



PROMOTING  
PRIVATE SECTOR  
EMPLOYMENT

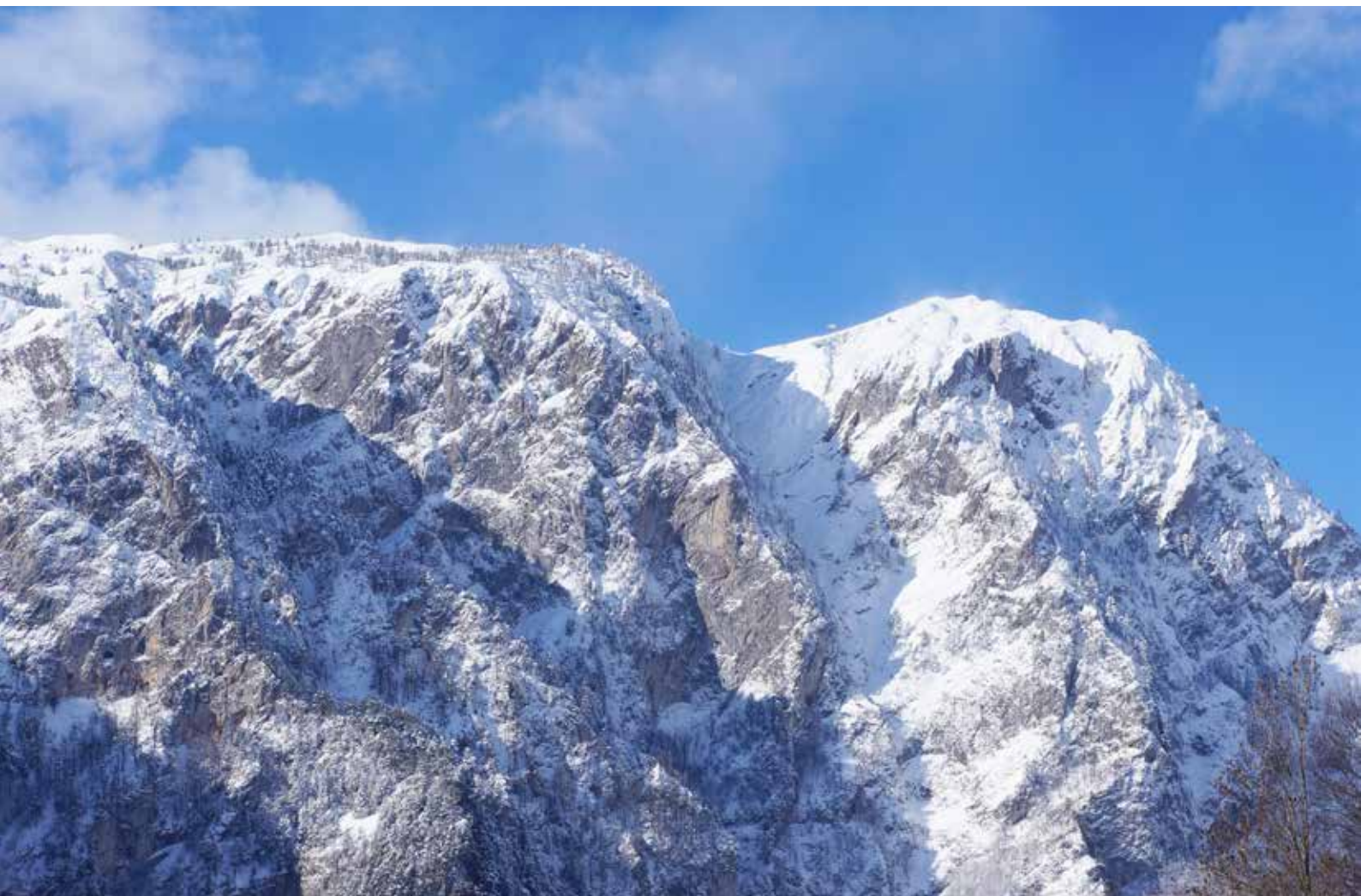
A scenic winter landscape featuring snow-covered mountains in the background and several small, rustic wooden huts in the foreground. The sky is blue with a white dotted pattern overlaying a map of the world. The overall scene is bright and clear.

# *Izveštaj o Strategiji Turističkog tržišta na zapadnom Kosovu*

*Februar, 2015*

# *Sadržaj*

|  |    |
|--|----|
| O PPSE .....   | 3  |
| Kratak opis turističkog sektora na destinaciji zapadnog Kosova ..... | 6  |
| Dinamika tržišta .....   | 7  |
| Analiza problema i sredstvo za analizu logičkog okvira .....         | 8  |
| Lanac turističke vrednosti .....                                     | 9  |
| Predložena vizija promene .....                                      | 10 |
| Intervencije PPSE .....  | 11 |
| Dosadašnja dostignuća .....  | 12 |
| Pozicija žena u turističkom sektoru zapadnog Kosova .....            | 14 |
| Rukovođenje u turističkom sektoru .....                              | 15 |
| Manjine .....  | 15 |



## O PPSE

Projekat Promocija zapošljavanja u privatnom sektoru (**PPSE**) na Kosovu koji finansira Švajcarska Agencija za Razvoj i Saradnju na Kosovu (**SDC**), i implementira se od strane **Swisscontact** (kao rukovodeći partner), **Instituta Riinvest** i **PEM Consult** ima za cilj da pomogne mala i srednja preduzeća (u daljem tekstu MSP) koja deluju u konkurentnom ekonomskom sektoru, gde javne politike bolje odgovaraju potrebama privatnog sektora, radi obezbeđivanja rasta zapošljavanja i održivosti za žene i muškarce. Glavni nacionalni partneri

su Ministarstvo Trgovine i Industrije (**MTI**) i Privredna Komora Kosova.

PPSE koristi pristup Razvoja tržišnog sistema (MSD), (ranije poznat kao Tržište za siromašne ili pristup M4P), koji se na poseban način fokusira na fasilitaciji tržišta kroz nove modele poslovanja da bi se obezbedila održiva promena širokog stupnja.

Rezultati/ciljevi programa su:

1) povećanje produktivnosti, dodatni prihodi



i stvaranje zapošljavanja; 2) Uticaj dobro uspostavljenih i organizovanih politika MSP sektora; 3) Smanjenje barijera za žene da bi imale pristupa održivom zapošljavanju, dok je njihova njihovo moć donošenja odluka povećana.

U odabranim sektorima, mala i srednja preduzeća povećavaju svoju produktivnost i stvaraju dodatne prihode i zaposlenost, omogućavajući pružaocima usluga i dobavljačima da razviju napredne i održive proizvode (robu i usluge) i proizvodne prakse. Štaviše, PPSE će omogućiti pružaocima usluga i dobavljačima da ponude procese tržišnog sistema u posebnim lancima vrednosti.

Što se tiče upravljanja razvojem privatnog sektora, PPSE će dizajnirati posebne intervencije koje će podržati unutrašnju organizaciju MSP-a i organizaciju sektora u odabranim sektorima projekta. Transparentnost, odgovornost i efikasnost su osnovni principi dobrog upravljanja koji će se na početku tretirati kako bi se ciljalo na inicijative zagovaranja i promene politika.

Na nivou uticaja postoji značajan raskorak prilikom zapošljavanja žena i muškaraca. Žene na Kosovu predstavljaju neiskorišćeni izvor, nedovoljno su zapošljene i potcenjene kao

vlasnice ili rukovodioci. Radi smanjenja rodne nejednakosti i da bi se pružila ravnopravna dobit za oba pola, rezultati iz Ekonomskog osnaživanja žena i strategija, predstavljaju osnovu pristupa. Kao rezultat, unapređeni pristup u zapošljavanju i donošenju odluka za žene je ključ dobitnog i održivog zapošljavanja.

Na osnovu očekivanih rezultata, sedamsto pedeset odabranih MSP iz odabranih sektora povećaće svoju produktivnost i stvorice dodatne prihode i zapošljavanje. Stoga, program ima za cilj da:

- Poveća neto prihod od **CHF 1,900.000** u odabranim sektorima
- Stvara **800** dodatnih, puno radno vreme, **30%** za žene.

Početno, program se fokusira u dva sektora: **sektor prerade hrane** (konkretno obradavoća i povrća i pod-sektori šumskih proizvoda koji nisu od drveta) **sektor turizma** (usredsređen na zapadnom Kosovu), **sektor proizvodnje** (odabran tokom faze implementacije). Svi sektori nude veliki potencijal za poboljšanje zapošljavanja i korišćenja preimućstva uklanjanjem otkrivenih smetnji, posredstvom naše analize od alfa do omega sektora.

Projekat PPSE je počeo oktobra 2013. Implementacija je započeta novembra 2014 godine, i nastaviće se do novembra 2017. Pilot intervencije su implementirane u sektoru turizma i prerade hrane. Pored ovoga, projekat je osnovao i **Fond mogućnosti** - koji služi kao dodatni instrument za postizanje rasta u stvaranju radnih mesta za preduzetnike Kosova. PPSE koristi jak okvir Monitoringa i Upravljanja Rezultatima (MRM) da bi uspostavio polazne podatke, obezbedio kvalitet rezultata, definisao indikatore, i podatke za izveštavanje za svaku intervenciju.

Projekat PPSE je **prvi** projekat na Kosovu koji koristi standard **DCED (Odbor donatora za razvoj preduzeća)** koji je potreban radi obezbeđivanja kvaliteta. Uključivanje žena u upravljanje i manjine kao pod-sektorske intervencije su od suštinske važnosti u svim intervencijama. Projekat će podatke razvrstati prema etničkoj pripadnosti i učiniće poseban napor da obuhvati Srpska MSP.



## Kratak opis turističkog sektora na destinaciji zapadnog Kosova

Zapadno Kosovo ili region Peći je dom niza Planina Prokletija. Opština Peć je najveći grad u toj zoni, koji je pozicioniran na ulazu u dolini Rugove. Đeravica, sa visinom od 2,656 m je najviši vrh na Kosovu, idealan je za razvoj letnjih i zimskih turističkih usluga i avantura. Od 2002 godine, lokalne grupe ljubitelja planinarenja su započele da istražuju aktivnosti u prirodi i avanturizam: šetnja, planinarenje, penjanje i istraživanje pećina, posebno u zoni doline Rugove. Uz podršku NVO donatora, infrastruktura turizma – staze za rekreativnu šetnju, staze za višednevno hodanje, staze za penjanje po stenama, Via Ferrata i staze za planinski biciklizam – su razvijene i promovisane u saradnji sa ruralnim porodicama koje su podržane da bi ponudile kućni smeštaj za turiste. Postavljene su informativne usluge za posetioce i promotivni štampani materijal je stavljen na raspolaganje. Većina usluga su planinske letnje aktivnosti, ali koje privlače posetioce manje naklonjene avanturizmu, podržane jednim brojem hotela, pansiona, kućnim smeštajem/noćenje sa doručkom, planinskim kolibama, kampovima i restoranima, sve su dostupne automobilom. Jedan ski-lift u selu Boga dostupan je za snowboard-ing i skijanje.

Dolina Rugove predstavlja dom za oko pedeset mala sela ili prebivališta sa alpskim pašnjacima. Pre rata, oko 400 porodica su stalno bile nastanjene u dolini. U toku rata stanovnici su napustili dolinu. Većina porodica se vraćaju u dolini Rugove u toku letnjeg perioda. Intervjui za procenu sektora urađeni od strane ekipe PPSE i stručnih savetnika za turizam, pokazuju da je samo 10 kuća nastanjene stalno.

Decembra, 2012 godine, je osnovan novi Nacionalni park. Nacionalni park „Planine Prokletije“ – obuhvata površinu od 62.488 ha., i prostire se na teritorijama opština: Đakovica, Junik, Dečani i Istog. Izrada plana za upravljanje parkom je u toku. Veliki delovi Nacionalnog parka, posebno jug doline Rugove, su u iščekivanju razvoja turističkih usluga u prirodi i osnovne infrastrukture. Letnji turizam je u procvatu u dolini Rugove i traje šest meseci (maj – oktobar) sa kulminacijom sezone koja se dostiže u Julu i Avgustu. Sezona sa snegom traje četiri meseca (decembar – mart), ali zbog nedostatka aktivnosti ne provlači dovoljan broj posetilaca.

Kao destinacija sa rastom, zapadno Kosovo ima potencijala da privuče veći broj posetilaca iz raznih segmenata. Širok spektar turističkih usluga, bolji objekti i kombinovane usluge uz promociju, imaju potencijala da povećaju broj i troškove posetilaca. Planinski turizam i onaj u prirodi još nisu razvijeni, posebno u opštini Dečani, koja zaostaje za njenim susedima u ovom aspektu. Kompleksna i bogata istorija je dodatna aktivnost zapadnog Kosova privlačna za putovanje. Peć, Dečani i Junik nude širok spektar kulturnih turističkih atrakcija i predstavljaju početna mesta za istraživanje, sa vidljivim kulturnim atrakcijama – kao što su Pećka Patrijaršija i Manastir Dečani – prava čuda srednjevekovne ortodoksne arhitekture.



## *Dinamika tržišta*

Početna anketa turizma zapadnog Kosova pokazuje da posetioce čine 42% domaćih posetilaca, turisti iz dijasporne 20%, dok su strani turisti 38%. Prirodna lepota ove zone, nedostatak razvoja turističkih usluga predstavljaju visoku potencijalnu sredinu za uticaj projekta PPSE.

Pokušaji u marketingu preduzeća kao što su hoteli, pansioni, kućni smeštaji i druge usluge smeštaja, nisu uspešni. Samo tri hotela su obuhvaćena na platformi za rezervacije (Booking.com). Ovo pokazuje da većini ponuđača usluga smeštaja nedostaju efikasni kanali marketinga, sa rezervacijama koje se vrše putem telefonskih poziva. Većina ponuđača usluga smeštaja nisu povezani cenovnim paketima sa turističkim operatorima za strane posetioce. Većina turističkih MSP su u vlasništvu i upravljaju se od strane porodica i malo njih su stručni za turizam. Marketing je samo „živa reč“.

Ostvareni intervjui od strane ekipe PPSE sa ponuđačima turističkih usluga, pokazuju da su rezervacije u blagom rastu poslednje dve godine, dok turistička MSP veruju da će se ovaj trend nastaviti. Kancelarija za turizam u Peći ocenjuje da je oko 30,000 turista (gosta

sa noćenjem) i 15,000 dnevnih turista bilo 2013 godine.

Dnevni prosečni troškovi turista su ocenjeni na 108,83 €/osoba/dan za turiste i 154 €/osoba/dan za dnevne posetioce.

Opština Peć je inaugurisala stazu Via Ferrata kao atrakciju novembra 2013 godine, podržanu u nastavku posredstvom NVO Marimangat radi obnove 2014 godine od strane PPSE, 100 turista su se popela stazom Via Ferrata oktobra 2014, u poređenju sa 14 turista oktobra 2013. Podržana inicijativa od strane donatora iz Iskustva Rugove, u saradnji sa Slow Food International za lokalnu gastronomiju, "Il Sentiero del Gusto", je u razvojnoj fazi. Turističke usluge razvijene od strane lokalnih NVO nikada nisu komercijalizovane u potrebnoj meri.

Nijedan lokalni turistički operator za strance ne povezuje portfolio sa povećanjem atrakcija i aktivnosti sa zahtevom. Informativni centri u Peći i Juniku deluju kao posrednici između klijenata (ulaznih) i turističkih usluga. NVO koje su uključene u razvoj turističkih usluga su pokušale da deluju kao turistički operatori, često rezultirajući uslugama sa suviše visokom cenom i neprofesionalnim uslugama posete.

## Analiza problema i sredstvo za analizu logičkog okvira (MSD, ranije M4P)

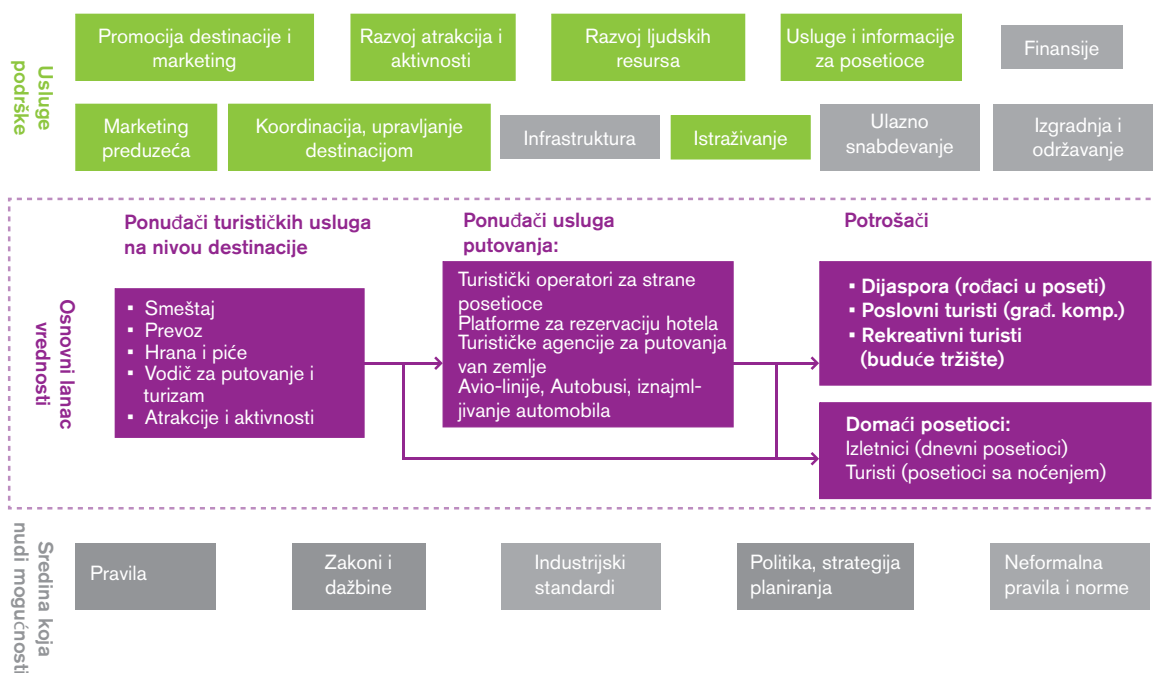
| (1) Problem / simptomi                                   | (2) Glavni uzroci   | (3) Usluge / (4) Sredina koja nudi mogućnosti   | (5) Slabosti usluga  | (6) Intervencije   | Glavni akteri   |
|--|---|---|--|--|---|
| Nedostatak koordiniranog delovanja u razvoju destinacije | Ograničeni ljudski i finansijski izvori za razvoj turizma.<br>Opštinskim kancelarijama za turizam nedostaju veštine i iskustvo u upravljanju destinacijama.<br>Akteri se suočavaju sa problemima kolektivnog delovanja u razvoju usluge i marketingu destinacije. | Ponuda informacionih usluga za turistička MSP.<br>Ponuda istraživanja i informacija za otkrivanje tržišta.<br>Osnivanje koordinacije i usluga upravljanja destinacijom.                 | Nedostaje finansijska šema za razvoj turizma u opštini.<br>Nedostaju podaci o turističkom sektoru.<br>Nedostaju istraživačke usluge.<br>Nedostatak jednog koordinacionog i upravnog tela dovodi do: - nedovoljne koordinacije među opštinama i aktera u privatnom sektoru; - nedostatka strateškog planiranja i delovanja u pravcu razvoja | # Promocija jedne funkcionalne organizacije za upravljanje destinacijom (UD)<br># Dobra javna infrastruktura i sistem razvoja usluga<br># Efikasna promocija destinacije i brendiranje | Opštinske kancelarije za turizam.<br>NVO, udruženja, grupe entuzijasta.<br>Turistička MSP.<br>Ponudajući usluga istraživanja tržišta.<br>Direkcija Nacionalnog parka "Planine Prokletije".                              |
| Nedostatak marketinga turističkih MSP.                   | Preduzeća ne vide potrebu i dobit.<br>Preduzeća ne znaju gde da stvore tržište.<br>Preduzeća nemaju informacije o kanalima marketinga sa niskim troškom.  | Ponuda usluga podrške preduzećima posredstvom e-marketinga.<br>Obezbeđivanje istraživačkih usluga i informacija o tržištu.<br>Obezbeđivanje informacija o efektivnoj ceni e-marketinga. | Nedostaju usluge podrške za e-marketing preduzeća.<br>Nedostaje istraživanje i informacije o tržištu.  | # Efektivne usluge marketinga turističkih preduzeća<br><br># Promocija efikasne organizacije UD  | Grupe za UD<br>Udruženja/NVO<br>Univerzitet<br>"Haxhi Zeka" iz Peći<br>Ponudajući usluga e-marketinga PR Solution.<br>Platforma za rezervaciju hotela: Booking.com; Google Maps, Open Street Map itd.                   |
| Nedostatak komercijalizacije atrakcija i aktivnosti.     | Mogući kandidati još ne uviđaju mogućnosti tržišta.<br>Kandidatima nedostaju veštine i iskustvo.<br>Kandidati ne rizikuju.<br>NVO tvrde da imaju vlasništvo nad razvijenim proizvodima javnog dobra, ali ne uspevaju da ih prodaju.                               | Obezbeđivanje informacija i načinu „znam kako“ u razvoju turističkih usluga.<br>Obezbeđivanje usluga istraživanja i informacija o tržištu.  | Nedostaju profesionalni turistički operatori i lokalni u privatnom sektoru za strane goste.<br>Nedostaju podaci o turističkom sektoru.<br>Nedostaje istraživanje i informacije o tržištu.  | # Promocija lokalnih operatora za strane goste<br><br># Promocija funkcionalne organizacije za UD  | Ponudajući usluga za trening turističkih operatora (Gears Up; TDB Consulting...).<br>Ponudajući usluga za start-up preduzeća. Promocija ponudajući usluga Outdoor Kosovo, Catun, Rugova Experience Trek, udruženja/NVO. |

| (1) Problem / simptomi   | (2) Glavni uzroci   | (3) Usluge / (4) Sredina koja nudi mogućnosti  | (5) Slabosti usluga  | (6) Intervencije                            | Akteri tržišta/turizma MSP sa posebnim strateškim tokovima posetioca.                 |
|--|---|--|--|---|---|
| Razvoj turističkih usluga  | Privatni sektor ne preduzima rizik.<br>Turistička MSP imaju ograničene prihode i nedostatak kapitala.   | Informacije<br>Organizovanje studijskih putovanja radi upoznavanja sa novim proizvodim.<br>Izgradnja novih uslužnih kapaciteta.<br>Finansijske usluge, uključujući Fond mogućnosti PPSE  | Ne postoji udruženje članova, ne organizuju se studijska putovanja, ograničeni opseg dostupnih usluga na Kosovu, posebno što se tiče zimskih aktivnosti                    | # Promocija funkcionalne organizacije za UD | Turistički operatori za buduće strane goste.<br>Ponudajući tehnoloških usluga.        |
| Turistička MSP planinskih zona.<br>Nedostatak prihoda van letnje sezone. | Domaći posetioци ne vide zapadno Kosovo ka atraktivnu destinaciju u toku cele godine.<br>Nedostatak privlačnih usluga za domaće posetioce, npr. festivali, promocije prehrambenih proizvoda, aktivnosti za decu.<br>Osim jednog ski-lifta u jednom selu, gotovo ima potpunog nedostatka atrakcija i zimskih aktivnosti. | Osnivanje usluga koordinacije i upravljanja destinacijom. Usluge marketinga destinacije.<br>Obezbeđivanje usluga podrške za marketing preduzeća. Organizovanje izložbi/putovanja radi upoznavanja sa novim potencijalnim proizvodima.<br>Finansijske usluge, uključujući Fond mogućnosti PPSE. | Nedostatak jednog koordinacionog tela.<br>Nedostaje istraživanje i informacije o tržištu.<br>Nedostatak strateškog planiranja i razvoja.<br><br>Slabi promotivni pokušaji. | Sve intervencije.                           | UD zapadno Kosovo.<br>NVO, udruženja, upravnici turističkog sistema i turistička MSP. |



| (1) Problem / simptomi   | (2) Glavni uzroci  | (3) Usluge / (4) Sredina koja nudi mogućnosti  | (5) Slabosti usluga  | (6) Intervencije  | Glavni akteri  |
|--|--|--|--|---|--|
| Nestabilni pokušaji za infrastrukturu javnih turističkih dobara i razvoj usluga. | Nedostatak inicijativa finansiranih od donatora. Nedostatak upravljanja destinacijom, planiranja i koordinacije delovanja. Mnoge nezavisne inicijative ostvarene od NVO.   | Sredina koja nudi mogućnosti. Osnivanje finansijske šeme. Uspostavljanje usluga upravljanja destinacijom obuhvatajući i strateško planiranje destinacijom.   | Ne postoje inicijative osim projekata finansiranih od donatora. Nema sistema za razvoj usluga od javnih dobara.  | # Razvoj usluga i promocija<br># Promocija funkcionalne organizacije za UD                    | UD<br>Upravnici turističkog sistema.<br>NVO/udruženja<br>Regionalne kompanije (Birra e Pejës, Uji Rugova, Restorani, Hoteli u planinama itd.)<br>Direkcija Nacionalnog parka "Planine Prokletije". |
| Nedostatak efikasnog upravljanja destinacijom                                    | Ne postoje podaci o posetiocima i sporednim akterima za dobavljanje. Ne postoje analize posetioca i izvornih tržišta. Nedostatak koordinacije marketinga između NVO, kancelarije za turizam i grupa entuzijasta. Nedostatak baze podataka sa marketinškim materijalom sa fotografijama i opisom. Ne postoji marketinški plan destinacije. Ograničeni budžet za marketing. Nedostatak marketinških sposobnosti. | Ponuda usluga istraživanja i informacija o tržištu. Osnivanje usluga koordinacije i upravljanja destinacijom. Sredina koja nudi mogućnosti. Lobiranje za uspostavljanje pravilnika za turističku taksu za posetioce i turistička preduzeća. Obezbeđivanje usluga za razvoj marketinških veština. Obezbeđivanje usluga za promociju destinacije i marketinga. | Niko ne nudi informacije o tržištu. Nedostatak jednog koordinacionog tela. Nedovoljna šema finansiranja opština u marketing destinacije. Postojeće marketinške kompanije imaju malo iskustva u turizmu. Marketinški materijal u skladu sa opisom poslova od strane NVO. Nedostaje fokus ka glavnim posetiocima tržišta, kao i na ciljnu publiku. Engleski jezik, fotografije i kvalitet štampe nisu mnogo profesionalni. Nedostatak efektivnih sredstava marketinga. | # Promocija funkcionalne organizacije za UD<br># Efikasna promocija destinacije i brendiranje | UD<br>Upravnici turističkog sistema.<br>NVO, udruženja<br>PR Solutions, promotivne, marketinške i brendiranjeg kompanije.  |
| Nedostatak novog privatnog sektora.  | Privatni sektor ne uviđa tržišni potencijal.   | Obezbeđivanje usluga i tržišta.  | Nedostatak usluga i informacija o tržištu za MSP.  | # Razvoj usluga i promocija   | UD zapadnog Kosova.  |

## Lanac turističke vrednosti



## *Predložena vizija promene*

Stvaranje konkurentne turističke destinacije sa promovisanim atrakcijama i aktivnostima na efikasan način. Iz ovog razloga, stimulisaćemo rast turističkih preduzeća koja nude široki opseg usluga i objekata. Rast broja posetilaca privući će investicije od strane novih i postojećih aktera. Rast prihoda od poreza omogućiće opštinama da reše smetnje u infrastrukturi i javnim uslugama. Turistički sektor koji je u porastu i koji nudi intenzivan posao prihvatice veći broj žena i muškaraca koji su trenutno nezaposleni. Veliki direktan uticaj će imati prihodi iz prehrambene industrije i građevine koji će se uliti od dodatnih investicija, i koji

će stimulisati zahteve za zapošljavanje u poljoprivredi i građevinskom sektoru. Glavna komponenta u realizaciji ove vizije je funkcionisanje organizacije za Upravljanje Destinacijom koja se sastoji od privatno-javnog partnerstva sa programima za razvoj dobro koordiniranog turizma, koja će zagovarati izgradnju infrastrukture javnih dobara i efektivni marketing. Akteri u privatnom sektoru ispunjavaju funkciju osnovnog lanca vrednosti turističkih operatera za strane posetioce, i obezbeđuju efektivnu podršku za turistički marketing.



# *Intervencije PPSE*

## **Na osnovu analize planirane su sledeće intervencije:**

1. Osnivanje funkcionalne organizacije za Upravljanje Destinacijom
2. Marketinške usluge za turistička preduzeća
3. Promocija turističkih operatora za strane posetioce
4. Infrastruktura javnog dobra i sistem razvoja proizvoda
5. Međunarodna promocija turističkih paketa
6. Promocija i efikasno brendiranje destinacije

Osnivanje funkcionalne organizacije za UD postavlja temeljac za saradnju i zagovaranje svih zainteresovanih strana za razvoj i promociju usluga, omogućavajući MSP da uvećaju njihovu ponudu i da na ovaj način stignu direktno do turista. U isto vreme, turistički operatori za strane posetioce će ponuditi turističke usluge iz paketa stvorenih posredstvom koordinacije lokalnih i

međunarodnih UD za turiste. Ove intervencije direktno utiču na rast broja turista koji dolaze na destinaciji, i da oni više troše i da duže ostanu. Kao rezultat ovoga, prihodi turističkih MSP rastu i na ovaj način raste i zapošljavanje u regionu. Ako ovaj novi koncept upravljanja destinacijom bude uspešan na zapadnom Kosovu, on će se ponoviti u drugim regionima u zemlji.

## Dosadašnja dostignuća

### Intervencija 1:

#### Promocija funkcionalne organizacije za UD

Promocija funkcionalne organizacije za UD ima za cilj promenu u pravcu efikasnog upravljanja destinacijom na zapadnom Kosovu. Olakšavajući koordinisano delovanje, polje delovanja UD usluga očekuje se da ukaže na sledeće slabosti:

- Nedostatak koordinacije i zagovaranja zainteresovanih strana
- Nedostatak podataka i statistike za sektor (opšti nedostatak tržišnih informacija o posetiocima, ponuđačima turističkih usluga, mogućnostima za preduzeća, ekonomskom uticaju, zapošljavanju, izvorna tržišta i trendove)
- Nedostatak analize i planiranje razvoja postojećeg i budućeg toka posetioca (SVF)
- Nedostatak koordinacije i razvoj strateške oblasti preduzetništva, planiranja i delovanja
- Nedostatak razvoja usluga javnih dobara i sistema za održavanje usluga
- Nedostatak sveobuhvatnih online informacija za posetioce i turističku industriju
- Nedostatak efektivne promocije funkcije destinacije potrebnim kanalima da bi se ukazala tržišta ciljnih posetioca, uključujući nedostatak porodičnih putovanja i podršku znalaca za putovanje.

Razvoj strateških identifikovanih tokova posetioca, kombiniranim sa efikasnim marketingom, doprinosi širem meniju atrakcija i aktivnosti, koji će dopuniti potrebe postojećih posetioca i privući će još više posetioca.

2014 godine, PPSE je pomogao osnivanje dvanaest operativnih grupa, koje su sačinjene od opštinskih zvaničnika, predstavnika preduzeća i civilnog društva koji će raditi u pravcu osnivanja funkcionalne organizacije za UD. Urađena je pravna ocena radi određivanja načina osnivanja organizacije za UD kao pravno lice kao i način finansiranja. Ova ocena je otkrila da zakonski okvir Kosova dozvoljava da UD bude u formi nevladine organizacije, koja se treba finansijski podržati od strane tri opština Peć, Dečani i Junik. PPSE je organizovao radionicu u vezi Modela destinacije Saint Gallen (SGDM) koja je realizovana od strane kompanije PWC. SGDM će predstavljati pilot pristup za OUD, koji ima za cilj razvoj destinacije na osnovu zahteva. U toku 2014 godine, OUD iz Albanije je pomogla operativnu grupu razvojem marketinškog plana, sa vremenskim rokom realizacije od četiri godine.

### Intervencija 2:

#### Marketinške usluge turističkih preduzeća

Kratkoročne intervencije pomažu turistička MSP da koriste online sredstva sa niskim troškom, naročito Google maps, Open Street maps i Trip Advisor. Ovo je intervencija koja donosi trenutnu dobit, i tretira slabosti tržišnih usluga kao u nastavku:

- Nedostatak promocije turizma na nivou preduzeća i marketinških usluga
- Nedostatak kvalifikovanih ljudskih resursa

Obnovljeni pokušaji za marketing preduzeća očekuje se da uvećaju broj korisnika turističkih MSP. PPSE je uključila korišćenje promocije na nivou preduzeća i intervenciju marketinških usluga u partnerstvu sa PR Solutions. PR Solutions sa sedištem u Prištini, je jedina kompanija na Kosovu specijalizovana za odnose sa javnošću, medijima, reklamu, organizovanje događaja itd., i sa malo iskustva u turizmu. Kompanija je dobila svetsku nagradu za najbolju nacionalnu kampanju „Kosovo – Mladi Evropljani“. PR Solutions ima širok spektar domaćih i stranih partnera. Kompanija je bila zainteresovana za uključivanje marketinških usluga za turistička preduzeća. U skladu sa pristupom MSD, PR Solutions je registrovalo oko 70 turističkih preduzeća i 10 atrakcija na web-stranicama Google Street map i Open Street. Četiri preduzeća je registrovano na booking.com, dok druga preduzeća nisu ispunila kriterijume portala (booking.com, hotels.com, agoda.com i trip advisor). PR Solutions planira izradu svoje platforme za online rezervacije na Kosovu radi odgovora na potrebu, što će biti prvi domaći preduzetnički poduhvat koji će ponuditi takvu uslugu.

### Intervencija 3:

## Infrastruktura javnog dobra i sistem razvoja proizvoda

Radi tretmana ograničenog broja turističkih usluga u regionu, PPSE je podržao lokalnu NVO „Marimangat“, u ulozi lokalnog partnera radi obnove i proširenja staze Via Ferrata u dolini Rugove u Peći. Ova NVO i opština Peć su pokazale angažovanost podelom fondova i resursa radi obnove ove turističke atrakcije za koji se očekuje da privuče više turista u ovom regionu. Sporazum između NVO Marimangat i turističkih MSP radi ponude usluge Via Ferrata sa tarifom koja će se koristiti radi održavanja i izgradnju drugih turističkih usluga, obezbeđuje motiv i vlasništvo za lokalne aktere. Interes turističkih preduzeća je rast prihoda posredstvom prodaje aktivnosti posetiocima / stranim turistima. Sa druge strane, posetioци/turisti doživeće jedno lepo iskustvo iz regiona. Ovaj poseban doprinos je samo jedan deo opšte intervencije razvoja turističkih usluga. Na osnovu preliminarnih podataka broj posetioca Via Ferrata je u rastu, takođe, zahvaljujući marketingu i potrebnoj reklami. Od 14 posetioca 2013 godine, oko 100 posetioca je posetilo Via Ferrata u oktobru 2014 godine.



## Pozicija žena u turističkom sektoru zapadnog Kosova



### **Blerina Salaj - Koordinator Regionalnog turističkog centra Dukagjin**

*"Projekat PPSE i stvaranje DBS vidim kao priliku usklađivanje svih pnuda regionalnog turizma, kao regulator koji će uticati na poboljšanje performanse svih aktera u sektoru turizma i kao kreator novih atraktivnih ponuda .koje do sada su ostale samo kau nerealizirane ideje."*

U tri opštine, Peć, Dečani i Junik, ima malo zvaničnika za Ekonomski razvoj turizma (u svim slučajevima se radi o muškim radnicima). Ne postoji politika na nivou opštine radi ohrabrenja turističkog sektora da uključe veći broj žena.

U ciljnoj zoni za razvoj turizma postoje oko trideset aktivnih NVO, uglavnom potpomognute od strane donatora, koje se fokusiraju na razvoj turizma. Trenutno, samo sedam žena je na rukovodećoj poziciji. Imajući u obzir percepciju zajednice u vezi sa podelom uloga na osnovu pola, planinski turizam se smatra muškom provincijom. U poslednje vreme na Via Ferrata angažovane su tri žene kao turistički vodiči (u poređenju sa nijednom pre intervencije), nakon što je shvaćen potencijal za prikupljanje prihoda.

Grupe entuzijasta uglavnom se sastoje od mladih osoba i onih u srednjoj dobi, sa

srednjim i visokim prihodima, koji uglavnom dolaze iz urbanih zona. Većina u grupama entuzijasta čine muškarci, ali primećen je trend da žene postanu ljubitelji planinarenja (u retkim slučajevima, žene koje sudeluju u grupama entuzijasta su zamenile svoje uloge i sada rade kao turistički lokalni vodiči).

Za MSP uloga žena u preduzetništvu je sa niskom funkcijom koja traži malo veština. Početna anketa pokazuje da 31% žena koje rade u turizmu imaju ulogu u kuhinji, 28% u održavanju čistoće, i samo 5% u rukovođenju. Bez obzira na najniži platu određenu Zakonom o radu na Kosovu od 220 eura, prosečna mesečna plata žena je od 100 do 150 eura, uglavnom u neformalnom poslu. Na tipičan način, žene uključene u sektoru turizma imaju nizak nivo obrazovanja, nedostaju im informacije i prethodno iskustvo, i imaju nedostatak kontrole porodičnih prihoda.

Takvim preduzećima rukovode porodice, prema toma uloga žena je uglavnom neformalna i usmerena na osnovu potreba porodice. Ove žene imaju veliku finansijsku zavisnost od njihovih muževa.

- Savremeni turisti iskazuju više interesovanja za inicijative zajednica: UD može pomoći u započinjanju inicijativa radi stvaranja jednog zajedničkog dopunskog tržišta. UD u saradnji sa NVO i lokalnom vlašću može razviti jednostavne strategije radi poboljšanja pristupa tržištima. (Stvaranje programa promocija radi povećanja broja turista koji kupuju lokalne proizvode, kao što su ručni radovi, hrana, odeća itd. i da se koriste lokalne usluge, kao što su lokalni vodiči).

- Osnivanje programa edukacije i treninga za žene. Treninzi i edukacija treba da imaju za cilj ohrabrivanje žena da pređu u ne-tradicionalnim profesijama koje zahtevaju više veština sa boljom platom. Poboljšanje njihovog radnog statusa je dugoročni cilj.

Stvaranje aktivnosti za razvoj dece. Socijalni programi za decu i brigu, uključujući igre, pričanje priča itd., mogu biti od koristi za turiste i lokalne stanovnike. Pomoć lokalnih žena za

podizanje kapaciteta u regionu nudi usluge za porodice iz zajednice.

- Podrška ženskom preduzetništvu (postojećih i novih preduzeća). Istraživanje lokalne tradicije i navika u preradi hrane (prerada voća i povrća u marmelade, sokove, i suvo voće i povrće itd.).

Ovo mogu biti lokalni brendirani proizvodi i mogu se uključiti i lokalne atrakcije.

- Dobra predstavljenost udruženja žena i preduzeća u vlasništvu žena u OUD. Kodeks ponašanja se može razviti tražeći delovanje za polnu jednakost i angažman svih članova.

## Rukovođenje u turističkom sektoru

PPSE će se obratiti glavne principe dobrog upravljanja (odgovornost, transparentnost, nediskriminacija; učešće; i efikasnosti) na različitim nivoima privatnog sektora, kako na firmu i na nivou sektora, sa namerom da se poboljša unutrašnju organizaciju čvrstu ali kao i sektor organizacija. Specifična pažnja će biti posvećena uključivanju i nediskriminaciji manjina u intervencijama sektora. Kontakti će biti uspostavljena po intervenciji sa relevantnim akterima iz privatnog sektora u okviru lanca vrednosti, uključujući i druge klastera aktera na severu i jugu Kosova da promoviše uključivanje svih zajednica koje žive na Kosovu. Poslovni modeli koji nude suštinsku samomotivisanost za glumce da poveća učešće i izbegavaju bilo kakav etničku i polnu diskriminaciju u vezi će biti promovisan. Međutim, ukoliko se utvr-

di takve ograničenja, specifična pažnja će se posvetiti aktivnostima i intervencijama bave ih. Ukupna sektor upravljanja snagom i slabosti prikazani su u tabeli.

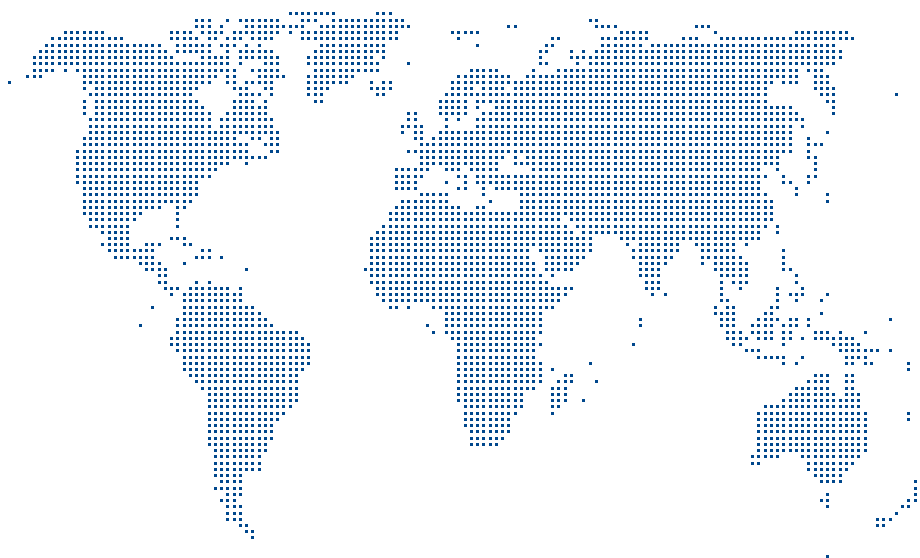
|   | Glavne karakteristike   | Glavne prednosti / Mogućnosti  | Glavne slabosti / Opasnosti  | Glavni trendovi  |
|---|---|--|--|--|
| <b>Kontekst izvan sektora</b>           | - Efekat discipliniranja takmičarskog subjekta koji proističe od održivosti specifično visokog sektora                      | - Potencijali za rast<br><br>- Potencijal za među-graničnu saradnju  | Nedostatak industrijskih standarda<br>- Nedostatak politike, strategije i planiranja delovanja<br>- Slabi zakonski okvir i propisi<br>- Slaba infrastruktura               | Mogućnost za rast, uzimajući u obzir neistraženi potencijal                                |
| <b>Akteri, interesi i stimulansi</b>    | - Razni akteri sa različitim vlašću i stimulatvnm strukturama   | - Nekoliko slojeva aktera, osim političkih i javnih institucija<br><br>- Subjekat različite kontrole i ravnoteže i disciplinskih odnosa<br><br>- Mnogo rukovodioca promena | - Otpor promenama u krugu glavnih aktera<br><br>- Mogući razni konflikti interesa u krugu aktera   | - Mogućnost za reformu zbog obećavajuće kombinacije aktera                                 |
| <b>Rukovođenje/ Odnosi odgovornosti</b> | - Osim hijerarhijskih zvaničnih odnosa, akteri u sektoru da se karakterišu drugim neformalnim odnosima (određenim slobodno) | - Dobra kombinacija aktera   | - Slabe kontrole i ravnoteža organizacija<br><br>- Nedostatak predviđanja što se tiče sledećeg angažovanja vlasti<br><br>- Asimetrične informacije u krugu tržišnih aktera | - Pozitivni signali ali ne definisani dobro (strategija sektora još nije objavljena javno) |

## Manjine

Turizma nudi dobar potencijal za uključivanje srpske manjine u intervencijama. Turistički operatori za strane turiste će biti ohrabreni da uključe vinske puteve u Orahovcu, Brezovici i Zubinom Potoku, zone sa sada već razvijenom turističkom industrijom i menijima sa atrakcijama i aktivnostima. Dva glavna religiozna spomenika u zapadnom regionu

– Manastir Dečani i Pečka Patrijaršija–su uključeni i turističkim ponudama, ali će se saradnja proširiti. Takođe je izgrađen odnos sa Outdoor in, turističkim operatorom u Zubinom Potoku, koji je sad uspostavio nekoliko turističkih planinskih usluga na severu Kosova.

PPSE pruža ravnopravne mogućnosti za zapošljavanje. PPSE je protiv diskriminacije, rasizma i drugih oblika nezakonitog ponašanja. Zaposlenici PPSE projekta su obavezni da održavaju nepolitički profil u njihovom odnosu sa funkcionerima i javnošću.



**Kontakt osoba:**

Edona Kurtolli

**Adresa projekta:**

Ul. Major Mehmet Bushi LI 12 br.1  
10 000 Priština, Kosovo

**Tel:** +381 (0) 38 520403

**[www.ppse-kosovo.org](http://www.ppse-kosovo.org)**

**[www.facebook.com/ppse.kosovo](https://www.facebook.com/ppse.kosovo)**

---

PPSE projekat je finansiran od strane:



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development  
and Cooperation SDC

PPSE projekat sprovodi:



swisscontact

