijaspora (19,1 procenta), domaći posetioци (17,2 procenta) i međunarodni državljani (8,4 procenta). Da biste uporedili 2018 i 2017 godinu, pogledajte sliku 28. Podaci o restoranima pokazuju da je 2019 godine 62,0 odsto (62,1 odsto u 2018. godini i 65,0 odsto u 2017. godini) svih gostiju otišlo u restorane zbog hrane i pića, dok su ostali samo za pića. Prosečni izdaci po porciji prve grupe iznosili su 6,4 EUR (7,1 EUR u 2018 godini i 7,2 EUR u 2017 godini), dok je prosek druge grupe iznosio 2,3 EUR (2,5 EUR u 2018. i 2,9 EUR u 2017 godini).

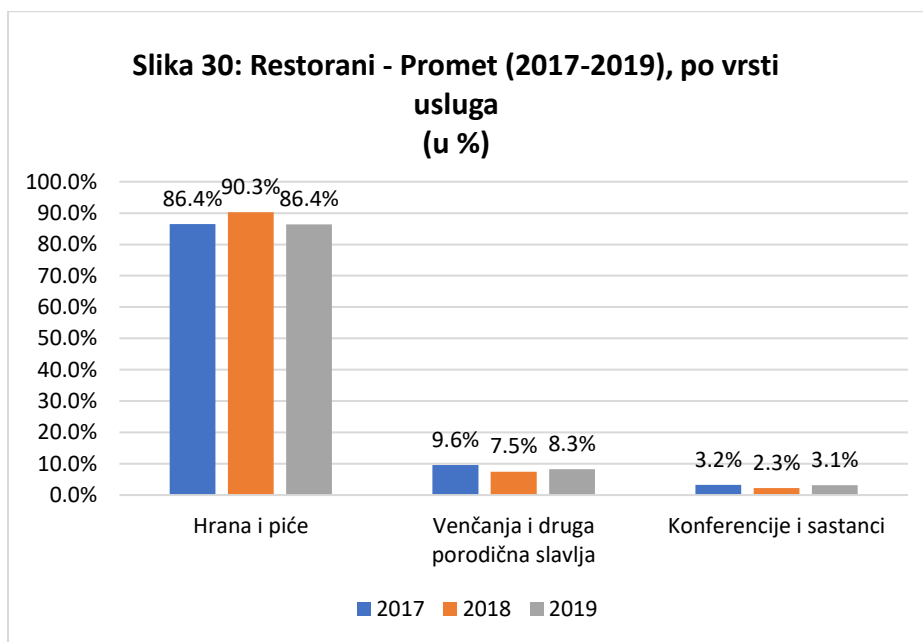


### **Prihodi i investicije**

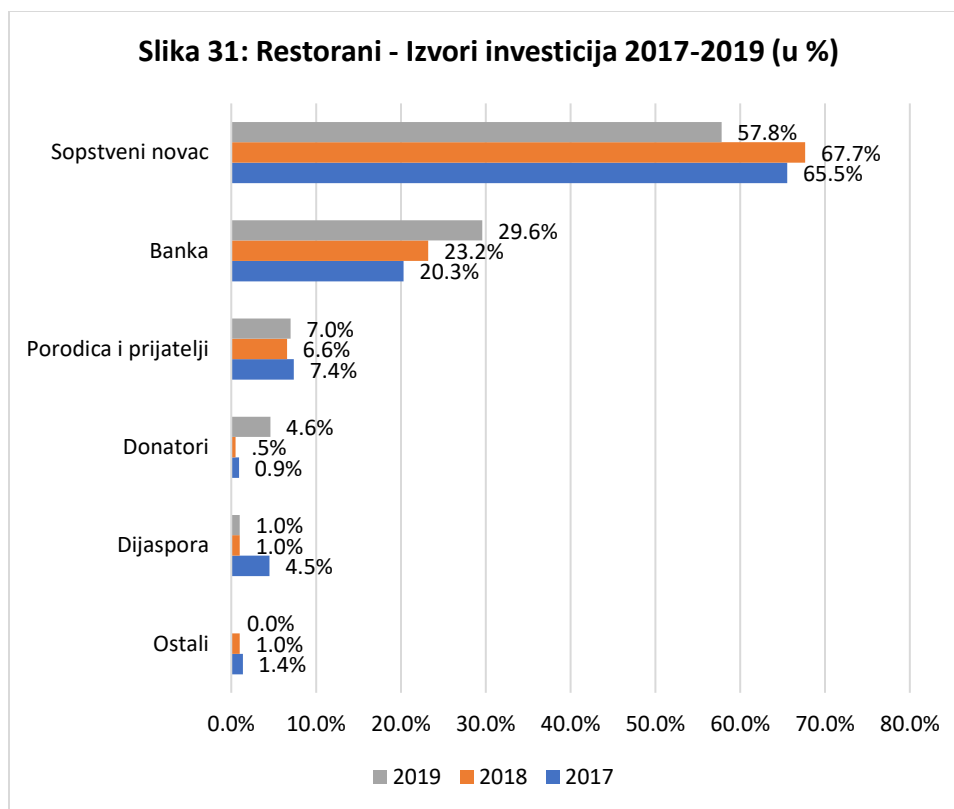
Na pitanje o promenama prometa u odnosu na 2018. godinu, 63,9 odsto restorana je prijavilo da je poslovalo "bolje" ili "mnogo bolje"; s druge strane, 11,8 posto njih izjavilo je da je doživelo suprotno; ostali su rekli da nisu imali promena u prometu (vidi Sliku 29).



Dalja analiza o sastavu godišnjeg prometa pokazuje da su u 2019 godini hrana i piće predstavljali glavni izvor prihoda za restorane sa 86,4 odsto, praćeni venčanjima i porodičnim uslugama sa 8,3 odsto i konferencijama i sastancima sa 3,1 odsto. Da biste uporedili 2018 i 2017 godinu, pogledajte sliku 30.



Od svih restorana, 63,8 procenata je tvrdilo da je uložilo neku vrstu 2019 godine, u poređenju sa 69,9 procenata 2018 godine i 77,4 procenta 2017 godine. Manje od toga, 46,2 procenta, planiralo je da investira u naredne dve godine. Oni koji su investirali 2019. godine, svoju investiciju finansirali su uglavnom iz svog "sopstvenog novca"(57,8 odsto). Da biste videli druge izvore finansiranja i uporedili ih sa 2018. i 2017. godinom, pogledajte sliku 31.

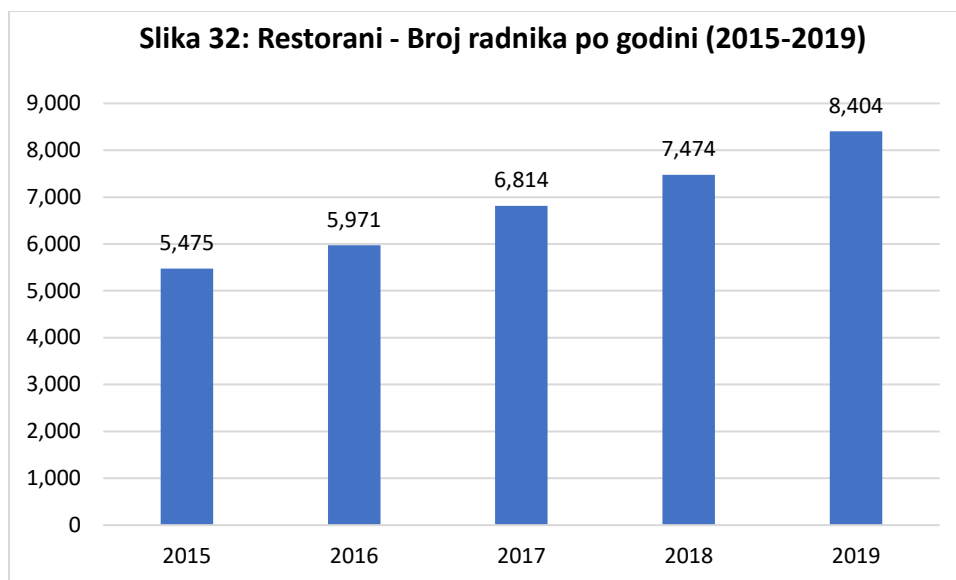


### **Ponuda usluga**

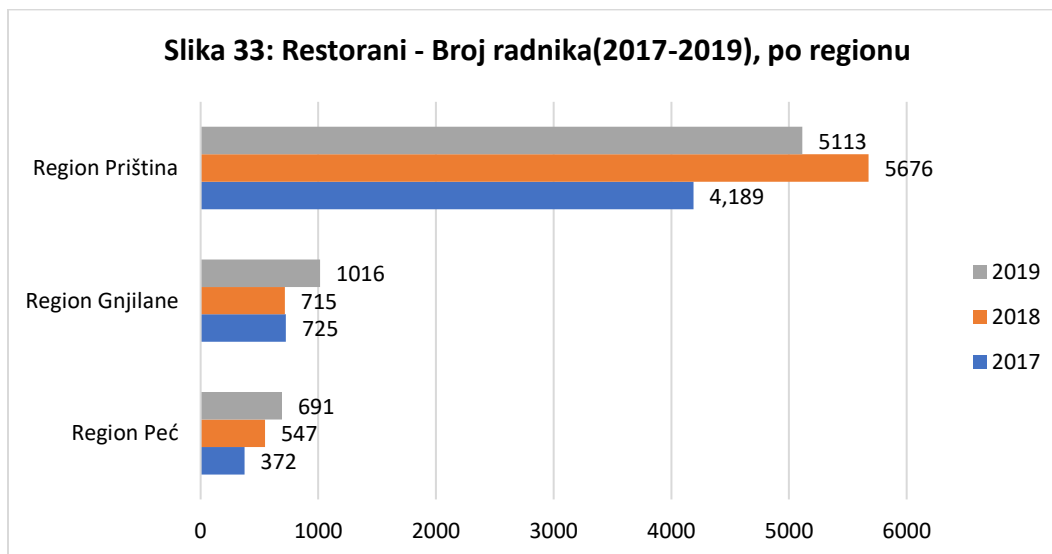
Osim posluživanja hrane i pića u restoranu, 40 posto restorana nudilo je uslugu dostave u 2019 godini, u poređenju sa 21,7 posto u 2018. i 36,0 posto u 2017. Jedna petina, 20,1 posto, nudilo je prostor i usluge za venčanja i porodične zabave u 2019, u poređenju sa 24,1 odsto u 2018 i 26,2 odsto u 2017 godini. Prosečan broj venčanja i porodičnih zabava organizovanih u 2019 godini bio je 31,2 u 2019 godini, u poređenju sa 24,7 u 2018 godini i 22,7 u 2017 godini. Pripadnici kosovske dijaspore bili su najčešći organizatori, što čini 52,8 procenata. Ovo se poredi sa 46,3 procenta u 2018. i 58,5 procenata u 2017 godini. Na pitanje da li su pružali komercijalne turističke proizvode u 2019, velika većina, 97,9 procenata, rekla je "ne", u poređenju sa 98,2 procenta u 2018. i 96,0 procenata u 2017 godini.

### **Zaposlenost**

Podaci o zaposlenosti u restoranima pokazuju da je tokom 2015-2019. Ukupan broj zaposlenih porastao za 53,5%, sa 5.475 u 2015 godini na 8.404 u 2019 godini (videti sliku 32). Pažljiviji uvid u podatke otkriva da je u gotovo svim restoranima koji su intervjuisani u oba perioda zabeležen porast broja radnika.



Raščlanjivanjem podataka po glavnim regionima otkriva se da je region Prištine (5.113) činio najveći broj radnika zaposlenih u restoranima u 2019 godini, zatim Gnjilane (1.016) i Peć (691). Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 33.



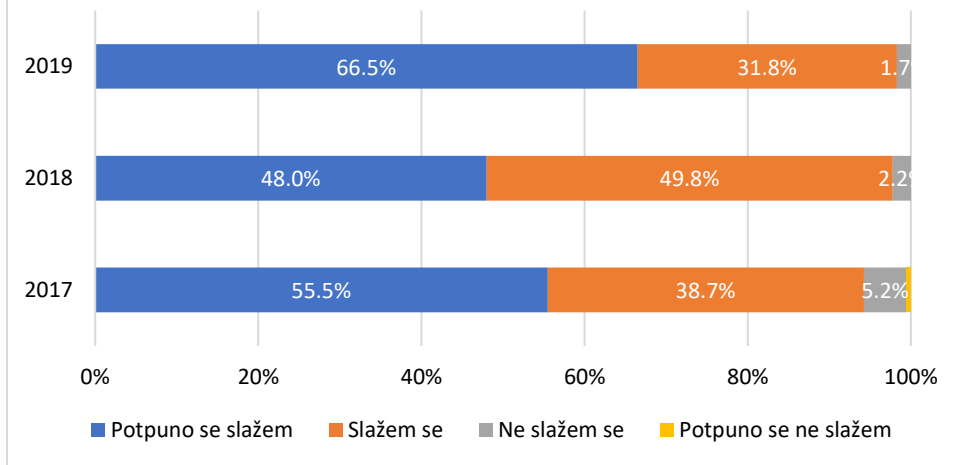
Slede neke demografske kategorije zaposlenosti za restorane u 2019 godini. Od svih zaposlenih, većinu su činili muškarci - 77,5 procenata. Većina radnika, 91,4 odsto, radila je sa punim radnim vremenom. Zanimljiv procenat (1,9 procenta) su činili ne-kosovski Albanci. Štaviše, 11,9 posto restorana zapošljavalo je ne-kosovske Albance. U pogledu starosti, oni koji padaju između 15 i 34 godine čine najčešću grupu sa 68,4 procenta. Za više informacija i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Tabelu 7.



Tabela 7: Demografija zaposlenosti (Restorani)						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	74.4%			25.6%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	63.2%		11.2%	21.3%	4.3%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.9%	0.1%	0.5%	0.2%	0.3%	0.1%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	34.1%	42.0%	19.0%	4.1%	0.9%	0.0%
2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	78.7%			21.5%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	63.2%		15.2%	18.9%	2.6%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.2%	0.3%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	23.8%	55.2%	16.3%	3.9%	0.7%	0.0%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	77.5%			22.5%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	71.7%		5.8%	19.6%	2.8%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.1%	0.2%	0.4%	0.6%	0.6%	0.1%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.0%	48.4%	20.3%	7.9%	1.4%	0.0%

Slično prošlom istraživanju, od restorana se tražilo da podele svoje mišljenje u vezi sa izjavom: "Moji zaposleni imaju dovoljno obrazovanja da ispune moje potrebe." Ispostavilo se da se 98,3 odsto ili 'u potpunosti slaže' ili se 'slaže' sa izjavom, dok je ostalih procenata verovalo u suprotno. Pogledajte sliku 34 da biste uporedili položaj restorana u vezi sa ovom izjavom u 2018 i 2017 godini.

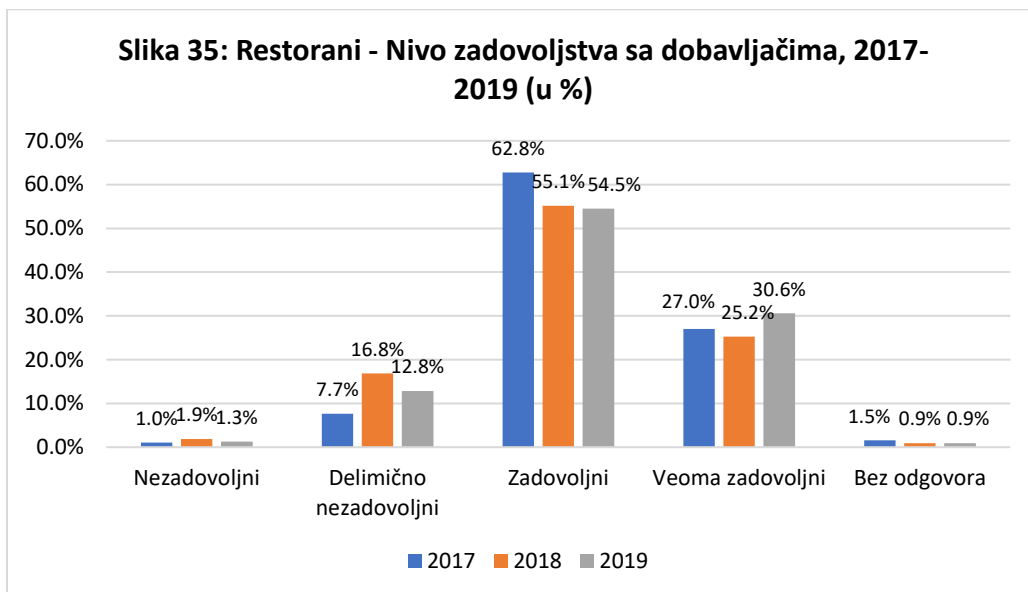
**Slika 34: Restorani - Nivo dogovora sa sledećim stavom  
:"Moji zaposlenici imaju dovoljno obrazovanja da ispune  
moje potrebe ." (u %)**



### Zalihe

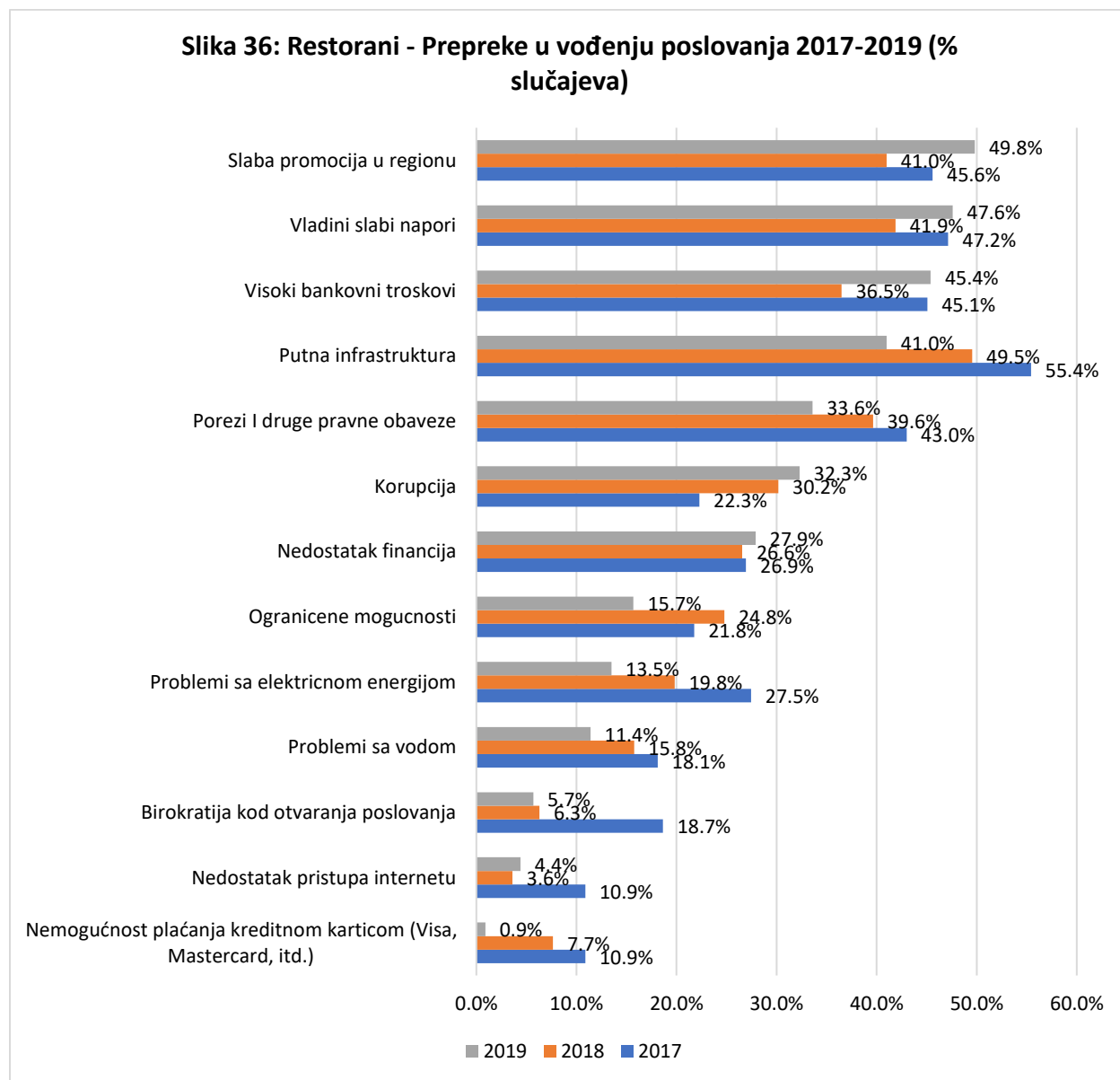
Kao odgovor na pitanje o poreklu zaliha korišćenih u 2019 godini, 60,2 odsto restorana verovalo je da su lokalni, u poređenju sa 65,1 odsto u 2018. i 59,0 u 2017. Opskrba za njihov restoran u 2019 godini uglavnom se dobavljala od veletrgovaca i supermarketa. Još jedno otkriće otkriva da su restorani uglavnom bili zadovoljni dobavljačima; 85,1 odsto restorana izjavilo je da je 2019.godine bilo "zadovoljni" ili "veoma zadovoljni" svojim dobavljačima. Za više informacija o nivou zadovoljstva i upoređivanju podataka sa 2018 i 2017godinom, pogledajte sliku 35.

**Slika 35: Restorani - Nivo zadovoljstva sa dobavljačima, 2017-2019 (u %)**



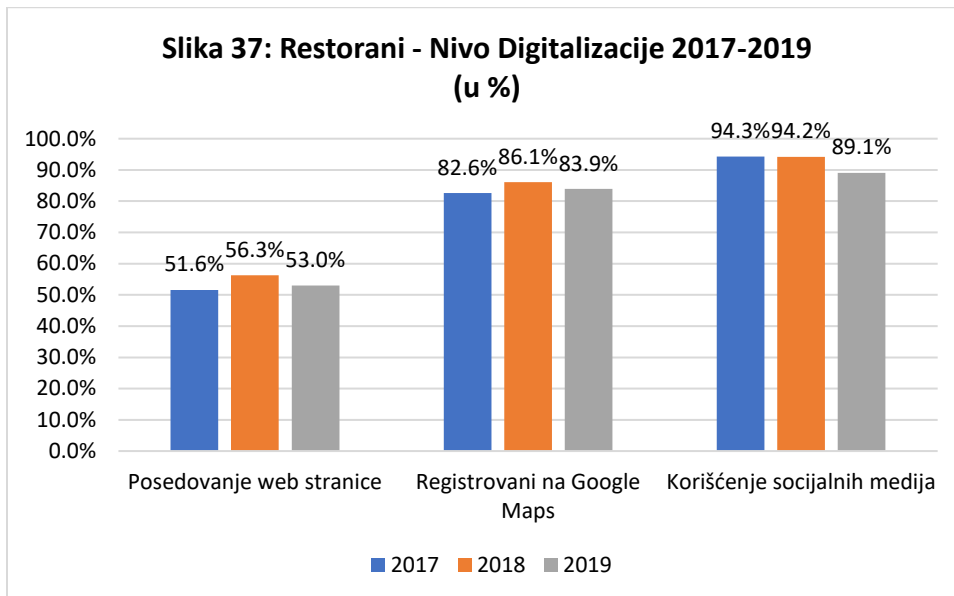
### Prepreke u poslovanju

Potencijalne prepreke za poslovanje u 2019 godini takođe su testirane u restoranima. Ispostavilo se da su ispitanici smatrali da su “najniža promocija regiona” sa 49,8 odsto, “niski napori vlade” sa 47,6 odsto i “visoki bankarski troškovi” sa 45,4 odsto svih slučajeva najteže operative barijere. Za detaljnije informacije i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 36.



## **Digitalizacija**

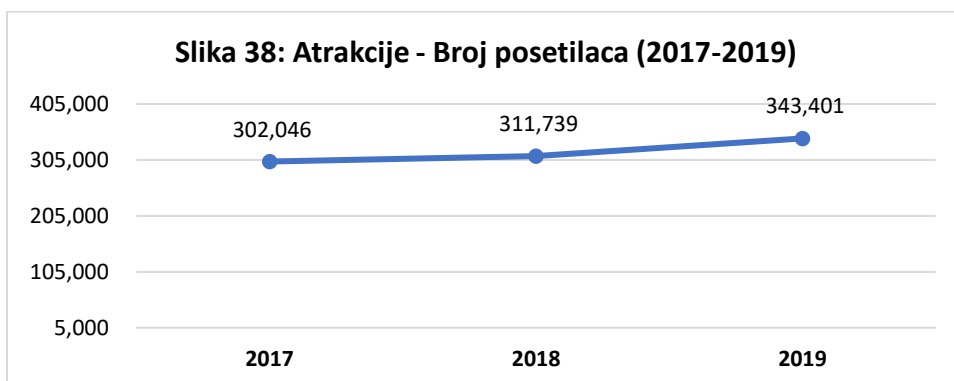
Više od polovine restorana, 53,0 odsto, imalo je svoje veb lokacije u 2019 godini, a 83,9 odsto je bilo registrovano u Google mapama. Veći procenat (89,1 odsto) koristi društvene medije za promociju svojih usluga. Da biste uporedili podatke sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 37.



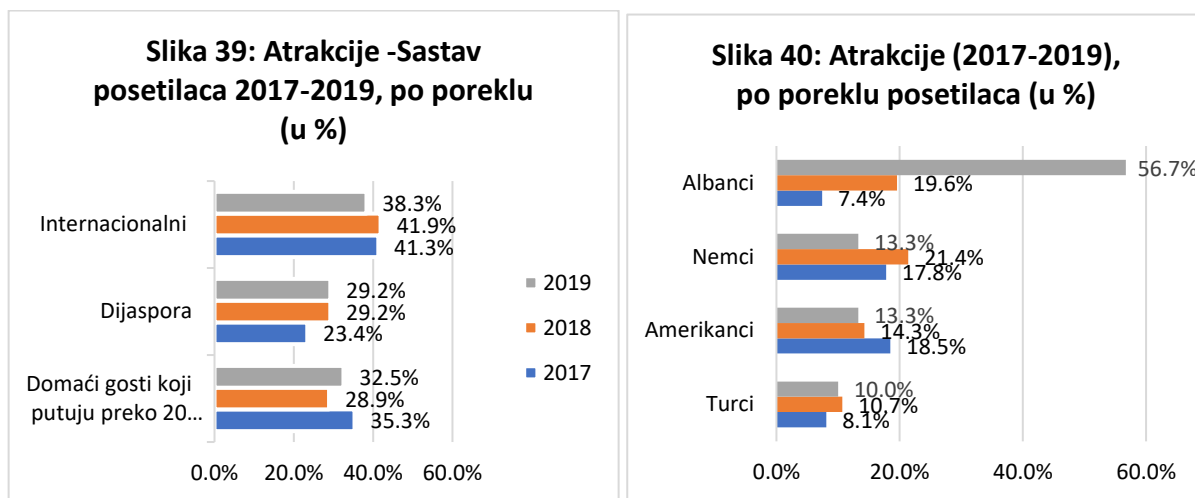
## 3.4. Atrakcije

### **Broj posetilaca i njihove karakteristike**

Sve je veći broj posetilaca u turističkim atrakcijama tokom poslednje tri godine, sa 302.045 u 2016 godini na 343.401 u 2019 godini (videti sliku 38). Imajte na umu da su ove cifre uzete samo iz intervjuisanih atrakcija. Kao takvi, oni ne prikazuju ukupan broj poseta u zemlji, već samo indicaciju trenda. To je zato što nisu postojale dostupne informacije o tačnom pejzažu stanovništva.

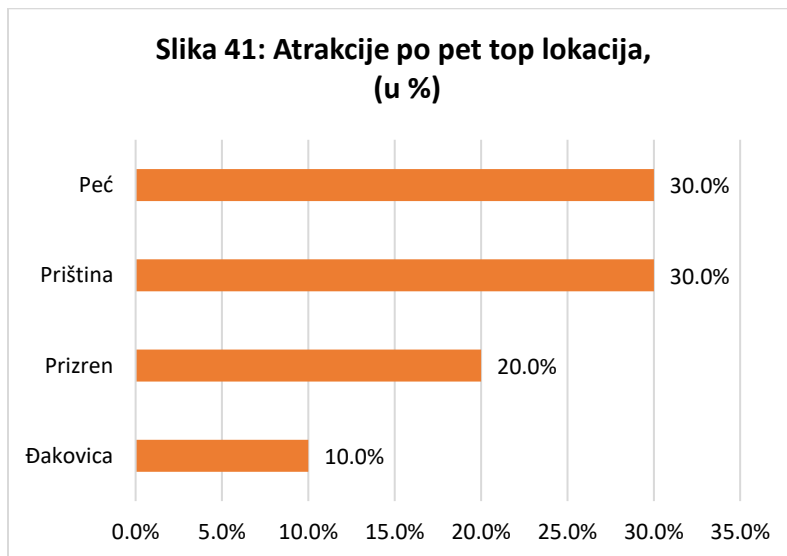


U 2019 godini, u strukturi posetilaca u atrakcijama dominirali su internacionalci sa 38,3 procenta, zatim dijaspora sa 29,2 procenta i domaći posetioци (oni koji prelaze više od 20 km) sa 32,5 procenta. Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 39. Dalja analiza nalaza otkriva da su Albanci, Nemci, Amerikanci i Turci činili većinu posetilaca u 2019 godini (za poređenje sa 2018 i 2017 godinom, slika 40).



### Lokacija i cene

U 2019 godini većina atrakcija širom Kosova bila je koncentrisana u Peći, Prištini, Prizrenu i Đakovici (vidi Sliku 41).



### Prihodi

U poređenju sa 2018 godinom, 52,0 odsto atrakcija je nastupilo "mnogo bolje" ili "bolje", 44 procenta je nastupilo kao prethodne godine; u ostalom je bilo gore. Imajte na umu da verska mesta i neki drugi spomenici kulturnog nasleđa uopšte ne donose prihode, pa im ovo pitanje nije postavljeno.

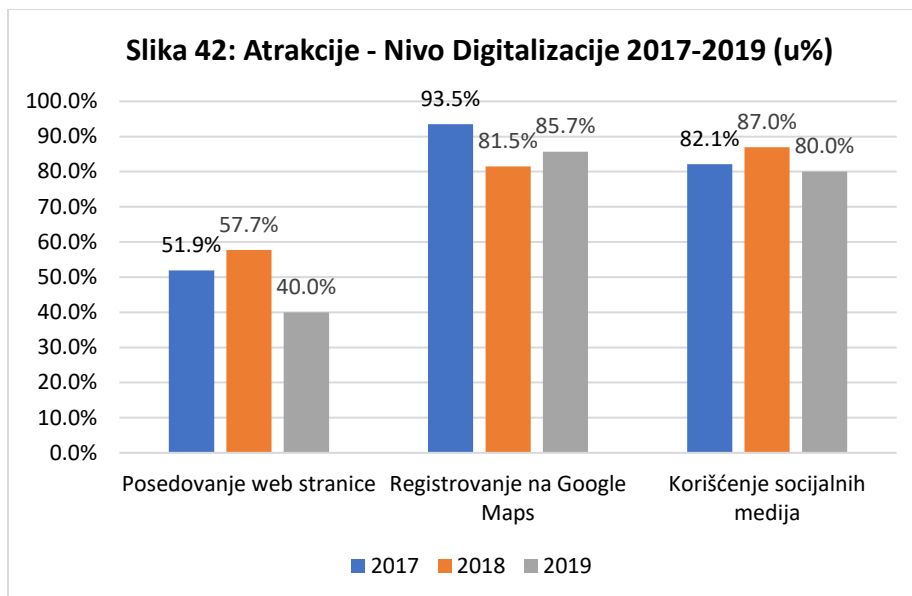
## Zaposlenost

U 2019 atrakcijama su blago dominirale radnice sa 52,7 procenata. Većina (84,4 procenta) radila je sa punim radnim vremenom. Nevećinske zajednice činile su samo 3,3 procenta svih radnika. Prema starosnoj grupi, 64,9 posto je imalo 25-44 godine. Za detaljnije rezultate i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, videti tabelu 8.

Tabela 8: Demografija zaposlenosti (Atrakcije)						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	73.6%			26.4%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v.(Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	60.0%		13.6%	24.4%	2.0%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	84.3%	13.2%	0.9%	0.9%	0.6%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	13.7%	28.9%	36.5%	14.4%	5.3%	1.1%
2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	55.8%			44.2%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v.(Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	46.9%		0.4%	51.6%	1.1%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	96.4%	0.0%	0.9%	0.9%	1.8%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	4.8%	22.1%	47.1%	19.2%	6.7%	0.0%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	47.3%			52.7%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v.(Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v.(Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	47.8%		8.0%	33.6%	10.6%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	96.7%	0.7%	0.4%	0.7%	1.5%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	5.9%	26.2%	38.7%	18.4%	10.5%	0.3%

## Digitalizacija

Nalazi otkrivaju da je 40,0 procenata imalo sopstvene veb lokacije u 2019 godini, dok je 85,7 procenata svih atrakcija bilo registrovano u Google mapama. Štaviše, 80,0 procenata je tvrdilo da je koristilo društvene mreže u promotivne svrhe. Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 42.



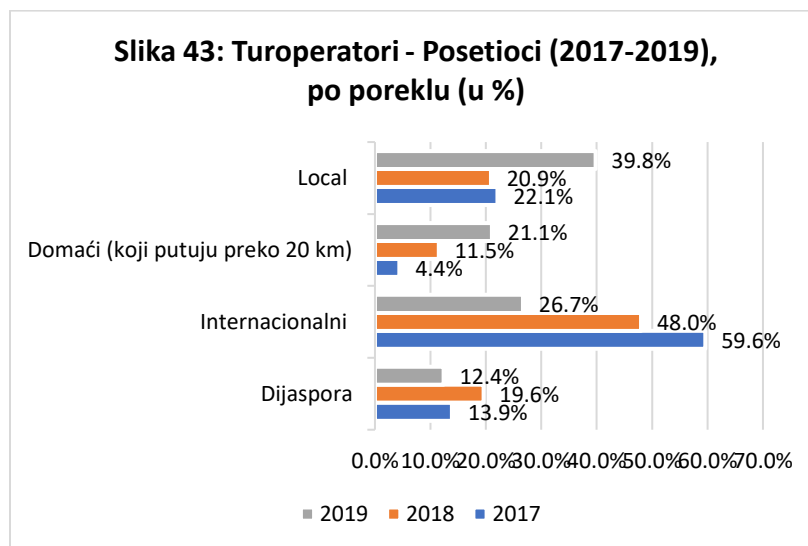
### 3.5. Turoperatori

#### **Obilasci, cene i promet**

U 2019 godini 71,0 procenata turoperatora radilo je i sa dolaznim i sa odlaznim turistima, u poređenju sa 51,6 procenata u 2018 godini. i 56,5 procenata u 2017. Ostatak je radio samo sa dolaznim turistima. Ukupan broj prodatih tura u 2019. godini iznosio je 2.133 (1.326 u 2018. i 525 u 2017.), dok je prosečan broj ljudi po turi bio 17,9 (14,8 u 2018. i 17,4 u 2017.). Prosečni godišnji promet po turoperatoru u 2019 godini iznosio je 42.631 EUR, u poređenju sa 35.444 EUR u 2018. i 26.000 EUR u 2017 godini.

#### **Sastav posetilaca**

U 2019 godini, klijentelu turoperatora uglavnom su činili lokalni stanovnici u 2019 godini (39,8 procenata) i internacionalci (26,7 procenata). Za više informacija i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Sliku 43.



## Zaposlenost

Sljede neke demografske kategorije zaposlenosti za turooperatore u 2019 godini. Prosečan broj zaposlenih koji su radili za turooperatore bio je 4,53 u 2019. u poređenju sa 4,46 u 2018. i 4,61 u 2017. Nalazi otkrivaju da su 59,2 odsto radnika turooperatora bili muškarci. Samo oko polovine njih radilo je sa punim radnim vremenom. Kosovski Albanci činili su 97,6 procenata svih radnika. Oni stari između 25-44 godine činili su većinu radnika, 79,1 odsto. Za više informacija i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Tabelu 9.

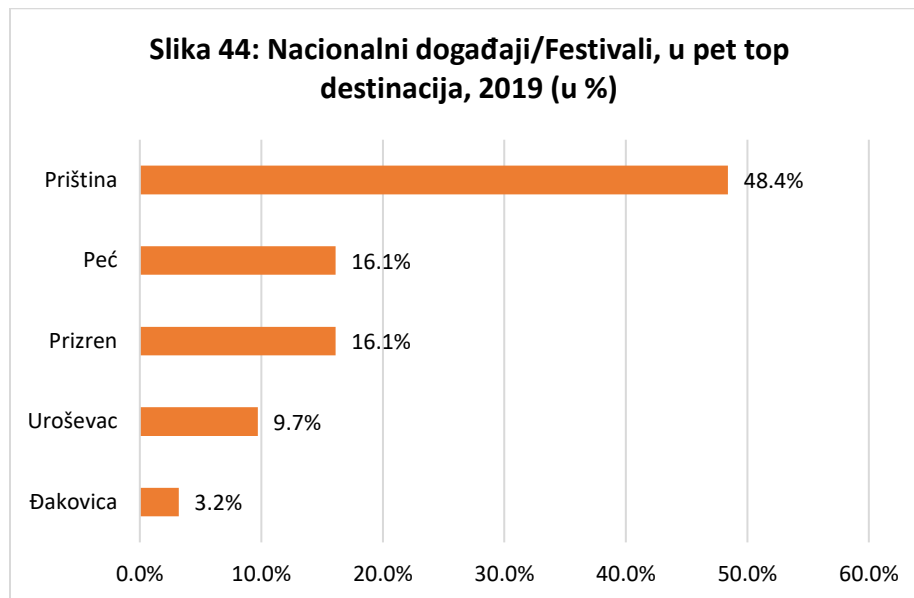
Tabela 9: Demografija zaposlenosti (Turooperatori)						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	59.2%			40.8%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v.(Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v.(Žene)	
	23.7%		35.5%	26.0%	14.8%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	96.7%	0.0%	0.8%	0.8%	0.0%	1.7%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.9%	52.4%	24.4%	3.7%	0.6%	0.0%
2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	69.9%			30.1%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v.(Muškarci)	Puno r.v.(Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	33.3%		36.6%	16.3%	13.7%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	95.3%	2.0%	2.0%	0.0%	0.7%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	22.2%	56.7%	15.6%	4.4%	1.1%	0.0%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	52.9%			47.1%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v.(Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	40.0%		12.9%	38.8%	8.2%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	97.6%	0.0%	1.2%	0.0%	1.2%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	16.4%	58.2%	20.9%	3.0%	1.5%	0.0%



### 3.6. Nacionalni događaji/Festivali

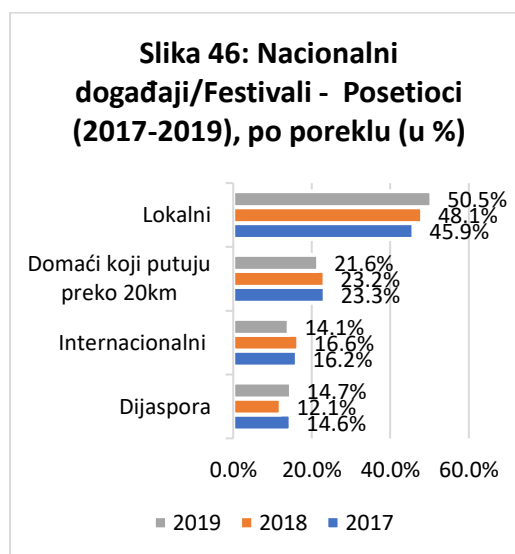
#### **Opšti podaci**

U 2019 godini većina nacionalnih događaja / festivala bila je koncentrisana u Prištini (48,4 procenta), Peći (16,1 procenta) i Prizrenu (16,1 procenta). Za više informacija pogledajte sliku 44.



#### **Broj posetilaca i njihove karakteristike**

Intervjuisani događaji / festivali zabeležili su pozitivan trend tokom poslednje tri godine, pri čemu se broj posetilaca povećao sa 726.390 u 2017 godini na 905.000 u 2019 godini. (vidi sliku 45). Ove vrednosti treba oprezno tumačiti jer one ukazuju samo na trend, a ne na ukupan broj posetilaca u zemlji. U 2019 godini, ukupnom klijentelom dominirali su domaći stanovnici sa 50,5 odsto, zatim domaći posetioци sa 21,6 odsto, internacionalni sa 14,1 i dijaspora sa 14,7 odsto. Da biste napravili poređenja sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte sliku 46.

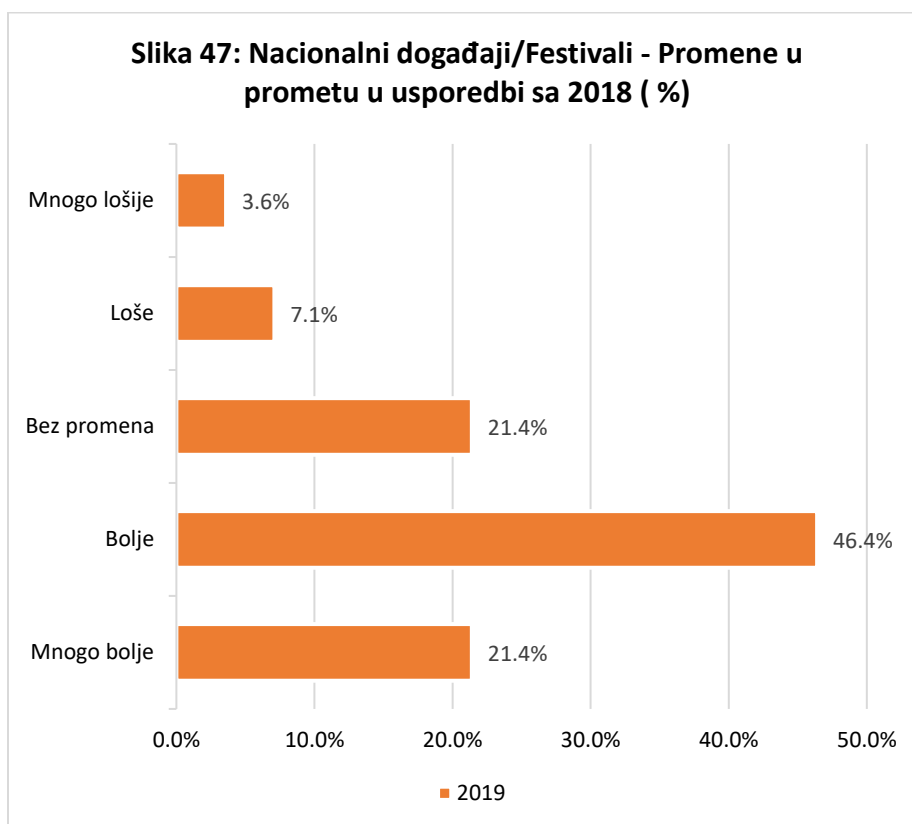


## Cene

Cena ulaznice za festivale u 2019 godini iznosila je u proseku 7,0 EUR, u poređenju sa 6,8 EUR u 2018. i 6,0 EUR u 2017. Na pitanje o prosečnim troškovima posetilaca po noći u 2019 godini, predstavnici događaja / festivala rekli su da je iznosila 13,6 EUR, u poređenju sa 14,9 EUR u 2018 i 19,5 EUR u 2017 godini.

## Prihodi

Podaci o prihodu pokazuju da je u 2019 godini 67,8 događaja / festivala izvedeno “bolje” ili “mnogo bolje” u odnosu na 2018 godinu; za razliku od 10,7 procenata koji su se pokazali “lošije” ili “mnogo lošije”; za 21,4 procenta, bilo je isto, videti sliku 47.



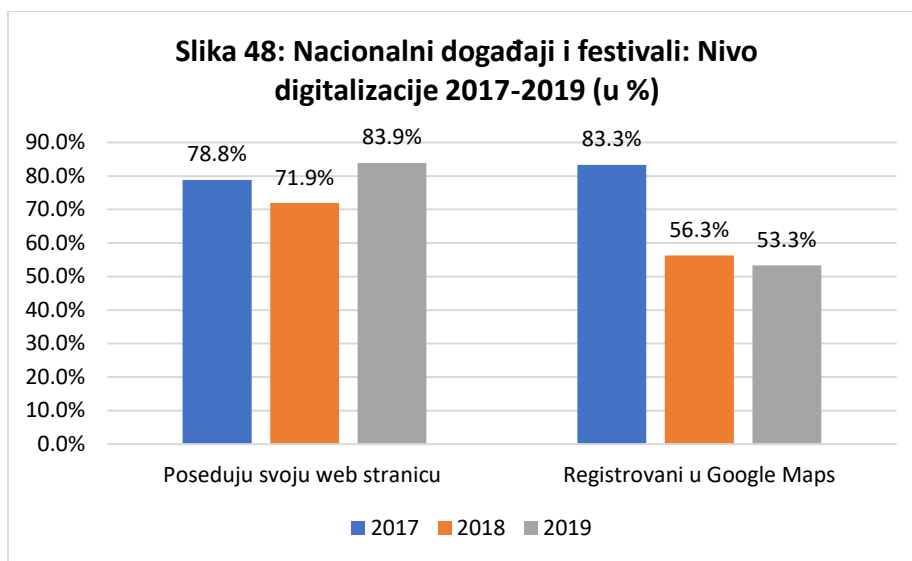
## Zaposlenost

Većina (68,4 odsto) zaposlenih u nacionalnim događajima i festivalima u 2019 godini bili su muškarci. Procenat onih koji rade sa skraćenim radnim vremenom nije bio tako visok kao nekada prethodnih godina, i iznosio je 26,7 procenata. Nekosovski Albanci činili su zanemarljiv procenat u 2019 godini (1,3 procenta). Dominirali su oni starosti između 15 i 34 godine, koji su činili 86,4 posto svih radnika. Za više informacija i upoređivanje sa 2018 i 2017 godinom, pogledajte Tabelu 10.

Tabela 10: Demografija zaposlenosti (Događaji/Festivali)						
2017						
Pol	Muškarci			Žene		
	70.6%			29.4%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v. (Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	25.7%		44.9%	9.1%	20.3%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.9%	0.5%	0.3%	0.1%	0.5%	0.1%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	18.5%	59.6%	20.3%	1.5%	0.2%	0.0%
2018						
Pol	Muškarci			Žene		
	70.9%			29.1%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v.(Muškarci)		Pola r.v.(Muškarci)	Puno r.v. (Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	26.7%		44.2%	11.3%	17.8%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	96.1%	0.5%	0.9%	1.7%	0.8%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	35.9%	58.4%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%
2019						
Pol	Muškarci			Žene		
	68.4%			31.6%		
Puno radno vreme ili pola	Puno r.v. (Muškarci)		Pola r.v.(Muškarci)	Puno r.v.(Žene)	Pola r.v. (Žene)	
	51.0%		17.5%	22.4%	9.2%	
Etnicitet	Kos Albanci	Kos Srbi	Turci	RAE	Bošnjaci	Ostali
	98.7%	0.3%	0.3%	0.5%	0.2%	0.0%
Starosna grupa	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65<
	31.2%	55.2%	10.2%	3.0%	0.4%	0.0%

### **Digitalizacija**

Nalazi iz 2019 godine na nivou digitalizacije otkrivaju da je 83,8 odsto imalo svoje veb stranice. Štaviše, 53,3 posto svih događaja / festivala bilo je registrovano u Google mapama. Da biste uporedili 2018 i 2017 godinu, pogledajte sliku 48.



## 4. Ekonomski uticaj

Ova sekcija ispituje ekonomski uticaj smeštaja, apartmana Airbnb i restorana u 2019 godini i upoređuje ukupne rezultate sa 2018 i 2017 godine. Konkretno, procenjuje se ukupan prihod koji generiše svaki akter. Pored toga, obezbeđuje i ukupan broj zaposlenih radnika. Zbog nepoznate veličine stanovništva, ovaj pristup se nije mogao proširiti na druge aktere lanca vrednosti.

### 4.1. Smeštaji

Polazna tačka ove ekonomske analize bio je ukupan broj raspoloživih noćenja u sobi godišnje. Ova cifra je pomnožena sa prosečnom stopom popunjenosti da bi se generisao ukupan broj zauzetih soba godišnje. Budući da se ovaj izveštaj fokusira na turizam, lokalno stanovništvo je oduzeto. Prosečne cene (prilagođene uzimajući u obzir i superior sobe) bile su višestruke sa ukupnim brojem zauzetih soba godišnje, isključujući lokalno stanovništvo. Ovo je proizvelo procenjeni prihod od smeštaja iz uzorka. Da bi bio reprezentativan, primenjen je bruto faktor povećanja. Ukupan prihod sektora u 2019 godini iznosio je **51,7 mil. EUR**. Isti pristup je korišćen i za ostvarivanje prihoda od stanova Airbnb. Procenjeni prihod ove kategorije smeštaja u 2019 godini dostigao je vrednost od **7,8 mil. EUR**. Za više informacija o glavnim koracima pristupa, pogledajte Tabelu 11 i Tabelu 12.

<b>Tabela 11: Ekonomski uticaj – Smeštaji (Izuzev Airbnb Apartmana)</b>					
<b>(a) Broj dostupnih soba-Noćenja po godini*</b>					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
485,815	657,730	264,260	105,485	42,705	92,710
<b>(b) Prosečna stopa popunjenosti (%)</b>					
56.60%					
<b>(c) Broj dostupnih Soba-Noćenja okupiranih po godini (a*b)</b>					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
274,971	372,275	149,571	59,705	24,171	52,474
<b>(d) Proporcija Soba –Noćenja okupiranih od strane lokalaca (%)</b>					
15.70%					
<b>(e) Broj Soba-Noćenja okupiranih po godini, izuzev lokalaca (c-d)</b>					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
231,801	313,828	126,088	50,331	20,376	44,235
<b>(f) Prosečna cena (€)**</b>					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
32	44.25	57.65	66.85	82.1	75.4
<b>Procenjeni prihod od smeštaja iz uzorka (g) (€) <math>\Sigma</math> (e*f)</b>					
36,946,374					
<b>(h) Bruto gornji faktor /Koeficient</b>					
1.401					
<b>(i) Procenjeni prihod u sektoru smeštaja (€) (g*h)</b>					
<b>51,761,870</b>					
*obuhvata i Airbnb stanove					
**Prilagođeno uzimajući u obzir cene superiornih soba					

Tabela 12: Ekonomski uticaj – Airbnb Apartmani					
(a) Broj dostupnih Soba Room-Noćenja po godini*					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
3285	7665	3285	1825	255 5	1095
(b) Prosečna stopa popunjenosti (%)					
59.30%					
(c) Broj Soba-Noćenja po godini (a*b)					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
1948	4545	1948	1082	151 5	649
(d) Proporcija Soba-Noćenja okupiranih od lokalaca (%)					
4.80%					
(e) Broj Soba-Noćenja okupiranih po godini, isključujući lokalce (c-d)					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
1855	4327	1855	1030	144 2	618
(f) Average Prices (€)**					
Jednokrevetna soba	Dvokrevetna soba	Trokrevetna soba	Četvorokrevetna soba	Vila	Drugo
27	29.7	31	52.3	76.6	35
(g) Procenjeni prihod od sektora smeštaja iz uzorka (€) $\Sigma$ (e*f)					
422,084					
(h) Bruto gornji Faktor/Koeficijent					
18.5					
(i) Procenjeni prihod u sektoru smeštaja (€) (g*h)					
<b>7,808,561</b>					

#### 4.2. Restorani

Slično slučaju smeštaja, broj poseta klijenata u 2019 godini uzet je kao početna cifra. Nakon izuzimanja lokalnog stanovništva, ova cifra je pomnožena sa prosečnom cenom hrane i pića po poseti sa druge strane, i prosečnom cenom samo pića, s druge strane. To je proizvelo procenjeni prihod koji su stvorili uzorkovani restorani. Nakon primene bruto faktora rasta, ostvaren je ukupan procenjeni prihod restorana za 2019 godinu, koji iznosi **158,5 mil. EUR**.

Tabela 13: Ekonomski uticaj – Restorani	
<b>(a) Broj poseta klijenata po godini</b>	
21,840,140	
<b>(b) Proporcija lokalaca (%)</b>	
47.05%	
<b>(c) Broj poseta klijenata po godini, izuzev lokalaca (a-b)</b>	
11,564,354	
<b>(d) Hrana i piće prema ukupnom prihodu (%)</b>	
<b>Hrana i piće</b>	<b>Samo piće</b>
62%	38%
<b>(e) Prosečna cena (€)</b>	
<b>Hrana i piće</b>	<b>Samo piće</b>
7.5	3
<b>(f) Ukupni procenjeni prihod od uzorka (€) (c*d*e)</b>	
<b>Hrana i piće</b>	<b>Samo piće</b>
53,774,247	13,183,364
<b>(g) Bruto gornji faktor/Koeficient</b>	
2.368	
<b>(h) Procenjeni prihod sektora restorana (€) <math>\Sigma(f*g)</math></b>	
<b>158,555,621</b>	

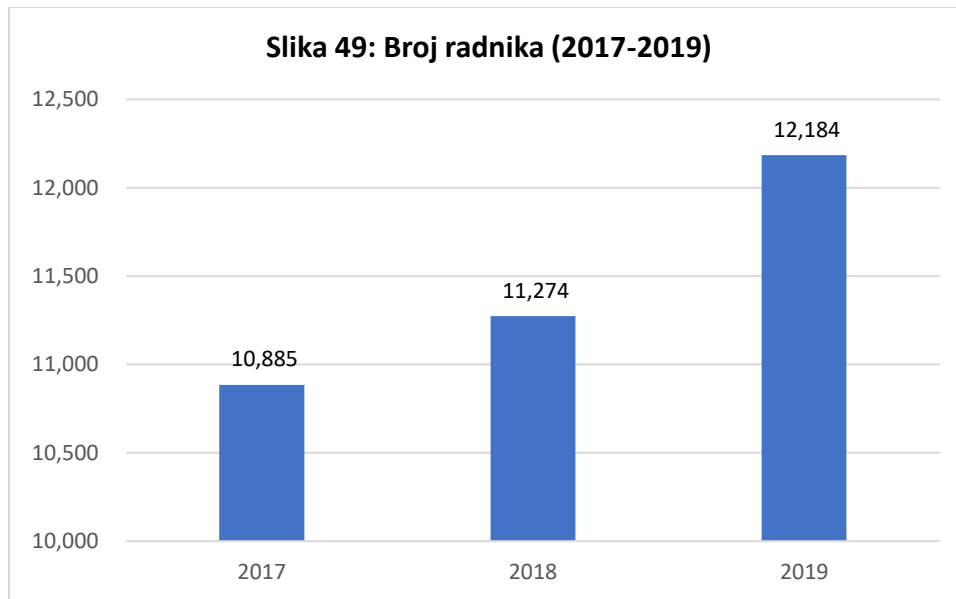
#### 4.3. Ukupna procenjena zarada i zaposlenost

Tokom 2017-2019 godine, ukupni procenjeni prihod od smeštaja, apartmana Airbnb i restorana povećan je za oko 56,2 procenta, sa 139,6 miliona. EUR na 218,1 mil. EUR. Najzapaženiji porast zabeležen je u restoranima, 66,0 procenta. Za detaljnije informacije pogledajte Tabelu 13.

Tabela 13: Procenjeni prihodi (€), 2017-2019 <sup>4</sup>				
Godina	Smeštaji	Airbnb Apartmani	Restorani	Ukupno
2017	37,911,108	6,249,743	95,521,337	<b>139,682,188</b>
2018	42,384,201	7,460,332	140,712,183	<b>190,556,716</b>
2019	51,761,870	7,808,561	158,555,621	<b>218,126,052</b>

Ukupan broj radnika u odnosu na 2017 godinu povećan je za 11,0 procenta, sa 10.885 u 2017 godini na 12.184 u 2019 godini (videti sliku 49).

<sup>4</sup> U slučaju smeštaja u restoranima, jedan deo prihoda dodeljen je smeštaju, a drugi restoranima. Podela je izvršena na osnovu izjava datih u anketi.



## 5. Efekti pandemije Covid-19

Sektor turizma je jedan od najteže pogođenih pandemijom covid-19. Da bi se mogli izmeriti neki od efekata pandemije na ključne aktere u sektoru na Kosovu, u upitnik je uveden skup specifičnih pitanja o pandemiji. S obzirom na to da se terenski rad odvijao u oktobru 2020 godine, bilo je moguće prikupiti podatke koji beleže efekte kompletnih meseci zaključavanja, počev od sredine marta do oko sredine juna, kao i proceniti efekat u sledećem tekstu -zaključani meseci.

Metodologija za procenu ekonomskog uticaja COVID-19 urađena je na osnovu informacija koje su prikupila MSP. U početku su pretpostavljena tri perioda 2020 godine: (a) period pre izbijanja COVID-19 - kada se nije pretpostavljao nikakav ekonomski uticaj kao rezultat pandemije, (b) period tokom potpunog zaključavanja - kada su MSP bila potpuno zatvorena, a samim tim i ne generišu nikakav promet i (c) period nakon ponovnog otvaranja - kada su na sektor uticale razne mere od ograničenja putovanja do policijskog sata. Što se tiče uticaja na radna mesta, MSP su direktno pitana da li moraju da otpuste bilo kog zaposlenog zbog uticaja COVID-19.

Da bi se procenio uticaj COVID-19 na turistički sektor na Kosovu, procenjeni su gubici za period tokom potpune blokade (a) i gubici za period nakon ponovnog otvaranja. Ova procena je urađena za tri odvojene kategorije: smeštaj kao što su hoteli, Airbnb jedinice i restorani. Proračuni ekonomskog uticaja za dva perioda (a i b) rađeni su u sledećoj formuli:

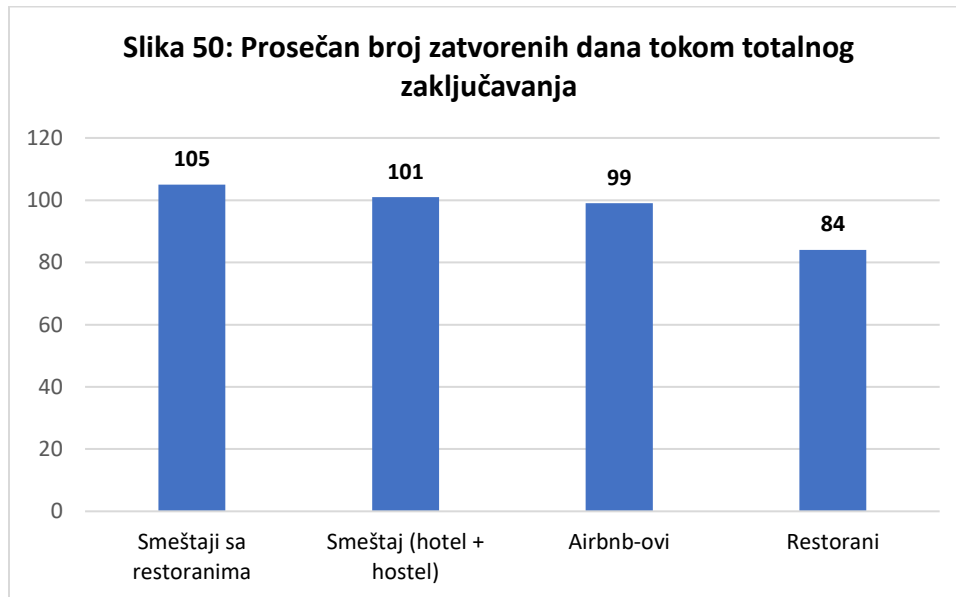
- Za period potpunog zaključavanja (a) prikupljane su informacije o dužini ukupnog zatvaranja svih MSP, iz čega proizilazi prosečan broj ukupnih dana zatvaranja određene kategorije MSP. Uticaj za ovaj period izračunat je množenjem prosečnog dnevnog prometa kategorije MSP (na osnovu podataka iz Ankete o turističkoj ponudi 2018) sa prosečnim brojem dana potpunog zatvaranja i ukupnim brojem pogođenih MSP. Za ovaj period izračunata su dva ograničenja, jedno sa dnevnim prometom kategorije MSP (gornja granica), a drugo sa sezonski prilagođenim dnevnim prometom kategorije MSP (donja granica).



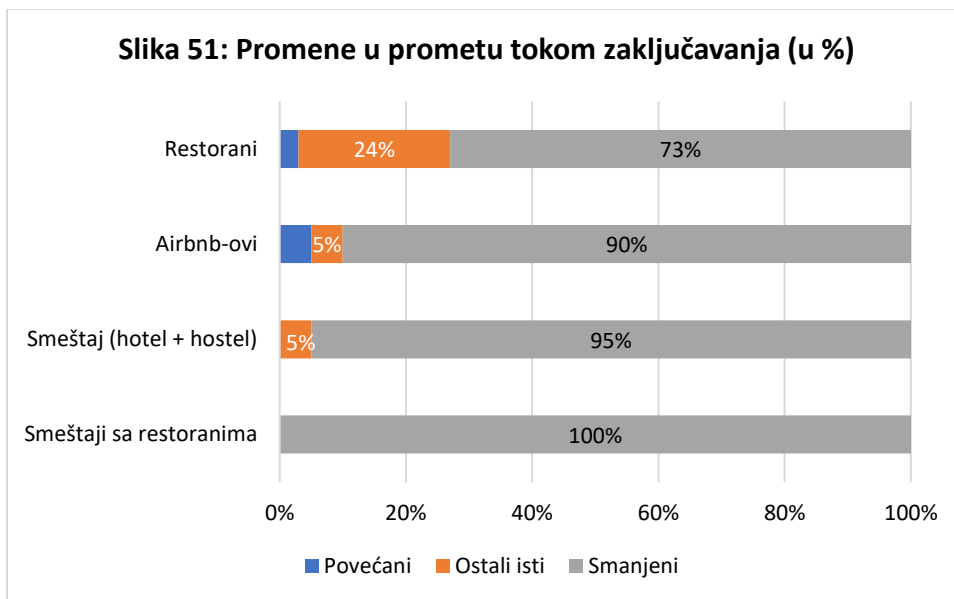
- Za period nakon ponovnog otvaranja prikupljene su informacije o procentu MSP sa smanjenom prodajom i o procentu pada prodaje. Ovi procenti su potom pomnoženi sa brojem dana od ponovnog otvaranja do kraja 2020. godine, sa prosečnim dnevnim prometom kategorije MSP i ukupnim brojem ukupnog broja MSP.

Detaljni rezultati procene ekonomskog uticaja predstavljeni su na tabeli 14.

Tokom perioda potpunog zaključavanja, smeštaji u restoranima bili su zatvoreni u proseku 108 dana, smeštaj (bez restorana) 101 dan, Airbnb-ovi 99 dana i restorani 84 dana - vidi sliku 50.



Svi intervjuisani restorani sa smeštajem zabeležili su pad prometa tokom meseci zaključavanja u odnosu na isti period prethodne godine. To je bio slučaj i za 95 posto smeštaja bez restorana i 90 posto Airbnb-ova. U slučaju restorana, udeo firmi koje su doživele pad je nešto manji i iznosi 73 procenta. Oni restorani koji su zadržali promet bez uticaja ili su čak imali povećanje uspeli su to da urade putem dostavnih službi. S druge strane, većini restorana nedostaje infrastruktura i iskustvo za uspešno obavljanje posla sa dostavom. Pogledajte sliku 51 za više informacija. Veličina smanjenja prometa bila je najveća u smeštajima sa restoranima i Airbnb-ovima, dostigavši prosek od 80 procenata, odnosno 72 procenta. Samo u smeštajima bez restorana i restorana, veličina je bila nešto niža, u proseku 62 procenta, odnosno 54 procenta.



Pandemija je takođe u velikoj meri uticala na zaposlenost (vidi sliku 52). U obe kategorije smeštaja, otprilike polovina je izjavila da je doživela pad broja zaposlenih, dok je druga polovina izvestila da nije imala promena u tom pogledu. S druge strane, u Airbnbs-u, možda uglavnom zato što njima vlasnici uglavnom upravljaju, u 95 posto slučajeva nije došlo do promena u zapošljavanju. Većina restorana (77 procenata) takođe nije prijavila nikakve promene u broju zaposlenih niti čak povećanje, za razliku od 23 procenta koji su izjavili da su raskinuli ugovore sa nekim zaposlenima. Prosečan pad zaposlenih u onim firmama koje su prijavile da imaju pad varira od 5,33 u smeštajima bez restorana do 5,50 u restoranima.

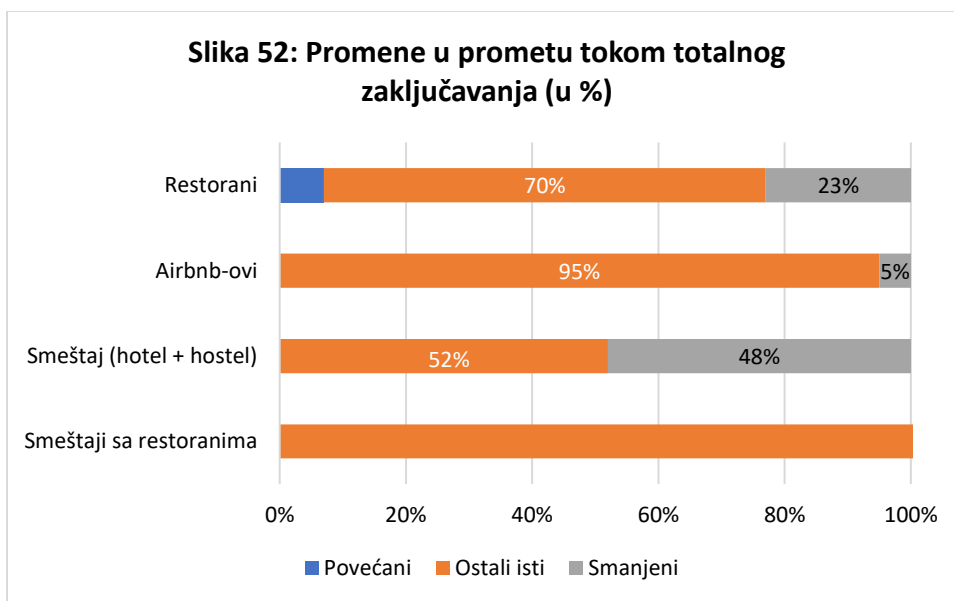


Tabela 14 predstavlja procenjene gubitke prihoda od sredine marta, kada je uvedena potpuna blokada, do kraja godine. U celom ovom periodu procenjuju se da se ukupni gubici prihoda u smeštajima, Airbnbs-ima i restoranima kreću između 98,6 miliona. EUR (scenario I) na 110,2 mil. EUR (scenario II). Minimalna vrednost procenjenih gubitaka predstavlja: (i) gubitke tokom ukupnog perioda zaključavanja, generisane primenom prosečnog procenta opadanja na prosečni godišnji promet (uključeni su samo dani

zaključavanja), prilagođen sezonalnosti na osnovu godišnjih podataka o snabdevanju PPSE; i (ii) gubici tokom perioda potpune blokade, generisani primenom prosečnog procenta pada na prosečni godišnji promet na osnovu podataka o snabdevanju PPSE za 2019. Jedina razlika u maksimalnoj vrednosti je što sezonski efekat nije primenjen za procenu gubitaka tokom ukupnog perioda zaključavanja. Najviše pogođeni turistički subjekti bili su restorani sa procijenjenim gubicima u rasponu od 64,4 miliona. EUR na 72,1 mil.

Tabela 14: Procenjeni efekti pandemije Covid-19 - Prihodi u EUR					
	(a) Tokom potpunog zaključavanja (Scenario I) <sup>5</sup>	(b) Tokom potpunog zaključavanja (Scenario II)	(c) Nakon potpunog zaključavanja	(d) Ukupni procenjeni gubici po kategorijama - Scenario I (a+c)	(e) Ukupni procenjeni gubici po kategorijama - Scenario II (b+c)
Procenjeni gubici prihoda u smeštajima (EUR)	11,262,816	14,819,494	18,501,323	<b>29,764,139</b>	<b>33,320,817</b>
Procenjeni gubici prihoda u Airbnbs-u (EUR)	1,757,889	2,117,938	2,675,534	<b>4,433,423</b>	<b>4,793,472</b>
Procenjeni gubici prihoda u restoranima (EUR)	28,826,715	36,489,513	35,617,935	<b>64,444,650</b>	<b>72,107,448</b>
<b>Ukupni procenjeni gubici prihoda (EUR)</b>	<b>41,847,420</b>	<b>53,426,946</b>	<b>56,794,792</b>	<b>98,642,211</b>	<b>110,221,737</b>

Procenjeni gubici posla u analiziranom periodu su 1.435. To je za oko 12 procenata manje u poređenju sa 2019. Gubici posla u restoranima procenjuju se na 740, dok u smeštajima 695 (pogledajte sliku 53).

<sup>5</sup>Smeštaji - pretpostavljajući 76% proseka u niskoj sezoni (na osnovu sezonske varijacije istraživanja ponude sa godišnjeg prosečnog prometa)

Airbnbs - pretpostavljajući 83% proseka u niskoj sezoni (na osnovu sezonske varijacije istraživanja na strani ponude u odnosu na prosečni godišnji promet)

Restorani - pretpostavljajući 79% proseka u niskoj sezoni (na osnovu sezonske varijacije istraživanja ponude sa godišnjeg prosečnog prometa)

**Slika 53: Procena efekta pandemije Covid-19 - Broj zaposlenih**

