



USAID
NGA POPULLI AMERIKAN
OD AMERIČKOG NARODA



Sweden
Sverige



USAID, AKTIVNOSTI OSNAŽIVANJA PRIVATNOG SEKTORA - U PARTNERSTVU SA SIDA-om

ANALIZA TRENUTNE SITUACIJE U SEKTORU TURIZMA NA KOSOVU



APRIL 2018

Aktivnost OSNAŽIVANJA privatnog sektora

ANALIZA TRENUTNE SITUACIJE U SEKTORU TURIZMA NA KOSOVU

Ovaj izveštaj je pripremljen za razmatranje od strane Američke agencije za međunarodni razvoj i Švedske agencije za međunarodni razvoj (Sida).

Pripremila:

Blerina Dula

Dostavio:

Cardno Emerging Markets USA, Ltd.

Dostavljeno:

USAID/Kosovo

Datum izdavanja:

April 2018

Br. ugovora:

AID-167-C-14-00005 EMPOWER Private Sector

ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI:

Ovaj izveštaj omogućen je podrškom američkog naroda preko Agencije Sjedinjenih Država za međunarodni razvoj (USAID). Sadržaj ovog izveštaja je isključivo odgovornost kompanije Cardno Emerging Markets USA, Ltd. i ne odražava nužno stavove USAID-a ili Vlade Sjedinjenih Država.

Sadržaj

SPISAK SKRAĆENICA	5
Rezime.....	6
Uvod	6
Definicija turizma i njegove karakteristike.....	7
Važeće zakonodavstvo u sektoru turizma na Kosovu	8
Nivo podrške vlade sektoru turizma	10
Međusektorska saradnja - uticaj drugih institucija na učinak turističke industrije	11
Statistika i turizam.....	12
Članstvo Kosova u međunarodnim turističkim i statistički povezanim organizacijama	20
Trenutno stanje životne sredine na Kosovu, problemi i njihov značaj u turizmu	22
Reke i upravljanje otpadom predstavljaju glavni razlog zabrinutosti koja se odnosi na turizam	22
Direktive EU o životnoj sredini i nivo približavanja kosovskog zakonodavstva	23
Zabrinutosti i nalazi zainteresovanih strana i međunarodnih organizacija u sektoru turizma	24
Uloga Nacionalne turističke organizacije (NTO)	27
Segmentacija turističkog tržišta - koristi i efekti u izradi strategije razvoja turizma .	30
Definicija.....	30
Prednosti i zahtevi segmentacije.....	30
Uopšteno korišćene metode i tehnike za segmentaciju turističkog tržišta	31
Segmentacija turističkog tržišta i potencijalni resursi na Kosovu.....	31
Turistička potražnja i ponuda	32
Glavne turističke destinacije i događaji na Kosovu	34
Popularne destinacije na Kosovu.....	35
EU projekti prekogranične saradnje (PGS) i njihov uticaj na razvoj lokalnog turizma	35
Glavni izazovi/problemi obuhvaćeni PGS programom	36

Podobni podnosioci predloga projekata	37
Prihvatljive i susedne oblasti obuhvaćene Programom prekogranične saradnje IPA 2007 - 2013 (zajednički projekti sa susednim zemljama)	37
<i>Uloga međunarodnih organizacija za turizam na Kosovu</i>	<i>38</i>
<i>Nivo svesti zajednice o turizmu</i>	<i>39</i>
<i>Obrazovanje u oblasti turizma na Kosovu</i>	<i>39</i>
<i>Kulturna baština na Kosovu</i>	<i>41</i>
<i>Putna infrastruktura, mapiranje i označavanje turističkih destinacija i atrakcija</i>	<i>42</i>
<i>Standardi kvaliteta u sistemu turizma i kategorizacije hotela</i>	<i>43</i>
Sistem klasifikacije hotela na Kosovu	43
<i>Vizna politika za strane posetioce</i>	<i>45</i>
<i>Turistički informativni centri (TIC)</i>	<i>46</i>
<i>Potruga i spašavanje (SAR)</i>	<i>48</i>
<i>Pristupačni turizam</i>	<i>48</i>
<i>Nivo informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) i veb prisustvo u sektoru turizma na Kosovu</i>	<i>50</i>
<i>SWOT analiza trenutnog stanja turizma na kosovu</i>	<i>50</i>
<i>Strateški pristupi za državne institucije za razvoj politike za održivi turizam</i>	<i>53</i>
<i>Zaključak</i>	<i>56</i>
<i>Preporuke</i>	<i>57</i>
<i>REFERENCE</i>	<i>62</i>
<i>Aneks A:</i>	<i>63</i>
<i>Aneks B:</i>	<i>64</i>

SPISAK SKRAĆENICA

ATM	Arapski sajam putovanja	NTA	Nacionalna turistička agencija
CAGR	Složena godišnja stopa rasta	NTO	Nacionalna turistička organizacija
PGS	Prekogranična saradnja	O&M	Rad i održavanje
COTTM	Kineski sajam putovanja i izlaznog turizma	JPP	Javno privatna partnerstva
DMO	Destinacijska marketing organizacija	PPSE	Promovisanje zapošljavanja u privatnom sektoru
DNP	Sajam „Destination Nature“ Pariz	PR	Odnosi sa javnošću
EMITT	Međunarodni istočnomediteranski sajam turizma i putovanja	KV	Kvartal 1, 2, 3, 4
ETC	Evropska turistička komisija	SAR	Pretraga i spasavanje
EU	Evropska unija	MSP	Mala i srednja preduzeća
BDP	Bruto domaći proizvod	SWOT	Snage, slabosti, prilike i pretnje
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit	TA	Putnički agent
HOTREC	Hoteli, restorani, kafići - sistem klasifikacije	TAIEX	Tehnička pomoć i razmena informacija
LjR	Ljudski resursi	TIC	Turistički informativni centar
IKT	Informaciona i komunikaciona tehnologija	TO	Turoperator
IPA	Instrument za pretpristupnu pomoć	UNDP	Program Ujedinjenih nacija za razvoj
ITB	Internationale Tourismus Börse	UNECE	Ekonomska komisija UN za Evropu
ASK	Agencija za statistiku Kosova	UNESCO	Obrazovna, naučna i kulturna organizacija UN
ATUK	Alternativno turističko udruženje Kosova	UNWTO	Svetska turistička organizacija UN
KIESA	Kosovska agencija za investicije i podršku preduzećima	USAID	Agencija Sjedinjenih Država za međunarodni razvoj
KTS	Kosovski turistički savet	PDV	Porez na dodatu vrednost
MPŠRR	Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja	VC	Centar za posetioce
MKOS	Ministarstvo kulture, omladine i sporta	VFR	Poseta prijateljima i rođacima
MŽSPP	Ministarstvo životne sredine i prostornog planiranja	WTM	Svetski sajam turizma
MONT	Ministarstvo obrazovanja, nauke i tehnologije	WTTC	Svetski savet za putovanja i turizam
MICE	Sastanci, motivaciona putovanja, konferencije i događaji	YOY	U odnosu na prethodnu godinu
MALS	Ministarstvo administracije lokalne samouprave		
MTI	Ministarstvo trgovine i industrije		
NVO	Nevladina organizacija		

Rezime

Ovaj izveštaj pruža detaljnu analizu i procenu trenutne situacije u sektoru turizma na Kosovu.

Metode analize obuhvataju pregled statističkih podataka, konsultacije sa lokalnim i međunarodnim zainteresovanim stranama u turizmu, istraživanje pitanja životne sredine vezanih za turizam i trenutni nivo obrazovanja i svesti o turizmu. Takođe uključuje dodatne analize i pruža rešenja na osnovu najboljih praksi u industriji, naglašavajući potrebu za nekim od vitalnih nedostajućih komponenti koje su ključne za uspešan učinak u turizmu. Nadalje, konsultovani su brojni dosadašnji stručni izveštaji o turizmu na Kosovu sa ciljem da se jasno shvati situacija.

Rezultat ove analize pokazuje da se smatra da su neka od najhitnijih pitanja koja zadržavaju industriju ona koja su fundamentalna u konstituisanju održivog turizma, kao što su: turističko zakonodavstvo; nacionalna strategija, nivo finansijske podrške i organizaciona struktura turizma u državnim institucijama; infrastruktura; okruženje; statistike i baze podataka; itd. Pored toga, na kraju ovog izveštaja dati su i drugi važni nalazi i preporuke, kao što su: marketing; međusektorska saradnja; standardi kvaliteta; obrazovanje i podizanje svesti; itd.

Nalazi iz ovog izveštaja pokazuju da ukupna situacija sektora turizma na Kosovu nije pozitivna u pogledu njegovog upravljanja i planiranja od strane vladinih institucija, uzimajući u obzir rastući trend interesovanja turista za region Zapadnog Balkana, uključujući Kosovo.

Preporučuje se da se glavni akteri u turizmu (tj. vladine institucije, udruženja, privatni sektor i sl.) mobilišu zajedno u cilju ubrzanja procesa neophodnih reformi koje se trebaju odvijati u industriji. Kao što je istaknuto u ovom izveštaju, izuzetna količina i složenost reformi koje treba preduzeti ne dopušta dalja odlaganja odgovarajućih dešavanja koja će utvrditi budući uspeh sektora turizma na Kosovu i njegovu konkurentnost u regionu.

Uvod

Potreba za hitnom intervencijom u oblasti turizma na Kosovu dovela je do angažovanja i mobilizacije glavnih zainteresovanih strana u cilju fokusiranja na pronalaženje rešenja za rešavanje brojnih problema sa kojima se industrija suočavala u dužem vremenskom periodu. Kao rezultat toga, nedavno je uspostavljen Kosovski turistički savet kao savetodavno telo za koordinaciju aktivnosti institucija u cilju razvoja održivih turističkih politika koje bi promenile i poboljšale trenutno loše stanje u sektoru.

Ovaj izveštaj se fokusira na analizu trenutne situacije u sektoru turizma na Kosovu. Njegov glavni cilj i očekivani ishodi su prezentacija nalaza iz analize dosadašnjih dostupnih podataka (sekundarni podaci) o turizmu uključujući prethodne ekspertske izveštaje iste prirode. Štaviše, primarni podaci su prikupljeni i istraženi kako bi danas dali širu i jasniju sliku stanja turističke privrede na Kosovu i pružili savete, sugestije i preporuke o tome kako kreirati osnovnu infrastrukturu i uspostaviti odgovarajuće politike za dalji razvoj turizma.

S obzirom na to da turizam u mnogim zemljama velikim udelom doprinosi bruto domaćem proizvodu (BDP), nije čudo što je industrija postala prioritet za vlade i preduzeća kao jedan od najpouzdanijih sektora u koji se može investirati i u okviru koga se može razvijati. Sve veći značaj turizma i njegov uticaj na ekonomiju, otvaranje novih radnih mesta i razvoj lokalne zajednice doveli su do ozbiljnijeg pristupa iz različitih zemalja širom sveta u smislu razvoja održive politike i prilagođavanja najboljih praksi iz sektora.

Prema Svetskom savetu za putovanja i turizam (WTTC) 2017¹, putovanje i turizam u 2016. godini generisali su oko 7,6 biliona dolara ili više od 10% globalnog BDP-a, stvarajući više od 290 miliona radnih mesta (1 od 10 radnih mesta u globalnoj ekonomiji). To je činilo 6,6% ukupnog svetskog izvoza i oko 30% ukupnog izvoza globalnih usluga. Trend rasta putovanja i turizma (više od 3%) je prevazišao trend rasta globalne ekonomije (2,5%) i zabeležen je najjači rast u poređenju sa finansijskim i poslovnim uslugama, proizvodnjom, javnim uslugama, maloprodajom i distribucijom i transportom.

Kosovo, međutim, s obzirom na strateški geografski položaj na Zapadnom Balkanu, gde je tržište zrelo, još uvek nije iskoristilo trendove u razvoju turizma, što je dovelo do toga da turisti generalno zaobilaze Kosovo i samim tim troše manje novca i provode manje noći u zemlji. S tim u vezi, potrebno je detaljno ispitivanje i identifikacija podsticajnih faktora koji su doveli do ove situacije i nadamo se da će poslužiti kao važan korak ka poboljšanju i pozitivnom razvoju u industriji.

Tokom pripreme ovog izveštaja konsultovani su različiti turistički akteri (javni i privatni) i održani su odvojeni sastanci kako bi se prikupile važne informacije o prošlim i sadašnjim kretanjima u turističkom sektoru.

Definicija turizma i njegove karakteristike

Danas je turizam jedan od najvažnijih i najdinamičnijih sektora svetske ekonomije i smatra se složenim i raznolikim fenomenom. Složen je jer podrazumeva izvođenje velikog broja aktivnosti (na primer, od usluga vodosnabdevanja, železničkog, drumskog i vazdušnog putničkog prevoza do hotela, restorana, prodavnica suvenira, banaka i maloprodaje) koje su organizovane i u koordinaciji jedne sa drugima. Važno je shvatiti da pogrešnim definisanjem turista dolazi do grešaka u našoj misiji i stoga nepravilno određuju turističke politike.

Postoji čvrsta veza između naše misije i definicije turista i/ili turizma. U stvari, samo poznavanjem i definisanjem tačno onoga šta su turisti i šta predstavlja turizam, omogućava se bolje razumevanje ekonomskog uticaja ove pojave i preciznije razlikovanje troškova i prometa, a kao rezultat toga, nastaje nacrt politika koje će omogućiti uspešan razvoj sektora.

¹Svetski ekonomski uticaj putovanja i turizma (2017)

Među stručnjacima iz oblasti turizma nema jasnog konsenzusa o definicijama, međutim generalno je naglašeno da postoje tri osnovna elementa ili dimenzija koje uvek spadaju u definiciju turista, a to su: motivacija, prostor i vreme.

Tri osnovna tipa turizma su: domaći (stanovnici koji putuju samo unutar svoje zemlje), dolazni (nerezidenti koji putuju u određenu zemlju) i izlazni turizam (stanovništvo koje putuje u drugu zemlju).

Važno je napomenuti da aktivnosti predstavljaju turizam samo kada su kupci turisti. U ovom kontekstu danas se široko koriste studije motivacionih faktora kao što su socijalni i psihološki uticaji i sveobuhvatno istraživanje i analiza potrošačkog ponašanja u oblasti turizma radi boljeg određivanja i ciljanja potencijalnih tržišta.

Važeće zakonodavstvo u sektoru turizma na Kosovu

Zakonodavstvo u turističkoj industriji, kao i u svim drugim sektorima, je osnovni stub koji služi za regulisanje i praćenje organizacije i rada svih oblasti koje su povezane sa turističkim aktivnostima. Tokom godina, usled povećane složenosti i konkurencije u industriji, u zemljama sa turističkim potencijalom su se sprovodile različite reforme i izmene i dopune u turističkom zakonodavstvu kako bi se stvorilo zdravo i održivo turističko okruženje, čime bi se ostvario ekonomski prosperitet zajednice. Bez odgovarajućeg zakonodavstva i poštovanja vladavine prava, sektor turizma ne može biti organizovan, funkcionalan ili imati pozitivan ekonomski uticaj na zajednicu.

Sektor turizma je širok i složen, a postojeći zakon i propisi o turizmu na Kosovu nisu dovoljni i prilagođeni kako bi se rešila takva složenost. Zbog trenutnog specifičnog angažovanja glavnih turističkih aktera (institucija) na Kosovu u radu i razvoju novog turističkog zakonodavstva, ovaj izveštaj ne daje nikakve dodatne analize ili preporuke za eventualne pravne intervencije u sektoru turizma.

U nacrtu koncept dokumenta² iz 2018. godine, koji je pripremila Ministarstvo trgovine i industrije (MTI), TAIEX i konsultovana resorna ministarstva i privatni akteri na Kosovu, identifikovane su glavne oblasti zakonskih intervencija koje su predstavljene u tabeli 3.1, sa sugestijama da bi Zakon o turizmu trebalo da sadrži i reguliše sledeće:

² Nacrt koncept dokumenta u oblasti turizma – MTI, TAIEX, Kosovo (2018)

Tabela 3.1: Identifikacija zakonskih intervencija u Zakonu o turizmu Kosova

Oblasti Zakonskih Intervencija	• Razvoj turizma (strategija, investicija) • Poslovne organizacije i strukture • Operacije (podsticaji, subvencije, intervencije u kriznim situacijama) • Prostorno definisanje (zoniranje, lokacija, mesto) • Organizacije (državne, regionalne, lokalne, javne, privatne) • Poslovni standardi (licence, sertifikati) • Razvoj kvaliteta (klasifikacije, standardi, etikete) • Razvoj ljudskih resursa (obrazovanje i veštine) • Održivost (eko standardi, obnovljiva energija, otpad) • Internacionalizacija • Marketing, promocija, izgradnja imidža
Turistička Organizacija	• NTA – Nacionalna turistička agencija • NTO – Nacionalna turistička organizacija • KTS – Kosovski turistički savet • Udruženja turističkih preduzeća/turistički savez • Opštine – sa odeljenjem za ekonomiju/turizam • DMO – Destinacijska marketing organizacija • TIC – Turistički informativni centar
Pokrivenost Poslovnog Sektora	• Smeštaj • Hrana i piće • Zdravstveni i Spa centri, akva parkovi • Skijaški centri • Turistička rekreacija i sportski centri • Kongresni i konferencijski kapaciteti • Prirodni i ostali tematski parkovi • Ruralni turizam • Događaji i festivali • TOiTA • Turistički vodiči • Turistička oprema za iznajmljivanje
Poslovni Uslovi	• Klasifikacija turističkih smeštajnih kapaciteta (obavezna) • Kvalitet turističkih usluga i eko oznake (dobrovoljno) • TO i TA licence (obavezno) • Sertifikacija turističkih vodiča • Zaštita turista u paket aranžmanima – Direktiva Evropske unije (EU)
Finansijski Resursi	• Državni budžet (redovno finansiranje) • Državni budžet (finansiranje iz određenih poreskih prihoda, npr. kazino porezi) • Boravišna taksa • Prihodi od koncesija • Resursi zasnovani na projektima donatorskih organizacija • Doprinos privatnog sektora turizma posebnim aktivnostima (za marketing i promociju turizma)

Izvor: MTI (2018)

Kao što je prikazano u gornjoj tabeli, ukupna zakonska infrastruktura u sektoru turizma na Kosovu i dalje ne pokriva neke od glavnih i važnih oblasti koje se odnose na strateško planiranje, učinak, dalji razvoj i održivost turističke industrije. Pravno-turistička infrastruktura na Kosovu se treba potpuno obnoviti kroz iscrpni, temeljni, vizionarski i dobro planirani pristup, uz značajne izmene trenutnog turističkog pravnog okvira koji je već duže vreme zastareo.

Nivo podrške vlade sektoru turizma

Turizmom na Kosovu upravlja i nadgleda Ministarstvo trgovine i industrije, koje predstavlja Odsek za turizam u okviru Odeljenja za Industriju. Sadašnji administrativni nivo turizma na Kosovu je nedovoljno zastupljen u okviru ovog ministarstva, u poređenju sa odgovornostima i značajem koji sektor turizma ima za razvoj i doprinos ekonomiji zemlje. Kosovo, za razliku od drugih susednih zemalja, još nije uspostavilo Odsek za turizam, Ministarstvo turizma niti Nacionalnu turističku organizaciju. U svim drugim regionalnim zemljama, turizam predstavlja ministarstvo i NTA/NTO.

Što se tiče finansijske podrške vlade turizmu, budžetske linije pokazuju da je sektor turizma tokom godina slabo pokriven ili da se uopšte ne spominje. Raspodela budžeta za MTI (odgovoran za turizam) je veoma mala, s obzirom da mora pokriti mnoge druge oblasti i sektore u okviru portfelja ministarstva. Celokupni godišnji budžet se sprovodi kroz glavne linije ministarstva, kao što su: kapitalni izdaci; roba i usluge; subvencije i transferi; zarade i plate; i komunalije. Sektor turizma se ne pominje konkretno u linijama na koje se odnosi budžet.

Tabela 4.1: Budžetska izdvajanja vlade Ministarstvu trgovine i industrije tokom 2012 - 2017

Raspodela budžeta Vlade Kosova „MTI“-u u (000) evra	YEAR					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	4,188	5,346	4,876	4,730	4,557	7,966

Izvor: GAP Institut, Kosovo (2018)

Prema raspoloživim podacima, kosovska vlada troši manje od 0,3% godišnjeg budžeta za celo Ministarstvo trgovine i industrije, gde turizam predstavlja odsek, a njihov budžet posvećen sektoru turizma je najniži u regionu. Odsek za turizam (u okviru MTI-a) i Kosovska agencija za investicije i podršku preduzećima (KIESA - agencija koja promoviše i podržava investicije, izvoz, turizam, mala i srednja preduzeća (MSP) i posebne ekonomske zone, takođe u okviru MTI-a) imaju nisku finansijsku podršku (manje od 100.000 evra godišnje) za razvoj i promociju ovog sektora.³

Tabela 4.2: Izdvojeni budžet koji pokriva čitav spektar turizma na Kosovu

³ Razvoj turizma kroz efektivnu politiku i zakonodavstvo - D4D Institut (2017)

Ukupni izdvojeni budžet za ceo spektar turizma na Kosovu (u evrima)							
Godina:	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Iznos:	60.000	70.000	70.000	40.000	30.000	30.000	30.000

Izvor: Kvantitativna procena turizma na Kosovu - konkurentnost u jugoistočnoj Evropi (Pregled politike), 2018

Sve ostale zemlje u regionu troše najmanje 1,3 - 1,5% i do 4% godišnjeg budžeta (npr. Albanija preko 3,5%, Makedonija preko 1,5%, Crna Gora preko 2,5%). Namenski budžet Vlade pokriva ukupne troškove MTI-a, bez specifičnih izdvajanja za projekte i strategije razvoja turizma. Sa druge strane, namenski budžet za turizam svih drugih zemalja u regionu troši se na specifične projekte razvoja turizma i promociju turizma na međunarodnom nivou.

Prema Institutu Demokratija za razvoj (D4D) 2017, Hrvatska se nalazi na prvom mestu u regionu u pogledu potrošnje u sektoru turizma, a zatim slede Albanija i Srbija (slika 4.1).

Slika 4.1: Budžet za sektor turizma na Kosovu i u regionu



Izvor: Demokratija za razvoj (2017)

Međusektorska saradnja - uticaj drugih institucija na učinak turističke industrije

Sadašnja odgovorna tela za upravljanje sektorom turizma na Kosovu su Odsek za turizam (MTI) i Turistički savet (Vlada Kosova, MTI). Sektor turizma na Kosovu, u odsustvu NTO/NTA ili određenog odeljenja odgovornog za razvoj turizma, nije odgovarajuće zastupljen kada je u pitanju strateško donošenje odluka, odgovornost i stvaranje uslova za održivi razvoj turizma. Iako je

Turistički savet nedavno uspostavljen od strane Vlade Kosova, na preporuku MTI-a, i Odsek i Savet suočeni su sa mnogim problemima vezanim za razvoj turizma.

Tokom dužeg perioda posle rata na Kosovu, posebno na sektor turizma, Vlada je obraćala malo pažnje, što je navelo industriju da se održava uglavnom na osnovu privatnog sektora, gotovo bez saradnje i doprinosa od strane institucija vezanih za turizam i bez nacionalne dugoročne strategije za održivi razvoj sektora.

Za sada, odgovornosti u sektoru turizma nisu propisno regulisane i dodeljene od strane vladinih institucija. Ovo je uglavnom zbog toga što još uvek nije razvijena nacionalna strategija i svaki sektor radi odvojeno u pogledu razvoja turizma (sektori kao što su: životna sredina, prostorno planiranje, upravljanje otpadom, kulturno nasleđe, infrastruktura, ekonomski razvoj itd.).

Generalno, uloga drugih sektora/ministarstava (resornih ministarstava) u oblasti turizma je potrebna i značajna. Jedna od glavnih zabrinutosti zainteresovanih strana u oblasti turizma na Kosovu je nedostatak angažovanja relevantnih institucija (resorna ministarstva kao što su: MKOS, MONT, MALS, MPŠRR, MŽSPP, MIE itd.) u smislu investicija u ovaj sektor i poboljšanja tako što će sarađivati zajedno na izradi nacionalne strategije za razvoj turizma, čime bi podigli svest jedni drugih o važnosti industrije za ekonomski rast i otvaranje novih radnih mesta. Takođe, privatni sektor u turizmu, udruženja i relevantne institucije u prošlosti nisu dovoljno sarađivali kako bi uskladili rad i postigli zadovoljavajući ishod za turizam i uključene zajednice. U poslednjih nekoliko godina studije i izveštaji koji su uglavnom finansirale međunarodne organizacije na Kosovu naglasili su kritičnu situaciju u sektoru turizma uopšte i intervencije koje treba sprovesti.

Selektivno, u svrhu ovog izveštaja, održan je sastanak sa predstavnicima Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i ruralnog razvoja (MPŠRR) sa ciljem prikupljanja informacija o specifičnoj ulozi ovog Ministarstva za sektor turizma u prošlosti i saznanja o trenutnim i budućim planovima koji će podržati sektor. Utvrđeno je da je MPŠRR kroz Agenciju za razvoj poljoprivrede (ARP) započeo program dodele grantova za razvoj poslovanja u ruralnim područjima, gde je, između ostalog, pokriven i podržan i turizam. Program dodele grantova započeo je 2014. godine, a planirano je da se nastavi do 2020. godine. U okviru ovog poziva za dodelu grantova⁴, više pažnje je posvećeno sektoru za razvoj i promociju ruralnog turizma, sa maksimalnim iznosom po grantu od 50.000 evra, dok za druge sektore koje obuhvata poljoprivreda grant može iznositi 30.000 evra.

Statistika i turizam

Prema podacima Svetske turističke organizacije Ujedinjenih nacija (UNWTO) 2015, statistika u turizmu predstavlja najvažnije sredstvo za analizu situacije i trendova i na čelu je izveštavanja i

⁴ http://www.azhb-ks.net/repository/docs/2016_03_02_140646_Thirija_Masa_302_E_fundit_ENG.pdf

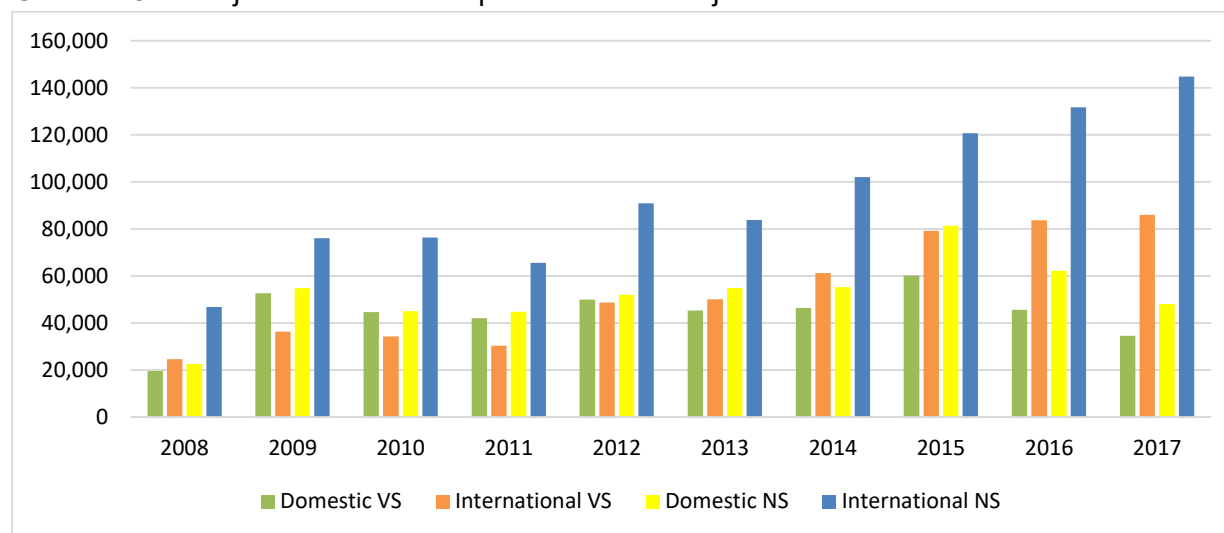
svesti o rastućem značaju sektora. Statistike turizma podržavaju evaluaciju i pružaju povratne informacije zainteresovanim stranama u turizmu o izvodljivosti njihovih programa i projekata. Stoga se strateške odluke olakšavaju kada su statistički podaci dostupni i aktuelni.

Osnovni izazov za razvoj turizma na Kosovu je nedostatak statističkih podataka za sektor; zbog toga, prikupljanje takvih podataka nije lako, a mnogi drugi izvori podataka su potrebni kako bi se ispunio jaz i dobili približni statistički podaci vezano za turizam.

Trenutno, na Kosovu nema dostupnih sveobuhvatnih statističkih podataka o ekonomskom uticaju na nacionalni BDP. Statistički podaci specifični za turizam se ne prikupljaju ili ne pominju u izveštajima Agencije za statistiku Kosova, a jedini doprinos Agencije za statistiku Kosova (ASK) za sektor turizma je izveštavanje o statističkim podacima vezano za hotele.

U daljem tekstu se nalazi sveobuhvatna prezentacija raspoloživih podataka ASK-a i Granične policije Kosova, koji su sastavljeni kako bi se prikazala trenutna situacija uglavnom u smislu dolaska posetilaca/ turista, noćenja, smeštajnih kapaciteta i njihovog korišćenja i tržišnih udela po regionima.

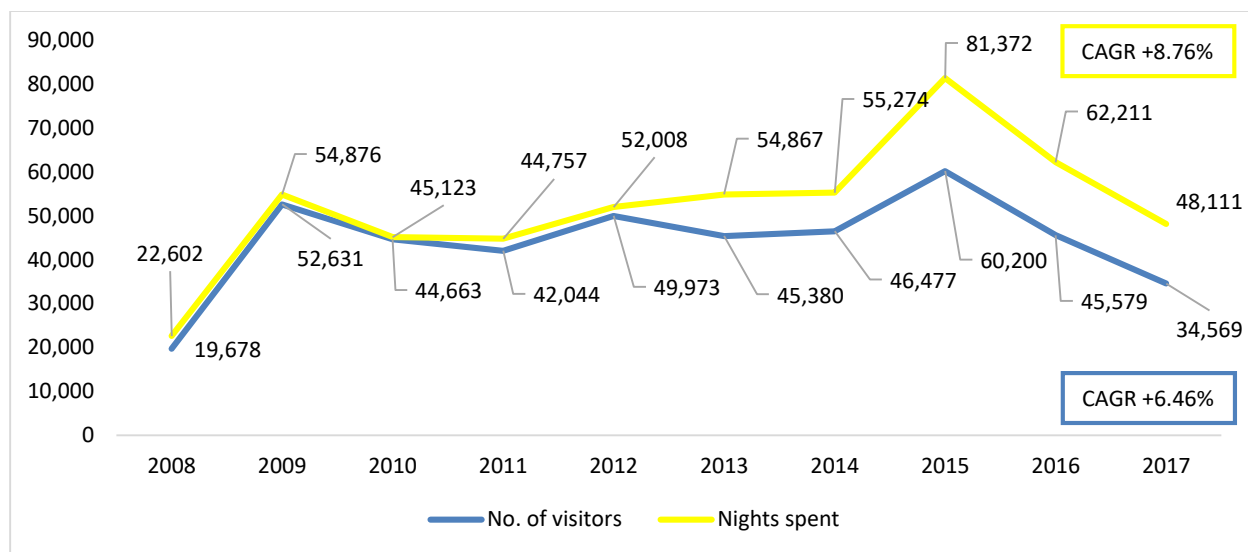
Grafikon 5.1: Broj domaćih i stranih posetilaca i noćenja



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.1] Broj domaćih posetilaca i njihovih noćenja se kretao između rasta i opadanja do 2014. godine, a u 2015. godini je dostigao maksimalni broj za datirani vremenski period. Od 2015. do 2017. godine zabeležen je značajan pad na domaćem tržištu, više od 24% iz godine u godinu (YOY). Sa druge strane, broj inostranih posetilaca je u tom periodu porastao, a najveći porast je zabeležen od 2015. - 2017. godine, dok je broj noćenja imao trend rasta tokom celog perioda, oko 13% YOY.

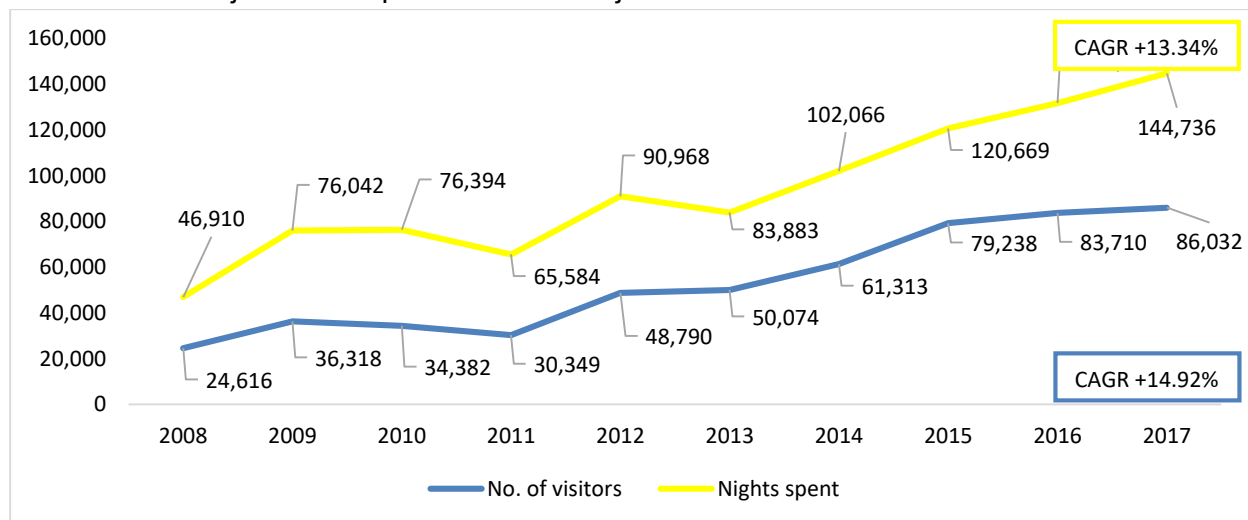
Grafikon 5.2: Broj domaćih posetilaca i noćenja



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.2] Na ovom grafikonu prikazan je ukupan broj domaćih posetilaca i noćenja u proteklih 9 godina. Brojevi domaćih posetilaca i noćenja su tokom godina kao što se vidi na grafikonu, zabeležili veliki pad u 2017. godini. Dalje analize su potrebne da bi se objasnili i identifikovali faktori koji su doprineli padu.

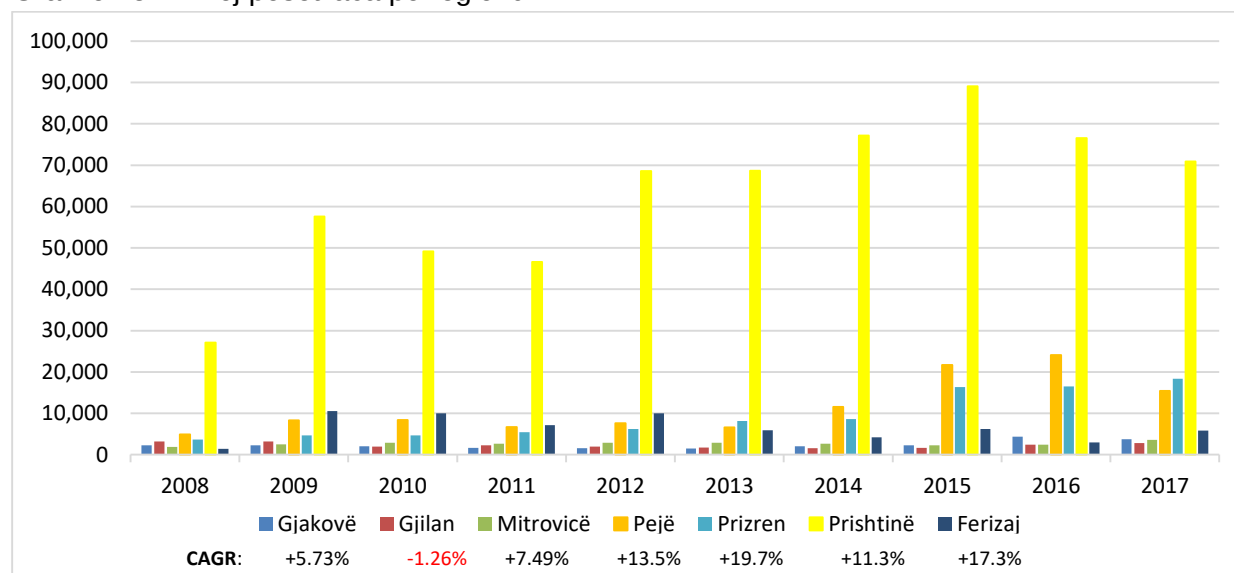
Grafikon 5.3: Broj inostranih posetilaca i noćenja



Izvor: sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.3] Broj inostranih posetilaca i noćenja u datom periodu na grafikonu pokazuje konzistentan rast tokom godina ostvarujući najviši broj (86k posetilaca i 144k noćenja) u 2017.

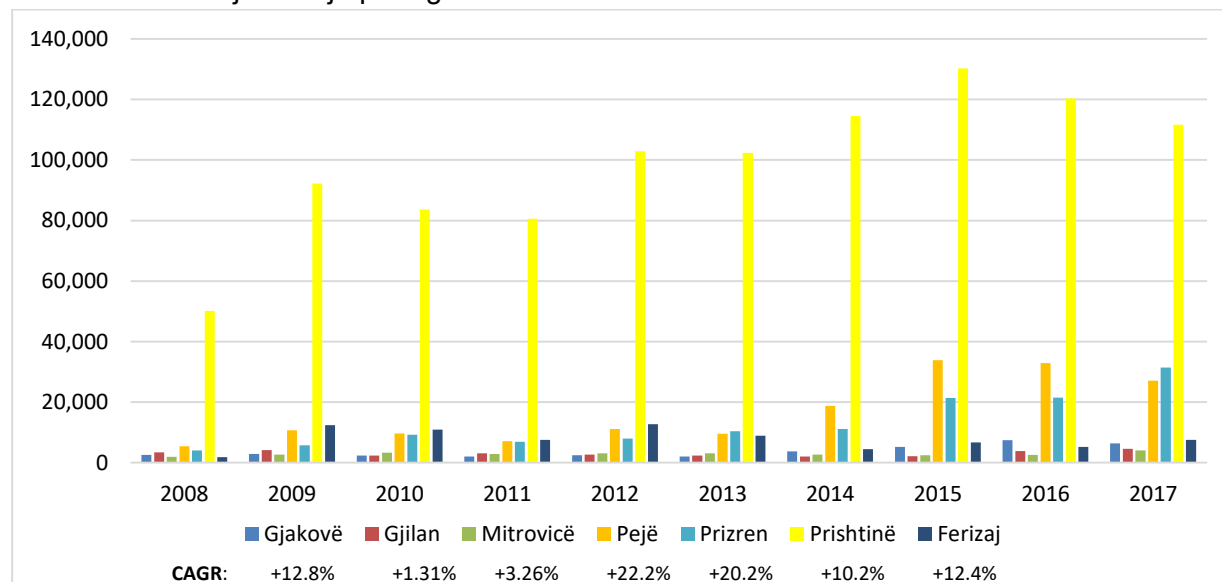
Grafikon 5.4: Broj posetilaca po regionu



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.4] Kao što se vidi na grafikonu, region Prištine ima najveći tržišni udeo, postigavši svoj vrhunac u 2015. godini sa preko 89.000 posetilaca godišnje, a zatim Peć i Prizren. Prizren i Uroševac imaju najveću godišnju stopu rasta, dok Gnjilane ima negativnu složenu godišnju stopu rasta (CAGR).

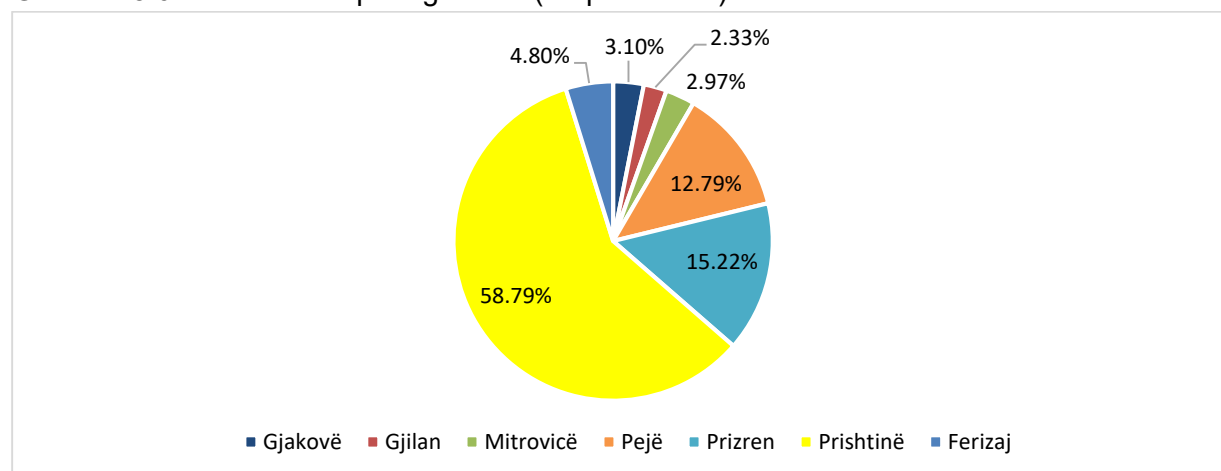
Grafikon 5.5: Broj noćenja po regionu



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.5] U pogledu noćenja po regionima, Priština ima najveći tržišni udeo tokom čitavog perioda, a zatim slede Peć i Prizren, sa znatnim povećanjem zabeleženim tokom 2014-2015..

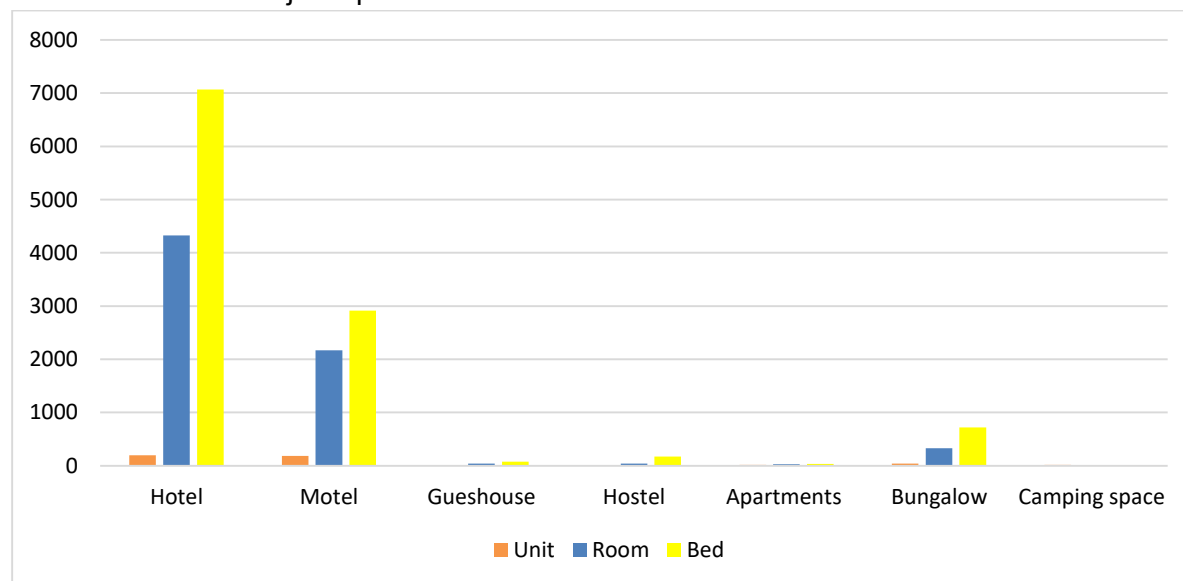
Grafikon 5.6: Tržišni udeo po regionima (br. posetilaca)



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.6] Tržišnim udelom za datu 2017. godinu dominira Priština sa skoro 60%, a slično kao i prethodnih godina, sledi grad Prizren (15%) i Peć (13%). Ostatak regiona ima samo 12% tržišnog udela, što je prilično nisko u poređenju sa prva tri; stoga, treba razmotriti kako povećati tržišni udeo ostatka regiona, kako bi se postigla jednaka raspodeljenost posetilaca.

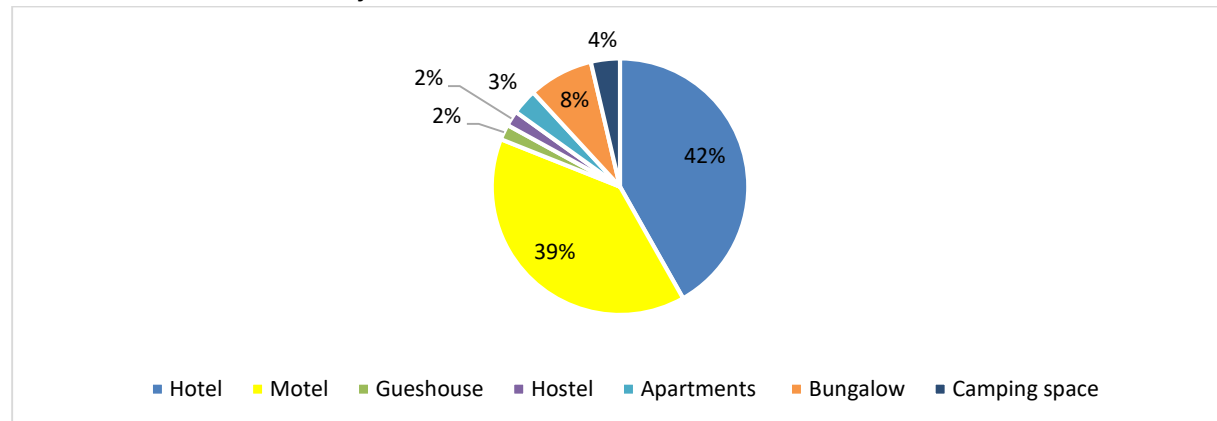
Grafikon 5.7: Smeštajni kapaciteti na Kosovu



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2016)

[Graf. 5.7] Što se tiče smeštajnih kapaciteta u 2016. godini, oko 200 aktivnih hotela ima više od 4.300 soba i oko 7.000 kreveta, zatim sledi oko 182 motela sa preko 2.150 soba i oko 2.900 kreveta.

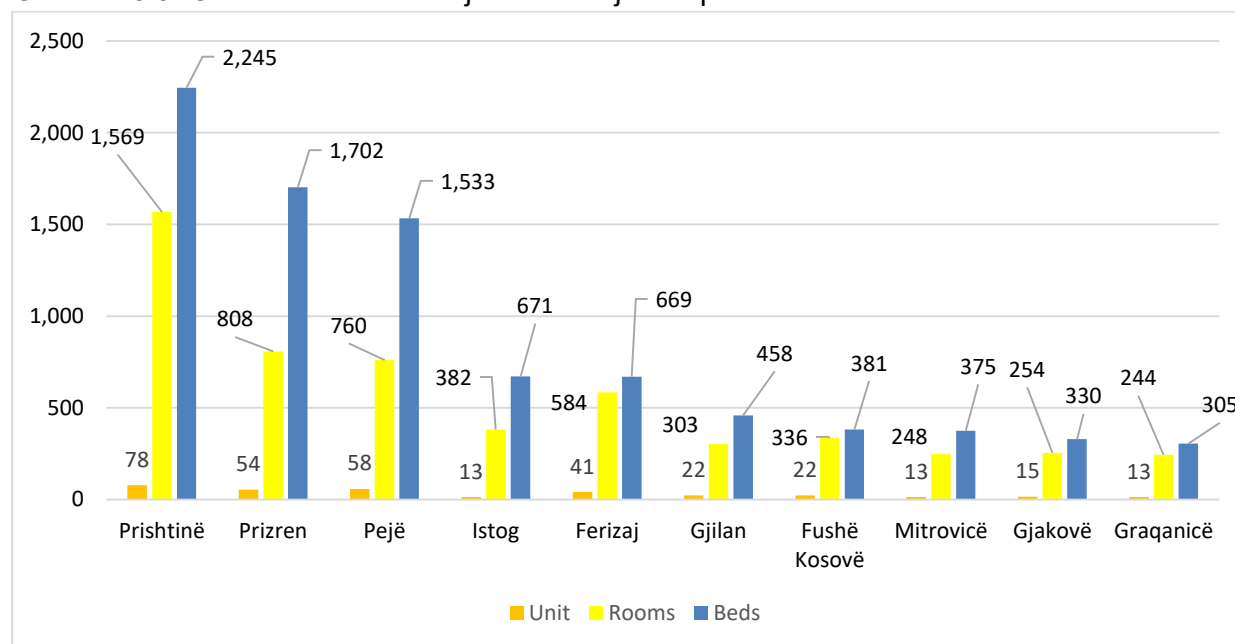
Grafikon 5.8: Vrsta smeštaja u %, na Kosovu



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2016)

[Graf 5.8] Većina tipova smeštaja su hoteli sa 42%, zatim moteli 39%, a ostatak čini 19%.

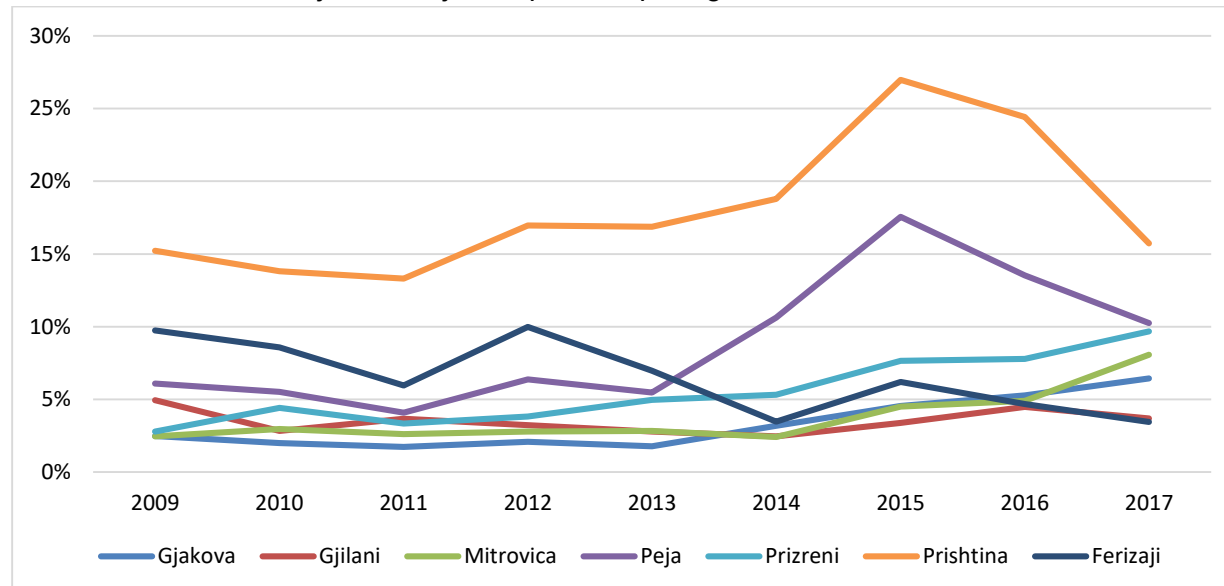
Grafikon 5.9: Gradovi sa većim brojem smeštajnih kapaciteta



Izvor: sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2016)

[Graf. 5.9] Kada su u pitanju smeštajni kapaciteti, Priština vodi u smislu jedinica, soba i kreveta, a potom slede Prizren i Peć.

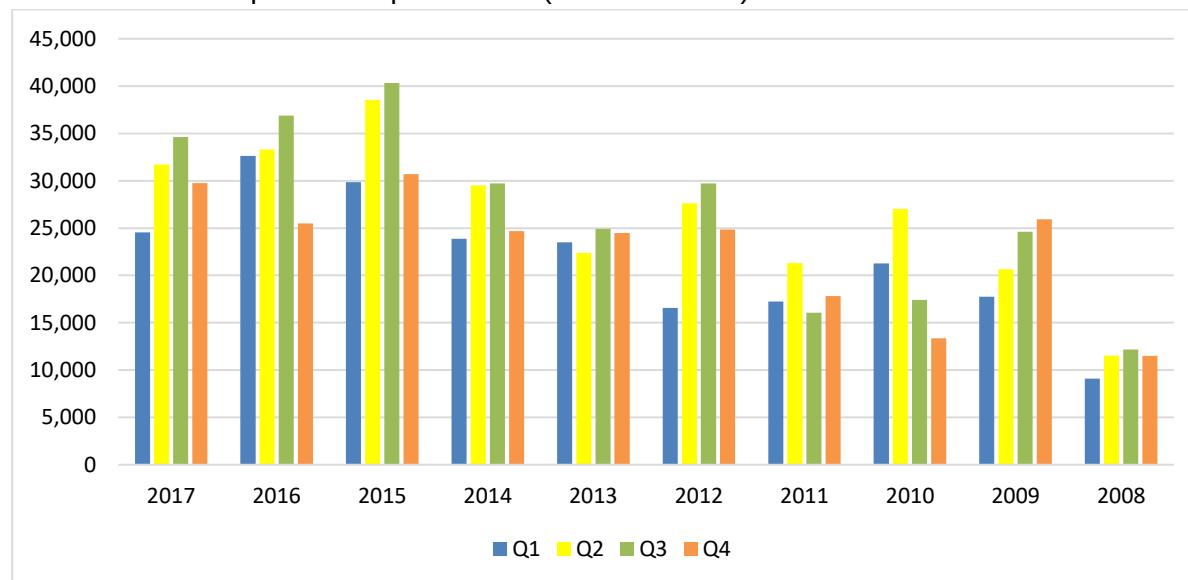
Grafikon 5.10: Korišćenje smeštajnih kapaciteta po regionima u %



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.10] Gore navedeni grafikon pokazuje da Kosovo ima dobru ponudu smeštaja u hotelima, motelima itd., međutim stopa iskorišćenosti je veoma niska. Ako pogledamo glavni grad Prištinu, stopa iskorišćenosti za 2017. godinu iznosi oko 16%. Izgleda da su stope iskorišćenosti u hotelima generalno veoma niske, a to može biti zbog nepouzdatih podataka, čime se ne odražava stvarna slika stope iskorišćenosti.

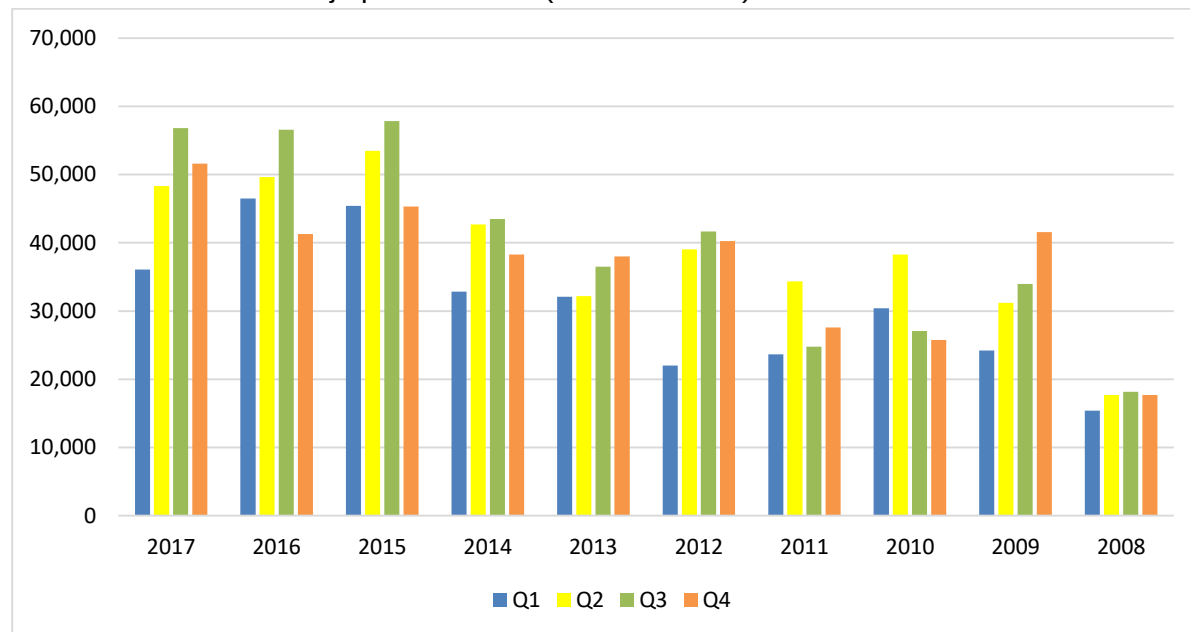
Grafikon 5.11: Br. posetilaca po kvartalu (u i van sezone)



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

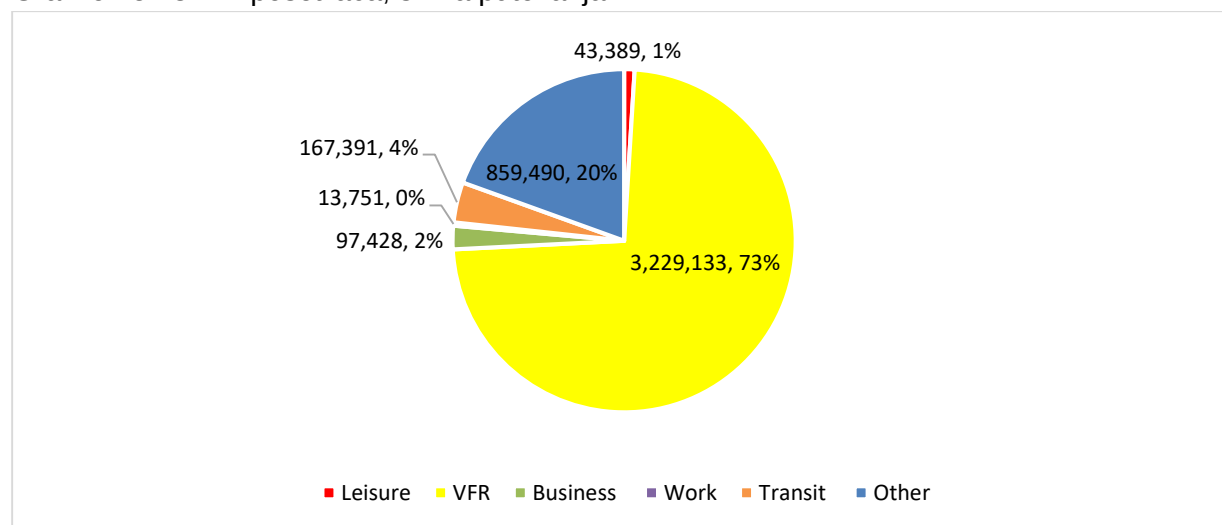
[Graf. 5.11; 5.12] Vrhunac sezone tokom navedenog perioda, kako za broj posetilaca tako i za noćenja, je u K3 i K2, stoga treba razmotriti dalje strategije kako bi se bolje iskoristili turistički kapaciteti u ovim kvartalima.

Grafikon 5.12: Br. noćenja po kvartalima (u i van sezone)



Izvor: Sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

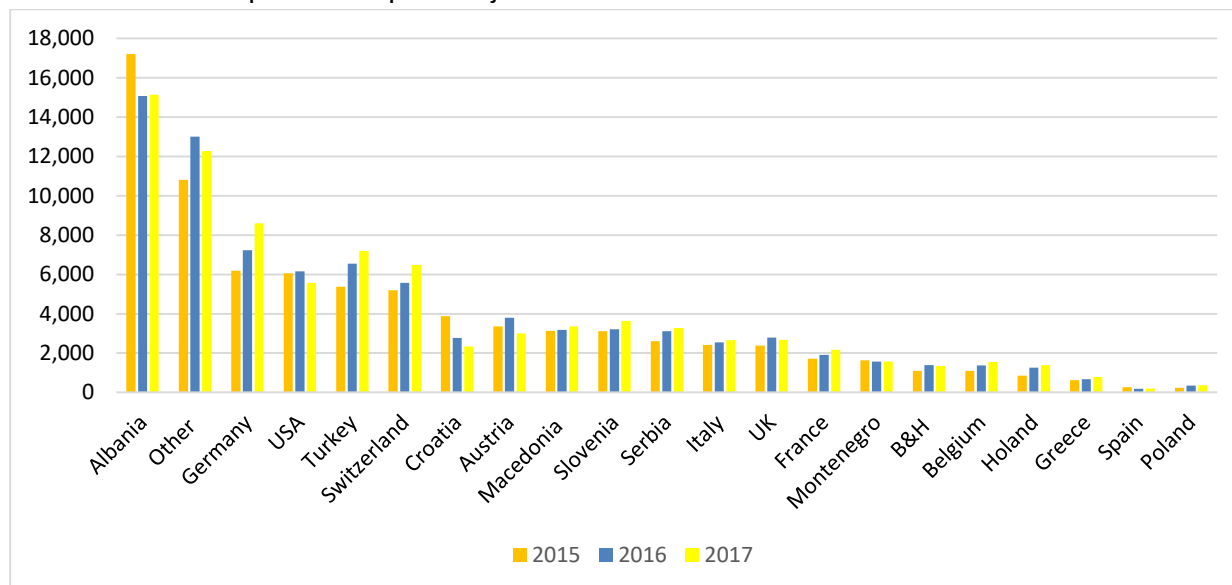
Grafikon 5.13: Br. posetilaca, svrha putovanja



Izvor: sopstveni rad (preuzeto od Granične policije Kosova, 2018)

[Graf. 5.13] Ovaj grafikon pokazuje svrhu putovanja posetilaca koji dolaze na Kosovo, a većina njih posećuje prijatelje i rođake (VFR) 73% (u poseti prijateljima i rođacima). Ovi podaci potiču iz Kontrole Granične policije, kao jedini dostupni izvor podataka o dolascima.

Grafikon 5.14: Br. posetilaca po zemlji



Izvor: sopstveni rad (preuzeto od ASK-a, 2018)

[Graf. 5.14] Ovaj grafikon ukazuje da je Albanija i dalje na vrhu sa najvećim brojem posetilaca Kosovu u poslednje tri godine, nakon čega sledi "Ostalo", Nemačka, SAD, Turska i Švajcarska. Zabrinutost koja proizlazi iz grafikona je da kategorija "Ostalo" ima veliki udeo posetilaca (39.000 za poslednje tri godine), ali ne postoje raspoloživi podaci za određivanje mesta porekla.

Članstvo Kosova u međunarodnim turističkim i statistički povezanim organizacijama

Još jedno važno pitanje za razvoj turizma na Kosovu je njegovo članstvo u različitim međunarodnim organizacijama koje su direktno uključene u turizam ili indirektno doprinose prikupljanju i upoređivanju turističkih podataka. Trenutna situacija sektora turizma na Kosovu u vezi sa saradnjom i razmenom podataka sa međunarodnim turističkim organizacijama je veoma nezadovoljavajuća, pošto Kosovo nije navedeno ni uključeno u različite statističke izveštaje o turizmu za poređenje zemalja i regiona, trendove u turizmu itd.

Članstva i saradnja sa organizacijama ove prirode su od velike pomoći i preporučuju se prilikom pripreme nacionalnih strategija razvoja turizma i smatraju se ključnim sredstvom za merenje nivoa napretka u postizanju ciljeva vezanih za turizam koje određuje zemlja. Osim toga, nedostatak odgovarajućih lokalnih, regionalnih i nacionalnih podataka o sektoru turizma na Kosovu predstavlja značajan izazov i otežava kreatorima politika izradu strategije i postavljanje ciljeva za sektor.

U poređenju sa Kosovom, zemlje regiona kao što su Albanija, Makedonija, Crna Gora itd. su već punopravni članovi ili kandidati za članstvo u različitim međunarodnim turističkim organizacijama. Kao što je primećeno u različitim izveštajima o turizmu, ove zemlje koriste i pažljivo prate izveštaje i nalaze međunarodnih turističkih organizacija kao vredne izvore za izradu strategija razvoja turizma.

U tabeli u daljem tekstu se nalazi spisak međunarodnih organizacija koje se odnose na prikupljanje i upoređivanje podataka koji se odnose na turizam.

Tabela 5.1: Međunarodne organizacije koje doprinose prikupljanju, analizi i merenju podataka koji se odnose na turizam

Glavne međunarodne organizacije za turizam i statistiku	
Svetska turistička organizacija UN (UNWTO)	„UN agencija koja je odgovorna za promociju odgovornog, održivog i globalno pristupačnog turizma. Generiše tržište znanja, promoviše konkurentne i održive turističke politike i instrumente i podstiče edukaciju i obrazovanje u turizmu.“
Svetski savet za putovanja i turizam (WTTC)	„WTTC radi na podizanju svesti o putovanju i turizmu kao jednom od najvećih svetskih sektora. WTTC zagovara partnerstvo između javnog i privatnog sektora, pružajući rezultate koji odgovaraju potrebama ekonomija, lokalnih i regionalnih vlasti i lokalnih zajednica, i između preduzeća.“
Eurostat	„Pruža EU statistiku na evropskom nivou koja omogućava poređenja između zemalja i regiona“.
Indeks konkurentnosti putovanja i turizma - (Svetski ekonomski forum)	„Ovaj indeks predstavlja merenje faktora koji pojedine zemlje čine privlačnim za razvoj poslovanja u industriji putovanja i turizma, a ne meri privlačnosti zemlje kao turističke destinacije.“
Evropska komisija za putovanja (ETC)	„To je neprofitna organizacija odgovorna za promociju Evrope kao turističke destinacije u trećim tržištima.“
Ekonomska komisija UN za Evropu (UNECE)	„Ima za cilj promovisanje panevropske ekonomske integracije i olakšanje veće ekonomske integracije i saradnje među svojim članicama.“
Obrazovna, naučna i kulturna organizacija UN (UNESCO)	„Odgovorna je za koordinaciju međunarodne saradnje u obrazovanju, nauci, kulturi i komunikaciji. Jača veze između naroda i društava i mobiliše širu javnost“.
Odeljenje za statistiku UN (UNSTATS)	„Posvećeno je unapređenju globalnog statističkog sistema. Cilj UNSTATS-a je sastavljanje i diseminacija globalnih statističkih informacija, razvoj standarda i normi za statističke aktivnosti i podrška naporima država da ojačaju svoje nacionalne statističke sisteme.“

Izvor: Iz organizacija navedenih u tabeli (2018)

Trenutno stanje životne sredine na Kosovu, problemi i njihov značaj u turizmu

Zadatak zaštite životne sredine i prirode na Kosovu je do danas predstavljao veliki izazov za institucije u smislu regulisanja ovog sektora i zabrane degradacije i zloupotrebe prirodnih resursa. Nakon rata na Kosovu, životna sredina i priroda su sektori koji su pretrpeli najveću štetu, uglavnom zbog nedostatka vladinih propisa i sprovođenja zakona u praksi. Shodno tome, sektor turizma koji je blisko i duboko povezan sa životnom sredinom i prirodom je osetio direktan uticaj ovako dugotrajne nemarnosti. Uz degradaciju prirode, eksploataciju reka, krčenje šuma i sl, loše upravljanje otpadom i zagađenje su dodatno doprineli ovom problemu.

Eksploatacija prirodnih resursa, prema podacima Ministarstva životne sredine i prostornog planiranja (MŽSPP), predstavlja jedan od glavnih razloga za zabrinutost kada je u pitanju degradacija životne sredine, pri čemu se oblici korišćenja uglavnom odnose na korišćenje vode, inerata i minerala, a zatim korišćenje kamena i drugih minerala putem separacije.

Životna sredina predstavlja najveće strateško sredstvo turizma i ključ održivog razvoja sektora turizma. Strateška sredstva životne sredine su posebni i predivni predeli, čiste reke, dobar kvalitet vode, istorijski spomenici, zgrade, biodiverzitet itd.⁵

Reke i upravljanje otpadom predstavljaju glavni razlog zabrinutosti koja se odnosi na turizam

Reke - Još jedan važan oblik degradacije životne sredine sa ogromnim uticajem na kvalitet životne sredine i turizma je eksploatacija rečnih korita i korišćenje inerata/šljunka. Nekontrolisano korišćenje ovih resursa je dovelo do oštećenja rečnih korita, ekosistema i pojave poplava. Prema izveštaju Kosovske agencije za zaštitu životne sredine (KAZŽS) u okviru MŽSPP-a iz 2016. godine, stanje reka nastavlja da se pogoršava zbog aktivnosti eksploatora peska. U tabeli u daljem tekstu su prikazane najugroženije reke čija se degradacija nastavlja.

Tabela 6.1: Površina degradiranih reka na Kosovu

Reka	Površina u ha
Beli Drim	1011.75
Ibar	4.5
Binačka Morava	4.79
Pećka Bistrica	134.5
Ribnik	19.48
Desivojca	18.95
Ukupno	1219.23

Izvor: MŽSPP (KAZŽS), 2017

⁵Turizam i životna sredina - Fáilte Akcioni plan za zaštitu životne sredine Irske (2007)

Otpad - Kao što je navedeno u izveštaju MŽSPP-a iz 2016, sanitarne deponije na Kosovu predstavljaju razlog velike zabrinutosti zbog lošeg upravljanja, nedostatka primene zakona i investicija. Oticanje otpadnih voda i neodgovarajuće upravljanje otpadom predstavljaju samo par problema vezanih za loše upravljanje otpadom. Uprkos rastućem trendu odlaganja otpada na sanitarnim deponijama i povećanoj količini odloženog otpada po glavi stanovnika, još uvek nije uspostavljeno pravilno upravljanje otpadom. U izveštaju se takođe navodi uznemiravajuća cifra od 1062 ilegalnih deponija koje su pronađene u 16 opština širom Kosova. Sledeća tabela pokazuje broj ilegalnih deponija u relevantnim opštinama.

Tabela 6.2: Broj ilegalnih deponija na Kosovu

Br.	Opština	Br. ilegalnih deponija
1	Drenica	137
2	Gračanica	32
3	Obilić	55
4	Uroševac	61
5	Istok	82
6	Klina	57
7	Kosovo Polje	43
8	Kačanik	35
9	Lipljan	105
10	Podujevo	41
11	Srbica	71
12	Mitrovica	41
13	Priština	95
14	Vučitrn	57
15	Peć	123
16	Štimlje	27
Ukupno		1062

Izvor: MŽSPP (KAZŽS), 2017

Celokupna situacija reka i upravljanja otpadom na teritoriji Kosova je i dalje zabrinjavajuća i predstavlja razlog velike zabrinutosti, s obzirom na to da su i specifični i blisko povezani sa imidžom zemlje u pogledu životne sredine kada je u pitanju turizam i njegovo promovisanje.

Bez razmatranja prirode i životne sredine kao strateške turističke resurse i potpune zaštite i regulisanja istih, sektor turizma će nastaviti da trpi negativne posledice gubljenjem atraktivnosti i ostavljanjem lošeg utiska na turiste koji posećuju Kosovo.

Direktive EU o životnoj sredini i nivo približavanja kosovskog zakonodavstva

Kao zemlja koja teži ulasku u EU u budućnosti, Kosovo, u saradnji sa Kancelarijom EU, radi u mnogim oblastima, a jedna od glavnih oblasti rada je jačanje zakonodavnog okvira zemlje i

usklađivanje zakonodavstva sa direktivama i propisima EU.⁶ U tom kontekstu, usklađivanje zakonodavstva o zaštiti životne sredine sa direktivama EU je predstavljalo jedan od glavnih razloga zabrinutosti i oblast rada relevantnih institucija. U daljem tekstu se nalazi rezime direktiva EU o životnoj sredini i nivo prenosa zakonodavstva EU u kosovsko zakonodavstvo, izražen u procentima, proces koji prati Evropska komisija. Tabela prikazuje ukupni prosek procene transponovanja za svaki obim primene direktiva EU o životnoj sredini.

Tabela 6.3: Nivo transponovanih direktiva EU o životnoj sredini u kosovskom zakonodavstvu

Obim primene direktiva EU	Br. direktiva EU u procesu transponovanja u kosovsko zakonodavstvo	Nivo transponovanja u kosovsko zakonodavstvo, u %
Horizontalno zakonodavstvo	7	82 %
Kvalitet vazduha	6	59 %
Upravljanje otpadom	9	73 %
Kvalitet vode	9	29 %
Zaštita prirode	3	93 %
Kontrola industrijskog zagađenja	3	40 %
Hemikalije	3	77 %
Buka	1	74%

Izvor: Prilagođeno iz "Stanje životne sredine na Kosovu" – Godišnji izveštaj MŽSPP-a (2016)

Tabela ukazuje da približavanje kosovskog zakonodavstva u oblasti životne sredine sa direktivama EU o životnoj sredini ide u pravom smeru u nekim oblastima (tj. horizontalno zakonodavstvo, zaštita prirode, hemikalije, buka i upravljanje otpadom u određenoj meri), sa napomenom većeg rada u drugim oblastima, naročito u oblasti kvaliteta vode, industrijskog zagađenja i kvaliteta vazduha. Međutim, uspešno usklađivanje kosovskog zakonodavstva sa direktivama EU je samo prvi važan korak u zaštiti životne sredine i prirode. Stoga je u praksi potrebno strogo praćenje i sprovođenje zakona i propisa.

Zabrinutosti i nalazi zainteresovanih strana i međunarodnih organizacija u sektoru turizma

Tokom pripreme ovog izveštaja konsultovani su glavne zainteresovane strane u sektoru turizma na Kosovu, uključujući i međunarodne organizacije, u cilju dobijanja šire slike o realnoj situaciji sektora turizma na Kosovu. Održani su odvojeni sastanci sa različitim zainteresovanim stranama i diskutovano je o izabranim temama kako bi se bolje razumeli višestruki problemi koji trenutno ometaju napredak industrije.

⁶Stanje životne sredine na Kosovu – Godišnji izveštaj MŽSPP-a (2016)

Tabela 7.1: Zabrinutosti i preporuke glavnih zainteresovanih strana u sektoru turizma na Kosovu

<i>Zainteresovane strane/organizacije</i>	<i>Zabrinutosti i preporuke</i>
Udruženja:⁷	• Bolja saradnja između zainteresovanih strana i institucija u sektoru turizma (npr. odsek za turizam, Agencija za investicije i podršku preduzećima na Kosovu KIESA, udruženja, operateri itd.); • Stvaranje uslova za smeštaj velikih turističkih grupa; • Izrada odgovarajuće marketinške strategije; • Osiguranje konkurentnijih hotelskih cena; • Povećanje svesti javnosti o sektoru; • Poboljšanje imidža zemlje (loš imidž nakon rata); • Revizija postojećeg zakonodavstva i izrada novog Zakona o turizmu; • Razvoj edukacije i ažuriranje plana i programa o turizmu; • Pružanje podrške privatnom sektoru u cilju bolje promocije kroz investicije u sajmove, brošure itd.; • Izrada strategije razvoja ruralnog turizma;
Turoperateri:⁸	• Investiranje i poboljšanje osnovne infrastrukture: upravljanje otpadom, vodosnabdevanje, snabdevanje električnom energijom, putna infrastruktura, kanalizacija itd.; • Uključivanje turoperatera u izradi turističke politike; • Smanjenje aerodromske takse; • Povećanje nivoa znanja stranih jezika za potencijalne zaposlene kao turističke vodiče; • Promovisanje Kosova kao destinacije, ne samo putem sajmove/trgovačkih sajmove, već i putem medija (digitalni i štampani mediji/međunarodni mediji). • Olakšanje procesa obezbeđenja prolazaka planinskih staza od strane makedonske granične policije; • Veće investiranje u sektor turizma; • Razvijanje zakonodavnih podsticaja za podsticanje privatnog sektora turizma; • Ukidanje naplate poreza na dodatu vrednost (PDV) za turiste koji iz inostranstva rezervišu posete Kosovu i regionu; • Subvencionisanje letova i putovanja za međunarodne turiste; • Promovisanje turizma i kosovskih proizvoda u ambasadama u inostranstvu • Stvaranje zajedničkih ponuda/proizvoda za Kosovo, Albaniju i Crnu Goru; • Pregled trenutnog viznog režima/ograničenja za Kinu, Bliski Istok i ostatak Azije (elektronska viza); • Stvaranje uslova za održivi razvoj turizma koncentrisanih na

⁷Konsultacije sa udruženjima: Alternativno turističko udruženje Kosova (ATUK); KCC član (2018)

⁸Konsultacije sa TO-ima: AirTour; BN Adventure; AltaVia; Fibula; Outdoor Kosova (2018)

	direktnu dobit za zajednice i građane; • Subvencionisanje proizvoda i pansiona održivog turizma; • Prioritizacija turizma na najvišem nivou vlade, sprovođenje politika i primena pravila u praksi; • Smanjenje nivoa neformalnosti u sektoru pansiona/hotela, turističkih destinacija/atrakcija i restorana; • Smanjenje PDV-a za usluge vezane za turizam; • Izrada pravila i propisa za turističke vodiče; • Jačanje zastupljenosti odgovarajućih turističkih udruženja i povećanje njihovog učešća u razvoju turističke politike; • Jačanje odnosa sa glavni donatorima (Swiss-Contact/PPSE; USAID/Empower, UNPD, GIZ, itd) čiji doprinosi i investicije u razvoj/promociju turizma i izgradnju kapaciteta imaju veliki značaj za ovaj sektor; • Uspostavljanje NTO-a što je pre moguće i izrada konkretnog akcionog plana razvoja i promocije turizma; • Razvoj veb stranice čiji je cilj promocija turizma na Kosovu; • Učešće na sajmovima/trgovačkim sajmovima koje se planira godinu dana unapred, što omogućava više vremena za pripremu slogana, videa, logoa, itd. (svi učesnici treba da budu u mogućnosti da pričaju engleski jezik). • Predloženi sajmovi: Internationale Tourismus Börse (ITB) - Berlin, World Travel Market (WTM) - London, Sajam Destination Nature u Parizu (DNP) - Paris, Albexpo - Tirana, međunarodni istočnomediteranski sajam turizma i putovanja (EMIT) - Istanbul, Arapski sajam putovanja (ATM) - Dubai, razni sajmovi u istočnom delu Evropske Unije; • Povećanje broja turističkih vodiča, kreiranje baze podataka vodiča i razvoj sistema licenciranja; • Uspostavljanje bolje komunikacije između turoperatera i udruženja; • Studijsko putovanje - organizuje se unapred; 2-3 operatera radi zajedno prilikom organizovanja velikih studijskih putovanja; • Zaštita životne sredine predstavlja veliku zabrinutost i to bi trebalo da bude rešeno od strane najvišeg nivoa vlade;
Međunarodne organizacije/donatori⁹	• Rad i održavanje (O&M) projekata finansiranih od strane kancelarije EU i ostalih donatora trebaju biti razmotreni od strane lokalnih uprava kako bi projekti finansirani od strane EU i ostalih donatora ostali održivi i postali uspešne priče nakon njihovog sprovođenja (primeri lošeg upravljanja O&M-a: Junik-turistički info centar: Istok - pešačke i biciklističke staze i turistički info centar; Novo Brdo - revitalizacija tvrđave, itd.) • Rešavanje pitanja zaštite životne sredine i upravljanja otpadom; • Hitno uspostavljanje NTO-a i veb stranice za promociju

⁹Konsultacije sa: kancelarijom EU; USAID-om; GIZ-om; Swiss Contact/PPSE (2018)

	turizma; • Boljim promotivnim kampanjama, promena trenda kosovske dijaspore da troši više novca u susednim zemljama; • Promovisanje regionalne saradnje kroz različite projekte u turizmu i prekogranične inicijative; • Pružanje vladine pomoći turističkim udruženjima; • Ciljanje vojnika KFOR-a koji su služili na Kosovu; • Izrada nacionalne strategije razvoja turizma;
Savet turizma Kosova	• Avanturistički turizam, uključujući kulturne, spoljne i fizičke aktivnosti, treba naglasiti kao potencijalni doprinos sektoru; • Obezbediti obuku za timove "Pretrage i spašavanje" u slučaju vanrednih situacija, sa fokusom na planinski turizam. • Bolje promovisanje kulturnog nasleđa zajedno sa drugim turističkim aktivnostima; • Izraditi segmentaciju turističkog tržišta;

Izvor: Podaci dobijeni na sastancima i intervjuima sa zainteresovanim stranama u sektoru turizma na Kosovu

Uloga Nacionalne turističke organizacije (NTO)

Osnovna i primarna uloga NTO-a je promocija zemlje kao turističke destinacije i povećanje dolaska turista / posetilaca.¹⁰ Njene ključne funkcije su marketing i razvoj turizma zajedno sa planiranjem, pružanjem usluga posetiocima, istraživanjem, koordinacijom i lobiranjem.¹¹

Glavni zadaci i odgovornosti NTO-a uključuju ali nisu ograničeni na:¹²

- istraživanje relevantnih postojećih i tržišta u razvoju i razvoj tržišne inteligencije;
- predviđanje potražnje;
- identifikovanje tržišta i segmenata sa najboljim potencijalom;
- uspostavljanje promotivnih prioriteta;
- projektovanje odgovarajućeg imidža destinacije na ciljnom tržištu ;
- pružanje informacija o destinaciji zainteresovanim stranama;
- pružanje saveta o razvoju i poboljšanju proizvoda različitih turističkih organizacija;
- kreiranje kooperativnih marketinških kampanja u saradnji sa drugim turističkim organizacijama;
- praćenje zadovoljstva turista/posetilaca.

Nedavno je na Kosovu došlo do povećanja napora vlade u pogledu formulisanja strategije za razvoj sektora turizma. U nacrtu koncept dokumenta¹³ za 2018. godinu (MTI, TAIEX), pored

¹⁰Uloga nacionalne turističke kancelarije u World of Incentive Travel (podsticajna putovanja) - Case, A. (2003)

¹¹Turističke organizacije - Longman Group UK Ltd. Harlow, Essex Pearce, D. (1992)

¹²Prošlost, sadašnjost i budućnost DMO-ova – primer NTO-ova - J. Borzyszkowski; M. Marczak (2011)

¹³Nacrt koncept dokumenta u oblasti turizma – MTI, TAIEX, Kosovo (2018)

mnogo drugih identifikovanih intervencija koje se trebaju sprovesti u sektoru turizma, osnivanje NTO-a se smatra prioritetom.

Prema izveštaju o analizi¹⁴ (PPSE, 2017) koji je pripremljen da naglasi potrebe i opcije za osnivanje NTO-a, ukupni godišnji troškovi za osnivanje i vođenje NTO-a bi bili manji od 400.000 evra, bez procene zaposlenih i kancelarijskih troškova. Aktivnosti uključene u predviđeni budžet i program rada su:

- izrada promotivnih materijala i instrumenata;
- promocija usmerena na klijente i preduzeća;
- odnosi sa javnošću (PR) i komunikacija;
- organizacija i funkcionisanje TIC-a (Turistički informacioni centri), DMO-a (destinacijska marketing organizacija) i predstavništva u inostranstvu;
- baza podataka sa turističkim informacijama, istraživanja tržišta, analiza i usvajanje / realizacija marketinške strategije;

Neophodni finansijski izvori za funkcionisanje NTO-a su budžet vlade, doprinosi turističkih poslovanja i podrška zasnovana na projektima međunarodnih organizacija.

U tabeli u daljem tekstu je napravljeno poređenje zemalja u regionu u pogledu turističke uprave. Osim toga, ona pokazuje da sve zemlje u regionu, osim Kosova, već imaju osnovane NTO-ove, imaju ministarstva za turizam (osim Makedonije) i podstiču inkluziju privatnog sektora.

Tabela 8.1: Upoređivanje zemalja u regionu u pogledu turističke uprave

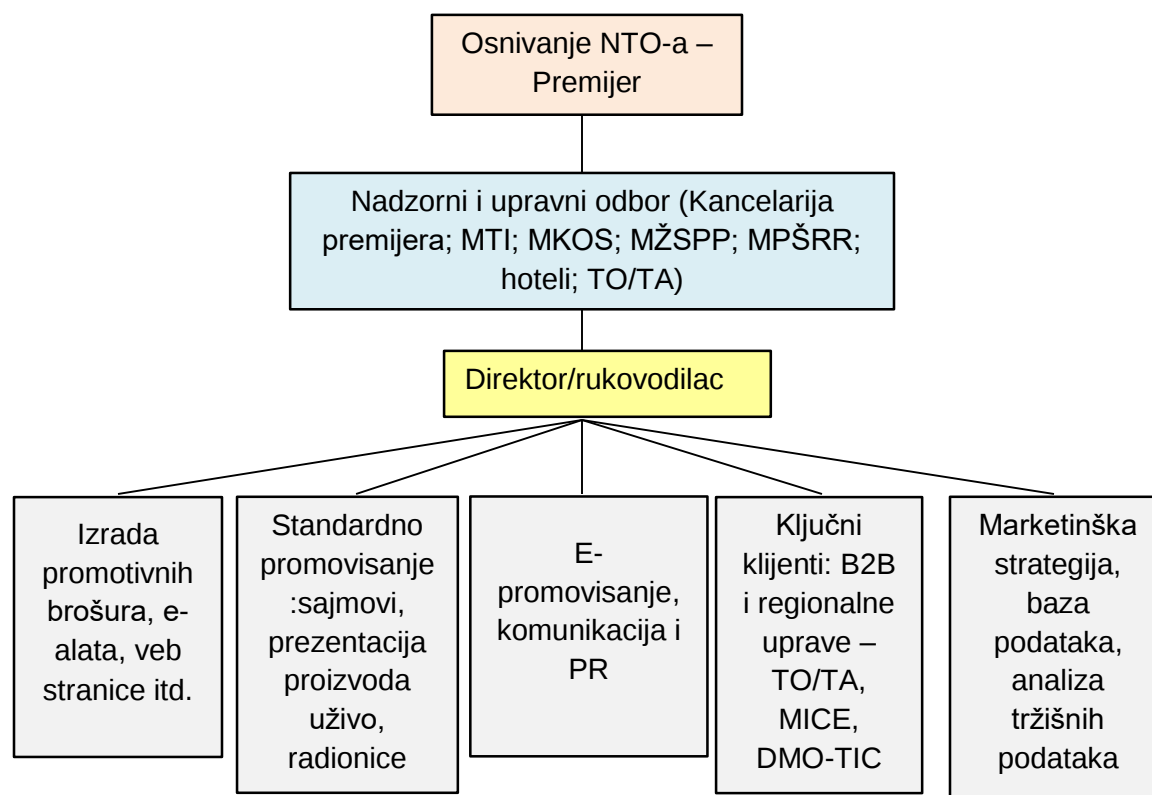
Zemlja	Ministarstvo turizma	NTO	Inkluzija privatnog sektora	Prilagođena sveobuhvatna strategija
Kosovo	X	X	X	X
Albanija	✓	✓	✓	X
Makedonija	X	✓	✓	X
Hrvatska	✓	✓	✓	✓
Srbija	✓	✓	✓	X

Izvor: Razvoj turizma kroz efikasne politike i promociju, D4D 2017

Slika u daljem tekstu predstavlja preporučenu strukturu za osnivanje NTO-a i njegove nivoe upravljanja.

¹⁴Opcije i modaliteti osnivanja Saveta turizma Kosova - J. Sirse, PPSE (2017)

Slika 8.1: Organizaciona i upravljačka struktura predloženog NTO-a



Izvor: „Opcije i modaliteti osnivanja turističkog odbora Kosova - NTO Kosova” _J. Sirse (PPSE)

Kao rezultat toga, osnivanje NTO-a se smatra važnim korakom ka stvaranju dobre osnove za razvoj i promociju turizma, a odgovorno telo služi kao glavna tačka za pružanje informacija u vezi sa mnogim aktivnostima vezanih za turizam.

Segmentacija turističkog tržišta - koristi i efekti u izradi strategije razvoja turizma

Definicija

Kao i u mnogim drugim industrijama, segmentacije turističkog tržišta je važan element i strateški instrument za razvoj, prilagođavanje i korišćenje na nacionalnom nivou. Omogućava sektoru turizma da prioritizuje tržišta sa više potencijala, uskladi odnose potražnje i ponude i efektivno i efikasno dodeli resurse za sektor turizma. Turisti nisu potpuno isti, heterogeni su i imaju različite poglede kada je u pitanju izbor njihovog idealnog odmora. Stoga, segmentacija tržišta predstavlja heterogenost između turista i grupiše ih u tržišne segmente koji su slični jedni drugima i različiti od članova drugih segmenata.¹⁵

Prednosti i zahtevi segmentacije

Glavne prednosti segmentacije tržišta su:¹⁶

- sposobnost specijalizacije na potrebe određene grupe i pružanje usluga istim na najbolji mogući način;
- izgradnja odnosa sa potencijalnim klijentima;
- konkurentna prednost;
- pružanje fokusiranih ponuda proizvoda i usluga;
- povećanje prihoda od ciljanih klijenata;
- određivanje ko nije ciljna grupa za poslovanje;
- prioritizacija raspodele resursa za najkorisnije mogućnosti;
- uspostavljanje posvećenosti i težnja ka istom cilju unutar organizacije (jedna vizija, jedan glas, harmonizovane poruke).

Zahtevi/kriterijumi za uspešnu segmentaciju tržišta putovanja i turizma:¹⁷

- Homogenost - ljudi unutar jednog segmenta treba da budu slični jedni drugima, a segmenti bi trebali biti različiti koliko je god moguće;
- Merljivi i održivi - segmenti trebaju biti identifikovani sa razumnim stepenom tačnosti i dovoljno veliki da garantuju posebnu pažnju;
- Pristupačni - organizacija treba da bude u mogućnosti da lako pristupi identifikovanim segmentima;

¹⁵Segmentacija turističkog turizma - Dolnicar, S, Woodside, AG i Martin, D (eds) (2008)

^{16, 17} Izrada segmentacije turističkog tržišta - Pesonen, J., University of Eastern Finland (2013)

- Raznoliki- segmenti moraju zahtevati različite marketinške pristupe i moraju se razlikovati po karakteristikama koje su najrelevantnije za usluge ili proizvode organizacije;
- Konkurentni - segmenti moraju biti prilagođeni proizvodima ili uslugama koje nudi organizacija;
- Kompatibilni - segmenti moraju biti kompatibilni sa postojećim tržištima;
- Istrajni- mora postojati određena stabilnost, a segmenti moraju ostati relevantni u dužem vremenskom periodu.

Uopšteno korišćene metode i tehnike za segmentaciju turističkog tržišta

Populacija			
Demografska	Geografska	Psihografska	Bihevioralna
- Starost - Zarada - Posao - Porodica - Obrazovanje - Religija	- Klima - Urbana oblast - Ruralna oblast - Planina	- Tradicija i navike - Način života - Interesovanja - Aktivnosti - Ličnost	- Sklonosti i navike - Namere - Nasledstvo

Izvor: Sopstveno istraživanje

Segmentacija turističkog tržišta i potencijalni resursi na Kosovu

Na nacionalnom nivou na Kosovu, pored turističkog privatnog sektora koji primenjuje metod tržišne segmentacije za svoje poslovne interese (mikro-marketing), još uvek nema dokaza o bilo kom strateškom dokumentu i/ili analizi koja obuhvata segmentaciju turističkog tržišta kao marketinški koncept (makro-marketing). Uključivanje vladinih turističkih institucija u pripremu i sprovođenje turističkih marketinških dokumenata i strategija neophodno je za privatni sektor turizma, preduzetnike, kreatore politika i druge zainteresovane strane da imaju šire perspektive o tome gde će se investirati, koji se proizvodi razvijaju i bolje razumevanje međunarodnog tržišta i specifične zahteve kupaca.

Segmentaciju turističkog tržišta obično priprema NTA/NTO ili bilo koja druga relevantna turistička institucija/odeljenje u okviru vlade. Međutim, na Kosovu postoji mnogo problema i prepreka kada je u pitanju dostupnost podataka o turizmu, pa je teže pružiti specijalizovane informacije za segmentaciju turizma i turista. Kada je u pitanju prikupljanje statističkih podataka o turizmu, Agencija za statistiku Kosova pokriva i pruža informacije samo iz hotelske industrije, što nije dovoljno za razvoj šire sveobuhvatne analize tržišta. Što se tiče segmentacije turističkih resursa na Kosovu, Odsek za turizam (MTI) je pripremio listu postojećih segmenata sa razvojnim potencijalom na Kosovu, prilagođenom u tabeli 9.1 u daljem tekstu.

Tabela 9.1: Segmenti turizma sa potencijalom na Kosovu

Postojeći segmenti sa potencijalom na Kosovu			
Vrste turizma	Trenutni	Potencijalni	U početnoj fazi
Tranzitni	X		
Prirodni			X
Izvori vode		X	
Medicinski	X		
Zimski	X		
Kulturno-istorijski			X
Ruralni		X	
Lov i ribolov		X	
Planinski			X
Speleološki		X	
Avanturistički			X
Naučni		X	

Izvor: MTI, Odsek za turizam 2018

Osim toga, u svrhu ovog izveštaja, skup dodatnih potencijalnih turističkih resursa predstavljen je u tabeli 9.2, gde postoji opis glavnih turističkih resursa na Kosovu podeljen na primarne i sekundarne, što treba pažljivo razmatrati prilikom segmentacije turističkog tržišta za Kosovo. Segmentacija tržišta je važan marketinški instrument koji je usredsređen na usklađivanje turističkih zahteva sa turističkim resursima zemlje; tako da se može postići efikasno korišćenje postojećih resursa zemlje.

Tabela 9.2: Dostupni turistički resursi na Kosovu

Glavni turistički resursi na Kosovu					
Primarni turistički resursi:		Sekundarni turistički resursi:		Niša turističkih proizvoda:	
Priroda:	Planine; Avanture; Ruralne, eko oblasti; Zimski sportovi; Pećine; Vodopadi, jezera, reke;	Ostali turistički resursi:	Medicinski turizam; kampovanje; biciklizam; Agro-turizam; ekskurzije; tranzitni turizam; velnes; prekogranični turizam;	Niša proizvoda:	Kulinarstvo; Vinarije; Sastanci, motivaciona putovanja, konferencije i događaji (MICE); Festivali; Događaji; Verske aktivnosti;
Urbana oblast:	Gradovi; Noćni život; barovi i restorani;				
Kulturna baština:	Istorijski; verski; spomenici; arheologija; arhitektura; artefakti; muzeji; folklor; UNESCO-ve lokacije;				

Izvor: Sopstveno istraživanje

Turistička potražnja i ponuda

Turizam je dobro pozicioniran u lancu snabdevanja, gde su proizvod, usluga ili iskustvo uključeni u širok spektar dobavljača.¹⁸ U cilju usklađivanja potražnje i ponude u turizmu, neophodne su analize

¹⁸ Turistička ponuda i potražnja - T, Nelwamondo (2010)

tržišta sa identifikovanim tržišnim segmentima. Turizam/turistički segmenti su različiti, i stoga postoje različite potražnje za ponudom različitih turističkih proizvoda.

Nedostaju statistički podaci o turističkoj potražnji i ponudi na Kosovu. Bez odgovarajućih turističkih statističkih podataka, veoma je teško biti upoznat sa nivoom korišćenja turističkih resursa na Kosovu što čini proces segmentacije tržišta složenijim. Kao posledica toga, turistički proizvodi se ne mogu efikasno razviti i stoga neće ispuniti stvarne potražnje proizvoda i usluga turista. Samo klasifikovanjem turista u segmente i boljim razumevanjem njihovog ponašanja i potreba možemo efikasno odgovarati na njihove potražnje sa ponudom turističkih proizvoda koji su na raspolaganju i takođe razviti potpuno nove proizvode (gde je potražnja visoka ili ima tendenciju povećanja) što bi moglo dodati vrednost turističkom lancu snabdevanja.

U određenoj meri sektor privatnog turizma na Kosovu razvija marketinške analize kako bi mogao postići poslovne ciljeve i biti konkurentniji, ali su takvi podaci obično samo za privatnu upotrebu, nisu objavljeni i nisu dovoljni za razumevanje i određivanje ukupne potražnje i ponude turističkih proizvoda i usluga na nacionalnom nivou. Ponovo, uloga NTO-a u ovom aspektu bi bila veoma važna, jer je posebno namenjen da priprema, dostavlja i objavljuje turističke strateške dokumente koji bi omogućili bolje organiziranje, upravljanje, promovisanje i efikasnost i profitabilnost.

Bolje korišćenje raspoloživih turističkih resursa može biti postignuto nakon odgovarajuće studije i analize segmenata, a kao rezultat toga može se postići usklađivanje potražnje sa ponudom. Statistika u ovom kontekstu ima važnu ulogu.

Osnovni pristupi za prikupljanje statistike o ponudi u turizmu su:

- statistike o proizvodnji/strukturi preduzeća, njihovim aktivnostima (ponuda smeštaja i maloprodajnih usluga), i
- statistika o rezultatima takvih aktivnosti.

Komponente turističke ponude mogu se klasifikovati u četiri različita elementa (Gunn i Var, 2002):¹⁹

- Prirodni ili ekološki resursi - predstavljaju osnovnu meru ponude (prikaz fiziografskih područja, oblici zemljišta, flora, fauna, vodna tela, kvalitet vazduha i slični prirodni elementi/fenomeni);
- Izgrađeni ili veštački resursi (infrastruktura) - sa elementima kao što su sistemi vodosnabdevanja, kanalizacioni sistemi, dalekovodi, putevi, komunikacione mreže i drugi rekreativni i komercijalni objekti;
- Transport - kao ključna komponenta turističke ponude (avioni, vozovi, autobusi, itd.);
- Ugostiteljski i kulturni resursi - koji su sastavni deo turističke ponude.

¹⁹Turističko planiranje: Osnove, koncepti, slučajevi - Gunn, C; Var, T (2002)

Glavne turističke destinacije i događaji na Kosovu

Postojanje baze podataka na nivou zemlje sa svim atrakcijama, turističkim destinacijama, događajima itd., utiče na proces donošenja odluka olakšavajući posetiocima pretragu i upoznavanje sa svim destinacijama vezanim za turizam. Takođe pomaže turoperatorima (TO), turističkim agentima (TA) itd. na Kosovu u osmišljavanju tura tako što imaju pristup svim podacima vezanim za turizam na Kosovu.

Trenutno ne postoji zvanična baza podataka ili veb stranica koja navodi sve atrakcije, događaje i važne turističke lokacije na Kosovu na jednom mestu. Ograničeni materijal i loš dizajn nekih od postojećih lokacija nisu dovoljni da privuku interesovanje potencijalnih posetilaca. To rezultira gubitkom potencijalnih posetilaca koji traže informacije o tome šta se može videti i uraditi na Kosovu. Prilikom pretraživanja grada/sela na Kosovu (npr. atrakcije u Prištini), prvi rezultati su iz TripAdvisor, Lonely Planet itd, koji pružaju ograničene informacije o turističkim resursima i aktivnostima na Kosovu.

Tabela 10.1: Neke od glavnih atrakcija oko glavnih gradova na Kosovu

<i>Priština</i>	<i>Peć</i>	<i>Prizren</i>	<i>Đakovica</i>
<i>Etnografski muzej; Nacionalna biblioteka u Prištini; Katedrala i trg Majke Tereze; Nacionalna galerija umetnosti na Kosovu; Park Grmija; Džamije; Trg Skenderbega; Ulpijana; Narodni muzej; Manastir Gračanica; Mermerna pećina; Mauzolej Sultana Murata; Batlavsko jezero;</i>	<i>Pećka Stara čaršija; Etnološki muzej; Via Ferrata; Prokletije; Bajrakli džamija; Beli Drim; Vodopad Belog Drima; Pećina "Uspavana lepotica"; Rugova kanjon; Manastir Dečani; Boga; Jezero Ličenat; Hadži Zekina kula; Pećka Patrijaršija;</i>	<i>Kalaja tvrđava; Sinan pašina džamija; Muzej albanske lige Prizrena; Šar Planina; Nacionalni park; Arheološki muzej; Bajrakli džamija; Gazi Mehmet Paša; Hamam; Crkva Bogorodice Ljeviške; Filigranska tehnika; Crkva Svetog Spasa; Brezovica; Dragaš; Halveti's Tekke;</i>	<i>Velika čaršija; Mostovi (Terezi, Tabak, Taliq); Toranj sa satom; Etnografski muzej; Velika grobnica; Hadum džamija; Crkva Svetog Antuna; Brdo Čabrati; Terezi most; Kula Paše Avdula Dreni; Radonjičko jezero; Shkugëza šuma; Vodopadi Miruše;</i>

Izvor: KIESA, TO-ovi, Trip Advisor, Lonely Planet, itd.

Tabela 10.2: Neki od glavnih događaja na Kosovu:

Naziv događaja	Mesto	Mesec
<i>Dokufest</i>	Prizren	Avgust
<i>Anibar</i>	Peć	Avgust
<i>Green festival</i>	Priština	Jul
<i>Takmičenje u skokovima u vodu sa mosta , Ura e Fshenjtë</i>	Đakovica	Jul
<i>Freedom Festival</i>	Priština	Jun
<i>NGOM</i>	Prizren	Jun ili jul

<i>Međunarodni festival mladih muzičara, DAM</i>	Priština	Mart
<i>Përralla</i>	Đakovica	Maj
<i>Meeting of Styles, Priština</i>	Priština	Maj
<i>Skena UP</i>	Priština	Novembar
<i>Džez festival u Prištini</i>	Priština	Novembar
<i>Into the Park</i>	Peć	Oktobar
<i>Gjakova Highland Marathon</i>	Đakovica	Oktobar
<i>Hardh Fest</i>	Orahovac	Septembar

Izvor: Profil sektora turizma – KIESA (2014), i ostali.

Popularne destinacije na Kosovu

Među glavnim destinacijama koje su najposećenije na Kosovu, su neke važne turističke lokacije koje su stekle međunarodnu pažnju i popularnost, koje dobijaju podršku i investicije. „*Peaks of Balkans*“ i „*Via Dinarica*“ su samo nekoliko dobrih primera navedenih u ovom izveštaju.

„*Peaks of Balkans*“ je planinarenje različitim stazama duž granica Albanije, Kosova i Crne Gore, dugim oko 200 km (potrebno je oko 10 dana da se pređe cela staza), koje povezuju neke od najlepših nacionalnih parkova zemalja jugoistočne Evrope sa neverovatnim pejzažima (planine, šume, vodopadi i livade), koja je stvorila ekonomske mogućnosti i razvoj za lokalne zajednice. Kao projekat, to je region stavilo na mapu i stvorilo snažan profil i sliku odredišta, povećalo broj posetilaca u Peći i regionu i podstaklo funkcionisanje pansiona i planinskih vodiča.²⁰ Ovaj projekat je razvijen i podržan od strane GIZ-a u saradnji sa opštinama, udruženjima i resornim ministarstvima, koji su pružali savete svim relevantnim akterima.

„*Via Dinarica*“ je još jedan primer popularnih destinacija i Kosovo je deo nje. To je prošireni put koji prolazi i povezuje zemlje zapadnog Balkana od Slovenije do Albanije, uključujući Hrvatsku, Bosnu, Crnu Goru, Kosovo, Srbiju i Makedoniju. Ova trasa je duga oko 2000 km, a prema Nacionalnoj geografiji postaje "jedna od svetskih trekking destinacija". Projekat povezivanja Kosova sa Via Dinarica i Zapadnim Balkanom podržao je USAID Empower investiranjem oko 51.000 evra u pomoć u trasiranju, mapiranju i označavanju staze; pružanje tehničke pomoći; razvijanje promotivnih materijala; i izgradnju kapaciteta lokalnih turoperatera za pružanje avanturističkih usluga. Ovaj projekat je inaugurisan tokom leta 2017.²¹

EU projekti prekogranične saradnje (PGS) i njihov uticaj na razvoj lokalnog turizma

Razvoj prekograničnog turizma postao je popularan u poslednjim decenijama, posebno kada je EU uvela međuregionalne programe. Sredstva EU za prekograničnu saradnju (PGS) povećana su tokom vremena, a poseban fokus je dat projektima vezanim za turizam. Čini se da opštine (lokalne

²⁰ Zajednički uspeh - vrhovi Balkanskih staza - GIZ (Sarajevo) (2014)

²¹ Povezivanje Kosova sa Via Dinarica i Zapadnim Balkanom - www.usaid.gov (2017)

samouprave) imaju najveći uticaj za korišćenje sredstava PGS-a, posebno zbog svoje uloge i odgovornosti u razvoju, planiranju i strategijama lokalnog turizma.

Karakterističan teren sa planinama i šumama duž granica sa susednim zemljama daje Kosovskim opštinama stratešku priliku za razvoj prekograničnih projekata sa posebnim fokusom na razvoj turizma, a samim tim uspostavlja veze od ekonomskog, kulturnog i društvenog interesa sa drugim regionalnim zemljama.

Tabela u daljem tekstu pokazuje dodeljivanje sredstava EU za program PGS-a 2007-2020 i prilagođena je kako bi ukazala na sredstva dodeljena za zajedničke projekte na Kosovu sa susednim zemljama.

Tabela 11.1: EU sredstva dodeljena za programe PGS-a

EU program PGS-a	Dodeljivanje 2007 – 2013 (evra)	Dodeljivanje 2014 – 2020 (evra)
Kosovo - Albanija	4,800,000	8,400,000
Kosovo –Crna Gora	4,800,000	8,400,000
Kosovo - Makedonija	3,600,000	8,400,000
Ukupno	13,200,000	25,200,000

Izvor: Prilagođeno iz Evropske Komisije, Izveštaj o instrumentu za pretpristupnu pomoć (IPA) za PGS za 2017 ²²

Glavni izazovi/problemi obuhvaćeni PGS programom

Prema izveštaju o instrumentu za pretpristupnu pomoć (IPA) za PGS za 2017²³, postoji 10 identifikovanih glavnih problema i izazova koje je potrebno rešiti PGS programom:

- Depopulacija i derealizacija;
- Neadekvatna infrastruktura (transport, voda, otpad, poslovne mogućnosti);
- Visoka nezaposlenost, uključujući dugoročnu i nezaposlenost mladih;
- Niska poljoprivredna/agro-prehrambena produktivnost;
- Loše poslovno okruženje i sistem poslovne podrške;
- Loša povezanost obrazovanja/rada i poslovanja;
- Niska svest o održivosti životne sredine;

^{22,23} Evaluacija IPA programa prekogranične saradnje 2007-2013 – konačni izveštaj, EU (2017)

- Socijalna marginalizacija grupa, mladih, starijih i etničkih manjina;
- Nedostatak poslovne skale (mikro preduzeća) i pristup poslovnom finansiranju;
- Ograničeno tržište (nacionalno / međunarodno) i marketinške mogućnosti.

Podobni podnosioci predloga projekata

Podobni podnosioci predloga projekata za IPA PGS finansirane projekte su: lokalne vlasti; lokalne komunalne službe, regionalne vlasti, nacionalni organi, međunarodne organizacije, univerziteti i škole, nevladine organizacije (NVO), sportska udruženja i verska udruženja.

U okviru IPA 2014-2020, tematski prioriteti kao što su turizam, kulturno i prirodno nasljeđe i zaštita životne sredine identifikovani su kao prioritetni sektori koji se finansiraju (ukupno čine 63% od ukupnog finansiranja IPA PGS programa). Ostale tematike oblasti obuhvaćene ovim sredstvima su: zapošljavanje, mobilnost, socijalna inkluzija (12%); tehnička pomoć (10%); konkurentnost, MSP-ovi, trgovina i investicije (8%); mladi, obrazovanje i veštine (7%).

Prihvatljive i susedne oblasti obuhvaćene Programom prekogranične saradnje IPA 2007 - 2013 (zajednički projekti sa susednim zemljama)

Tabela 11.2: Oblasti obuhvaćene EU PGS projektima za Kosovo

Zemlja	Prihvatljiva oblast	Susedne oblasti
Kosovo sa Albanijom	- Južni ekonomski region (opštine: Prizren, Suva Reka, Dragaš, Orahovac, Mališevo, Mamuša). - Zapadni ekonomski region (opštine: Peć, Klina, Istok, Đakovica, Dečani, Junik).	Severni ekonomski region (opštine: Srbica, Vučitrn, Zubin Potok, Zvečan, Mitrovica, Leposavić).
Kosovo sa Makedonijom	- Istočni ekonomski region (opštine: Gnjilane, Kamenica, Vitina, Novo Brdo, Uroševac, Kačanik, Štrpce, Elez Han). - Južni ekonomski region (opštine: Prizren, Suva Reka, Dragaš, Orahovac, Mališevo, Mamuša).	
Kosovo sa Crnom Gorom	Zapadni ekonomski region (opštine: Peć, Istok, Klina, Junik, Dečane, Đakovica)	

Prilagođeno iz Evropske Komisije, Izveštaj o instrumentu za pretpristupnu pomoć (IPA) za PGS za 2017²⁴

Nivo korišćenja IPA 2007-2013 sredstava na Kosovu u poređenju sa drugim regionalnim zemljama, koji su uključeni u isti program, je veoma nizak. Tabela prikazuje procenat ugovorenih i isplaćenih iznosa od ukupnog dodeljenog iznosa.

Tabela 11.3: Korišćenje sredstava od strane Kosova i zemalja u regionu, u procentima:

Program:	Ugovoreno, kao % dodeljenih sredstava	Isplaćeno, kao % ugovorenih sredstava	Isplaćeno, kao % dodeljenih sredstava
----------	---------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------

²⁴Evaluacija IPA programa prekogranične saradnje 2007-2013 – konačni izveštaj, EU (2017)

CRO - BiH	100.0%	91%	91%
BiH - MNE	102.9%	83%	86%
CRO - MNE	103.3%	92%	95%
CRO - RS	95.6%	80%	77%
RS - MNE	95.4%	81%	77%
AL - MNE	89.2%	69%	61%
RS - BiH	77.5%	69%	53%
MNE - KS	81.9%	72%	59%
MK - KS	61.8%	80%	50%
MK - AL	55.6%	68%	38%
AL - KS	52.2%	32%	17%

Izvor: Prilagođeno iz Evropske Komisije, Izveštaj o instrumentu za pretpriprstupnu pomoć (IPA) za PGS za 2017²⁵

Lokalne samouprave/opštine na Kosovu i Ministarstvo za administraciju lokalne samouprave (MALS) nisu pokazali ozbiljan angažman u pripremi projekata i/ili olakšavanju pristupa zainteresovanih strana kako bi se povećalo učešće u PGS programima za stvaranje ekonomske vrednosti i radnih mesta.

Prema ovoj tabeli, Kosovo u odnosu na Albaniju, Makedoniju i Crnu Goru za zajedničke programe prekogranične saradnje koristi u proseku 40% ukupnih dodeljenih sredstava, dok su druge zemlje regiona u mnogo boljem položaju kada je u pitanju korišćenje takvih sredstava.

Ukupna isplaćena sredstva u okviru IPA Programa prekogranične saradnje 2007-2013 za region su iznosila oko 65,9 miliona evra od ukupno 84,7 miliona evra, gde su turistički projekti iznosili 28,5 miliona evra koji su isplaćeni od iznosa od 38,11 miliona evra. Kao procenat ukupnog dodeljivanja sredstava u okviru ovog Programa, sektor turizma čini 43%, sa ukupno 58 projekata. Taj procenat ukazuje na značaj koji je sredstvima PGS-a dat za razvoj turizma u prekograničnim regionima.

Uloga međunarodnih organizacija za turizam na Kosovu

Pored različitih donacija i sredstava koje pružaju međunarodne organizacije na Kosovu, njihov specifični doprinos razvoju sektora turizma je takođe veoma važan i potreban. Prema MTI-u, međunarodne organizacije su finansirale različite projekte vezane za turizam na Kosovu, a projekti su obuhvatili oblasti turizma kao što su: razvoj turističke politike; razvoj turističkih brendova i proizvoda; prekogranična saradnja; razvoj LJR-a; razvoj ruralnog turizma; podrška informacionoj i komunikacionoj tehnologiji (IKT) u turizmu; razvoj područja turističke destinacije; razvoj turističkog paketa; promotivni projekti; itd.

²⁵Evaluacija IPA programa prekogranične saradnje 2007-2013 – konačni izveštaj, EU (2017)

Glavne identifikovane međunarodne organizacije koje su finansirale različite projekte za razvoj sektora turizma su: Kancelarija EU, USAID, GIZ, Švajcarska kancelarija za saradnju, UNDP, BMZ, Finska vlada, Češka fondacija itd.

Trebalo bi povećati saradnju sa međunarodnim donatorima za ovaj sektor, kako bi što bolje iskoristiti njihovu stručnost, praktično znanje i preporuke. Povećanje uloge zainteresovanih strana (kao što su: turističke institucije, opštine, udruženja, privatni sektor, itd.) u oblasti turizma u razvoju predloga i projekata za turizam na Kosovu je od ključnog značaja za privlačenje više sredstava i uspostavljanje efikasnih veza između potencijalnih korisnika i donatora.

Nivo svesti zajednice o turizmu

Sektor turizma na Kosovu donedavno nije bio prioritet vlade, što se sigurno odrazilo na nivo svesti ljudi o važnosti turizma. Preovlađujući stav o turizmu je bio taj da se ograničeni neposredni ekonomski povraćaj investicija upoređivao sa drugim industrijama, zaboravljajući sve veću dinamiku rasta turističke industrije i radna mesta koje pruža. Međutim, stalni ekonomski pozitivni trendovi u turizmu su preoblikovali mišljenja zainteresovanih strana o svom doprinosu BDP-u zemlje i razvoju zajednice.

Uloga koju faktor zajednice ima u svakom planiranju i strategijama u budućnosti je od najveće važnosti. Održivi razvoj turizma zahteva mobilizaciju svih slojeva društva i grupa, od dece i mladih ljudi do odraslih, kroz programe o podizanju svesti javnosti koji imaju za cilj da vrše edukaciju u pogledu vrednosti turizma za društvo.

Takođe, naglašavajući koristi koje turizam donosi ekonomskom blagostanju nacije automatski će se preneti na podizanje svesti zajednice o važnosti ove industrije.

Obrazovanje u oblasti turizma na Kosovu

Jedno od najvećih sredstava uspešnih ekonomija širom sveta, i faktor koji odvaja države u pogledu uspeha, definitivno je nivo obrazovne radne snage. Svi sektori društva, izgrađeni su na osnovu njega, zavise od njega, a kao posledica toga direktno su pogođeni njegovim kvalitetom.

Sektor turizma, sa kontinuiranim rastom tokom godina, nije izuzetak od potrebe za kvalitetnim obrazovanjem, a zapravo složenost industrije u ispunjavanju ljudskih potreba, podsticanju ekonomije i promovisanju kulture još više obavezuje Vlade da ulažu u intelektualni kapital. Kursevi u pogledu turizma uključeni su u obrazovni sistem Kosova i nude se i u srednjim stručnim školama i na fakultetima/univerzitetima. U ovom trenutku postoje dva privatna fakulteta i dva javna univerziteta koja nude programe osnovnih i master studija u turizmu, kao što je prikazano u tabeli daljem tekstu.

Tabela 13.1: Kosovske institucije koje nude turističke predmete

Institucija	Javna/Državna	Program	Mesto
-------------	---------------	---------	-------

College Pjeter Budi	Privatna	„Menadžment u turizmu i ugostiteljstvu“ Stepen: Osnovne i Master studije	Priština
College Dardania	Privatna	„Menadžment u turizmu“ (Ekonomski fakultet) Stepen: Osnovne studije	Priština
HaxhiZeka Univerzitet	Državna	„Menadžment u turizmu“ Stepen: Osnovne studije	Peć
UkshinHoti Univerzitet	Državna	„Kulturna baština i turizam“ Stepen: Master studije	Prizren

Izvor: MTI, 2017

Fokus programa je ograničen samo na opšti turizam i upravljanje ugostiteljstvom, uz razne zainteresovane strane koje smatraju da je program zastareo i nedovoljan za pokrivanje drugih dodatnih obrazovnih područja,²⁶ kao što su: istraživanje i razvoj turizma; upravljanje turističkim destinacijama; međunarodni hotelski menadžment; globalne kulture i turizam; održivi turizam; turistička politika i planiranje; strateški menadžment turizma; itd.²⁷

Tabela 13.2: Turizam i stručno osposobljavanje u srednjim školama na Kosovu

Institucija	Program	Mesto
“7 September”	Trgovina - Turizam - Asistent menadžera u restoranu - Rad u poslastičarnici - Kuvar - Asistent u oblasti turizma	Priština
“Ali Hadri”	Ugostiteljstvo -Turizam Asistent u oblasti turizma	Peć
“TafilKasumaj”	Ugostiteljstvo -Turizam Asistent u oblasti ugostiteljstva	Dečane
“Hasan Prishtina”	Ugostiteljstvo -Turizam Asistent u oblasti ugostiteljstva	Mitrovica
“YmerPrizreni”	Ugostiteljstvo -Turizam Asistent u oblasti ugostiteljstva	Prizren
“Competence Center”	Ekonomija, turizam i ugostiteljstvo - Vodič - Asistent informacionih sistema u turizmu i asistent za putovanja - Asistent za organizaciju događaja	Prizren
“Arbrëria”	Poljoprivreda - Turizam Kuvar	Gnjilane

²⁶Razvoj LJR-a u turističkoj i ugostiteljskoj industriji na Kosovu - Szivas, E (2016)

²⁷Osnovne studije za Međunarodni menadžment u ugostiteljstvu i turizmu – Queensland University, Australija (2018)

“A. Gllavica”	Ugostiteljstvo -Turizam • Asistent menadžera hotela	Lipljan
“K. Kusari”	Ugostiteljstvo -Turizam • Asistent menadžera hotela	Đakovica
“L. Poradeci”	Ugostiteljstvo -Turizam • Asistent menadžera hotela	Kijevo
“Competence Center”	Ekonomija • Usluge u ugostiteljstvu i turizmu	Mališevo

Izvor: MTI, 2017

Kulturna baština na Kosovu

Kulturna baština je od velikog značaja u turističkoj industriji i važan je faktor za podsticanje turista. Ova grana turizma raste i obično privlači turiste koji troše više novca i ostaju duže u odnosu na druge posetioce. Turiste koji su zainteresovani za kulturu i baštinu obično privlače i posećuju istorijske i arheološke lokacije i zgrade, muzeje, parkove, etničke baštine itd.

Trenutna situacija ovog sektora na Kosovu je obećavajuća, jer Vlada i različite zainteresovane strane rade zajedno na očuvanju, promovisanju i podizanju svesti o važnosti kulturne baštine u turizmu.

Kosovska relevantna institucija Ministarstva kulture, omladine i sporta (MKOS) izradila je nacionalnu strategiju za Kulturnu baštinu 2017-2027²⁸ koja ima za cilj poboljšanje sistema i mehanizama zaštite i očuvanja kulturne baštine u skladu sa međunarodnim standardima. Glavni ciljevi ovog dokumenta uključuju:

1. Unapređenje pravnog i institucionalnog okvira;
2. Integrisani pristup kulturnoj baštini ka održivom razvoju;
3. Uključivanje kulturne baštine u razvojne planove;
4. Promociju kulturne baštine;
5. Obrazovanje, obuku i aktivno učešće u oblasti zaštite kulturne baštine.

Deo ove strategije je razvoj i promocija održivog turizma u oblastima i lokacijama kulturne baštine; izrada zajedničkog kulturnog turizma sa susednim zemljama; izrada institucionalnih politika za kulturnu baštinu u turizmu; razvoj infrastrukture kako bi se omogućio razvoj kulturnog turizma itd.

²⁸http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/eng_strategy_for_heritage.pdf

Prema MKOS-u, trenutno se 1567 objekata kulturne baštine nalazi pod privremenom zaštitom u kategorijama: arheologije, arhitekture i duhovnog nasleđa.²⁹

Putna infrastruktura, mapiranje i označavanje turističkih destinacija i atrakcija

Uprkos prošlim i nedavnim velikim investicijama Vlade za izgradnju autoputeva koji povezuju Kosovo sa Albanijom, Srbijom, a sada i sa Makedonijom, situacija u pogledu putne infrastrukture u zemlji i dalje ostaje problem. Konkretno, putna infrastruktura koja povezuje glavne gradove na Kosovu (primeri: Priština - Mitrovica, Priština - Gnjilane, Peć - Đakovica; Đakovica - Prizren i dr.) zanemarena je već dugi niz godina i nedostaju kontinuirane investicije. Zbog važnosti putne mreže (autoputeva) sa susednim zemljama i dok je cilj povećanja trgovine i turizma, većina sredstava koja su bila namenjena za putnu infrastrukturu dodeljena je projektima za izgradnju autoputa. Međutim, putna veza između gradova na Kosovu je jednako važna kada je u pitanju turizam. Ona povezuje lokalne turističke destinacije i jača zajednice koje pružaju turističke proizvode i usluge.

Drugo pitanje je putna infrastruktura koja vodi do turističke destinacije. Potrebno je posebno angažovanje sa namerom da se poveća svest među institucijama kako bi se više investiralo u ruralnu i planinsku putnu infrastrukturu, čime se omogućava potpuni pristup turističkim destinacijama.

Mapiranje turističkih destinacija/atrakcija pojednostavljuje prikupljanje informacija za određene turističke lokacije, promoviše ih i olakšava pronalazak destinacija. Uključivanjem mapiranih destinacija u različite digitalne mape (kao što su: google mape, maps.me, itd.) i čineći takve destinacije informativnim, transakcionim, proces širenja informacija za turiste postaje potpuno dostupan, pristupačan, pouzdan i promotivan.

U tom smislu, mapiranje svih turističkih destinacija i atrakcija, kao i postavljanje putnih znakova imaju važnu ulogu i smatraju se prioritetom u turizmu. Nakon procesa identifikacije i mapiranja svih turističkih destinacija i lokacija na Kosovu, važno je i postavljanje oznaka za turističke lokacije. Efikasan nacionalni program za mapiranje i označavanje može privući posetioce, pružiti smernice i informacije i povezati posetioce sa proizvodima i/ili iskustvima u zemlji. Potrebne su odgovarajuće smernice kako bi se lako locirale atrakcije i važne turističke lokacije.

²⁹http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/Cultural_Heritage_List_for_Temporary_Protection_2017.pdf

Standardi kvaliteta u sistemu turizma i kategorizacije hotela

Prema UNWTO-u, standardi kvaliteta za proizvode i usluge u turističkoj industriji su veoma važni faktori za sektor i vrše standardizaciju smeštaja, restorana, turističkih vodiča, organizatora putovanja i drugih pružalaca usluga vezanih za turizam. Pored toga, kvalitet u turizmu je „rezultat procesa koji podrazumeva zadovoljenje potreba svih legitimnih proizvoda i usluga, zahteva i očekivanja potrošača po prihvatljivoj ceni, u skladu sa osnovnim determinantama kvaliteta, kao što su sigurnost i bezbednost, higijena, pristupačnost, transparentnost, autentičnost i usklađenost turističke aktivnosti u vezi sa ljudskim i prirodnim okruženjem“, (UNWTO 2013).

Odgovarajući sistem klasifikacije smeštaja/hotela je važno sredstvo za razvoj kvaliteta u turizmu. On klijentima omogućava da donesu informisane odluke o standardima kvaliteta ustanove koju žele da posete i ostanu u njoj.

Decenijama, u turističkoj hotelskoj industriji, ocenjivanje sistemom zvezdica je uopšteno prihvaćen zlatni standard na međunarodnom nivou za merenje kvaliteta pogodnosti i usluga u hotelima.

Smeštaj i razvoj sistema ocenjivanja smeštaja na Kosovu obuhvaćeni su važećim Zakonom o turizmu (2013) i Administrativnim uputstvom (br. 19/2013); zasnovani su na skali od 5 zvezdica i obezbeđeni su turističkim subjektima koji se prijavljuju na dobrovoljnoj osnovi. Upitnik se dostavlja subjektu, a nakon njegovog završetka ocenjuje ga komisija koja ima pravo da daje pravo subjektu da koristi zvezdice u označavanju za materijal za izgradnju i promociju, koje važi 4 godine i podnošenje prijave je besplatno.³⁰

Sistem klasifikacije hotela na Kosovu

U prošlosti je nekoliko izveštaja^{31,32} pominjalo i bavilo se analizom sistema klasifikacije smeštaja na Kosovu. U daljem tekstu se prikupljaju glavni nalazi/zabrinutosti iz ovih izveštaja i uključuju:

- Evaluacija klasifikacije hotela vrši se bez prethodne najave (bez javnog oglasa) i bez posebne evaluacije kvaliteta usluga;
- Evaluacija nije transparentna i nije dovoljno promovisana;
- Ne postoji svest privatnog subjekta o prednostima klasifikacije smeštaja;
- Evaluacija kvaliteta za hotelske usluge ne uključuje predstavnike hotelskih udruženja;
- Sistem klasifikacije se odnosi i uglavnom zasniva na tehničkim karakteristikama (kao što su fasada, vrsta vrata, hrana i piće, voda, parametri električne energije i nije stvarno usredsređen na dostupnost usluga za posetioce;
- Udeo ocena za spavaću sobu i kupatilo je vrlo mali. Usluge spavaće sobe i kupatila (i dobar doručak) predstavljaju jednu od najvažnijih usluga za posetioce;

³⁰Podrška podeli turizma MTI-a - Sirse, J (2015)

³¹Pregled programa za klasifikaciju hotela MTI-a - MTI, USAID (2014)

³² Podrška podeli turizma MTI-a - Sirse, J (2015)

- Nepotrebni zahtevi/preduslovi za hotele da imaju noćne klubove, diskoteke, spa centre, fitnes sobu, konferencijsku salu kako bi dobili višu ocenu.
- Kvalifikacije i kompetencije članova komisije su sporne. Takođe, trenutni broj članova komisije prilikom ocenjivanja hotela je visok; ne postoji potreba da nad istim smeštajem svih pet članova vrši evaluaciju;
- Klasifikacija hotela nije obavezna;
- Međunarodni standardi o smeštaju nisu uključeni ili usklađeni u sistemu klasifikacije na Kosovu (npr. UNWTO, HOTREC itd.)
- Ne postoji lokalni standard/vodič (lokalne specifične karakteristike, kao što su arhitektura, dizajn enterijera, promocija kulture) koji treba slediti što bi moglo da sačuva i doprinese imidžu zemlje.

Sistem klasifikacije hotela na Kosovu je vrlo jednostavan i ne uzima u obzir opšte prihvaćene međunarodne sisteme klasifikacije i vodiče, koji bi, ako bi bili uključeni u kosovski sistem za kategorizaciju, mogli poboljšati turističko iskustvo i konkurenciju u sektoru smeštaja. Sadašnjem sistemu nedostaje obavezna klasifikacija smeštaja, stoga još uvek postoji neformalna konkurencija.

Neophodna dokumenta koja su trenutno potrebna za kategorizaciju hotela, dobrovoljnu registraciju turističkih subjekata i listu kategorizovanih hotela na Kosovu, mogu se pronaći na veb stranici MTI-a, Odsek za turizam.³³

Pored toga, nivo svesti u privatnom sektoru turizma na Kosovu o prednostima klasifikacije hotela je nizak, tako da ne postoji poseban interes među privatnim subjektima da dobrovoljno podnesu zahtev za kategorizaciju.

Uobičajene prednosti za kategorizaciju hotela uključuju, ali nisu ograničene na:³⁴

- Pružanje uporedivih informacija putem lako prenosivih simbola i služe kao opravdanje za ocene;
- Obezbeđivanje hotela pomoću benčmarking instrumenta koji im zauzvrat može pomoći da prioritizuju investicije;
- Ublažavanje zabrinutosti klijenata koji dolaze po prvi put (klasifikacija nudi indikaciju onoga što se očekuje, čime doprinosi poverenju potrošača pre, tokom i nakon boravka);
- Obezbeđivanje zajedničkog okvira za sve posrednike, kao što su TO-i i TA-i, za korišćenje u njihovim procesima kupovine i pregovaranju, pripremi kataloga i prilagođavanja paketa;
- Obezbeđivanje referentne tačke za online platformu za pregled gostiju;
- Služenje kao marketinški i promotivni instrument;

³³<https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,36>

³⁴UNWTO i norveška akreditacija - sistemi klasifikacije hotela (2015)

Vizna politika za strane posetioce

Prema UNWTO-u, vizne politike i režim spadaju među najvažnije faktore koji utiču na međunarodni turizam. Uloga Vlade u ovom pogledu je presudna. Kada je vizni režim za različite zemlje na snazi, on utiče na turiste na različite načine, i to: verovatno povećava putne troškove, dodaje složenost procesu putovanja, oduzima mnogo vremena i može čak uticati na turiste i putnike da promene destinaciju.

Turizam EU u poslednjoj deceniji doživio je pad i izgubio je deo svog udela na globalnom tržištu u smislu dolaska zbog viznog režima nametnutog drugim zemljama.³⁵ Prema procenama Evropske komisije (2012), ukupno 6,6 miliona potencijalnih putnika je izgubljeno uglavnom sa šest ciljnih tržišta, zbog viznog režima Šengenskog područja, koje su sprovedene u 2010. godini. Ovaj izveštaj takođe pokazuje da se oko 5,5 milijardi evra i 133. 000 radnih mesta vezanih za turizam „gubi“ svake godine na turističkom tržištu EU.

Kosovske vizne politike i režim prema drugim nacijama razlikuju se od zemlje do zemlje, zbog različitih faktora, uglavnom iz političkih i bezbednosnih razloga. Trenutno postoji 90 zemalja kojima je potrebna viza za ulazak na Kosovo, uključujući: Indiju, Narodnu Republiku Kinu, Rusiju, Indoneziju i Tajland (koji imaju visok izvozni potencijal za turizam), dok se za 105 drugih zemalja ne zahteva viza.

Takođe, jedna od glavnih zabrinutosti za turoperatore na Kosovu bila je vizni režim koji se primenjuje na neka velika potencijalna tržišta, kao što su: Kina, Rusija, Indija, Indonezija, itd., uključujući deo zemalja Bliskog istoka. Na primer, u pogledu izvoza turističkih usluga, Kina postaje jedna od svetskih lidera u izlaznom turizmu i dostigla 120 miliona dolaznih putnika u 2015. godini (povećanje od 5 miliona putnika od 2014. godine).

Poslednjih godina, brojne destinacije u Centralnoj i Jugoistočnoj Evropi (uključujući zemlje bivše Jugoslavije) viđene su kao generator za sveobuhvatni porast turizma u Evropi. Povećane su aktivnosti marketinga i promocije iz regionalnih zemalja koje su usmerene ka Kini. Na primer, NTO Srbije je dobila nagradu „Dobrodošlica kineskim turistima“ za kategoriju „Marketing destinacije na tržištu Kine“ na Kineskom sajmu putovanja i izlaznog turizma COTTM, na sajmu putovanja u Japanu. Tom prilikom, između Srbije i Kine potpisan je MoR u cilju jačanja njihove saradnje. Među ostalim odredbama, sporazum definiše procedure vizne liberalizacije za posete kineskih grupa Srbiji (Srbija Travel, 2013).

Politička situacija Kosova na međunarodnom nivou je i dalje krhka i stoga je Vlada uzajamno uspostavila vizne režime za određene zemlje. Međutim, na taj način sektor turizma će biti najviše pogođen, a kao posledica toga, razvoj turizma će se nastaviti sporijim tempom. Kosovska vlada treba da razmotri i pažljivo proceni postojeću viznu politiku, posebno prema zemljama sa velikim potencijalom izvoza turističkih usluga. U tabeli u daljem tekstu prikazani su stavovi UNWTO-a i WTTC-a o mogućnostima za olakšanje viznog režima.

³⁵Poboljšanje viznog režima Evropskih zemalja za porast turizma - ETC (2013)

Tabela 17.1: Mogućnosti za olakšanje viznog režima identifikovane od strane UNWTO-a i WTTC-a

Mogućnost 1: Poboľjšati dostavljanje informacija
- Poboľjšati usluge i komunikaciju sa klijentima - Povećati deljenje informacija između (i unutar) vlada - Iskoristi internet za pružanje informacija klijentima
Mogućnost 2: Olakšati proces dobijanja viza
- Smanjiti zahteve za dokumentacijom i intervju - Povećati kapacitet za obradu viza - Iskoristiti tehnologiju i druge mere podrške za povećanje efikasnosti i brzine izdavanja viza i poboljšanje sigurnosti - Izdavanje viza po dolasku - Pokrenuti programe za izuzeće od obaveze posedovanja vize
Mogućnost 3: Diferencirati tretman kako bi se olakšalo turističko putovanje
- Iskoristiti mogućnost putovanja bez vize za nosioce vize izdate od strane treće zemlje - Produžiti važenje i ograničenja ulazne vize - Proširenje postupaka za vize za određene vrste posetilaca - Olakšanje dobijanja vize za pojedine turističke oblasti
Mogućnost 4: Institut za programe e-Viza
Mogućnost 5: Sklopiti regionalne sporazume

Izvor: UNWTO, WTTC

Turistički informativni centri (TIC)

Turistički informativni centar ili informativni centar za posetioce je generalno mesto koje vodi država, lokalna uprava, lokalni turistički odbor ili privatni subjekt koji služi kao centralna polazna tačka i pruža informacije turistima ili posetiocima o lokalnom području koje posećuju. Uloga centra za posetioce je promocija lokalnih proizvoda i usluga, kao što su: smeštaj, iznajmljivanje automobila, restorani, barovi, atrakcije, ne samo kako bi ih predložili, već i kako bi pružili usluge rezervacije i uticali na produženje boravka posetilaca i podstakli ih da se ponovo vrate. Centre za posetioce obično vode lokalni stručnjaci koji su dobro obučeni, imaju bogato lokalno znanje, posvećeni su prevazilaženju očekivanja i ispunjavanju zadovoljstva klijenta.

Lokacije centra za posetioce su veoma važne i moraju biti lako dostupne i vidljive turistima. Generalno, oni se nalaze u centru grada, u neposrednoj blizini glavnih atrakcija, zgrada baštine, aerodroma itd.

Centar za posetioce mora biti dobro organizovan, dobro održavan, sa ažuriranim brošurama (lokalni flajeri, hoteli, atrakcije, restoran/bar, kalendar događaja, zabava itd.), lokalnim umetničkim delima i određenim maloprodajnim mestima za prodaju razglednica, mehaničkih igračaka, artefakata, magneta za frižidere, majica i sl. Takođe treba blisko da sarađuju sa lokalnim preduzećima kako bi

osigurati poslove/promocije, kako bi mogli da prodaju ili predlažu klijentima. Na primer: ako odete u restoran „xyz“, dobićete besplatnu kafu ili nešto slično.

Pored pružanja preciznih i verodostojnih informacija posetiocima, promovisanja i prikupljanja podataka, danas se Centri za posetioce (CP), u potrazi za finansijskom održivošću, sve više uključuju u generisanju prihoda zbog nedostataka finansiranja sa kojima se obično suočavaju. Oni se lako mogu zanemariti od lokalnih samouprava, koji zbog finansijskih pritisaka u budžetiranju prioritizuju druga područja zaboravljajući povratak i ekonomsku vrednost koju turizam može doneti zajednicama.

Kosovski centri za posetioce nisu izuzetak od ove pojave, većina njih je zatvorena ili nefunkcionalna.

Trenutno, prema podeli dokumenta izveštaja o turizmu za CP-ove, postoje osam centara za posetioce, od kojih su samo četiri otvorene za javnost, a ostala su zatvorena.

Tabela18.1: Trenutna situacija Centara za posetioce na Kosovu

Opština	Funkcionalni/ nefunkcionalni	Organizacija	Struktura zaposlenih	Budžet	JPP	Lokacija	Izazovi
Priština	Ne	-	-	-	-	-	-
Peć	Da	Veoma dobra	Veoma dobra	Sasvim dovoljan - opštinski budžet	Javna (opština Peć)	Veoma dobra	Radno vreme
Junik	Da	Prosečna	Prosečna	Nije dovoljan	JPP	Prosečna	Finansiranje
Đakovica	Da	Dobra	Prosečna	Prosečan	JPP	Prosečna	Finansiranje
Prizren	Da	Dobra	Nije dobra	Nije dovoljan	JPP	Dobra	Finansiranje
Orahovac	Ne (trenutno je zatvoren, možda će se otvoriti)	Dobra	Aдекватna	Dovoljan	JPP	Dobra	Finansiranje
Gnjilane	Ne (2 kancelarije su zatvorene)	Nije dobra	Nije dobra	Nije dovoljan	JPP	Veoma dobra	Finansiranje - organizovano od strane opštine
Novo Brdo	Ne (zatvoreni su)	Nije dobra	Nije dobra	Nije dovoljan	JPP	Dobra	Finansiranje - organizovano od strane opštine

	Ne (zatvoren pre 2 godine)	Nije dobra	Nije dobra	Nije dovoljan	JPP	Dobra	Finansiranje - organizovan o od strane opštine
Štrpce							
Mitrovica	Ne	-	-	-	-	-	-

Izvor: Izveštaj za podsticanje uspostavljanja Centara za posetioce, MTI 2017

Potruga i spašavanje (SAR)

Kosovu dobro služe brojne institucije kao što su Kosovske bezbednosne snage, Agencija za upravljanje vanrednim situacijama, lokalna policijske snage i timovi vatrogasne brigade itd., koji vrše različite operacije u oblasti potrage i spašavanje širom zemlje. Međunarodni telefonski broj 112 za hitne slučajeve (pored 192 za policiju, 193 za vatrogasnu službu i 194 za hitnu pomoć) koristi se na Kosovu od 2002. godine, besplatan je i pruža usluge 24/7.

Sa turistima koji sve više žele da posećuju i cene lepotu planina Kosova, potreba za brzim reagovanjem u hitnim slučajevima postala je očiglednija zbog incidenata koji mogu nastati iz rekreativnih aktivnosti na otvorenom prostoru.

Dakle, u skladu sa drugim razvijenim zemljama u regionu i EU, Kosovo treba da radi na uspostavljanju nacionalne neprofitne volonterske organizacije sastavljene od obučanih doktora, pilota, alpinista, planinara, penjača po stenama, ronioca, speleologa, vodiča psa i drugih stručnjaka specijalizovanih u planinskim spasilačkim službama. Takve organizacije su regulisane zakonom u više zemalja. Članstvo u Međunarodnoj komisiji za alpsko spašavanje (ICAR) takođe bi pružilo odličnu platformu za učenje, obuku i saradnju sa sličnim iskusnim organizacijama širom sveta. Pečki region je dobar primer gde je osnovana mala volonterska grupa koja se sastoji od 12 lokalnih ljudi obučanih od strane italijanskog KFOR-a i koji izdvajaju svoje vreme za usluge potrage i spašavanja.

Takođe, stvaranje baze podataka o lokalnim ljudima koji imaju odlično znanje o planinskim područjima i koje bi vlasti mogli da kontaktiraju za pomoć kada je to potrebno je nešto što treba razmotriti. Ponekad se mogu pojaviti problemi ako posetioci u hitnim slučajevima nisu upoznati sa teškim planinskim terenima ili robusnim područjem koje posećuju, pa je u takvim slučajevima potrebno neprocenjivo znanje, iskustvo i pomoć lokalnih ljudi.

Pristupačni turizam

Pristupačni turizam je stvaranje uslova koji će svim posetiocima/ turistima olakšati uživanje u turističkim iskustvima i omogućiti pristup turističkim proizvodima i uslugama. Prema podacima

Evropske komisije (2015)³⁶, pristupačni turizam je omogućen kroz osnovna prilagođavanja objekata, pružanjem tačnih informacija i razumevanjem potreba osoba sa invaliditetom. Pored toga, Evropska komisija pokazuje svoju praktičnu posvećenost razvoju pristupačnog turizma u zemljama EU, kroz različite pozive za projekte ovakve prirode, uglavnom sa ciljem:

- povećanja mogućnosti putovanja za ljude sa posebnim potrebama;
- promovisanja socijalne inkluzije, i
- poboljšanja veština zaposlenih u industriji.

U izveštaju EU (2013), više od polovine osoba sa invaliditetom bilo je na oko 170 miliona putovanja i provela skoro isti broj noćenja u periodu od 2012. do 2013. godine. Približna procena pokazuje da će direktni doprinos BDP-u EU biti +140 milijardi evra, stvarajući gotovo 3,4 miliona radnih mesta.³⁷ Takođe, kvalitet informacija o pristupačnom turizmu predstavlja važnu turističku komponentu koju treba razmotriti i shvatiti i zasniva se na ovih 5 glavnih elemenata koje je UNWTO identifikovao i preporučio (2016.):³⁸

- Uključite informacije o pristupačnosti infrastruktura i usluga gde je to moguće ili navedite referencu u kojoj se mogu naći te informacije;
- Prilikom pružanja promotivnog materijala ili informacija o uslugama ili procedurama, obezbedite kontakt tačku kako biste omogućili čitaocu da dobije više informacija, uključujući personalizovane poruke;
- Uverite se da su informacije konzistentne u svim medijima i kanalima komunikacije;
- Obučite informacione menadžere u pogledu specifičnih tehnika prilikom nabavke veb stranica, IKT-a i drugih srodnih usluga uz zahtev da tehničko osoblje ima adekvatno znanje za pružanje pristupačnih usluga; i
- Uverite se da je sadržaj ažuriran, s obzirom da zastareli sadržaj ugrožava kvalitet okolnih informacija i može ugroziti sigurnost i udobnost posetilaca.

Ovaj segment turizma (pristupačni turizam) još uvek nije proučavan ili se smatra potencijalnim resursom razvoja turizma na Kosovu i nema postojećih dokumenata vezanih za turizam od strane institucija ili glavnih zainteresovanih strana iz sektora turizma koji pokrivaju i preporučuju ovaj oblik turizma kao važan proizvod/uslugu turizma. Neke od glavnih prednosti pristupačnog turizma koje je identifikovala Evropska komisija su:

- diverzifikacija turističke ponude;
- povećanje turističkih tokova van sezone;
- inovacije, digitalno okruženje;
- kvalitet i veštine;
- održiva konkurentnost.

³⁶http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/accessible_en

³⁷UNWTO Evropska konferencija o pristupačnom turizmu - A. Corra (2014)

³⁸Preporuka o pristupačnim informacijama u turizmu - UNWTO (2016)

Nivo informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) i veb prisustvo u sektoru turizma na Kosovu

Preko 95% putnika danas koristi digitalne resurse tokom svojih putovanja. Digitalizacija je jedan od ključnih megatrendova koji određuju budućnost sektora turizma i konkurentnost pojedinih preduzeća u odnosu na konstantno razvojno ponašanje "smart turist" klijenata.³⁹

Danas, u stalno promenljivoj i digitalnoj klimi koja se stalno razvija, uspešna integracija informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT) u turizmu predstavlja ključni element koji treba razmotriti od strane relevantnih institucija i privatnog sektora u cilju olakšanja, promovisanja i povećanja produktivnosti i učešća na tržištu. Omogućava kombinaciju upravljanja odnosima sa klijentima i upravljanja lancem snabdevanja u jedan izvor koji olakšava niz operacija, kao što su: izbor proizvoda, naručivanje/rezervisanje, ispunjavanje, plaćanje, praćenje i izveštavanje, sve omogućene putem jednog instrumenta.

Glavna institucija Kosova odgovorna za sektor turizma – MTI, nema veb stranicu koja je posebno dizajnirana i namenjena da promoviše turizam i pruži sve neophodne podatke o turističkim destinacijama, atrakcijama, nacionalnim parkovima, mestima od interesa, kulturi, hrani i mnogim drugim važnim turističkim informacijama (npr. mape sa tačnim lokacijama, saobraćaj, informacije o sigurnosti i bezbednosti, životna sredina itd.). Uopšteno, nivo uključenosti IKT-a reprezentativne institucije za turizam na Kosovu je veoma nizak, zbog čega je teže obavljati i koordinisati turističke aktivnosti.

Trenutno, postoji samo jedan državni izvor sa najosnovnijim informacijama (sa malim uticajem) o turizmu - KIESA, čija je odgovornost uopšteno promovisanje investicija sa slabim fokusom na sektor turizma.

U poređenju sa Kosovom, sve susedne zemlje, Albanija, Makedonija i Crna Gora, su prisutne na vebu, baveći se isključivo promocijom turizma i svim informacijama vezanim za turizam (www.albania.al; www.macedonia-timeless.com; www.montenegro.travel). Privatni sektor turizma, sa druge strane, već je uspostavio funkcionalne veb stranice i / ili aplikacije koje se bave i prodaju turističke proizvode, takođe pružajući opšte informacije o turističkim proizvodima na Kosovu i mestima koje treba posetiti. Međutim, značaj veb prisustva nacionalnog turizma i pružanje podataka o turizmu su od neprocenjive vrednosti, kao i pouzdani izvor informacija koji su neophodni u sadašnjoj digitalnoj eri.

SWOT analiza trenutnog stanja turizma na kosovu

Prednosti	Slabosti
-----------	----------

³⁹„Digitalizacija i inovacije u turizmu“ - Evropska komisija (2014)

• Jak geografski položaj u regionu i Evropi; • Veliki i jedinstveni predeli (reke, jezera, parkovi, planine, vodopadi itd.); • Bogato kulturno nasleđe; • Posebne kulinarske usluge; • Višejezičnost; • Ugostiteljstvo; • Neistražene turističke destinacije; • Prijateljska kultura; • Dobar odnos cena; • Bogata istorija i istorijska mesta; • Naj tolerantnija zemlja u pogledu vere; • Laka dostupnost; • Dobra dostupnost interneta; • Već uključena u turističke aranžmane zapadnog Balkana; • Tradicionalni događaji; Festivali; Noćni život; • Novi aerodrom i autoputevi; • Tranzitni potencijal; • Aktuelno povećanje svesti od strane vlade za sektor turizma; • Atraktivnost mesta i dobri vremenski uslovi; Sezonalnost; • Najmlađa populacija u Evropi; • Sigurnost i bezbednost; • Različita ruralna područja; • Malo područje Kosova (brza povezanost između gradova i turističkih destinacija); • Bogata rekama; • Snažan tržišni udeo dijaspore u turizam na Kosovu; • Fleksibilno i konkurentno oporezivanje preduzeća; • Privlačno za različite turističke grupe sa različitim interesima (prirodnim, kulturnim, kulinarskim i sl.);	• Loša / prosečna infrastruktura (struja, putevi, vodosnabdevanje, kanalizacija, oznake turističke destinacije itd) • Nema dostupnih konkurentnih zakona i propisa o turizmu; • Nedostatak podrške vlade sektoru turizma; • Nedostatak stručnih vodiča; • Loše upravljanje otpadom; • Nedostatak zaštite životne sredine (posebno za reke, krčenje šuma i odlaganje otpada); • Nisu uspostavljeni NTO/NTA; • Nedostatak odgovarajuće statistike vezane za turizam; • Nedostatak nacionalne strategije razvoja turizma; • Nedostatak promocije nacionalnog turizma putem veb stranice; • loše upravljanje centrima za posetioce u različitim opštinama; • Vizni režim (posebno za zemlje sa velikim turističkim izvoznim potencijalom); • Visoke cene avionskih karata; • Nedostatak subvencija za letove od starne vlade; • Nedostatak međunarodnih hotelskih brendova; • PDV za rezervacije turista iz inostranstva; • Loša digitalna i fizička promocija (veb stranice, sajmovi, trgovački sajmovi); • Nedostatak zajedničkih ponuda sa drugim zemljama u regionu; • Ne promovise se kultura i kulturne baštine; • Nedostatak podrške opština za sektor turizma; • Nedostatak brendiranja Kosova kao turističke destinacije;
Mogućnosti	Pretnje

• Primamljivo zbog posleratne ere i mirnog okruženja (specifično za neke grupe turista); • Uvođenje nisko budžetnih avio prevoznika; • Razvoj nacionalne strategije za turizam; • Učešće na glavnim sajmovima i trgovačkim sajmovima; • PR - Medija plan za promenu slike Kosova • Kreiranje NTO/NTA; • Organizovanje studijskih putovanja na glavnim tržištima; • Fleksibilna vizna politika; • Uvođenje novih tržišta i novih proizvoda; • MICE poslovanje; • Razvoj veb stranice za nacionalni turizam; • Investiranje u i promovisanje pansiona u ruralnim područjima za podsticanje ruralnog turizma; • Zaštita i promovisanje kulturnog nasleđa od strane UNESCO-a; • Razvoj očuvanih nacionalnih parkova i druge turističke imovine; • Stvaranje zajedničkih turističkih paketa sa zemljama u regionu; • Povećanje upotrebe sredstava PGS EU za razvoj prekograničnog turizma; • Razvoj turističkih brendova; • Izgradnja kapaciteta zajednice; • Privlačenje stranih investicija u vezi sa turizmom; • Promocija Kosova kao neistražene zemlje; • Povećanje saradnje sa međunarodnim donatorima, maksimalno korišćenje sredstva i transfer znanja za sektor; • Stvaranje radnih mesta kroz turizam u ruralnim oblastima; • Sticanje tržišnog udela u regionu; • Povećanje domaćeg turizma;	• Nedostatak nacionalne strategije za turizam; • Veoma nizak budžet za sektor turizma; • Povećana konkurencija u regionu (Zapadni Balkan); • Nedostatak obuke u ugostiteljskoj industriji; • Nedostatak razvoja proizvoda i usluga; • Cenovna konkurencija u regionu; • Visoka cena avio karata u poređenju sa nekim zemljama u regionu (npr. u Makedoniji); • Nepravilno održavanje lokalnih i regionalnih puteva; • Nedostatak mapiranja turističkih destinacija/tačaka; • Nema potpune pokrivenosti za oznake turističkih tačaka; • Ne postoji licenciranje i klasifikovanje turističkih usluga i objekata; • Nedostatak interesovanja i svesti za pohađanje kurseva iz oblasti turizma i ugostiteljstva; • Nedostatak dostupnih projekata u sektoru turizma od strane opština; • Slabo interesovanje za korišćenje i upotrebu sredstava dodeljenih od strane međunarodnih organizacija za turističke projekte; • Slaba koordinacija između resornih ministarstava; • Osetljiva politička situacija, koja utiče na sliku Kosova putem medija; • Nedostatak inicijativa javno-privatnog partnerstva (JPP); • Slabo predstavljanje udruženja; • Kosovo je sagledano kao tranzitna destinacija u regionu (veoma malo noćenja); • Nedostatak interesovanja lokalne zajednice i dobavljača; • Nedovoljno razvijena infrastruktura;
---	--

Izvor: Sopstvena istraživanja i analize, na osnovu trenutnih izveštaja i dostupnih podataka od strane MTI-a, međunarodnih organizacija, TO-i, itd.

Strateški pristupi za državne institucije za razvoj politike za održivi turizam

Turizam kao važan sektor za razvoj jedne zemlje, bavi se složenim situacijama koje potiču od turističkih aktivnosti. Složenost je prisutna zbog učešća mnogih aktera (resorna ministarstva, različite zainteresovane strane i privatni sektor) u osiguranju da se turistička industrija i njene aktivnosti sprovode u okviru zakona i propisa. Okvir politike održivog turizma uključuje sve nivoe, od nacionalnog do lokalnog; tako da su potrebni strateški pristupi za složene situacije.

Institucijama povezanim sa turizmom na Kosovu nedostaje nacionalna strategija za turizam. Nedavno su glavne zainteresovane strane u oblasti turizma uložili više napora da povećaju svest na nivou centralne vlade kako bi razvili nove zakone, propise i nacionalnu strategiju o turizmu.

Tabela u daljem tekstu (GIZ, 2014) prikazuje primer institucionalnih strateških pristupa o razvoju i sprovođenju politika održivog turizma.

Tabela 23.1: Strateški pristupi za održivi turizam

Strateški pristupi državnim institucijama za razvoj i sprovođenje politika održivog turizma		
Strateški pristupi	Instrumenti	Akteri
PRAVNI INSTRUMENTI		1. NACIONALNI DRŽAVNI AKTERI Vlada; Skupština; Političke partije i odbori; Ministarstva u oblasti turizma (privreda, zaštita životne sredine, regionalno planiranje, transport, zdravstveno obrazovanje, poljoprivreda, socijalna politika, zaštita potrošača, spoljna politika)
Uvođenjem zakona i zahtevanjem ili zabranom određenih aktivnosti, država može direktno da interveniše kako bi ograničila diskreciono pravo turističkih aktera i stvorila zakonski okvir za sprečavanje ili rešavanje sukoba.	○ Zakon o poreskom postupku ○ Zakon o konkurenciji ○ Zakon o životnoj sredini ○ Zakon o zaštiti prirode ○ Zakon o regionalnom planiranju ○ Zakon o radu ○ Zakon o izgradnji ○ Zakon o transportu ○ Zakon o hrani/higijeni hrane	
INSTUMENTI INTERVENCIJE, IZVRŠENJA I SPROVOĐENJA		
Upotreba ovih instrumenata za direktnu ili indirektnu kontrolu konkurentnosti i održivosti razvoja turizma.	○ Kontrola saobraćaja i ograničenja ○ Nadzor nad gradnjom ○ Regulatorne mere	2. REGIONALNI DRŽAVNI

	(npr. otpadne vode, otpad, voda) ○ Oznaka zaštićenih područja ○ Izgradnja puteva ○ Snabdevanje energijom ○ Snabdevanje vodom za piće ○ Telekomunikaciona infrastruktura ○ Pravilnik o zdravlju i bezbednosti na radu, kolektivni ugovori, uredba o minimalnim zaradama	AKTERI Regionalna vlada i donosioci odluka / odbori za donošenje odluka; Regionalna uprava 3. LOKALNI DRŽAVNI AKTERI Lokalne vlada i donosioci odluka / odbori za donošenje odluka; Lokalna uprava 4. AKTERI CIVILNOG DRUŠTVA (NVO-i i druga lokalna grupa zainteresovanih strana) ECPAT; Kodeks ponašanja za zaštitu dece od seksualne eksploatacije prilikom putovanja i turizma (Kodeks) itd. 5. TURISTIČKA PREDUZEĆA I TURISTIČKA POSLOVNA UDRUŽENJA
EKONOMSKI, FISKALNI INSTRUMENTI		
Uvođenjem ili smanjivanjem poreza, nadoknada, itd. koristeći finansijska sredstva za posebne svrhe, kako bi se uticalo na ponudu i potražnju, podršku ugroženim grupama ili regionima i ulaganje u održivu tehnologiju.	○ Porezi, nadoknade, takse ○ Subvencije, grantovi ○ Krediti, zajmovi ○ Investicije u javnu infrastrukturu koja je bitna za razvoj turizma ○ Državno finansiranje (npr. turizma, istraživačkih projekata)	
INSTRUMENTI PLANIRANJA I EVALUACIJE		
Omogućiti državi da kontroliše različite zahteve za korišćenje zemljišta, da odredi prekretnice za razvoj turizma i / ili da spreči negativne efekte po / na turizam.	○ Regionalno planiranje (planovi korišćenja zemljišta) ○ Planiranje predela (planovi predela) ○ Planiranje turizma (master planovi za nacionalni turizam) ○ Procena uticaja na životnu sredinu (PUŽS) ○ Procena uticaja na ljudska prava (PULJP) ○ Ekološke revizije	
INSTRUMENTI KOMUNIKACIJE		

Obezbeđuje političko učešće lokalnog stanovništva, radi usklađivanja procesa planiranja i / ili podizanja svesti o relevantnim pitanjima.	○ Otvoreni sastanci saveta ○ Okrugli stolovi sa zainteresovanim grupama ○ Rukovodeće i radne grupe ○ Javne informacije za građane / turiste ○ Kampanje za podizanje svesti javnosti	
DOBROVOLJNI INSTRUMENTI		
Omogućava državi da ojača osećaj posvećenosti i odgovornosti turističkih aktera, inspiriše inovacije i identifikuje potencijalne trendsetere i / ili rešava konflikte.	○ Posvećenost (kodeksu ponašanja) ○ Dobrovoljni sporazumi (npr. o minimalnim standardima) ○ Dogovoreno rešenje ○ Oznake kvaliteta ○ Konkursi	

Izvor: GIZ (2014)⁴⁰

⁴⁰Planiranje turizma u razvojnoj saradnji: Priručnik - BMZ / GIZ (2014)

Zaključak

Kosovo, kao nova zemlja, sa malo iskustva u turističkoj industriji i sa mnogim izazovima u svom daljem ukupnom razvoju sektora, treba brzo da uhvati korak sa ostatkom globalne turističke industrije stalnim praćenjem, učenjem, usvajanjem i sprovođenjem u praksi formule uspeha drugih glavnih igrača u regionu, EU i inostranstvu.

Utvrđeno je da trenutna ukupna situacija u turizmu na Kosovu zahteva znatne i značajne intervencije, počevši od nadgradnje i reorganizacije administrativne strukture, promene i poboljšanja zakonodavstva o turizmu i njegovih administrativnih uputstava i postavljanjem odgovarajućih politika kako bi se bolje zadovoljili zahtevi industrije koja je u stalnom razvoju.

Osim toga, pored hitnih prioriternih intervencija u sektoru turizma, postoji zabrinutost za niz drugih važnih elemenata koji su direktno ili indirektno povezani sa učinkom industrije. Statistika je sjajan primer ovakvog elementa, kao što je navedeno u ovom izveštaju, postojeći statistički podaci o turizmu nisu dovoljni da se sektoru obezbede raznovrsni i sveobuhvatni podaci koji potiču od relevantnih javnih i privatnih institucija, organizacija, privatnog sektora itd.

Još jedno važno pitanje je međusektorska (resorna ministarstva) saradnja na Kosovu koja nema odgovarajuću koordinaciju kada je u pitanju usklađivanje zakona, propisa i aktivnosti koje utiču na turističku industriju. Ovo je jedan od rezultata nepostojanja NTO-a/NTA-a, koji bi mogli olakšati rad sektora, pružajući stručne savete i podršku za uspostavljanje planova i politika za održivi turizam, angažovanjem u marketingu i promovisanju zemlje, i da pruži ukupan vizionarski pravac za razvoj sektora.

Takođe, u pogledu razvoja održivog turizma i regionalne konkurencije, Kosovo trenutno nije u mogućnosti da prati razvojne trendove i da ostane konkurentno.

Preporuke u daljem tekstu se zasnivaju na nalazima iz ove analize i iz različitih izveštaja i pripremljene su kao vodič koji bi trebalo da razmatraju i prate kosovske institucije i zainteresovane strane u sektoru turizma.

Preporuke

U daljem testu se nalaze sledeće preporuke vezane za sektor turizma na Kosovu:

1. **Organizaciona struktura turizma:**

- a) Sektor turizama (MTI) bi trebao da bude poboljššan i/ili prebačen u nezavisno Odeljenje za turizam i da dobije više odgovornosti za izradu politike i strategije za turizam i koordinaciju aktivnosti u sektoru;
- b) Osnovati NTO-a/NTA-a odgovornog za planiranje i izradu marketinških strategija i politika u cilju boljeg promovisanja turizma; izgraditi imidž i učiniti Kosovo privlačnim na međunarodnom nivou; takođe i za uspostavljanje politika i razvoj nacionalnih turističkih strategija;
- c) Osnovati regionalne ili lokalne DMO-ove u cilju podrške promovisanju lokalnog i regionalnog turizma;

2. **Statistika turizma i ASK:**

- a) Agenciji za statistiku Kosova (ASK) se preporučuje prikupljanje detaljnijih podataka vezanih za turističke aktivnosti, kao što su: dolasci posetilaca, troškovi posetilaca, turistički centri, atrakcije, podaci o zaposlenima u sektoru turizma, TO/TA-ovi, itd., a ne samo podaci iz hotela kako je do sada prikupljano;
- b) ASK treba da koristi međunarodni standardizovani sistem za prikupljanje podataka o turizmu;
- c) ASK treba da sarađuje i postane član različitih međunarodnih agencija za statistiku i turizam (tabela 5.1);

3. **Strategija turizma**

Izraditi nacionalnu strategiju turizma za period od najmanje četiri godine i uključiti sve relevantne institucije (resorna ministarstva) kako bi uskladili zadatke koji proizilaze iz takve strategije;

4. **Baza podataka turizma**

Izraditi bazu podataka sa svim trenutnim i potencijalnim turističkim resursima i destinacijama na Kosovu i napraviti spisak prioritetnih resursa, destinacija i atrakcija za bolju segmentaciju turističkog tržišta;

5. **Životna sredina:**

- a) Rešiti pitanja i probleme relevantnih institucija o stanju životne sredine, sa posebnim fokusom na upravljanje otpadom (smanjenje broja nelegalnih deponija) i očuvanju reka (poboljšanje područja degradiranih reka i zaustavljanje njihove dalje degradacije);
- b) Povećati zelene površine posebno na turističkim destinacijama, što rezultira smanjenjem asfaltiranih područja koja nemaju svrhu na takvim destinacijama,

ostavljajući bolje utiske na posetioce/turiste i stvarajući bolji imidž turističke destinacije/atrakcije;

6. *Sektor informacionih i komunikacionih tehnologija (IKT)*

Razvoj infrastrukture informacionih i komunikacionih tehnologija u oblasti turizma je neophodan u cilju fasilitacije, promovisanja i povećanja produktivnosti turističkih aktivnosti i tržišnog udela (npr. izrada nacionalne turističke veb stranice kao referentne tačke za sve turističke aktivnosti na Kosovu, prisustvo društvenih medija itd.);

7. *Vizne politike*

Pregledati trenutne vizne politike (fasilitacija postupaka) prema zemljama sa velikim potencijalom izvoza turističkih usluga (npr. Kina, Indija, itd.), i u slučaju Kine, stvoriti potencijalni sporazum sa ambasadam Albanije u Kini kako bi se olakšala obrada viza za turiste koji žele da posete Kosovo;

8. *Marketing*

Uključiti se u analizu marketinga turizma na nacionalnom nivou u cilju bolje prioritizacije raspodele resursa i boljeg razumevanja međunarodnih tržišta turizma (npr. segmentacija tržišta, usklađivanje potražnje sa snabdevanjem itd.);

9. *Prekogranična saradnja*

Savetovati relevantne institucije (npr. MALS) i lokalne samouprave/opštine radi angažovanja u predlogu i pripremi projekata i istaći koristi koje se ostvaruju korišćenjem prekograničnih sredstava koje dodeljuje EU (trenutno postoji mala potražnja i korišćenje takvih sredstava od strane kvalifikovanih podnosilaca zahteva);

10. *Infrastruktura*

Poboljšati infrastrukturu, naročito u pogledu puteva, vodosnabdevanja i kanalizacije na turističkim destinacijama, a posebno poboljšati infrastrukturu koja vodi ka turističkim destinacijama;

11. *Povećanje nivoa svesti*

Povećati nivo svesti o značaju turističke industrije kroz različite javne programe i kampanje;

12. *Edukacija u sektoru turizma*

Unaprediti nivo edukacije u sektoru turizma sistematskim pregledom postojećih nastavnih planova i programa za turističke predmete na svim nivoima i uvođenjem značajnih reformi u usvajanju trenutnih najboljih praksi i akademskih trendova u ovoj oblasti;

13. *Mapiranje i označavanje*

Izraditi odgovarajuće i standardizovano mapiranje turističke tačke/atrakcije i program označavanja, kako bi omogućili posetiocima/turistima da lako pronađu destinacije i atrakcije;

14. *Kulturno nasleđe*

Investirati i promovisati kulturno nasleđe kao važan segment za atrakcije i razvoj oblasti turizma;

15. *Turističko-informativni centar (TIC)*

Pružiti savete i povećati podršku Turističkom informativnom centru (VC-ovi) kako bi postali finansijski održivi uz saradnju i generisanje prihoda kroz rezervaciju hotela, obilazaka, atrakcija, događaja itd.

16. *Zainteresovane strane u oblasti turizma*

Uključiti i konsultovati glavne zainteresovane strane u oblasti turizma na Kosovu prilikom uspostavljanja turističkih politika i propisa;

17. *Međusektorska saradnja*

Poboljšati saradnju između resornih ministarstava (MTI, MKOS, MONT, MALS, MŽSPP, MSPP, MIE, itd.) u cilju efektivne i efikasne podrške sektora i boljeg određivanja obaveza i odgovornosti;

18. *Podrška Vlade*

Povećati svest na nivou centralne vlade za značaj sektora za ekonomiju i otvaranje radnih mesta, a samim tim povećati raspodelu budžeta za odgovarajuće institucije koje se bave razvojem i promocijom turizma;

19. *Udruženja*

Pronaći model (osim direktne podrške vlade) kako bi se podržala i ojačala uloga turističkih udruženja (npr. povećati svest donatorima i zainteresovanim stranama u oblasti turizma za značajnu ulogu udruženja u razvoju sektora turizma);

20. *Fiskalna politika-Porez na dodatu vrednost (PDV)*

Pregledati (i/ili skinuti) PDV naplatu za turiste koji rezervišu turističke proizvode iz inostranstva;

21. *Radni tim za potragu i spašavanje*

Osnovati RAS nacionalnu neprofitnu volontersku organizaciju sačinjenu od doktora, alpinista, planinara, penjača, ronioca, speleologa, vodiča pasa i drugih stručnjaka specijalizovanih za gorsku službu za spasavanje. Pečki okrug je već osnovao malu dobrovoljnu grupu lokalnih SAR-ova obučениh od strane KFOR-a;

22. *Trgovački sajmovi/Sajmovi*

Povećati međunarodnu promociju turizma putem trgovačkih sajmova, sajmova, radnih poseta, itd. (preporučuju se učešća u ITB-u, WTM-u, Destination Nature Paris (DNP), Istočno mediteranskom međunarodnom sajmu putovanja i turizma (EMITT), JAPAN Expo, ITB Azija, ATM-u, KOTFA-u, itd.). Pored toga, učešće na takvim sajmovima treba planirati godinu dana unapred;

23. *Poslovni sastanci, podsticajna putovanja, konferencije i sajmovi – (MICE)*

Treba ga smatrati važnim instrumentom turističke industrije zbog trenda rasta;

24. *Studijska putovanja*

Podržati edukativna putovanja koja se preporučuju, gde se agenti, menadžeri proizvoda i mediji mogu upoznati sa turističkim proizvodima; takođe intenzivirati B2B promociju i razmenu;

25. *Iseljenički turizam*

Prilikom segmenacije turističkog tržišta, iseljenički turizam treba da bude uključen i razmotren kao sjajan potencijal za dalji razvoj lokalnog/domaćeg turizma. Zbog velikog broja ljudi sa Kosova koji žive u inostranstvu i njihovog kulturnog i tradicionalnog odnosa sa domovinom, dijaspora Kosova treba da bude ciljana kao važan segment turizma, pa bi stoga trebalo razviti i usvojiti specifičnije turističke proizvode i usluge kako bi zadovoljili njihove potrebe i interese;

26. *Smeštaj*

Odgovarajuće institucije trebaju da razmotre poboljšanje postojećih standarda i izradu novih standarda zasnovanih na najboljim praksama (npr. HOTREC/EUROSTAR) za klasifikaciju i kategorizaciju hotela i drugih smeštajnih kapaciteta kako bi se poboljšalo turističko iskustvo i konkurencija u sektoru smeštaja;

27. *Registracija i licenciranje*

Regulisati sektor licenciranjem i registracijom turističkih ekonomskih operatera (npr. TO i TA, turistički vodiči, itd.);

28. *Regionalna/lokalna saradnja*

Povećati saradnju između lokalnih i regionalnih zainteresovanih strana u oblasti turizma (javni, privatni i OCD-ovi) kako bi se identifikovale oblasti za izradu zajedničkih turističkih projekata i proizvoda i bolje razumeli potencijali njihovih resursa i tržišta.

29. *Standardi kvaliteta*

Izraditi standarde kvaliteta u turizmu za različite proizvode i usluge zasnovane na UNWTO preporukama;

30. *Pristupačan turizam*

Povećati svest zainteresovanih strana u oblasti turizma u pogledu potencijala segmenta "pristupačnog turizma" i pripremiti smernice o tome kako izraditi turističke proizvode i pružiti usluge koje su pristupačne osobama sa invaliditetom i starijim osobama. Ovaj segment turizma je u Evropi u poslednjoj deceniji privukao više pažnje, a mnogi projekti su finansirani kako bi turizam na evropskom tržištu učinili pristupačnijim;

31. *Subvencije vlade*

Podržati i subvencionisati usluge i/ili proizvode koji imaju veliki potencijal za razvoj turizma i veći PI (npr. program Vlade Makedonije za subvencionisanje letova za dolazne turiste);

32. *Turizam JPP-ova*

Promovisati JPP-ove za sektor turizma i povećati svest o potencijalnim koristima za ekonomske operatere da se pridruže JPP-ima;

33. *Dodela*

Podržati specifičan sajam vezan za razvoje turizma na Kosovu i uključiti sve zainteresovane strane u oblasti turizma kako bi identifikovali vodeća turistička preduzeća/operatere koji promovišu i uspešno predstavljaju turističke proizvode i usluge Kosova na nacionalnom i međunarodnom nivou i dodeljuju ih u različitim kategorijama;

REFERENCE

- "Putovanje i turizam, Svetski ekonomski uticaj" (2017)
- "Turizam na Kosovu – Partnerski pristup" - Nacrt izveštaja (2016)
- "Razvoj turizma kroz efektivne politike i zakonodavstvo" - Institut D4D (2017)
- "Nacrt koncept dokumenta u oblasti turizma" – MTI, TAIEX (2018)
- "Turizam i životna sredina" - Fáilte Plan zaštite životne sredine Irske (2007)
- "Stanje životne sredine na Kosovu" – Godišnji izveštaj MŽSPP-a (2016)
- "Uloga Nacionalne turističke kancelarije u svetu podsticajnih putovanja" - Slučaj, A. (2003)
- "Turističke organizacije" - Longman Group UK Ltd. Harlow, Essex Pearce, D. (1992)
- "Prošlost, sadašnjost i budućnost DMO-ova – primer NTO-ova" - J. Borzyszkowski; M. Marczak (2011)
- "Opcije i modaliteti osnivanja turističkog odbora Kosova" - J. Sirse; PPSE (2017)
- "Segmentacija turističkog turizma" - Dolnicar, S, Woodside, AG i Martin, D (eds) (2008)
- "Izrada segmentacije turističkog tržišta" - Pesonen, J., University of Eastern Finland (2013)
- "Turistička ponuda i potražnja" - T, Nelwamondo (2010)
- "Evaluacija IPA programa prekogranične saradnje 2007-2013 – konačni izveštaj, EU (2017)
- "Turističko planiranje: Osnove, koncepti, slučajevi" - Gunn, C; Var, (2002)
- "Zajednički uspeh - vrhovi Balkanskih staza" - GIZ (Sarajevo) (2014)
- "Povezivanje Kosova sa Via Dinarica i Zapadnim Balkanom" - www.usaid.gov (June, 2017)
- http://www.azhb-ks.net/repository/docs/2016_03_02_140646_Thirja_Masa_302_E_fundit_ENG.pdf
- "Razvoj ljudskih resursa u sektoru turizma i ugostiteljstvu na Kosovu" - Szivas, E (2016)
- "Osnovne studije za Međunarodni menadžment u ugostiteljstvu i turizmu" – Queensland Uni., Australia (2018)
- "Podrška podeli turizma MTI-a" - Sirse, J (2015)
- "Pregled programa za klasifikaciju hotela MTI-a" - MTI, USAID (2014)
- "UNWTO i norveška akreditacija" - sistemi klasifikacije hotela (2015)
- "Poboljšanje viznog režima Evropskih zemalja za porast turizma" – "ETC" (2013)
- "UNWTO Evropska konferencija o pristupačnom turizmu" - A. Corraera (2014)
- „Preporuka o pristupačnim informacijama u turizmu" - UNWTO (2016)
- "Digitalizacija i inovacije u turizmu" – Evropska komisija (2014)
- "Konsultacije sa udruženjima: Alternativno turističko udruženje Kosova (ATUK) - KCC član; (2018)
- "Konsultacije sa TO-ima: AirTour; BN Adventure; AltaVia; Fibula; Outdoor Kosova; (2018)
- "Konsultacije sa: kancelarijom EU; USAID-om; GIZ-om; Swiss Contact/PPSE; (2018)
- "Planiranje turizma u razvojnoj saradnji: Priručnik - BMZ / GIZ (2014)
- http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/eng_strategy_for_heritage.pdf
- http://www.mkrs-ks.org/repository/docs/Cultural_Heritage_List_for_Temporary_Protection_2017.pdf
- <https://mti.rks-gov.net/page.aspx?id=1,36>
- http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offers/accessible_en

Aneks A:

Spisak prioritetnih preporuka koje se mogu razmotriti i sprovesti u naredne tri godine.

Preporuka: (područje intervencije)	Opis:
Finansijska podrška Vlade	• Znatno povećati raspodelu budžeta za sektor turizma;
Organizaciona struktura turizma u institucijama Vlade	• Uspostaviti viši reprezentativni nivo turizma u ministarstvu, tj. Odeljenje za turizam;
Nacionalna strategija razvoja turizma	• Zajedno sa relevantnim turističkim institucijama, izraditi nacionalnu strategiju razvoja turizma za period od najmanje 4 godine;
Baza podataka o turizmu	• Izraditi sveobuhvatnu bazu podataka sa svim trenutnim i potencijalnim turističkim resursima i destinacijama na Kosovu;
NTO	• Osnovati NTO u cilju planiranja i izrade marketinških strategija i politika za bolje promovisanje turizma;
Životna sredina	• Potrebno je preduzeti hitne mere u ime relevantnih institucija za rešavanje višestrukih problema životne sredine;
Sredstva prekogranične saradnje	• Ozbiljniji pristup i angažovanje MALS-a i opština u privlačenju i korišćenju EU PGS dodeljenih sredstava za region;
Infrastruktura	• Poboljšati infrastrukturu oko turističkih destinacija/tačaka i atrakcija;
Vizne politike	• Pregledati (i/ili ukloniti) trenutni vizni režim za zemlje sa velikim potencijalom izvoza turističkih usluga (npr. Kina, Indija, itd.)
Statistika turizma	• Savetovati relevantne institucije da prikupljaju konkretnije podatke vezane za turističke aktivnosti;
PDV	• Pregledati naplatu PDV-a za turističku industriju.

Aneks B:

Spisak održanih sastanaka i konsultacija sa zainteresovanim stranama u oblasti turizma na Kosovu, 2018.

B r	Ko	Kada	Gde	Predmet	Kontakt
1	ValboneDushi, Skender Rama	12/02/2018	Kancelarija USAID/ Empower	PZ, Plan rada	Valbone.Dushi@rks-gov.net skender.rama@empowerkosovo.org
2	Članovi KTC-a	23/02/2018	Kancelarija USAID/ Empower	Plan rada	Valbone.Dushi@rks-gov.net sali.shoshi@gmail.com virtytmorina@gmail.com Sami.Sinani@rks-gov.net skender.rama@empowerkosovo.org Merita.Kolgeci@empowerkosovo.org
3	Organizator putovanja	02/03/2018	Kancelarija USAID/ Empower	Plan rada	balkan@albtoursd.al
4	PPSE – Swiss Contact	05/03/2018	Kancelarija PPSE-a	Plan rada	Lumturije.Geci@rks-gov.net dren.zatriqi@swisscontact.org malva.govori@swisscontact.org
5	GIZ	05/03/2018	Kancelarija GIZ-a	Plan rada	ekrem.hyseni@giz.de
6	Udruženja	06/03/2018	Kancelarija USAID/ Empower	Plan rada	shtak.kosovo@gmail.com sharrtravel@hotmail.com Lumturije.Geci@rks-gov.net
7	Kancelarija EU	12/03/2018	Kancelarija MTI-a	Plan rada	Miha.pezelj@eeas.europa.eu Dardan.sadriu@eeas.europa.eu
8	MPŠRR	19/03/2018	Kancelarija MPŠRR-a	Plan rada	Shqipe.Dema@rks-gov.net
9	Kancelarija MTI-a	23/03/2018	Kancelarija MTI-a	Poslovni napredak	Valbone.Dushi@rks-gov.net

USAID OSNAŽIVANJE privatnog sektora
Ulica Pashko Vasa, br. 12, Pejton
Priština, Kosovo
+383 38 222 855
info@empowerkosovo.org
<http://www.empowerkosovo.org/>