

PRELOG
O TURISTIČKOM
SNABDEVANJU
NA KOSOVU
2018

Pripremljeno od strane:

Promoting Private Sector Employment (PPSE)

(Promovisanje zapošljavanja u privatnom sektoru)

Projekat PPSE je implementiran od strane Swisscontact-a kao vodećeg implementatora u konzorcijumu sa Riinvest Institutom. Finansiran je od strane Švajcarske Agencije za Razvoj i Saradnju na Kosovu (SDC)



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod | 4 |
| 2. Metodologija | 5 |
| 2.1. Dizajn upitnika | 5 |
| 2.2. Popisivači | 5 |
| 2.3. Dizajn uzorka | 5 |
| 2.4. Terenski rad | 6 |
| 2.5. Obrada i Analiza podataka | 6 |
| 3. Nalazi Ankete | 7 |
| 3.1. Smeštaj sa restoranima | 7 |
| 3.2. Smeštaj (bez restorana) | 18 |
| 3.3. Restorani | 25 |
| 3.4. Atrakcije | 33 |
| 3.5. Turoperatora | 36 |
| 3.6. Nacionalni događaji/Festivali | 38 |
| 4. Ekonomski uticaj | 41 |
| 4.1. Smeštaj | 41 |
| 4.2. Restorani | 43 |
| 4.3. Ukupna procena prihoda i zaposlenost | 44 |

1. Uvod

Ovaj izveštaj predstavlja glavne nalaze istraživanja koje je sprovedeno na uzorku od 495 glavnih aktera snabdevanja u turističkom sektoru na Kosovu, uključujući: smeštaj, restorane, atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festivale. Iako je istraživanje sprovedeno tokom meseca maja i juna 2019 godine, sadrži podatke za 2018. godinu. Slična anketa provedena je sa istom grupom aktera godinu dana ranije. Stoga ovaj izveštaj, pored tumačenja nalaza iz 2018 godine, prikazuje i promene koje su se dogodile u odnosu na prethodnu godinu.

Ova aktivnost je naručena kao deo podsticanja zapošljavanja u privatnom sektoru (PPSE), što je projekat na Kosovu koji finansira Švajcarska agencija za razvoj i saradnju (SDC), a sprovodi ga Svisscontact i Institut Riinvest.

Jedan od prioritetnih sektora projekta je turizam, posebno razvoj turističkih proizvoda, ponovna upotreba turističkih atrakcija, međunarodna promocija, specijalizovana turistička zanimanja i sektorska organizacija.

Dostupnost turističkih podataka i tržišnih informacija ključna je za uspešno sprovođenje ovih intervencija. Ovo istraživanje je od najveće važnosti za PPSE kako bi pratio trendove rasta turističkog sektora i da razvija sopstvene intervencije. Takođe je veoma korisno za kreatore politika, pružaocima turističkih usluga i ostale zainteresovane strane kada je reč o procesima strateškog planiranja i donošenju odluka uopšte.

Ostatak ovog izveštaja organizovan je na sledeći način. Sekcija 2 daje pregled opšte metodologije koja se koristi za prikupljanje podataka. Sekcija 3 predstavlja glavne nalaze istraživanja i ilustracije koje pokazuju godišnje promene. Sekcija 4 analizira ekonomski uticaj u 2018 i godini pre, uglavnom usredsređujući se na prihod koji stvaraju ključni akteri, kao i daje ukupan broj zaposlenih radnika.

Ovaj izveštaj predstavlja glavne nalaze istraživanja koje je sprovedeno na uzorku od 495 glavnih aktera snabdevanja u turističkom sektoru na Kosovu, uključujući: smeštaj, restorane, atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festivale.

2. Metodologija

Ova sekcija predstavlja metodološki pristup koji se koristi za sprovođenje ankete. Opisuje upitnik, popisivače, dizajn uzorka, terenski rad, kao i obradu i analizu podataka.

2.1. Dizajn upitnika

Da bismo mogli da napravimo poređenja, anketa korišćena u 2018 godini korišćena je i za ovogodišnje istraživanje, sa nekim malim tehničkim promenama. Završni upitnici sastojali su se uglavnom od višestrukog izbora i nekih otvorenih pitanja - oba upitnika su veoma važna za dobijanje željenih informacija.

2.2. Popisivači

Oko 30 popisivača je angažovano za obavljanje intervjua sa akterima iz oblasti turističke ponude. Kako bi se regrutovani popisivači upoznali sa glavnim ciljem i specifičnim potrebama ankete, organizovan je jednodnevni trening. Daljnja objašnjenja su data o uključenim varijablama, a takođe i nekoliko saveta o procesu intervjuisanja. Pored toga, organizovana je praktična vežba za procenu da li su popisivači mogli da prate data uputstva.

2.3. Dizajn uzorka

Pre svega, valja istaknuti da je tokom postupka odabira uzorka cilj bio identificirati turistički pristupačne subjekte. Drugim rečima, ideja je bila da se prikupe subjekti koji se odnose na turizam kako bi se izmerio direktan uticaj ovog sektora. Da bi se identifikovala lista glavnih aktera na strani ponude, konsultovane su različite internet platforme. Prioritet je bio intervjui sa istim preduzećima kao i prošle godine kako bi poređenje bilo verodostojnije i pouzdanije. Ispod je objašnjenje kako je identifikovana svaka grupa stanovništva i veličina uzorka.

- Identifikovano je 453 turističko dostupna smeštaja (uključujući i AirBnB) na (Booking.com, Trivago, AirBnB, i Facebook; od toga 178 je intervjuisano; 99 smeštaja, od čega 89 sa restoranima
 - 540 restorana je pronađeno na TripAdvisor-u i Gjirafi; 229 od toga je intervjuisano.
 - 17 atrakcija i 29 turoperatora sa liste koju je dostavio PPSE je intervjuisano.
 - 32 Nacionalna događaja/Festivala je identifikovano putem Google Search pretrage i intervjuisano.
 - Treba imati na umu da se populacija za atrakcije, turooperatore i nacionalne događje/festivale nije mogla odrediti
 - Ukupno je obavljeno 495 intervjua licem u lice.

Tabela 1 sadrži neke detaljnije informacije o intervjuima obavljenim 2019 godine i pokazuje razlike u odnosu na 2018 godinu. Treba imati na umu da neki pružaoci usluga koji su intervjuisani u 2018 godini nisu mogli biti intervjuisani 2019 godine, bilo zato što su zatvorili svoj posao ili nisu prihvatili da učestvuju u anketi. Nekoliko drugih, koji su sada navedeni na jednoj od turistički dostupnih platformi, dodani su uzorku.

Tabela 1: Raspodela intervjuja i veličina Stanovništva

| Vrsta pružanja usluga | Broj intervjuja (2018) | Broj intervjuja (2019) | Stanovništvo po kategoriji (2018) | Stanovništvo po kategoriji (2019) | Intervjuisani u 2018, ali ne u 2019 | Intervjuisani u 2019, ali ne u 2018 |
|-------------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Smeštaji sa restoranima | 88 | 89 | 106 | 121 | 22 | 24 |
| Smeštaj | 89 | 99 | 348 | 432 | 11 | 24 |
| Restorani | 205 | 229 | 475 | 540 | 57 | 77 |
| Atrakcije | 32 | 17 | - | - | 8 | 7 |
| Turoperatori | 18 | 29 | - | - | 7 | 3 |
| Nacionalni događaji/Festivali | 36 | 32 | - | - | 6 | 2 |

2.4. Rad na terenu

Regrutovani popisivači su obavljali intervjuje licem u lice sa vlasnicima ili menadžerima identifikovanih ispitanika. Proces prikupljanja podataka odvijao se tokom maja i juna 2019 godine. Svaki razgovor je trajao oko 30-40 minuta.

2.5. Obrada i analiza podataka

Prikupljeni podaci ubačeni su u excel listove podataka pripremljene posebno za ovu anketu. Podaci su zatim preneti u SPSS (softverski paket), gde su dalje obrađeni i analizirani. Sve greške u specifikaciji, greške u proveru i greške u tabeliranju adresirane su pre generisanja konačnih nalaza.

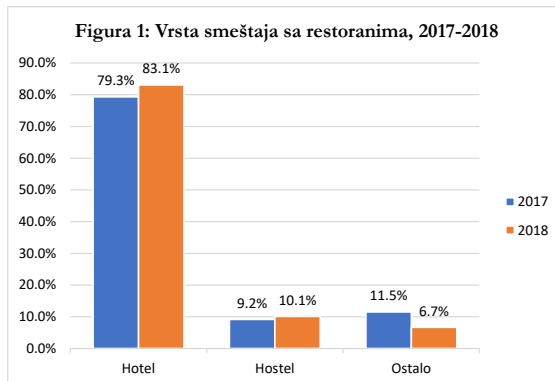
3. Nalazi Ankete

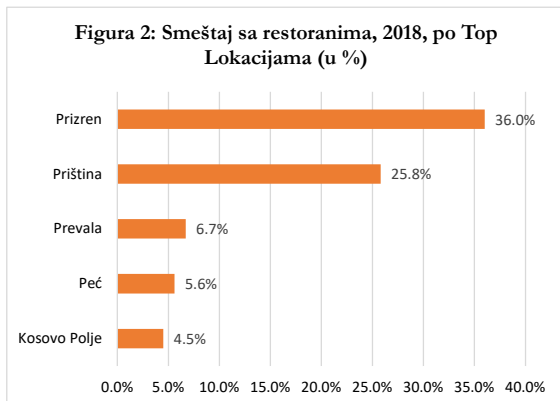
Ova sekcija otkriva glavna otkrića dobijena istraživanjem sa osnovnim akterima koji se bave turizmom, uključujući smeštaj sa restoranima, smeštaj, restorane, atrakcije, turooperatore i nacionalne događaje / festivale za 2018 godinu. Takođe upoređuje ove nalaze sa onima iz 2017 godine. Treba napomenuti da godišnje promene treba tumačiti s oprezom, jer mogu biti rezultat promena u strukturi uzorka. Nalazi obuhvataju različite unutrašnje i spoljne aspekte, kao što su: opšta struktura glavnih aktera u snabdevanju; sastav gostiju i njihovo ponašanje; promena prometa tokom godina; pitanja vezana za zapošljavanje; vrsta ponuđenih usluga; prepreke u poslovanju; i učešće aktera u snabdevanju u digitalnom svetu. Međutim, važno je napomenuti da se ove teme ne mogu primeniti u svim slučajevima zbog specifičnosti nekih pružalaca usluga.

3.1. Smeštaji sa restoranima

Opšta struktura smeštaja sa restoranima

U 2018 godini 83,1% svih smeštaja u restoranima bili su hoteli. Ostatak su bili hosteli (10,1 posto) i ostali smeštaji (6,7 posto). Za upoređivanje sa 2017 godinom, pogledajte Sliku 1. Većina intervjuisanih smeštaja sa restoranima u 2018 godini nalazili su se u Prizrenu (36,0 procenata) i Prištini (25,8 procenata). Za detaljnije rezultate pogledajte sliku 2. U 2018. godini 90,7 odsto smeštaja sa restoranima bilo je operativno tokom cele godine, u poređenju sa 88,5 odsto u 2017 godini.





Broj soba, cene, i popunjenost kapaciteta

U 2018 godini prosečan broj jednokrevetnih standardnih soba u smeštaju s restoranima iznosio je 11,1. Za dvokrevetne standardne sobe prosek je bio nešto viši - 14.0. Ukupan broj jednokrevetnih soba (prilagođenih tako da obuhvati celu populaciju) iznosio je 1.109, dok je ukupan broj dvokrevetnih standardnih soba dostigao 1.870. Prosečna cena jednokrevetne sobe bila je 39,4 EUR; dok je za dvostruku cena bila 48,6 EUR. Za informacije o drugim vrstama soba i za upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 2. Štaviše, nalazi pokazuju da je samo u 2018 godini 39,5% (29,9% u 2017. godini) svih smeštaja u restoranima povećalo cene tokom sezone; ostali su zadržali svoje cene nepromenjene.

Tabela 2: Smeštaj sa restoranima - Prosečan broj i cena standardnih soba

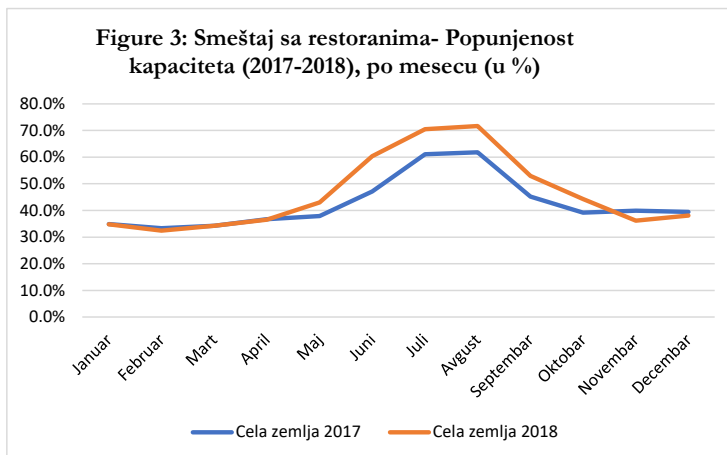
| | | 2017 | 2018 |
|----------------------------------|--------------------|-------|-------|
| Jednokrevetne standardne sobe | Pros. # broj soba | 10.9 | 11.1 |
| | Pros. cena (EUR) | 40.1 | 39.4 |
| | Ukupno # soba | 1,035 | 1,109 |
| Dvokrevetne standardne sobe | Ukupno # soba | 13.2 | 14.0 |
| | Pros. cena (EUR) | 45.8 | 48.6 |
| | Ukupno # soba | 1,671 | 1,870 |
| Trokrevetne standardne sobe | Ukupno # soba | 4.2 | 4.4 |
| | Pros. Cena (EUR) | 53.1 | 52.8 |
| | Ukupno # broj soba | 274 | 335 |
| Četvero krevetne standardne sobe | Pros. # soba | 2.6 | 2.4 |
| | Pros. cena (EUR) | 49.5 | 68.8 |
| | Ukupno# soba | 62 | 63 |

Razvrstavanje nalaza u prva tri regiona otkriva da Priština ima najveći broj jednokrevetnih i dvokrevetnih standardnih soba i najviše prosečne cene. Za detaljnije informacije i za upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 3.

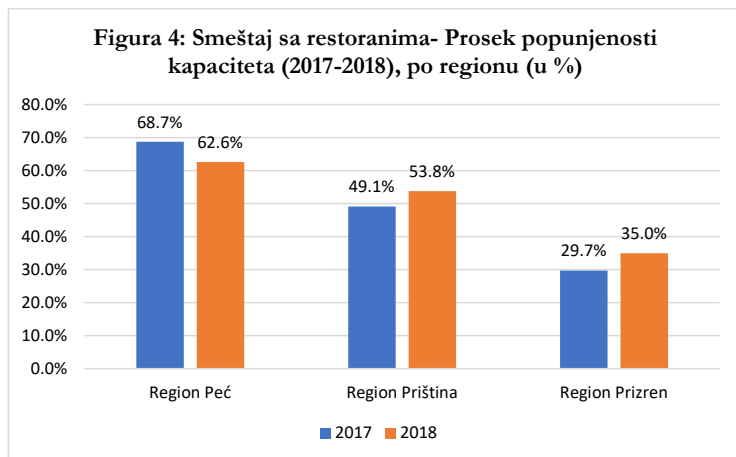
Tabela 3: Smeštaj sa restoranima- Standardne sobe po glavnim regionima

| Type of Service Provider | | Region Priština (2017) | Region Priština (2018) | Region Peć (2017) | Region Peć (2018) | Region Prizren (2017) | Region Prizren (2018) |
|-------------------------------|------------------|------------------------|------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------------|
| Jednokrevetne standardne sobe | Pros. cena (EUR) | 50.2 | 52.2 | 35.6 | 34.8 | 34.4 | 27.8 |
| | Ukupno # soba | 494 | 516 | 70 | 94 | 216 | 225 |
| Dvokrevetne standardne sobe | Pros. cena (EUR) | 60.8 | 66.1 | 42 | 39.9 | 36.2 | 37.3 |
| | Ukupno # soba | 768 | 888 | 144 | 218 | 312 | 368 |

Godišnja stopa popunjenosti kapaciteta u 2018 godini bila je u proseku 42,6 procenata, varirajući od 33,3 procenata u februaru do 61,8 procenata u avgustu. Da biste videli promene stope popunjenosti kapaciteta na mesečnoj osnovi u 2017 i 2018 godini, pogledajte sliku 3.



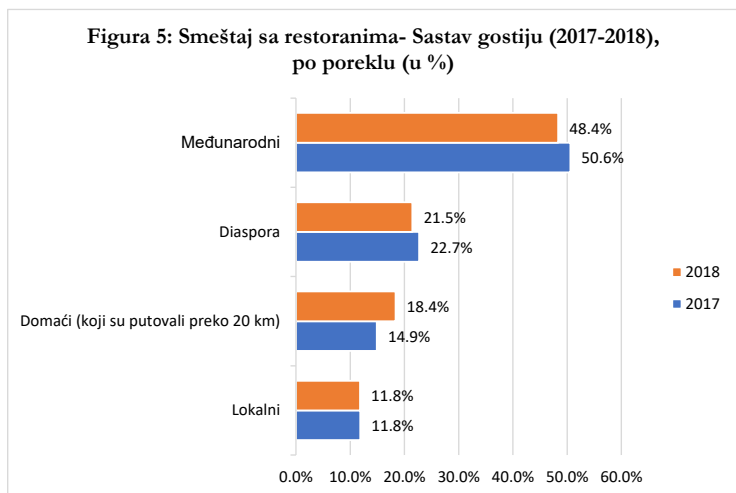
Od prve tri regije na Kosovu, pokazalo se da je Pečki region imao najveću stopu popunjenosti kapaciteta u obe godine. Tako je bilo i u 2017 godini (vidi sliku 4).



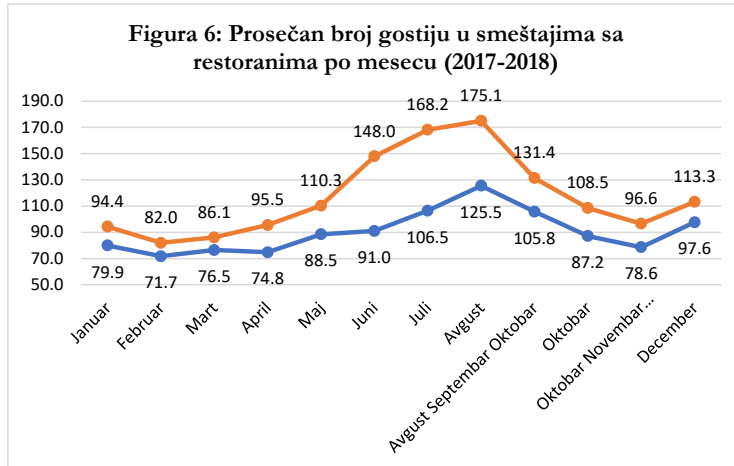
Gosti i njihovo ponašanje

Istraživanje takođe osvetljava strukturu gostiju i njihovo trajanje boravka u 2018 godini. Internacionalni gosti su činili blizu polovine ukupnog broja gostiju - 48,4 posto; dijaspora, 21,5 odsto; domaći posetioци (sa više od 20 minuta putovanja), 18,4 odsto; i domaćih gostiju (manje od 20 minuta putovanja), 11,8 odsto. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 5. Njihov prosečan boravak u 2018 godini bio je 3,7 noćenja, u poređenju sa 3,2 u 2017 godini.

Istraživanje takođe osvetljava strukturu gostiju i njihovo trajanje boravka u 2018 godini.

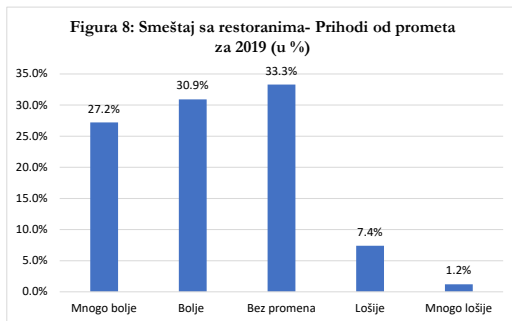
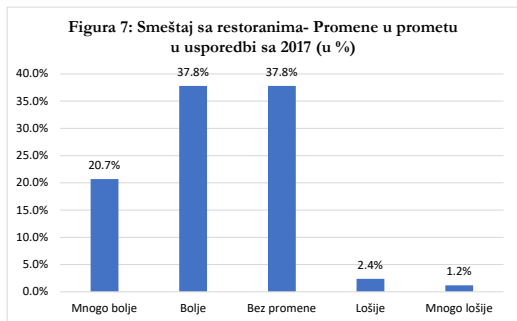


Broj gostiju u restoranima ove kategorije smeštaja porastao je za oko 30 procenata, sa dnevnog proseka od 90,3 gostiju u 2017 godini na 117,5 u 2018 godini. Kao i u 2017 godini, avgust se pokazao kao najživlji mesec, sa prosekom 175,1 gostiju dnevno. Da biste videli prosečan broj gostiju dnevno u 2017 i 2018 godini, pogledajte sliku 6. Udeo gostiju koji su došli za hranu i piće u 2018 godini iznosio je 49,1% (55,4% u 2017. godini); dok je prosečna cena bila 9,9 EUR (8,5 EUR u 2017. godini). S druge strane, udeo onih koji su došli na piće u 2018. godini iznosio je 50,9% (u 2017, 44,6%); dok je cena bila u proseku 2,6 EUR (3,7 EUR u 2017).

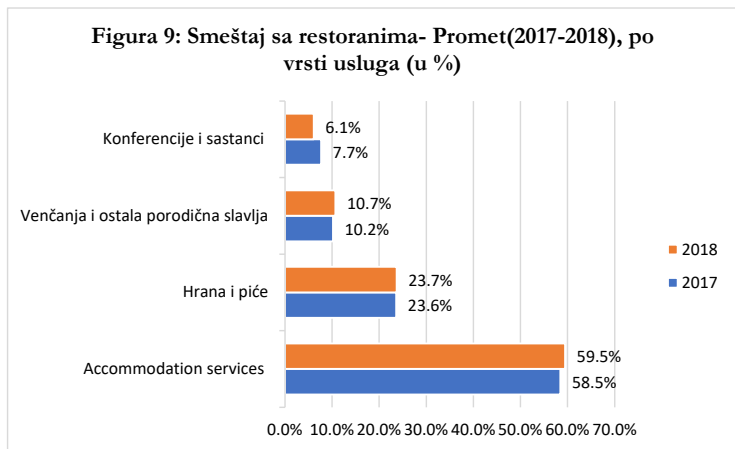


Promet i investicije

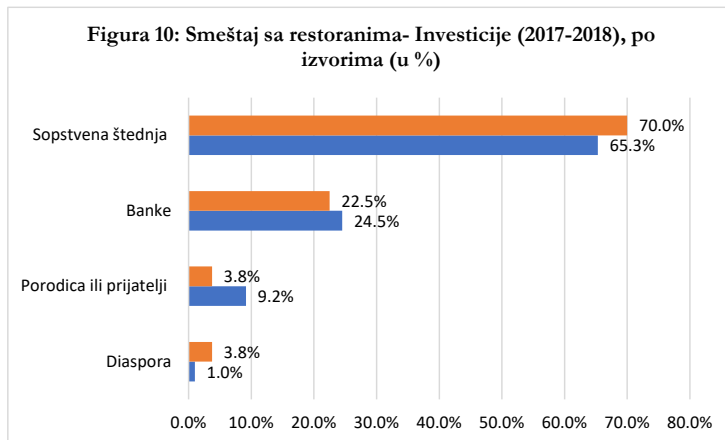
Što se tiče prometa, skoro trećina smeštaja sa restoranima - 58,5 odsto - prijavila je da su “bolje“ ili “mnogo bolje“ u poređenju sa 2017 godinom; dok je 3,6 procenata doživelo suprotno; ostatak (37,8%) nije doživeo promjene (vidi sliku 7). Postoji prilično slična podela odgovora na pitanje o očekivanom prometu u narednoj godini (vidi sliku 8).



Daljnja analiza otkriva da su u 2018 godini usluge smeštaja doprinele sa 59,5 procenata u ukupnom prometu; hrana i piće sa 23,7 posto; venčanja i druge porodične zabave sa 10,7 posto, te ostale usluge sa 6,1 posto. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku

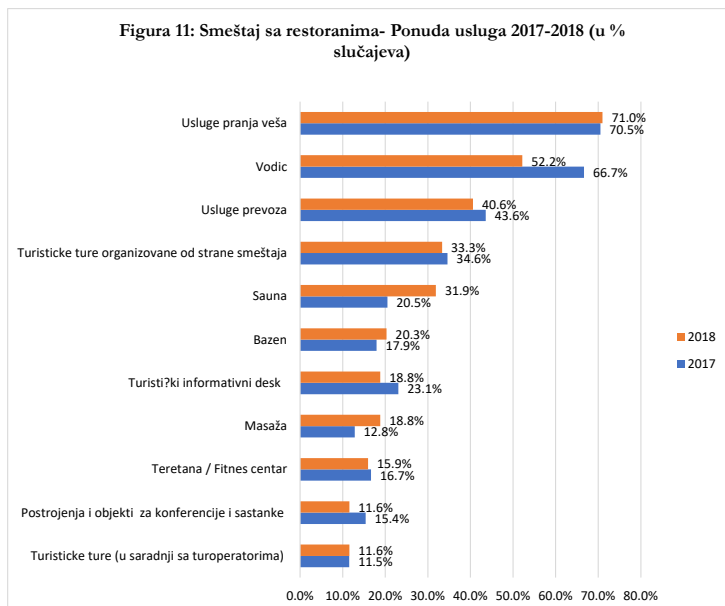


Ogromna većina - 83,9 odsto - rekla je da je uložila neku vrstu ulaganja u 2018. Kapital se uglavnom pribavio iz sopstvene štednje (70,0 odsto) i banaka (22,5 odsto). Da biste videli druge izvore ulaganja i uporedili one sa 2017 godinom, pogledajte Sliku 10.



Ponuda usluga

Na pitanje o ponuđenim uslugama, najčešći odgovori u 2018 godini bili su: usluge pranja veša (71,0 odsto slučajeva), vodiča (52,2 odsto) i prevoznih usluga (40,6 odsto). Za ostale vrste usluga koje nude smještaj u restoranima i za usluge koje se nude u 2017 godini, pogledajte sliku 11. Vredno je napomenuti da je 39,7 posto restorana nudilo prostor za venčanja i druge porodične zabave u 2018 godini, u odnosu na 35,6 posto u 2017 godinu.

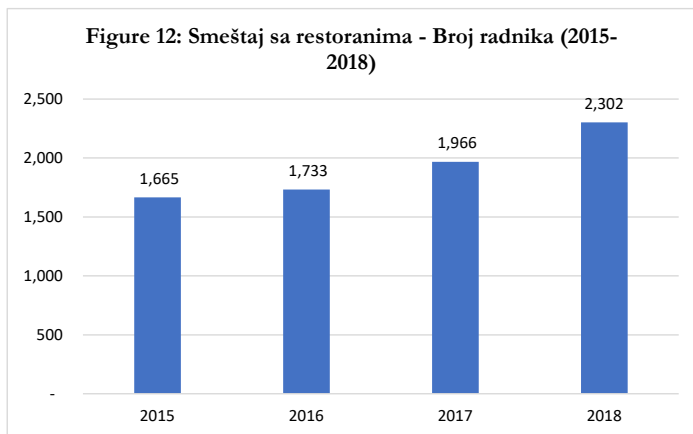


Zaposlenost

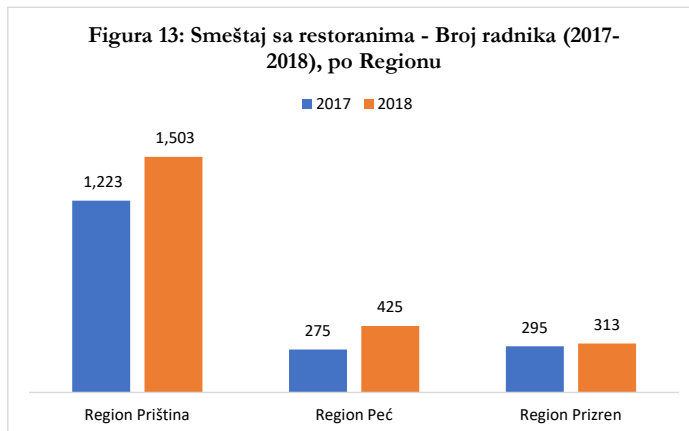
Znajući važnost turističkog sektora na tržištu rada, u ovu podosekciju uloženi su dodatni napor. Da bi se generirao ukupan broj radnika u kategoriji smeštaja sa restoranima, korišćen je pristup ponderisanja na osnovu stanovništva. Podaci uzorka su pomnoženi sa faktorom bruto-porasta od 1,33 - što znači da populacija uključuje 33 odsto više entiteta. Imajte na umu da su prilikom izračuna faktora uzeti u obzir svi smeštaji na Kosovu sa restoranima navedenim u Booking.com, TripAdvisor, Gijrafa i na drugim sličnim platformama. Istraživači i ekipa PPSE-a ovo stanovništvo smatra turistički validnim. Ista logika, sa različitim faktorima ukupnog zbrinjavanja, primenjena je na smeštaj (bez restorana) i restorane. S druge strane, zbog nedostatka podataka o veličini stanovništva, ovaj pristup se ne može primeniti na ostale aktere (atrakcije, turističke agencije, nacionalne manifestacije / festivali). Bez obzira na to, u svakom su slučaju opisane demografske karakteristike radnika. Rezultati zaposlenosti pokazuju da je od 2015 do 2018 broj radnika u smeštaju s restoranima porastao za oko 38,0 posto, sa 1.665 u 2015. na 2.302 u 2018 godini (vidi sliku 12).

38%

Rezultati zaposlenosti pokazuju da je od 2015 do 2018 broj radnika u smeštaju s restoranima porastao za oko 38 % posto



Presek nalaza iz prva tri regiona pokazuje da je u 2018 godini u restoranima u regionu Prištine zapošlavan najveći broj radnika, ukupno 1.503. Broj radnika u Pečkoj i Prizrenskoj regiji bio je znatno manji - 425, odnosno 313. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 13.



Sledi nekoliko demografskih karakteristika radnika koji su zaposleni u smeštaju sa restoranima u 2018 godini. Muškarci su dominirali sa 63,8 posto svih radnika. Od svih zaposlenih samo 10,8 procenata radilo je honorarno. Podela podataka po etničkoj pripadnosti otkriva da su radnici pretežno kosovski Albanci - 95,9 posto; ostatak čine kosovski Srbi, 1,4 posto; Bosanci, 1,0 odsto; Turci, 0,9 odsto; i RAE, 0,7 procenata. Štaviše, većina smeštaja sa restoranima (56,3 odsto) nije zapošljavala radnike koji nisu kosovski Albanci. Po starosnim grupama oni koji padaju u rasponu od 25 do 44 godine čine većinu sa 66,0 procenata. Za detaljnije informacije i za upoređivanje sa demografijom zaposlenosti iz 2017 godine, pogledajte Tabelu 4.

Tabela 4: Demografija zaposlenosti

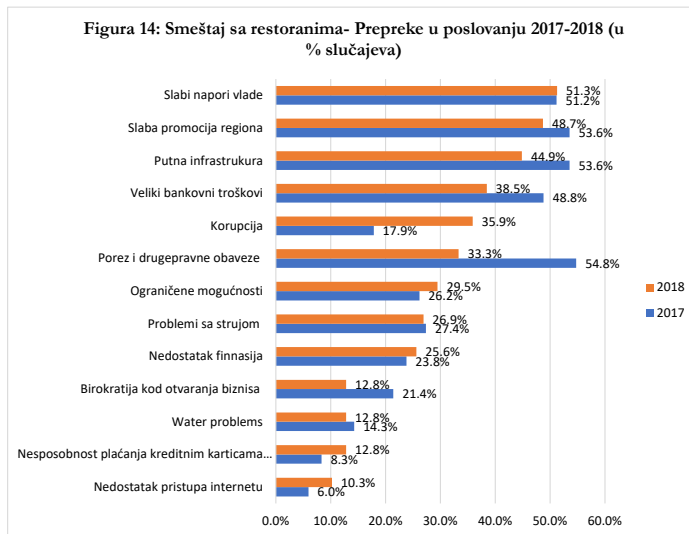
| 2017 | | | | | | |
|---|-----------------------|------------------|-------|------------------|---------------------|--------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 61.5% | | | 38.5 | | |
| Puno radno vreme vs pola radnog vremena | Puno vreme (Muškarci) | Pola vremena (M) | | Puno vreme(žene) | Pola vremena (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 | | |
| | 61.5% | | | 38.5 | | |
| Puno radno vreme vs pola radnog vremena | Puno vreme (Muškarci) | Pola vremena (M) | | Puno vreme(žene) | Pola vremena (žene) | |
| | 51.6% | 9.9% | | 34.2% | 4.3% | |
| Etnicitet | Kosovo Albanians | Kosovo Serbs | Turks | Rae | Bosnians | Others |
| | 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% |

Samo 13,8 odsto smeštaja u restoranima obezbedilo je obuku (osim obuke na poslu) u 2018 godini u poređenju sa 18,4 odsto u 2017 godini. Štaviše, 42,2 odsto ove kategorije smeštaja pružilo je programe stažiranja u 2018 godini u poređenju sa 50,6 odsto u 2017 godini.

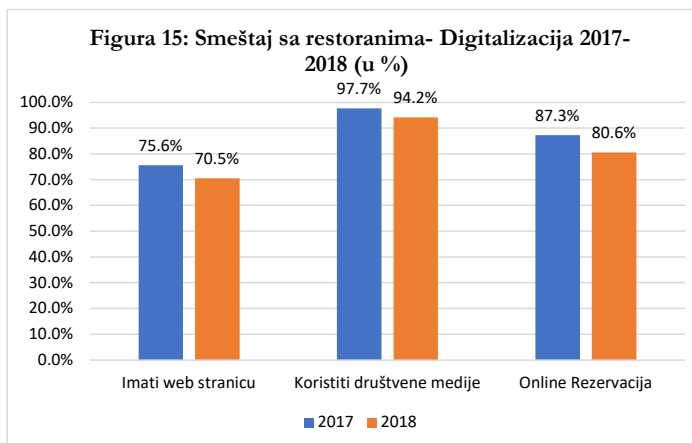
Prepreke

Smeštaj sa restoranima predstavio je listu od 12 verovatnih prepreka (pretežno spoljašnjih) i od njih se tražilo da odaberu najteže. “Slabi napori vlade” (51,3% svih slučajeva), “slaba promocija regiona” (48,7%) i “putna infrastruktura” (44,9%) ispitanici su u 2018 godini smatrali najupečatljivijim barijerama. prilično slična je i 2017 godina ; međutim, izgleda da su prepreke generalno manje ozbiljne. Jedna primetna razlika je u “porezima i drugom“. U 2017 godini bila je najozbiljnija prepreka, dok je u 2018 godini znatno pala. Za detaljnije informacije i za poređenje sa 2017 godinom, Pogledajte Sliku 14.



Digitalizacija

Da bi se razumelo da li smeštaj u restoranima sustiže poslednje trendove digitalizacije, istraživanje je obuhvatilo set pitanja o ovoj temi. Jedno otkriće pokazuje da je u 2018 godini 70,6 posto smeštajnih objekata imalo vlastite veb stranice. Velika većina, 94,2 posto, izjavilo je da društvene mreže (Facebook) uglavnom koriste kao sredstvo za promociju svog poslovanja. U pitanju vezano za online rezervacije 80,6 odsto je izjavilo da ima ovu opciju. Rezervacije se vrše uglavnom putem booking.com. Da biste napravili poređenje sa podacima iz 2017 godine, pogledajte sliku 15.



3.2. Smeštaj (bez restorana)

Opšta Struktura

U 2018 godni od svih smeštaja dominirali su hoteli sa 47,5 procenata, zatim hosteli sa 18,2 procenata, Airbnb apartmani sa 17,2 procenata, kuće / vile / bungalovi sa 14,1 procenata i drugi sa 3,0 procenata. Za upoređivanje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 16. Većina ovih smeštaja smeštena je u Prištini (51,5 procenata), Peći (24,2 procenata) i Uroševcu (5,1 procenat), pogledajte sliku 17.

Figura 16: Smeštaj - Vrsta smeštaja 2017-2018 (u %)

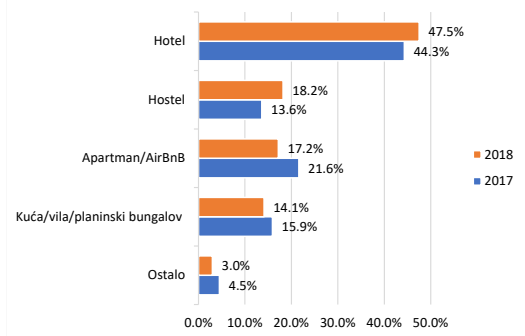
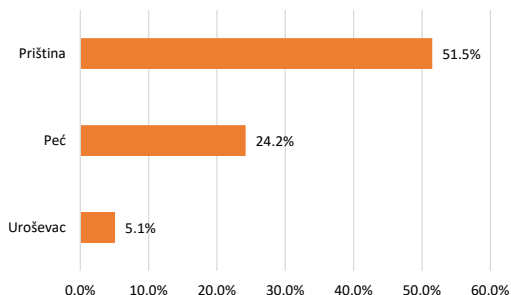


Figura 18: Smeštaj po lokaciji, 2018 (u %)



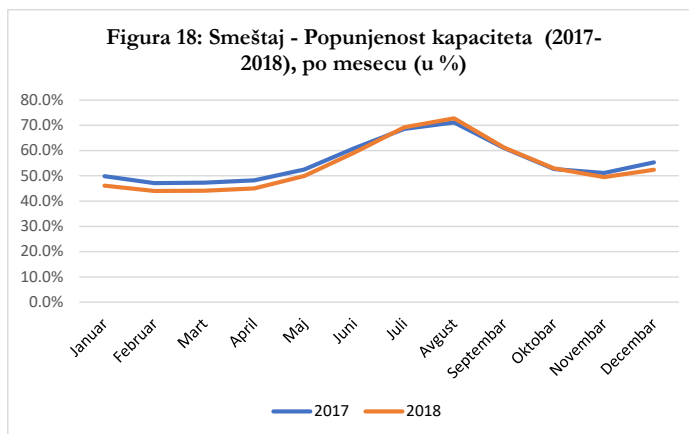
Broj soba, cene i popunjenost kapaciteta

Nalazi ankete pokazuju da su u 2018 godini smeštaji u proseku imali 8,6 standardnih jednokrevetnih soba i 8,3 standardne dvokrevetne sobe. U istoj godini, ukupan broj jednokrevetnih i dvokrevetnih standardnih soba (prilagođenih tako da obuhvata celokupno stanovništvo) bio je 680, odnosno 923, respektivno. Prosečna cena za jednokrevetnu sobu bila je oko 25,0 EUR, dok je za dvokrevetnu 32,4 EUR. Za detaljnije informacije o prosečnom broju soba i cena, kao i za poređenje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 5.

Tabela 5: Smeštaj – Prosečan broj I cena standardnih soba

| | | 2017 | 2018 |
|---------------------------------|------------------|-------|-------|
| Jednokrevetne standardne sobe | Pros. # soba | 10.05 | 8.6 |
| | Pros. cena (EUR) | 27.3 | 25.0 |
| | Ukupno # soba | 582 | 680 |
| Dvokrevetne standardne sobe | Pros. # soba | 7.6 | 8.3 |
| | Pros. cena (EUR) | 31.7 | 32.4 |
| | Ukupno # soba | 573 | 923 |
| Trokrevetne standardne sobe | Pros. # soba | 3.0 | 4.7 |
| | Pros. cena (EUR) | 43.6 | 40.1 |
| | Ukupno # soba | 127 | 263 |
| Četverokrevetne standardne sobe | Pros. # soba | 1.9 | 5.3 |
| | Pros. cena (EUR) | 49.9 | 50.3 |
| | Ukupno # soba | 70 | 127.3 |

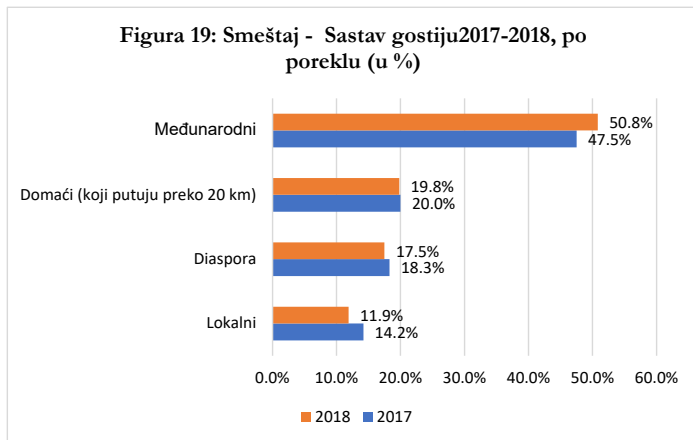
U 2018 godini popunjenost ove kategorije iznosila je u proseku 53,9 procenata, a najniža stopa bila je u februaru (40,0 procenata), a najviša u avgustu (72,8 procenata). Za detaljnije rezultate i za poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 18.



Gosti i njihovo ponašanje

Nalazi otkrivaju da su u 2018 godini međunarodni turisti (uglavnom iz Nemačke i Sjedinjenih Država) činili polovinu (50,8 procenata) svih posetilaca u tim smeštajnim objektima; domaći posetioci (sa više od 20 minuta putovanja), 19,8 odsto; dijaspora, 17,5 odsto; a meštani 11,9 posto. Da biste uporedili podatke sa 2017 godinom, pogledajte sliku 19. Prosečan broj noćenja u 3.1 u 2018 godini, u poređenju sa 3.2 u 2017 godini.

Figura 19: Smeštaj - Sastav gostiju 2017-2018, po poreklu (u %)



Prihodi i investicije

Nalazi prihoda otkrivaju da je u 2018 godini 60,3 posto smeštaja bilo “bolje“ ili “mnogo bolje“ u poređenju sa 2017 godinom; 13,2 procenta “gore” ili “mnogo gore”; a 26,5 procenata nije doživelo nikakvu promenu (videti sliku 20). Izgledi su pozitivni; većina (62,2 procenata) smeštaja očekuje se da će u 2019 biti bolja ili “mnogo bolja“ (videti sliku 21).

64.6 %

Drugi nalaz pokazuje da je 64,6 posto planiralo da uloži u naredne dve godine.

Figura 20: Smeštaj - Promena u prometu u poređenju na 2017 (u %)

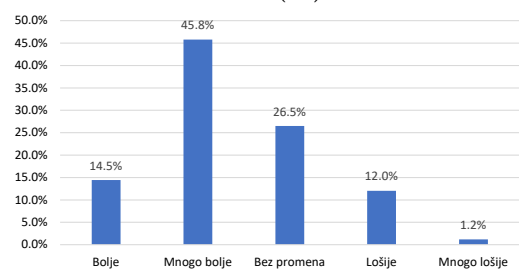
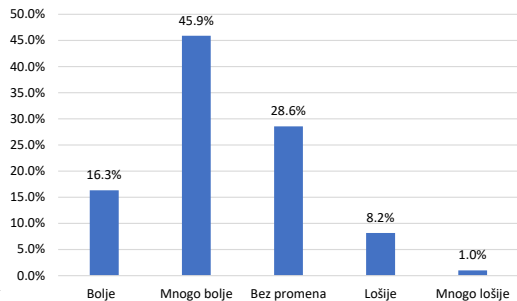
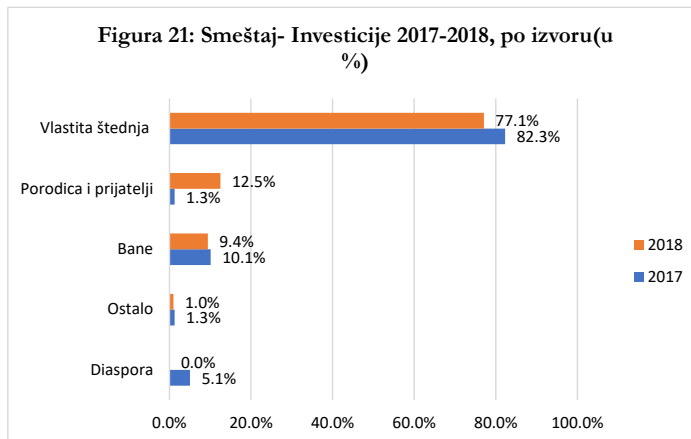


Figura 21: Smeštaj- Prihodi od prometa 2019 (u %)

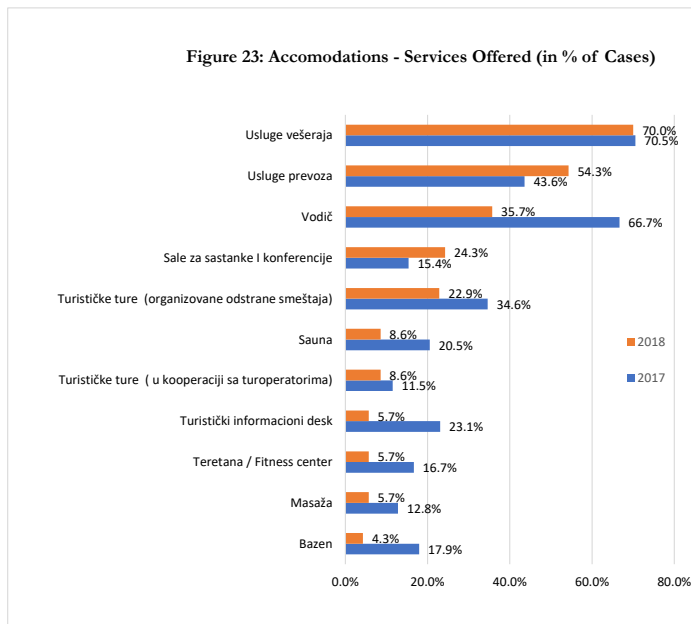


U odgovoru na pitanje da li su uložili tokom 2018 godine, većina, 78,8 odsto (77,3 odsto u 2017 godini), odgovorila je sa “da”. Kapital se uglavnom dobijao iz sopstvene štednje (77,1 procenta). Da biste videli druge izvore finansiranja i uporedili sa 2017 godinom, pogledajte Sliku 22. Drugi nalaz pokazuje da je 64,6 posto planiralo da uloži u naredne dve godine.



Ponuda usluga

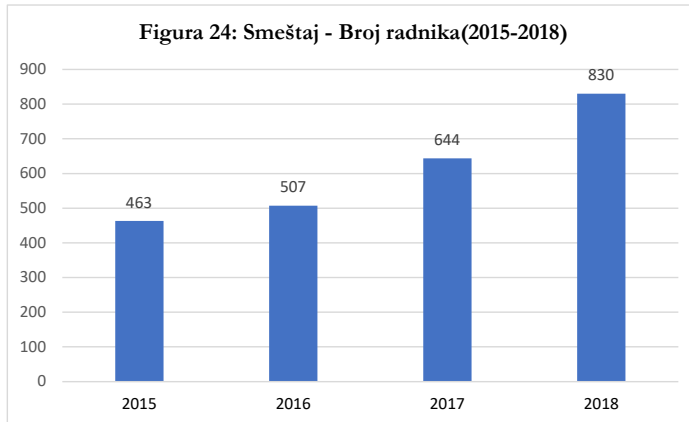
Smeštaji su takođe dobili listu uobičajenih usluga i od njih se tražilo da odaberu one koje su ponudili u 2018 godini. Nalazi otkrivaju da su usluge pranja rublja (71,8 odsto), usluge prevoza (54,3 odsto) i vodiča (35,7 odsto) najčešće usluge koje nude smeštaji u 2018 godini. Da biste videli ostale usluge pružene u 2018 godini i uporedili ih sa 2017 godinom, pogledajte sliku 23.



Rezultati dalje pokazuju da je 41,8% smeštaja imalo posebne paket aranžmane (tj. Za vikend ili odmor), u poređenju sa 49,4% u 2017 godini.

Zaposlenost

Podaci o zaposlenosti pokazuju da je od 2015 do 2018 godine broj radnika u smeštajima (bez Airbnb stanova) porastao za oko 79 posto, sa 463 na 830 (vidi sliku 24). Sa druge strane Airbnb apartmani, su zaposlili oko 668 radnika tokom 2018 godine, dakle 201 radnika više nego u 2017 godini.



Sledi nekoliko demografskih podataka o zapošljavanju u 2018 godini. Muškarci su činili većinu (62,8 posto) radnika. Od svih radnika, 18,0 posto je radilo honorarno. Podela podataka o radnicima po nacionalnosti pokazuje da su gotovo svi radnici bili kosovski Albanci - 99,4. Prema starosnim grupama, oni u starosnoj grupi od 25 do 44 godine većinu su činili 70,8 posto. Za detaljnije informacije i za poređenje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 6.

41.8 %

Rezultati dalje pokazuju da je 41,8% smeštaja imalo posebne paket aranžmane (tj. Za vikend ili odmor)

Tabela 6: Demografija zaposlenosti (Smeštaj)

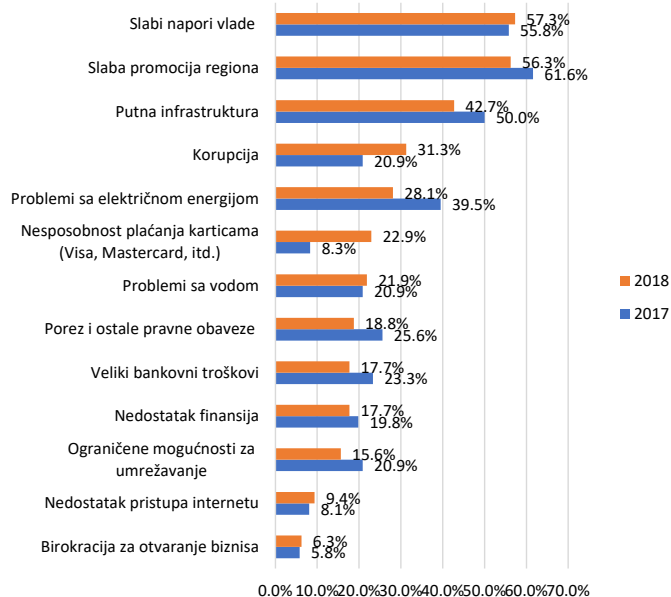
| 2017 | | | | | | |
|--|-----------------------------|--------------------|-------|----------------------|----------------------|--------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 65.5% | | | 34.4% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (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 dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 13.8% | 42.5% | 28.3% | 13.2% | 1.7% | 0.4% |
| 2018 | | | | | | |
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 62.8% | | | 37.2% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (žene) | |
| | 50.2% | 12.6% | | 31.8% | 5.4% | |
| Etnicitet | Kosovo Albanians | Kosovo Serbs | Turks | Rae | Bosnians | Others |
| | 99.4% | 0.0% | 0.2% | 0.4% | 0.0% | 0.0% |
| Starosna dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 15.3% | 48.7% | 22.1% | 12.1% | 0.6% | 1.2% |

Na pitanje da li su pružili obuku u 2018 godini (različitu od one na treningu za posao), 93,8 odsto (96,5 odsto u 2017. godini) je odgovorilo “ne”. Štaviše, većina smeštaja, 73,7 odsto (84,3 odsto u 2017.), nije pružila program stažiranja.

Prepreke tokom poslovanja

Smeštaj je takođe zamoljen da izabere najupornije prepreke za poslovanje u 2018 godini. “Slabi naponi vlade”(57,3 procenata), “slaba promocija regiona“ (56,3 procenata svih slučajeva) i “putna infrastruktura“ (42,7 procenata) su smatrane kao najnužnija operativna prepreka za smeštaj. Tako je bilo i u 2017 godini. Da biste videli druge prepreke poslovanju i uporedili ih sa 2017 godinom, pogledajte sliku 25.

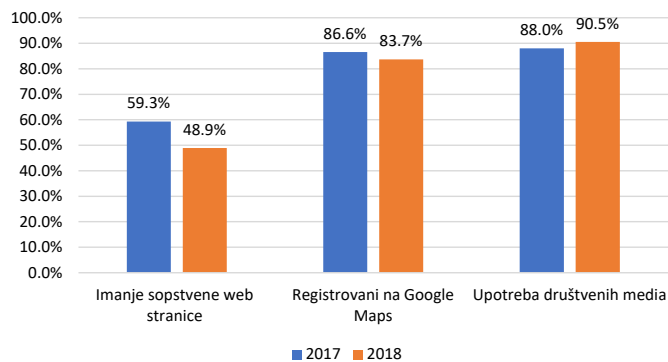
Figure 25: Accomodations - Barriers to Doing Business 2017-2018 (% of Cases)



Digitalizacija

Nalazi ankete otkrivaju da je blizu polovine smeštaja, 48,9 posto, imalo vlastite veb stranice u 2018 godini. Većina, 86,6 posto, registrovana je na Google mapama. Veći procenat, 90,5 posto, tvrdio je da je koristio društvene medije za promociju svog smeštaja. Da biste uporedili podatke sa 2017 godinom, pogledajte sliku 26.

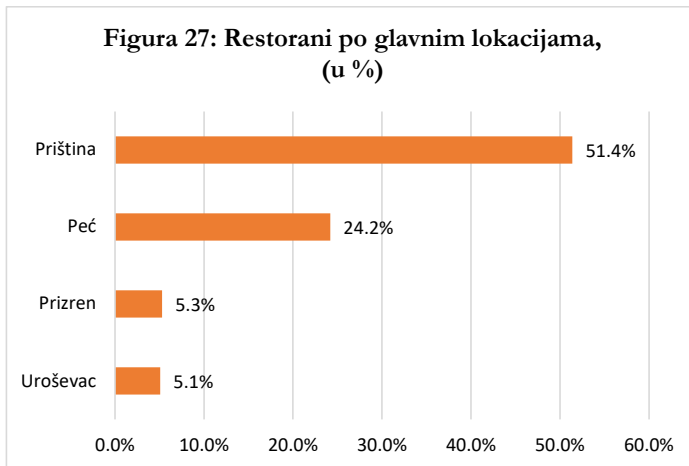
Figura 26: Smeštaj - Digitalizacija, 2017-2018 (u %)



3.3. Restorani

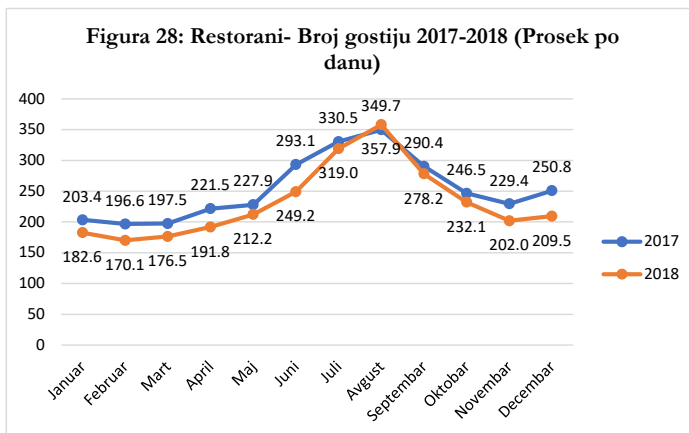
Opšta struktura

U 2018 godini dominirala je Priština sa 51,4 posto svih restorana, a slede Peć (24,2 posto), Prizren (5,3 posto) i Uroševac (5,1 posto). Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 27.

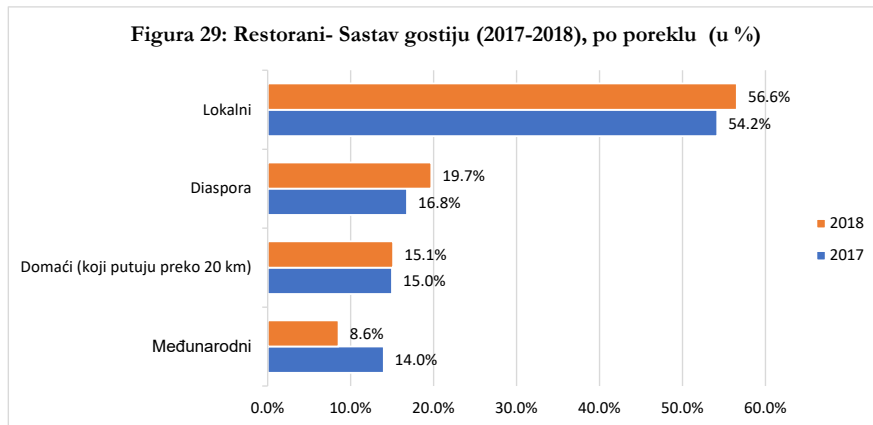


Gosti i njihovo ponašanje

Nalazi otkrivaju da su restorani imali 2018 godine u proseku 231,8 gostiju dnevno. Tokom ove godine, najprometniji meseci pokazali su se jul i avgust, sa prosečno 319,0 i 357,9 gostiju dnevno. Za detaljnije informacije i za upoređivanje proseka sa 2017 godinom, pogledajte Sliku 28.



Nalazi otkrivaju da 56,6 posto klijenata u restoranima čine meštani; ostale su obuhvatale dijasporu (19,7 posto), domaće posetioce (15,1 posto) i internacije (8,6 posto). Za upoređivanje sa 2017 godinom pogledajte sliku 29. Podaci o restoranima pokazuju da je u 2018 godini, 62,1% (65,0% u 2017.) svih gostiju boravilo u restoranima radi hrane i pića, dok je ostalo samo za piće. Prosečni rashodi po posluživanju prve grupe iznosili su 7,1 EUR (7,2 EUR u 2017 godini), dok je prosek ovog zadnjeg iznosio 2,5 EUR (1,9 EUR u 2017 godini).

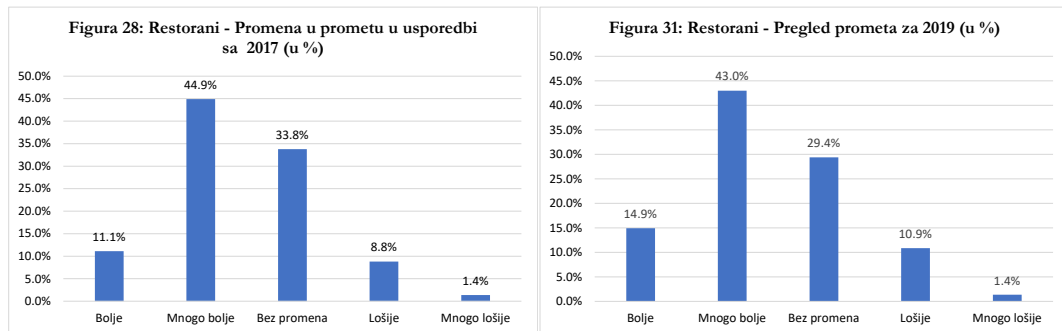


Pribodi i investicije

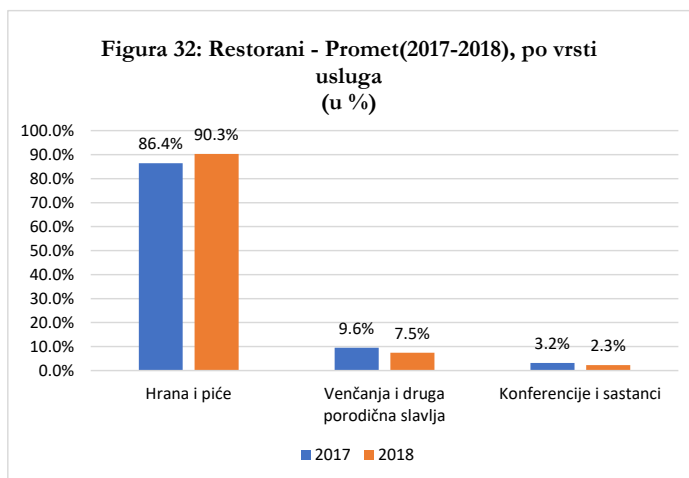
Na pitanje o promenama u poređenju sa 2017 godinom, 56.0 procenata restorana je reklo da je “bolje“ ili “mnogo bolje“; s druge strane, njih 10,2 odsto je izjavilo da je doživelo suprotno; ostali su rekli da nisu imali promene u prometu (vidi sliku 30). Više od polovine njih (57,9 posto) očekivalo je da će 2019 godina biti “bolja“ ili “mnogo bolja“, za razliku od 12,3 posto koji su očekivali da će nastupiti “lošije“ ili “mnogo gore“ (vidi sliku 31). Preostalih (29,4 posto) izjavilo je da će biti isto.

56.6 %

Nalazi otkrivaju da 56,6 posto klijenata u restoranima čine meštani

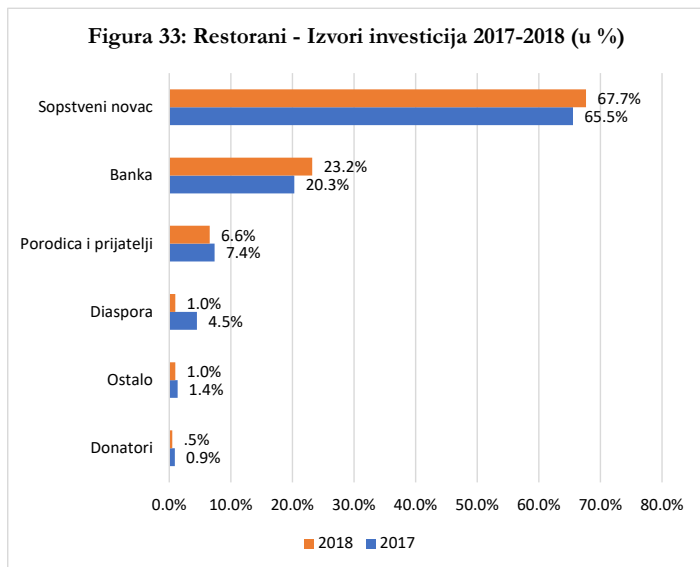


Daljnja analiza sastava godišnjeg prometa pokazuje da su hrana i piće u 2018 godini činili glavni izvor prihoda za restorane sa 90,3 posto, praćeni venčanjima i porodičnim uslugama sa 7,5 posto, te konferencijama i sastancima sa 2,3 posto. Da biste uporedili sa 2017 godinom, pogledajte sliku 32.



Od svih restorana, 69,9 tvrdi da su uložili neku vrstu ulaganja u 2018 godini u poređenju sa 77,4 posto u 2017. Nešto manje, 61,5 posto, planiralo je uložiti u naredne dve godine. Najvažniji izvor finansiranja u 2018 godini bio je “sopstveni novac“ (67,7 posto). Za ostale izvore finansiranja i za upoređivanje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 33.

Figura 33: Restorani - Izvori investicija 2017-2018 (u %)



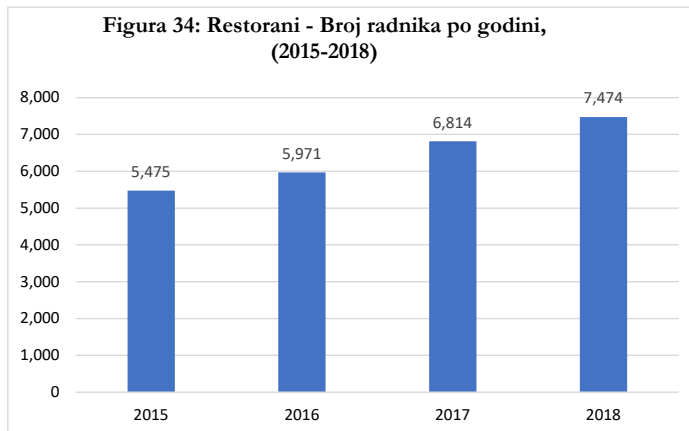
Ponuda usluga

Osim posluživanja hrane i pića u restoranu, njih 21,7 odsto nudilo je usluge dostave u 2018 godini u poređenju sa 36,0 odsto u 2017. Manje od četvrtine, 24,1 odsto restorana u 2018 godini nudilo je prostor i usluge za venčanja i porodične zabave, u poređenju sa 26,2 odsto u 2017 godini. Prosečan broj venčanja i porodičnih žurki organizovan u 2018 godini bio je 24,7, u poređenju sa 22,7 u 2017. Članovi kosovske dijaspore bili su najčešći organizatori, što je činilo 46,3 odsto u 2018 godini (58,5 odsto u 2017. godini). Na pitanje da li su ponudili komercijalne turističke proizvode u 2018 godini, velika većina, 98,2 posto, odgovorila je “ne”, u poređenju s 96,0 posto u 2017 godini.

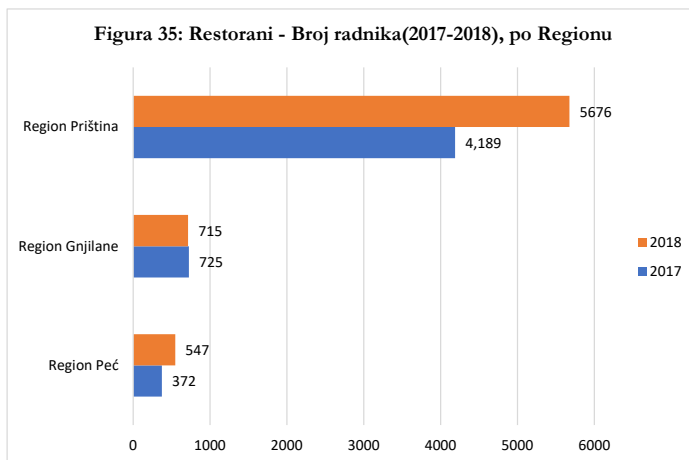
Zaposlenost

Podaci o zaposlenosti u restoranima pokazuju da je ukupan broj zaposlenih zabeležio porast od 36,5 posto, sa 5 475 u 2015. na 7 474 u 2018. (vidi sliku 34). Poblži pregled podataka otkriva da su skoro svi restorani koji su intervjuisani u oba perioda povećali broj radnika.

Poblži pregled podataka otkriva da su skoro svi restorani koji su intervjuisani u oba perioda povećali broj radnika



Podela podataka po glavnim regionima otkriva da je Priština (4.189) činila najveći broj radnika zaposlenih u restoranima u 2018 godini, a slede Gnjilane (715) i Peć (547). Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 35.

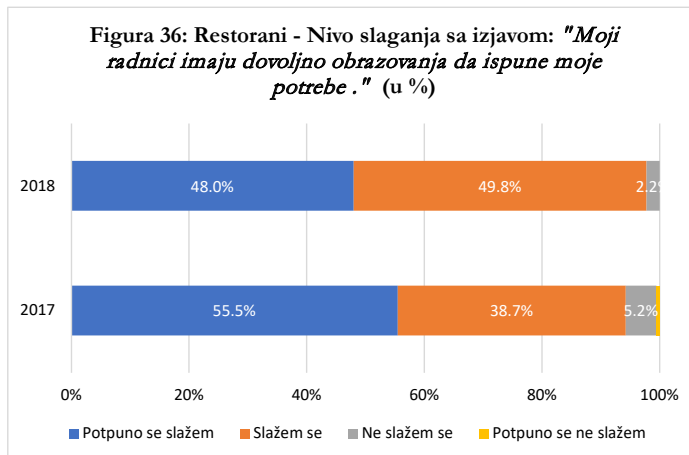


Sledi nekoliko demografskih podataka o zapošljavanju za restorane u 2018 godini. Od svih zaposlenih, većina su bili muškarci - 78,7 posto. Većina radnika, 82,1 odsto, radila je sa punim radnim vremenom. Zanimljiv procenat (1,8 procenata) činili su Albanci koji nisu kosovski. Štaviše, 11,5 odsto restorana zapošljavalo je Albance koji nisu kosovski. Oni koji su u dobi od 15 do 34 godine čine najčešću grupu sa 78,0 procenata. Za više informacija i upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 7.

Tabela 7: Demografija zaposlenosti (Restorani)

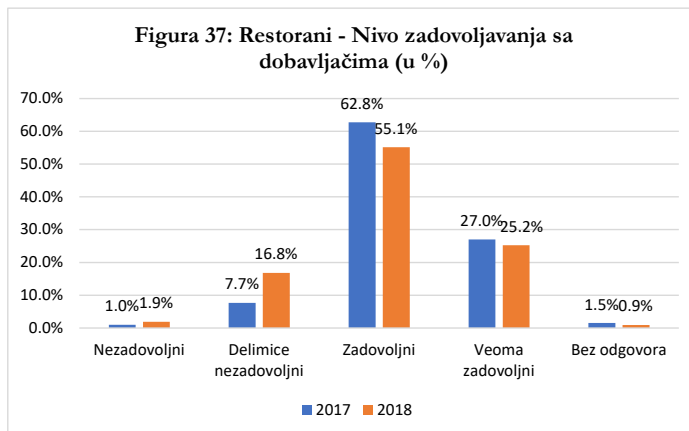
| 2017 | | | | | | |
|--|-----------------------------|--------------------|-------|----------------------|----------------------|--------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 74.4% | | | 25.6% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (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 dob | 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 vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (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 dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 23.8% | 55.2% | 16.3% | 3.9% | 0.7% | 0.0% |

Slično prethodnom istraživanju, restorani su zamoljeni da podele svoje mišljenje u vezi sa sledećom izjavom: “Moji zaposleni radnici imaju dovoljno obrazovanja da ispune moje potrebe.“ Pokazalo se da se 97,8 odsto “potpuno slaže“ ili “slaže“ sa izjavom. , dok je 2,2 procenta verovalo u suprotno. Pogledajte sliku 36 da biste uporedili položaj restorana u vezi s ovom izjavom u 2017 godini. Možda zbog toga 86,6 posto nije pružilo bilo kakvu drugu obuku osim obuke za posao u 2018 godini, u poređenju sa 74,7 posto u 2017. Slično kao u 2017 godini u 2018 godini, stažiranje je obezbedilo 47,5 odsto restorana.



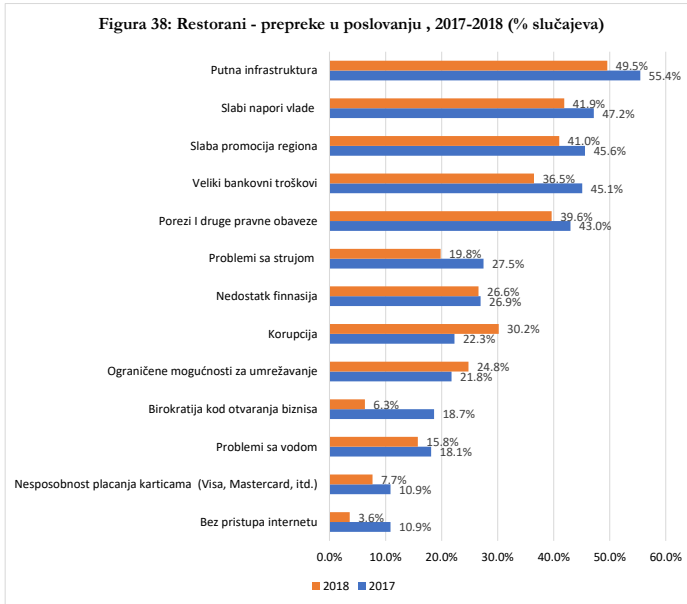
Zalihe

Kao odgovor na pitanje o poreklu potrošnih zaliha u 2018 godini, 65,1 odsto restorana smatralo je da su lokalne, u poređenju sa 59,0 u 2017. Snabdevanje za njihove restorane u 2018 godini uglavnom se obavljalo od veletrgovaca i supermarketa. Drugi nalaz otkriva da su restorani uglavnom zadovoljni dobavljačima; 80,3 odsto restorana koji su u 2018 godini izjavili da su "zadovoljni" ili "vrlo zadovoljni" svojim dobavljačima. Više informacija o nivou zadovoljstva i upoređivanje podataka sa 2017 godinom potražite na slici 37.



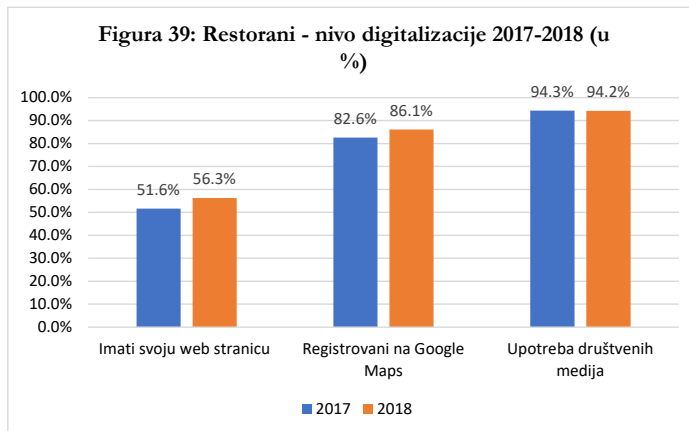
Prepreke u poslovanju

Potencijalne prepreke za poslovanje u 2018 godini takođe su testirane u restoranima. Pokazalo se da “putna infrastruktura“ (49,5 odsto svih slučajeva), “niski napori vlade“ (41,9 procenata) i “slaba promocija regiona“ (41,0 procenata) ispitanici doživljavaju kao najteže prepreke u radu. Ovo su i glavne prepreke u 2017 godini. Za detaljnije informacije i za upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Sliku 38..



Digitalizacija

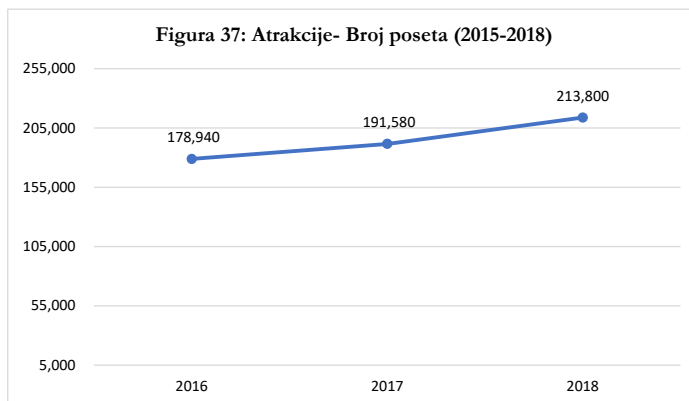
Više od polovine restorana, 56,3 posto, imalo je vlastite veb stranice u 2018 godini, dok je 86,1 posto bilo registrovano na Google mapama. Veći procenat (94,2 posto) koristio je društvene medije za promociju svojih usluga. Da biste uporedili podatke za 2017 godinom, pogledajte sliku 39.



3.4. Atrakcije

Broj posetilaca i njihove karakteristike

Posljednje tri godine beleži sve veći broj posetilaca turističkih atrakcija, sa 178.940 u 2016 godini, na 213.800 u 2018 godini (vidi sliku 40). Imajte na umu da su ove brojke uzete samo iz intervjuisanih atrakcija. Kao takve, oni ne pokazuju ukupan broj poseta u zemlji, već samo indikaciju trenda. To je zbog toga što nije bilo dostupnih informacija o tačnom pejzažu stanovništva.



U 2018 godini, u strukturi posetilaca u atrakcijama dominirali su internacionalni gosti sa 41,9 odsto, zatim dijaspora sa 29,2 odsto, i domaći posetioци (oni koji putuju više od 20 km) sa 28,9 odsto. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 41. Daljnja analiza nalaza otkriva da su Nemci, Albanci, Amerikanci i Turci činili većinu posetilaca u 2018 godini (za upoređivanje sa 2017 godinom, slika 42).

Figura 38: Atrakcije- Sastav posetilaca 2017-2018, po poreklu (u %)

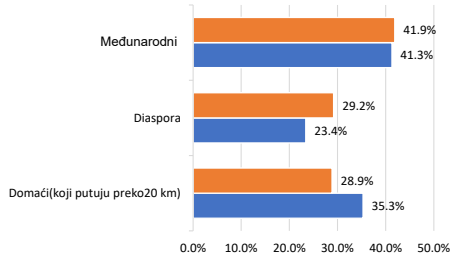
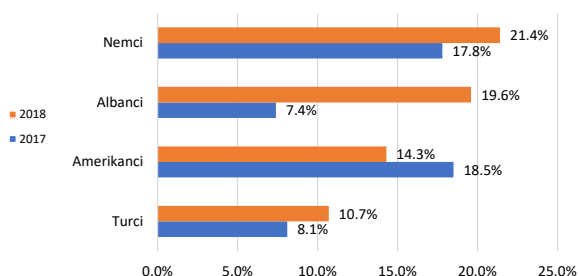


Figura 42: Atrakcije (2017-2018), po poreklu posetilaca (u %)



Lokacija i cene

Tokom 2018 godine, većina atrakcija širom Kosova koncentrisana je u Prizrenu, Prištini i Peći, od kojih svaka ima 21,4 odsto posetilaca, pogledajte sliku 43. Prosečne cene su varirale u zavisnosti od vrste atrakcije: avanture, 20,0 EUR; prirodne atrakcije, 5 EUR; kulturne i verske, 1,4 EUR. Da biste uporedili sa 2017 godinom, pogledajte sliku 44.

Figura 43: Atrakcije, po top pet lokacija, 2017-2018 (u %)

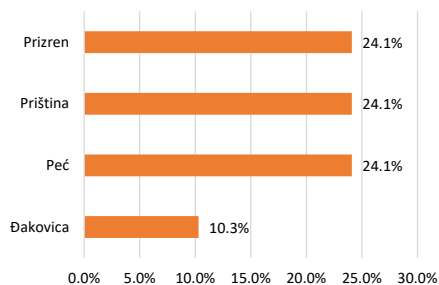
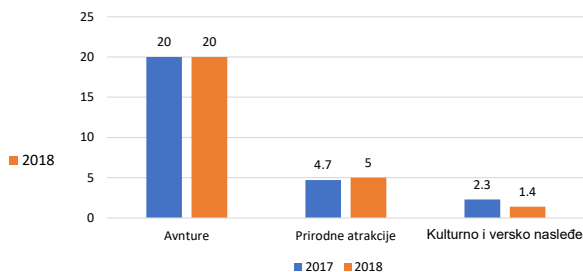


Figura 44: Prosek cena, po vrsti atrakcije, 2017-2018 (u EUR)



Prihodi

U poređenju sa 2017 godinom, 52,4 posto atrakcija ostvarilo je “puno bolje“ ili “bolje“, dok je za ostale ostalo isto. Pored toga, 66,7 odsto se očekuje da će sledeće godine nastupiti “bolje” ili “mnogo bolje”. Imajte na umu da verska mesta i neki drugi spomenici kulturne baštine uopšte ne ostvaruju prihode, pa im ovo pitanje nije postavljeno.

Zaposlenost

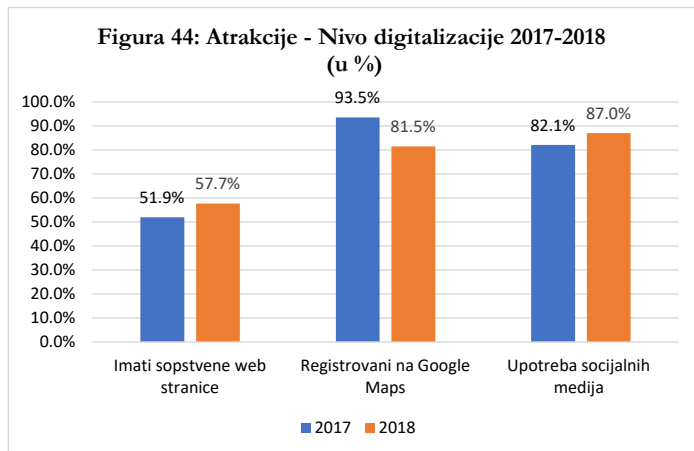
U 2018 godini u atrakciji su dominirali muškarci radnici sa 73,6 posto. Jedna trećina (60 procenata) je radila puno radno vreme. Od manjinskih zajednica, kosovski Srbi su dominirali sa 13,2 procenta. Slično restoranima, većina radnika (69,6 posto) bila je starosne dobi između 15 i 34 godine. Za detaljnije rezultate i za upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 8.

Tabela 8: Demografija zaposlenosti (Atrakcije)

| 2017 | | | | | | |
|--|-----------------------------|--------------|--------------------|----------------------|----------------------|--------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 73.6% | | | 26.4% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | | Pola rad.vr. (Muš) | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (žene) | |
| | 60.0% | | 13.6% | 24.4% | 2.0% | |
| Etnicitet | Kosovo Albanians | Kosovo Serbs | Turks | Rae | Bosnians | Others |
| | 84.3% | 13.2% | 0.9% | 0.9% | 0.6% | 0.0% |
| Starosna dob | 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 vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | | Pola rad.vr. (Muš) | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (žene) | |
| | 47.8% | | 8.0% | 33.6% | 10.6% | |
| Etnicitet | Kosovo Albanians | Kosovo Serbs | Turks | Rae | Bosnians | Others |
| | 96.4% | 0.0% | 0.9% | 0.9% | 1.8% | 0.0% |
| Starosna dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 4.8% | 22.1% | 47.1% | 19.2% | 6.7% | 0.0% |

Digitalizacija

Nalazi otkrivaju da je 57,7 posto imalo vlastite veb stranice u 2018 godini, dok je 81,5 posto svih atrakcija registrirano na Google mapama. Štaviše, 87,0 procenata tvrdi da je društvene mreže koristilo u promotivne svrhe. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 45.



3.5. Turoperatori

Ture i cene

U 2018 godini, 51,6 posto turoperatora radilo je sa ulaznim i izlaznim turistima, u poređenju s 56,5 posto u 2017. Ostali su radili samo sa ulaznim turistima. Ukupan broj prodanih turneje u 2018 godini iznosio je 1326 (525 turneja u 2017. godini), a prosečan broj ljudi po turneji je 14,8 (17,4 u 2017. godini). Prosečna cena u 2018 godini iznosila je 185,8 EUR (299,0 u 2017 godini).

Zaposlenost

Sledi nekoliko demografskih podataka o zapošljavanju za turoperatore u 2018 godini. Otkrića otkrivaju da su 69,9 posto radnika turističkih organizacija bili muškarci. Samo oko polovine njih radilo je stalno. Kosovski Albanci činili su 95,3% svih radnika. Oni od 15 do 34 godine činili su većinu radnika, 78,9 odsto. Za više informacija i upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 9.

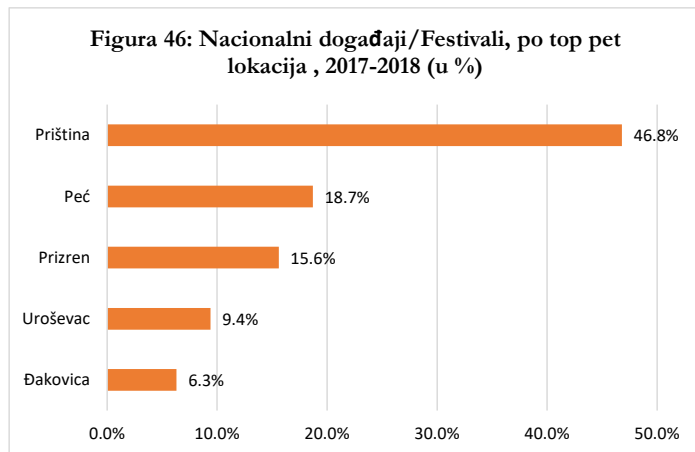
Tabela 9: Demografija zaposlenosti (Turoperatori)

| 2017 | | | | | | |
|--|-----------------------------|--------------------|-------|----------------------|----------------------|--------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 59.2% | | | 40.8% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (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 dob | 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 vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | Pola rad.vr. (Muš) | | Puno rad. vr. (žene) | Pola rad. vr. (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 dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 22.2% | 56.7% | 15.6% | 4.4% | 1.1% | 0.0% |

3.6. Nacionalni događaji/Festivali

Opšti podaci

U 2018 godini većina nacionalnih događaja / festivala koncentrisana je u Prištini (46,8 procenata), Peći (18,7 procenata) i Prizrenu (15,6 procenata). Za više informacija pogledajte sliku 46.



Broj posetilaca i njihove karakteristike

Intervjuisani događaji / festivali zabeležili su pozitivan trend u poslednje tri godine, s tim da se broj posetilaca povećao sa 19 291 u 2016. na 26 271 u 2018 godini (vidi sliku 47). Ove vrednosti treba oprezno tumačiti, jer ukazuju samo na trend, a ne na ukupan broj posetilaca u zemlji. U 2018 godini ukupnom klijentelom dominirali su meštani sa 48,1 posto, a slede domaći posetioci sa 23,2 posto, internacionalni gosti sa 16,6 posto, te dijaspora sa 12,1 posto. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 48.

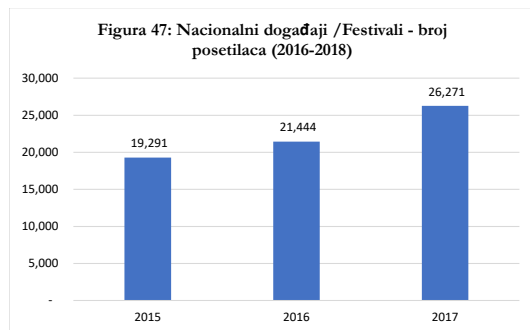
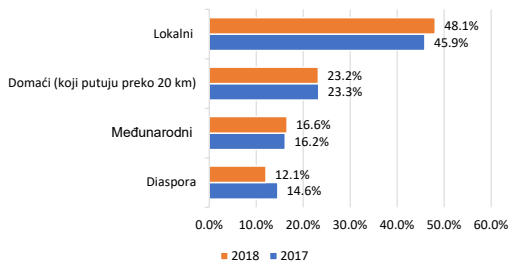


Figura 48: Nacionalni događaji/Festivali - Posetioci (2017-2018), po poretku (u %)

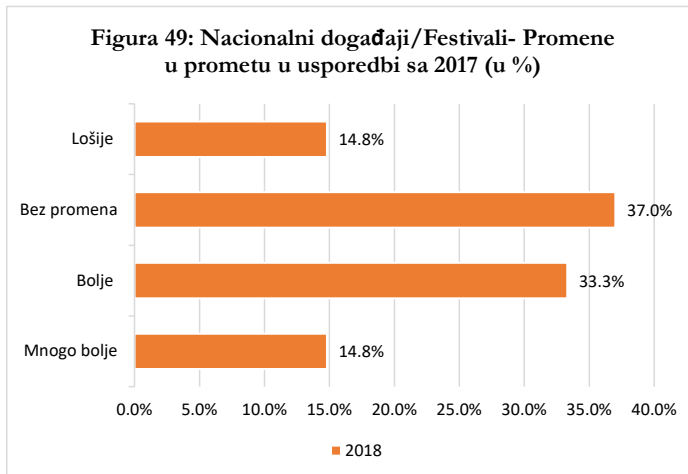


Cene

Cena ulaznica za festival u proseku je iznosila 6,8 EUR u poređenju sa 6 EUR u 2017. Na pitanje o prosečnim izdacima posetilaca po noći u 2018 godini, predstavnici manifestacija/festivala rekli su da je 14,9 EUR, u poređenju s 19,5 EUR u 2017 godini.

Prihodi

Podaci o prihodima pokazuju da je u 2018 godini 48.1 manifestacija / festivala bilo bolje ili “mnogo bolje“ u odnosu na 2017 godinu; za razliku od 21,4 procenta koji su postigli lošije rezultate; za 37,0 procenata bilo je isto, videti sliku 49.



Zaposlenost

Većina (70,6 posto) zaposlenih na nacionalnim manifestacijama i festivalima u 2018 godini bili su muškarci. Učešće onih koji rade sa skraćenim radnim vremenom bio je relativno visoko u 2018 godini i iznosilo je 62,0 posto. Ne-kosovski Albanci činili su zanemarljiv procenat u ovom periodu (3,9 procenata). Dominirali su oni starosti između 15 i 35 godina, što je činilo 94,4 posto svih radnika. Za više informacija i upoređivanje sa 2017 godinom, Pogledajte Tabelu 10. .

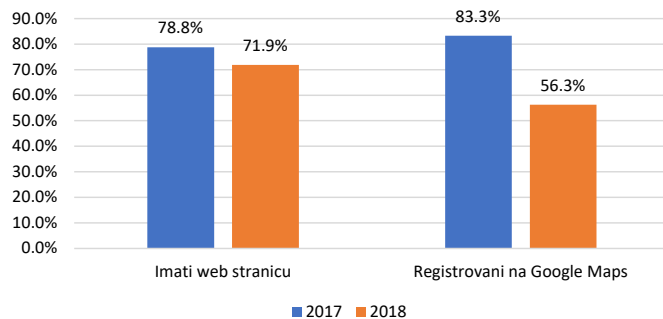
Table 10: Employment Demographics (Events/Festivals)

| 2017 | | | | | | |
|--|-----------------------------|-----------|--------------------|----------------------|----------|----------------------|
| Pol | Muškarci | | | Žene | | |
| | 70.6% | | | 29.4% | | |
| Puno radno vreme vs. pola radnog vremena | Puno radno vreme (Muškarci) | | Pola rad.vr. (Muš) | Puno rad. vr. (žene) | | Pola rad. vr. (žene) |
| | 25.7% | | 44.9% | 9.1% | | 20.3% |
| Etnicitet | Albanci | Kos. Srbi | Turci | RAE | Bošnjaci | Ostali |
| | 98.9% | 0.5% | 0.3% | 0.1% | 0.5% | 0.1% |
| Starosna dob | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 18.5% | 59.6% | 20.3% | 1.5% | 0.2% | 0.0% |
| 2018 | | | | | | |
| Gender | Muškarci | | | Žene | | |
| | 70.9% | | | 29.1% | | |
| Full vs Part Time | Puno radno vreme (Muškarci) | | Pola rad.vr. (Muš) | Puno rad. vr. (žene) | | Pola rad. vr. (žene) |
| | 26.7% | | 44.2% | 11.3% | | 17.8% |
| Ethnicity | Albanci | Kos. Srbi | Turci | RAE | Bošnjaci | Ostali |
| | 96.1% | 0.5% | 0.9% | 1.7% | 0.8% | 0.0% |
| Age Group | 15-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65< |
| | 35.9% | 58.4% | 5.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

Digitalizacija

Nalazi na nivou digitalizacije pokazuju da je 78,8 posto imalo svoje veb stranice. Štaviše, 83,3 odsto svih događaja / festivala bilo je registrovano na Google mapama. Da biste napravili poređenje sa 2017 godinom, pogledajte sliku 50.

Figura 50: Nacionalni događaji i Festivali: Nivo digitalizacije 2017-2018 (u %)



4. Ekonomski uticaj

Ova sekcija ispituje ekonomski uticaj smeštaja, Airbnb apartmana i restorana u 2018 godini i upoređuje sveukupne rezultate sa 2017 godinom. Tačnije, procenjuje ukupni prihod koji ostvaruje svaki akter. Pored toga, pruža se i ukupan broj zaposlenih radnika. Zbog nepoznate veličine stanovništva, ovaj pristup se nije mogao proširiti na ostale aktere u lancu vrednosti.

4.1. Smeštaj

Polazište ove ekonomske analize bio je ukupan broj dostupnih noćenja po sobi godišnje. Ova brojka pomnožena je sa prosečnom stopom zauzetosti kako bi se stvorio ukupan broj zauzetih soba godišnje. Budući da se ovaj izveštaj fokusira na turizam, lokalno stanovništvo je oduzeto. Prosečne cene (prilagođene uzimajući u obzir i superiorne sobe) višestruke su od ukupnog broja zauzetih soba godišnje, isključujući lokalno stanovništvo. Ovo je proizvelo procenjeni prihod od smeštaja iz uzorka. Da bi bio reprezentativan, primenjen je bruto faktor povećanja. Ukupni sektorski prihodi u 2018 godini iznosili su 42,3 mil. EUR. Isti pristup korišćen je i za ostvarivanje prihoda apartmana Airbnb. Procenjeni prihod po ovoj kategoriji smeštaja u 2018 godini dostigao je vrednost od 7,4 mil. EUR. Za više informacija o glavnim koracima pristupa, pogledajte Tabelu 11 i Tabelu 12.

Nalazi takođe
pokazuju da je
41.8% smeštaja
imalo posebne
pakete (tj.
za vikend ili
odmor)

Table 11: Economic Impact – Accommodations (Excluding Airbnb Apartments)

| (a) Number of Available Room-Nights per Year* | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|------------------|-------------|--------------|
| Single Room | Double Room | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 479,610 | 754,090 | 154,030 | 40,150 | 42,705 | 55,845 |
| (b) Average Occupancy Rate (%) | | | | | |
| 49.2% | | | | | |
| (c) Number of Room-Nights Occupied per Year (a*b) | | | | | |
| Single Room | Double Room | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 235,805 | 370,756 | 75,730 | 19,740 | 20,996 | 27,457 |
| (d) Proportion of Room-Nights Occupied by Locals (%) | | | | | |
| 11.85% | | | | | |
| (e) Number of Room-Nights Occupied per Year, Excluding Locals (c-d) | | | | | |
| Single Room | Double Room | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 207,862 | 326,822 | 66,756 | 17,401 | 18,508 | 24,203 |
| (f) Average Prices (€)** | | | | | |
| Single Room | Double Room | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 37.3 | 43.9 | 49.1 | 62.7 | 93.4 | 143.0 |
| (g) Estimated Accommodation Revenue from the Sample (€) Σ (e*f) | | | | | |
| 31,656,250 | | | | | |
| (h) Gross-Up Factor/Coefficient | | | | | |
| 1.3388 | | | | | |
| (i) Estimated Accommodation Sector Revenue (€) (g*h) | | | | | |
| 42,384,201 | | | | | |

Tabela 12: Ekonmski uticaj– Airbnb Apartmani

| (a) Broj dostupnih soba noćenja-po godini* | | | | | |
|---|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------|---------------|
| Jednokrevetna soba | Dvokrevetna soba | Trokrevetna soba | Četverokrevetna soba | Vila | Ostalo |
| 6205 | 4380 | 365 | 730 | 2,920 | 1825 |
| (b) Prosečna stopa popunjenosti (%) | | | | | |
| 59.71% | | | | | |
| (c Broj soba noćenja-po godini) (a*b) | | | | | |
| Jednokrevetna soba | Dvokrevetna soba | Trokrevetna soba | Četverokrevetna soba | Vila | Ostalo |
| 3667 | 2588 | 217 | 436 | 1,758 | 1090 |
| (d) Proporcija popunjenih soba-noćenja od strane lokalnih posetilaca(%) | | | | | |
| 5.2% | | | | | |
| (e) Broj popunjenih soba – noćenja u godini bez lokalnih posetilaca(c-d) | | | | | |
| Jednokrevetna soba | Dvokrevetna soba | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 3476 | 2437 | 207 | 413 | 1666 | 1033 |
| (f) Average Prices (€)** | | | | | |
| Jednokrevetna soba | Dvokrevetna soba | Triple Room | Quad Room | Vila | Other |
| 33.5 | 37.8 | 35 | 60 | 76.6 | 53 |
| (g) Procena prihoda od smeštajnog sektora - uzorak (€) Σ (e*f) | | | | | |
| 422,753 | | | | | |
| (h) Faktor bruto porasta/Koeficient | | | | | |
| 17.647 | | | | | |
| (i) Procena prihoda od smeštaja (€) (g*h) | | | | | |
| 7,460,332 | | | | | |

4.2. Restorani

Slično kao u slučaju smještaja, broj poseta klijenata u 2018 godini, uzet je kao početna brojka. Nakon isključenja lokalnog stanovništva, ova brojka je umnožena sa prosečnom cenom hrane i pića po poseti na drugoj strani i prosečnom cenom pića, sa druge strane. Ovo je proizvelo procenjeni prihod koji su stvorili uzorkovani restorani. Nakon primene bruto faktora, ostvaren je ukupni procenjeni prihod od restorana za 2018 godinu, koji je 140,7 mil. EUR.

Tabela 13: Ekonomski uticaj – Restorani

| | |
|--|------------------|
| (a) Broj poseta klijenata po godini | |
| 22,869,151 | |
| (b) Proporcija lokalnih posetilaca (%) | |
| 53.3% | |
| (c) Broj poseta klijenata po godini, bez lokalnih posetilaca (a-b) | |
| 10,685,391 | |
| (d) Hrana i piće spram ukupnog prihoda (%) | |
| Hrana i piće | Samo piće |
| 60% | 40% |
| (e) Average Price (€) | |
| Hrana i piće | Samo piće |
| 7.6 | 2.5 |
| (f) Ukupni procenjeni prihod od uzorka (€) (c*d*e) | |
| Hrana i piće | Samo piće |
| 48,519,726 | 10,902,649 |
| (g) Faktor bruto porasta/Koeficient | |
| 2.368 | |
| (h) Procena prihoda od sektora restorana (€) $\Sigma(f*g)$ | |
| 140,712,183 | |

4.3. Ukupna procena prihoda i zaposlenost

Ukupni procenjeni prihod od smeštaja, Airbnb apartmana i restorana u 2018 godini povećan je za oko 41 procenata u poređenju sa 2017 godinom, sa 134,5 mil. EUR do 190,5 mil. EUR. Najznačajniji rast zabeležen je u restoranima, 52,1 posto. Za detaljnije informacije pogledajte Tabelu 13.

| Year | Accommodations | Airbnb Apartments | Restaurants | Total |
|-------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|--------------------|
| 2017 | 35,864,209 | 6,249,743 | 92,466,230 | 134,580,182 |
| 2018 | 42,384,201 | 7,460,332 | 140,712,183 | 190,556,716 |

Ukupan broj radnika u odnosu na 2017 godinu povećan je za 13,8 procenata, sa 9 904 na 11 274 (vidi sliku 51).

