



Republika e Kosovës

Republika Kosova - Republic of Kosovo

Qeveria - Vlada - Government

Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë

*Ministarstvo Industrije, Preduzetništva i Trgovine - Ministry of Industry,
Entrepreneurship and Trade*

Strategija Turizma Kosova

2024-2030

Sadržaj

1. Izvršni rezime	3
3. Opšta metodologija	4
4. Globalni turistički trendovi	6
5. Pozadina	9
6. SWOT analiza	11
7. Detaljna analiza situacije	12
a. Izbor strateških tokova posetilaca	12
b. Osnovna analiza tokova posetilaca	15
c. Rezime glavnih problema	29
8. Mapiranje ključnih aktera i funkcija	29
d. Primarni akteri	29
e. Glavne institucije	32
f. Relevantni zakoni i uredbe	32
9. Vizija i misija	34
10. Ciljevi i postupci	34
11. Praćenje i izveštavanje	38
12. Budžet	39

1. Izvršni rezime

Turizam na Kosovu funkcioniše u relativno konkurentnom okruženju. U većini susjednih zemalja turizam se smatra prioritetnim sektorom i preduzete su podsticajne mere za njegov razvoj.

Iako Kosovo ima odgovarajući strateško-geografski položaj na Zapadnom Balkanu, ono još uvek nije dovoljno iskoristilo prednosti globalnih trendova rasta turizma. Međutim, turizam na Kosovu je poboljšan poslednjih godina, ali je i dalje organizovan neefikasno, bez strateških ciljeva i bez koherentne turističke politike.

Podaci Agencije za Statistiku Kosova (ASK) i oni od turističkih aktera pokazuju da je u periodu 2017-2019, broj posetilaca povećan za 14,2%, dok je broj noćenja povećan za 23,9%.

Čak je i broj zaposlenih kao i uticaj aktivnosti u hotelima i restoranima u BDP-u beležio postepeni porast, sa 1,8% u 2017. na 2,1% u 2019. godini¹. Godine 2020. i 2021. bile su pogođene izbijanjem pandemije Covid-19 i donele su značajan pad u sektoru turizma, koji se, međutim, oporavio 2022. godine, dostigavši isti nivo kao rezultat 2019. sa 2,1% BDP-a. Što se tiče broja posetilaca za 2022. godinu, zabeležen je porast od 60% u odnosu na period pre pandemije 2019. Takođe, broj noćenja je povećan za 67% u odnosu na 2019. godinu.

U prošloj 2023. godini broj domaćih i stranih posetilaca je povećan za 35% u odnosu na 2022. godinu, dok je broj neto boravaka domaćih i stranih posetilaca povećan za 86% u odnosu na 2022. godinu. dolaze iz 2023. godine, dominiraju posetioци iz Albanije sa 25%, Nemačke sa 16%, Švajcarske sa 12%, kao i Turske sa 7%¹.

U tom kontekstu, Vlada Republike Kosovo, u saradnji sa resornim ministarstvima, opštinama i uz pomoć drugih turističkih aktera, posvećena je izradi državne strategije turizma, koja pokriva period 2024-2030, kako bi se omogućio razvoj turizma na konkurentskoj osnovi povećanje privrednog razvoja, povećanje zaposlenosti i šire.

Strategija turizma 2024-2030 i Akcioni plan 2024-2026 uključuju 5 strateških ciljeva:

1. Povećanje promotivnih aktivnosti i poboljšanje protoka informacija.
2. Stvaranje i unapređenje kvalitetne i održive infrastrukture za razvoj turizma.
3. Proširenje turističke ponude prema standardima održivosti i povećanje konkurentnosti.
4. Podizanje ljudskih kapaciteta za povećanje broja zaposlenih na tržištu rada i unapređenje usluga.
5. Unapređenje regulatornog okvira i turističke politike.

U cilju postizanja ovih ciljeva, sa ciljem razvoja održivog turizma, Vlada Kosova će preduzeti konkretne mere i radnje koje uključuju sve aktere kroz veću saradnju i interakciju između javnog sektora i privatnog sektora. Predviđeno je da se promocija kosovske istinitosti, pre svega na međunarodnim tržištima i ciljnim grupama posetilaca, podigne na viši i organizovaniji nivo, dajući značaj pružanju neophodnih informacija za posetioce. S druge strane, biće preduzete mere za razvoj održive fizičke i turističke infrastrukture u cilju lakšeg pristupa destinacijama unutar Kosova, ali i razvoja novih turističkih proizvoda. Uzimam u obzir prirodni potencijal koji Kosovo ima, kroz ovu strategiju će se preduzeti mere i radnje u cilju očuvanja prirodnih i kulturnih resursa kao i radnje koje su prijateljske za životnu sredinu. Posebna pažnja je posvećena podršci pružaocima usluga, gde su predviđene šeme granata i drugi vidovi podrške. Strategija će uticati na povećanje zaposlenosti, stoga su predviđene mere i radnje koje će se baviti potrebama tržišta rada u sektoru turizma. Nastavni planovi i programi i obrazovni i stručni programi biće revidirani u cilju podizanja kvalifikovanih kadrova po evropskim

¹ ASK (2023). Statistike Ugostiteljstva

standardima. Pored svih ovih postupaka, Vlada Kosova će napredovati u razvoju turističke politike i kompletiranju pravnog okvira usklađenog sa EU i u skladu sa evropskim standardima.

Turizam predstavlja važan i uticajan sektor u privredi, stvarajući višestruku upotrebu i koristi. Ovaj sektor, između ostalog, ostvaruje prihode, otvara radna mesta, utiče na stvaranje državne infrastrukture, kao i promoviše kulturnu razmenu između zemalja domaćina i posetilaca.

Na Kosovu, na osnovu prednosti i mogućnosti koje zemlja ima, postoji veliki potencijal za razvoj ovog sektora. Videći ovaj potencijal, Vlada Republike Kosovo, u svojim programima upravljanja, tretira razvoj sektora turizma kao jedan od svojih prioriteta. U Programu Vlade 2021-2025, koji se smatra osnovnim dokumentom za rad Vlade, razvoj održivog turizma je istaknut kao jedna od prioritarnih oblasti održivog ekonomskog razvoja. Prema ovom dokumentu, glavni fokus Vlade u ovom kontekstu očekuje se razvoj kulturnog turizma i prirodnog turizma (planinskog i seoskog), kroz proširenje turističke ponude, unapređenje infrastrukture, digitalizaciju i izradu nacrtu međusektorski planovi. U cilju konkretizacije ovih vladinih planova i jasnijeg definisanja strateških orijentacija turističke privrede, javila se potreba za državnom strategijom turizma. Izrada ove strategije predviđena je Nacionalnim planom razvoja Vlade 2023-2025, a usklađena je i sa Programom ekonomskih reformi 2023-2025 i Nacionalnim programom za evropske integracije 2023-2027.

Na osnovu gore navedenih obaveza, Vlada Republike Kosovo, u saradnji sa resornim ministarstvima - MKOS, MŽSPPI, MPŠRR, MPNTI, MUP, MIPD, MALS, opštinama i uz pomoć drugih turističkih aktera, se obavezuje na izradu strategije državnog turizma koja obuhvata period 2024-2030. Rad na izradu ove strategije vođen je principima „Modela Sv. Gallen za upravljanje destinacijom“ (SGDM). Ovaj model nudi alternativni i inovativni pristup za razumevanje složenog ponašanja i dinamike turista. Glavni fokus ovog pristupa su strateški tokovi posetilaca. Analiza na nivou toka objašnjava faktore koji utiču na određena ponašanja posetilaca i međusobne odnose koje oni imaju sa ponudom i potražnjom. Ovaj pristup je odabran jer omogućava da se odrazi strateška interakcija posetilaca sa destinacijom i da se kroz to jasnije razumeju problemi i potrebe koje imaju.

Ova strategija sadrži opštu metodologiju i korake za izradu strategije; predstavlja svetske trendove u turizmu; pruža opštu pozadinu, zasnovanu na glavnim indikatorima sektora; predstavlja SWOT analizu, koja pokazuje prednosti, nedostatke, mogućnosti i pretnje u oblasti turizma; objašnjava kako odabrati strateške tokove posetilaca i bavi se svakim od njih na opštem nivou i u kontekstu okolnosti; odražava mapiranje relevantnih turističkih aktera i njihovih funkcija; razvija viziju, predstavlja ciljeve i radnje; navodi način praćenja i izveštavanja o sprovođenju strategije; i na kraju, predstavlja akcioni plan za prve tri godine strategije.

Kosovska turistička strategija je izrađena uz podršku spoljne tehničke pomoći iz Švajcarske kroz projekat PPSE koji implementiraju Swiscontact i UNDP.

3. Opšta metodologija

Rad na izradi ove strategije vođen je principima „Modela Sv. Gallen za upravljanje destinacijom“ (SGDM). Ovaj model nudi alternativni i inovativni pristup za razumevanje složenog ponašanja i dinamike turista. Glavni fokus ovog pristupa su strateški tokovi posetilaca. Analiza na nivou toka objašnjava faktore koji utiču na određena ponašanja posetilaca i međusobne odnose koje oni imaju sa ponudom i potražnjom. Ovaj pristup je odabran jer omogućava da se odrazi strateška interakcija posetilaca sa destinacijom i da se kroz to jasnije razumeju problemi i potrebe koje imaju.

SGDM metodologija je razvijena na osnovu utvrđenih destinacija u Švajcarskoj. Isto je zatim preneo Swisshotact u kontekst zemalja u razvoju zajedno sa Univerzitetom St. Gallen (HSG). Ova metodologija je izgrađena na osnovu praktičnog iskustva stečenog u preko 40 turističkih destinacija u svetu i najnovijih dostignuća u destinacijskom menadžmentu. Ista metodologija je takođe korišćena u razvoju strategije turizma u Opštini Priština i Opštini Prizren.

Tokom primene, ova metodologija je prilagođena, prvobitno da se prilagodi kontekstu i karakteristikama zemlje, kao i da bude u skladu sa zakonskim dokumentima za izradu strateških dokumenata, odnosno sa „Administrativnim uputstvom 07/18 za planiranje i izradu nacrtu strateških dokumenata i akcionih planova“, „Priručnik za planiranje, izradu i praćenje strateških dokumenata i njihovih akcionih planova“ i sa „Uredbom (VRK) 05/2016 o minimalnim standardima za proces javne rasprave“.

U izradu ove strategije uključene su sledeće institucije:

1. Ministarstvo Industrije, Preduzetništva i Trgovine - MIPT
2. Ured Premijera - UP
3. Kancelarija za Strateško Planiranje - SPO
4. Ministarstvo Finansija - MF
5. Ministarstvo Poljoprivrede Šumarstva i Ruralnog Razvoja - MPŠRR
6. Ministarstvo Kulture, Omladine i Sporta- MKOS
7. Ministarstvo Životne Sredine Prostornog Planiranja i Infrastrukturu - MŽSPPI
8. Ministarstvo Prosvete , Nauke Tehnologije i Inovacija - MPNTI
9. Ministarstvo Administracije Lokalne Samouprave - MALS
10. Planinarski savez Kosova
11. GUIDEKS - Udruženje turističkih vodiča Kosova
12. NVO Marimangat
13. Unija turizma Kosova - UTK
14. UNDP
15. PPSE / Swisscontact

U nastavku su opisani glavni koraci tokom procesa razvoja strategije, od početka do kraja.

Tabela 1: Glavni koraci tokom izrade strategije

Mapiranje i odabir strateških tokova posetilaca	U početku je radna grupa, koju su činili predstavnici institucija centralnog nivoa i akcionari iz organizacija civilnog društva, radila na pripremi obimne liste tokova posetilaca. Na osnovu kvantitativnih procena i diskusija kvalitativne prirode koje je razvila radna grupa, prioritet je određen za tokove koji pokazuju najveći ekonomski potencijal, kao i potencijal za održivi razvoj.
Radionica i fokus grupe	Potom je organizovana početna radionica sa različitim učesnicima iz turističke privrede (predstavnicima centralnih i lokalnih institucija, predstavnicima nevladinih organizacija, turoperatora i drugih aktera privatnog sektora) kako bi se informisali o metodologiji i procesu. Kao nastavak ove radionice organizovane su tematske fokus grupe za prikupljanje podataka.
Individualni sastanci sa akcionarima	Nakon analize podataka prikupljenih tokom fokus grupa, održani su pojedinačni sastanci sa turističkim akterima, većinom iz privatnog sektora,

	radi dalje provere i kompletiranja prikupljenih podataka, kao i da se razgovara o strateškim orijentacijama i neophodnim postupcima.
Radionica sa radnom grupom	Takođe, organizovana je radionica sa radnom grupom na kojoj su na osnovu prikupljenih podataka i dobrih praksi drugih zemalja sačinjeni ciljevi i radnje strategije, kao i usaglašeni sa ostalim planskim dokumentima. Istovremeno je sastavljen i akcioni plan. U ovoj fazi pomoć su pružili i strani eksperti iz UNDP-a i projekta PPSE koji sprovodi Swisscontact.
Javne konsultacije	Nacrt strategije je dostavljen na preliminarne konsultacije i organizovane su javne konsultacije kako bi se dobila dodatna mišljenja i kako bi se osiguralo da strategija bude u skladu sa očekivanjima šire javnosti. Na kraju, nacrt strategije je podeljen svim stranama, uključujući glavne zaključke iz procesa konsultacija međuresornih, opštinskih i drugih relevantnih aktera za finalizaciju i validaciju ove strategije.

4. Globalni turistički trendovi

Turizam je jedan od najuticajnijih sektora u ekonomskom razvoju i otvaranju radnih mesta u svetu, i ima važnu ulogu u osnaživanju žena, mladih i drugih društvenih grupa. Pre pandemije COVID-19, sektor putovanja i turizma imao je ekonomsku veličinu od 9,2 milijarde dolara, što je oko 10,4% globalne ekonomije, i bio je odgovoran za 334 miliona radnih mesta, što je činilo 10,6% globalne zaposlenosti.² Više od polovine zaposlenih su žene.³ Od 2015-2020, svako peto novootvoreno radno mesto je iz sektora putovanja i turizma. Rast turizma u 2019. godini bio je oko 3,5 odsto veći od ukupne stope privrednog rasta u svetu, ovo devetu godinu zaredom.⁴ U 2022. godini, sektor putovanja i turizma je doprineo sa 7,6% globalnom BDP-u; povećanje od 22% u odnosu na 2021. i samo 23% ispod nivoa iz 2019. U 2022. bilo je 22 miliona novih radnih mesta, što predstavlja povećanje od 7,9% u odnosu na 2021. i samo 11,4% manje nego u 2019. godini.

U istoj godini najviše posećene zemlje bile su Francuska sa 48,4 miliona posetilaca, Meksiko sa 31,9 miliona, Španija sa 31,2 miliona, Turska sa 29,9 miliona i Italija sa 26,9 miliona posetilaca.

Od 2020. godine, turizam je doživeo izazov bez presedana, postavši jedan od sektora koji je najviše pogođen pandemijom Covid-19. Prema procenama UNVTO, u 2020. dolasci stranih posetilaca su smanjeni za 73%.⁵ Sektor putovanja i turizma pretrpeo je gubitke od skoro 4,5 milijardi dolara, doprinos bruto domaćem proizvodu (BDP) je pao za 49,1% u odnosu na 2019. godinu i izgubljeno je 18,5% radnih mesta u sektoru.⁶ UNVTO procenjuje da su gubici od međunarodnih prihoda od turizma

² WTTC (2020). Izveštaji o ekonomskom uticaju . Pogledaj: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

³ UN Women (2019). Globalni izveštaj o ženama u turizmu . Pogledaj: <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2019/11/announcer-second-edition-of-global-report-on-women-in-tourism>.

⁴ WTTC (2020). Putovanja i turizam – globalni ekonomski uticaj 2020. Pogledaj: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360>.

⁵ UNWTO (2020). Procena uticaja Covid-19 na međunarodni turizam .Pogledaj: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>.

⁶ WTTC (2020). Izveštaji o ekonomskom uticaju . Pogledaj: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.

bili oko 2 biliona dolara za 2020. i 2021.⁷ Najnoviji podaci UNWTO pokazuju da je 2021. godine broj turista u svetu bio za milijardu manji nego pre perioda pandemije. Dok je 2022. godine, iako se broj međunarodnih turista u svetu značajno povećao, u odnosu na 2021. ovaj broj ostaje 54% ispod broja turista u 2019. godini.

U nastavku su predstavljeni glavni globalni trendovi u sektoru turizma u poslednjoj deceniji. Definisanje tokova posetilaca i određivanje strateških orijentacija, u velikoj meri, urađeno je u duhu ovih trendova.

Tabela 2: Trendovi u sektoru turizma

Doživljavanje/ iskustvo	Turisti su sve više zainteresovani da dožive turističke destinacije koje su jedinstvene i autentične. Turisti se ne zadovoljavaju samo posetom kao jednostavni posmatrači. Više su zainteresovani za upoznavanje kulture i istorije destinacije, avanture koje će se pamti ceo život, direktan kontakt sa lokalnom zajednicom i razvijanje interaktivnih aktivnosti koje angažuju sva njihova čula, sve to kako bi njihovo iskustvo učinilo nezaboravnim. Drugim rečima, iskustveni aspekt je postao nešto bitno u savremenom turizmu.
Digitalna transformacija	<p>Istraživanje destinacije, inspiracija za buduće odmore i rezervacije se uglavnom rade preko elektronskih platformi kao što su: booking.com, tripadvisor, trivago, airbnb. Sva ova transformacija nudi mogućnosti da se celokupno turističko iskustvo lakše upravlja.</p> <p>Digitalna transformacija, a posebno popularizacija društvenih medija, takođe je omogućila potrošačima da lakše podele svoje utiske i ocene. Iako se time smanjuje kontrola turoperatora u objavljenim informacijama o njihovim uslugama, to ipak treba shvatiti kao podsticaj da se pozabave zabrinutostima posetilaca i na taj način unaprede svoje proizvode i usluge.</p> <p>Inovacije i digitalizacija su takođe transformisale pružanje usluga od strane preduzeća, ne samo putem onlajn platformi za rezervaciju, već i kroz promociju beskontaktnih tehnologija po dolasku na odredište, jer potrošači sada traže bezbedno i jednostavno iskustvo putovanja.</p>
Bezbednost	<p>Bezbednost je jedan od najvažnijih aspekata u promociji i razvoju turizma. Uspeh turističke destinacije zavisi od sposobnosti zemlje da obezbedi bezbedno okruženje za posetioce. Ovo pitanje je postalo izuzetno važno poslednjih godina sa širenjem terorističkih akata i širenjem pandemija, posebno ove poslednje.</p> <p>Treba napomenuti da pored fizičke bezbednosti, danas su zaštita i integritet podataka, bezbednost hrane i zdravlje uopšte odlučujući aspekti koji ubeđuju turiste da posete neku zemlju. Pored toga, očekuje se bezbedno okruženje u svim fazama turističkog iskustva, uključujući prevoz,</p>

⁷ UNWTO (2022). Procena uticaja COVID-19 na međunarodni turizam . Pglodaj: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>.

	smeštaj, usluge ishrane i obilaske. Zbog toga je potrebna snažna koordinacija lanca vrednosti da bi se garantovala bezbednost.
Održivosti	<p>Koncept održivosti postao je deo dnevnog reda poslednjih decenija. Dok je na početku fokus bio na ekološkom stubu, kasnije je suočavanje nekih destinacija sa situacijama prevelikog turizma dovelo do podizanja svesti i o društvenim problemima. Ova dešavanja su bila izraženija u neuravnoteženim destinacijama, gde su lokalni stanovnici patili od negativnih uticaja nekontrolisanog rasta, a raspoloženje koje je stvoreno u nekim slučajevima je čak dovelo do protesta.</p> <p>Što se tiče održivosti životne sredine, u poslednje dve godine, posebno od Pariskog sporazuma, došlo je do intenziviranja posvećenosti rešavanju klimatskih pitanja i pojačanih poziva za dekarbonizacijom sektora, a istovremeno su povećani naponi da razvoj sektora bude u skladu sa ciljevima održivog razvoja (SDG), koji se dotiču svih oblasti održivosti.</p> <p>Kao rezultat ove frustracije, ulaže se sve više napora da se razviju prakse koje promovišu održivo ponašanje koje štiti životnu sredinu i lokalno stanovništvo, a da pritom ne žrtvuje prihode od turizma. Održivost je relevantna posebno na Kosovu, pošto postoje mnoga zaštićena područja koja su u slučaju nesprovođenja održivih intervencija u opasnosti od degradacije.</p>
Nova tržišta	<p>Azijska tržišta : brzi tempo ekonomskog razvoja, otvaranje tržišta i pogodnosti koje se nude u putovanju, učinile su da Azija postane jedan od najvećih izvora turizma u svetu. Na nivou zemlje, Kina je najbrže rastući izvor odlaznih turista, a od 2012. je najveći potrošač u međunarodnom turizmu.</p> <p>Milenijumci: podstaknuti iskustvenim putovanjima i društvenim medijima, milenijalci su postali kategorija turista koji imaju važnu ulogu u oblikovanju svetskog turizma.</p> <p>Samostalne putnice: interesovanje i broj solo putnica postepeno raste, posebno poslednjih godina. Na primer, prosečna Google pretraga za ovu kategoriju značajno se povećala tokom godina. Mnogi turoperatora sada neguju ovaj segment turizma, osnažujući mnoge destinacije da preuzmu vodeću ulogu u turističkoj ponudi.</p> <p>Penzioneri (65+): penzioneri su prilično intenzivni putnici i suštinski segment turizma u svetu. Oni u proseku čine oko 20% međunarodnog turizma. Jedan od razloga zašto putuju je slobodno vreme koje imaju na raspolaganju. Oni imaju za cilj da bolje razumeju istoriju zemalja i imaju prilike za druženje.</p> <p>Digitalni nomadi: ovaj segment čine profili koji su korisnici digitalnih tehnologija i inovacija, koji u poslednje vreme uglavnom rade od kuće. Mnoge destinacije širom sveta (uključujući razna ostrva) imaju za cilj da privuku ovaj potencijalni segment.</p>
Sporo i lokalno putovanje	Pandemija je neizbežno donela ograničenja u putovanjima, primoravajući da odmor provode u zemlji za mnoge putnike zainteresovane za poznate, predvidljive i pouzdane destinacije. Ruralna područja i otvoreni prostori koji nude mogućnost uživanja sa porodicom, rođacima i prijateljima, kao i uživanje u lokalnoj gastronomiji, postali su veoma popularni.

5. Pozadina

Pre izbijanja pandemije COVID-19, turizam na Kosovu je rastao značajnom brzinom, dajući znake da je to sektor sa mnogo potencijala za zemlju. U periodu 2017-19, dolasci stranih posetilaca registrovani na svim graničnim prelazima Kosova povećani su za 10,7%, sa 4,48 miliona u 2017. na 4,96 miliona u 2019. godini. Svrha posete je za oko 76 odsto slučajeva u 2019. bila poseta prijateljima i rođacima. Ostali evidentirani dolasci su bili prolazni, radi dnevnog odmora i radi posla. Prema poreklu, u 2019. godini dominirali su dolasci iz regiona, uglavnom iz Srbije (28,2%), Albanije (25,6%) i Severne Makedonije (21,9%), dok su dolasci iz Nemačke (4,6%) i Švajcarske (4,2%) dominirali iz okoline svet, mesta gde je koncentrisana kosovska dijaspora.⁸

Pored toga, zvanični podaci ASK sa smeštajnim kapacitetima pokazuju da je na Kosovu u periodu 2017-19. godine broj stranih i domaćih noćenja takođe zabeležio porast od 14,2%, pri čemu je prosek noćenja povećan, od 1,58 do 1,70 neto. Regioni sa najviše noćenja bili su Priština sa 42,7%, Peć sa 22,7% i Prizren sa 19,2%. Prema zemljama iz kojih dolaze, dominirali su posetioци iz Nemačke sa 19,6%, Albanije sa 10,4%, Turske sa 8,3% i Švajcarske sa 7,9%.⁹ Kosovo nema standardni statistički okvir za merenje uticaja turizma na privredu, i kao rezultat toga, nedostaju zvanični podaci u ovom pogledu. Istraživanje koje je razvio Svisscontact na Kosovu, a koje, između ostalog, ocenjuje promet i broj radnika vezanih za turizam u smeštajnim kapacitetima i restoranima, kao dve ključne kategorije turističke ponude, daje jasne naznake doprinosa ovog sektora u Ekonomija. Naime, zajednički promet ove dve kategorije, prema predmetnom istraživanju, u 2019. godini iznosio je 218,1 milion evra, dok je broj zaposlenih bio oko 12,1 hiljada.¹⁰ Da stvari stavimo u perspektivu, ove vrednosti čine približno 3% BDP-a i ukupnog broja zaposlenih na Kosovu u istom periodu. Kao sektor u celini, zajedno sa pratećim industrijama, uticaj na privredu je još veći.

Od početka 2020. godine, kao i u svim zemljama sveta, sektor turizma na Kosovu se suočio sa velikom krizom kao rezultatom pandemije Covid-19. Podaci ASK-a za 2020. godinu, upoređujući ih sa 2019. godinom, pokazuju da je broj posetilaca smanjen za 51,95%, dok je neto boravak spoljnih posetilaca smanjen za 52,50%.

Što se tiče ekonomskog uticaja, gore pomenuto istraživanje koje je podržao Svisscontact takođe procenjuje da se u 2020. godini ukupni gubici prihoda u smeštaju i restoranima kreću između 98,6 miliona evra i 110,2 miliona evra.

Na sreću, sektor turizma na Kosovu ne samo da je pokazao znake oporavka, već je i premašio cifre iz 2019. godine, koja je, prema mišljenju zainteresovanih strana u turizmu, poznata kao godina sa najvećim vrhuncem razvoja i prihoda za ovaj sektor.

Uopšteno govoreći, uprkos potencijalu koji ima, turizam na Kosovu još uvek nije efikasno organizovan, jer do sada nije imao dobar regulatorni okvir, a ni vlade mu nisu dale dobar prioritet. Dok se poslednjih godina razvoj turizma pripisuje podršci vlade ali i preduzetničkim inicijativama privatnog sektora. Iako je ovo dobar pokazatelj, turizam je ipak sektor sa mnogo podsektora kojima su takođe potrebne intervencije, politike i javne akcije i, iznad svega, jasna strateška orijentacija. Za razliku od Kosova, većina susednih zemalja razvila je značajnu podršku sektoru turizma u skladu sa politikama EU. Uzimajući u obzir ceo kontekst, Kosovu je potreban strateški i sistematski pristup kako bi se omogućio

⁸ ASK (2020). Statistike Ugostiteljstva.

⁹ Ibid.

¹⁰ Svisscontact-PPSE (2020) Istraživanje turističke ponude na Kosovu 2019. Pogledaj: https://ppse-kosovo.org/file/repository/Kosovo_Tourism_Supply_Side_Survey_2020_ALB.pdf.

razvoj turističkih aktivnosti na konkurentskoj osnovi, stimulišući kvalitet, štiteći prava potrošača i otvorenost za međunarodnu saradnju.

6. SWOT analiza

SWOT analiza daje opšti pregled snaga i slabosti turističkog sektora na Kosovu, i istovremeno naglašava mogućnosti i glavne pretnje.

Prednosti	Nedostaci
<ul style="list-style-type: none"> • Popularna destinacija među svim generacijama dijaspore. Prirodni resursi (kao što su: planine, reke, jezera, vodopadi itd.) pogodni za turističke aktivnosti • Kulturno nasleđe kao što su: muzeji, džamije, crkve, manastiri; • Zanatske delatnosti; • Poznati festivali tradicionalne i moderne muzike i filma; • Naglašena tradicija dobrodošlice; • Međuverska tolerancija u industriji i u zajednicama uopšte; • Savladavanje engleskog i nemačkog jezika od strane većine turističkih aktera; • Pristupačne cene u restoranima, lokalnom prevozu i drugim sličnim uslugama; • Tradicionalna kuhinja, gastronomija koja je deo svakodnevnog života; • Prvo uspešno učešće na međunarodnim sajmovima; <p>Sistemi podrške:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razvijena putna infrastruktura (novi aerodrom i novi autoputevi); • Širenje interneta u svakom uglu Kosova; • Visok nivo bezbednosti u celom sektoru. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nedostatak infrastrukture u skijaškim centrima; • Loše upravljanje otpadom u zaštićenim područjima; • Ograničena ponuda turističkih proizvoda za posetioce koji su zainteresovani za bavljenje turističkim aktivnostima; • Visoki troškovi smeštaja i letova u poređenju sa regionom; • Nedostatak funkcionalnih pansiona u planinskim oblastima; • Nespremnost privatnog sektora za komercijalizaciju turističkih proizvoda; • Ograničen broj sertifikovanih turističkih vodiča u odnosu na potrebe; • Specifična nerazvijena infrastruktura za turističke destinacije, uključujući električne kapacitete, staze, smeštaj; • Nedostatak standardizovanog obeležavanja; • Neadekvatan pristup spomenicima kulturnog nasleđa; • Nedovoljna i besciljna promocija turističke ponude; • Nepovoljan vizni režim za azijske zemlje sa potencijalom za posetioce; • Loše upravljanje centrima za posetioce u opštinama; • Ograničeno korišćenje savremenih metoda komunikacije u promotivne svrhe; • Ograničena saradnja sa stranim turoperatorima; • Sistemi podrške: • Nedostatak odgovarajućih zakona i uredba za razvoj turizma; • Nedovoljna sredstva za aktivnu i sistematsku ulogu javnih aktera u razvoju turizma, kao i nedostatak fiskalnih i finansijskih podsticaja za razvoj sektora; • Ograničeno znanje i iskustvo u privlačenju strateških investicija; • Ograničena saradnja između turističkih aktera; • Nedostatak svesti zainteresovanih strana u turizmu o značaju i potencijalu turističkog sektora.

Mogućnosti	Pretnje
<ul style="list-style-type: none"> • Odgovarajući geografski položaj u regionu; • Pogodna klima za različite vidove turizma; • Održivost toka dijaspore koji nastavlja da posećuje Kosovo uprkos pandemiji; • Povratak interesovanja posetilaca za prirodu i prostor stvara potencijal za otvaranje novih radnih mesta kroz seoski i planinski turizam. 	<ul style="list-style-type: none"> • Stagnacije u razvoju i unapređenju planinskog i avanturističkog turizma mogu uticati na to da Kosovo nije konkurentno u regionu; • Negativne informacije u međunarodnoj areni; • Neadekvatna zaštita objekata kulturnog nasleđa; • Nedostatak ekonomske stabilnosti u zemlji; • Nepovoljna klima za poslovanje u zemlji; • Ograničena međuinstitucionalna koordinacija; • Ograničeni interes stranih donatora da podrže razvoj turizma na Kosovu i smanjenje stranih donacija namenjenih turizmu.

7. Detaljna analiza situacije

U ovom delu je najpre predstavljena široka lista strateških tokova posetilaca, objašnjen način njihovog definisanja i prikazana metodologija odabira onih koji su prioritetni za period obuhvaćen strategijom. Zatim se reflektuje situacija svakog od odabranih tokova u opštem kontekstu i na kraju je data opšta grupa identifikovanih problema.

a. Izbor strateških tokova posetilaca

Radna grupa je, zajedno sa drugim akterima uključenim u izradu strategije, u početku pripremila opsežnu listu tokova posetilaca na Kosovu. Tokom ovog procesa, vođene su diskusije među akterima kako bi se osiguralo da predloženi tokovi postoje na Kosovu, da imaju potencijal za budućnost i da se dovoljno razlikuju jedni od drugih. Kako se ova strategija razvija na nivou zemlje, kako bi se izbeglo ponavljanje i nepotrebni detalji, u određenim slučajevima, nekoliko podtokova koji su imali sličnosti jedan sa drugim spojeno je u jedan osnovni tok, uvek obezbeđujući da se ne previde važne informacije za identifikovanje problema i izazova.

Kako bi ciljevi i radnje koje su predložene u strategiji bile što konkretnije za vremenski okvir obuhvaćen ovim dokumentom, sa široke liste tokova posetilaca izabrani su oni sa najvećim potencijalom za razvoj turizma u Srbiji. Kosovo u dugoročnom kontekstu. U cilju obezbeđivanja što veće objektivnosti, radna grupa se složila da definiše neke glavne kriterijume, na osnovu kojih je vršena selekcija. Ukupno je identifikovano sedam kriterijuma, koji su takođe ponderisani prema njihovoj važnosti (videti tabelu 3). Zatim je svaki tok posetilaca sa obimne liste ocenjen ili ocenjen prema kriterijumima definisanim ocenama od 1 do 5, pri čemu ocena 1 označava potpuni nedostatak potencijala, a ocena 5 puni potencijal. Konačno, pojedinačne ocene se ponderišu i, konačno, izvode se ukupni proseci.

Tabela 3: Kriterijumi za procenu tokova potencijalnih posetilaca

Kriterijumi za procenu	Težine
1. Potencijal za povećanje broja posetilaca	20%
2. Potencijal za potrošnju	20%
3. Potencijal za stvaranje radnih mesta (za mlade i žene)	20%
4. Potencijal za ekonomsku, socio-kulturnu i ekološku održivost	15%
5. Potencijal za angažovanje turističkih aktera	10%
6. Povezanost sa strateškim ciljevima zemlje	10%
7. Potencijal za uspešan razvoj intervencija	5%

U skladu sa očekivanjima da će turizam doprineti ekonomskom razvoju zemlje, 60% kriterijuma procene ima direktne ekonomske efekte. Kriterijum održivosti je ocenjen nešto niže pored ekonomskih kriterijuma. To, međutim, nije uticalo na izbor tokova koji se ne poklapaju sa održivim razvojem turizma. Poseban akcenat tokom izrade nacrtu ciljeva i radnje dat je održivosti.

Tabela 4 predstavlja rangiranje svih tokova posetilaca prema izvršenim procenama. A od svih potencijalnih tokova, samo prvih 12 (sa rejtingom iznad 60%) je odabrano da se dalje bavi ovom strategijom. Treba napomenuti da rangiranje 12 odabranih tokova nema nikakvu posebnu ulogu u ciljevima i aktivnostima predloženim u ovoj strategiji, jer je primarni cilj procene bio da se podele tokovi sa najvišim prioritetom (naime. prvih 12) od onih sa manjim prioritetom (poslednjih 8).

Tabela 4: Određivanje prioriteta tokova posetilaca

Br.	Lista tokova posetilaca	Prosek
1	Dijaspora: Novi istraživači	79.8%
2	Azijske grupe na balkanskim turnejama	78.7%
3	Posetioci za alpsko skijanje i druge slične zimske sportove	75.3%
4	Posetioci iz Albanije tokom vikenda	73.7%
5	Posetioci avanturističkog turizma	73.2%
6	Dijaspora: Nostalgicari prve generacije	71.8%
7	Posetioci zapadnog kulturnog nasleđa	70.0%
8	Posetioci kulturnih festivala	69.8%
9	Putnici u poslovne svrhe	68.5%
10	Slobodni i nezavisni putnici koji istražuju Balkan	65.5%
11	Posetioci za zimske aktivnosti	63.5%
12	Noćni život posetilaca iz regiona	63.2%
13	Stomatološki turisti	59.9%
14	Kulturni posetioci iz Turske	59.7%
15	“Backpackers” sa niskim budžetom istražujući Balkan	59.2%
16	Individualni putnici koji istražuju Balkan	59.2%
17	Grupe penzionera na balkanskim turama	56.5%
18	Evropski istraživači sa niskobudžetnim letovima	52.5%
19	Organizovane porodične grupe sa Bliskog istoka	51.5%
20	Učenici i studenti na ekskurziji	51.5%

b. Osnovna analiza tokova posetilaca

Osnovna analiza stanja turizma na Kosovu urađena je u okviru 12 strateških tokova odabranih posetilaca. Zbog nedostatka spremnih podataka na nivou toka, analiza je uglavnom razvijena korišćenjem inputa iz fokus grupa i naknadnih intervjua sa različitim akterima u turizmu, posebno sa predstavnicima privatnog sektora. Broj posetilaca, gde je to moguće, procenjen je na osnovu podataka koje je obezbedila ASK.

Pristup na nivou tokova, između ostalog, omogućio je pregled posetilaca Kosova, njihove interakcije sa destinacijom, motiva i uticaja dolaska, kao i ponude uopšte uz njene prednosti i izazove.

Na osnovu ovog pristupa, tabele u sledećem pododeljku imaju za cilj da pruže odgovore na dole postavljena pitanja. Imajte na umu da prednosti i izazovi mogu uključivati više od jednog strateškog toka posetilaca. Međutim, da se ne bi ponavljali, pokušano je da se predstave samo u toku koji je najrelevantniji za taj prioritet ili izazov/problem.

- Koje je poreklo posetilaca?
- Koliko su oni stari?
- Koliko traje njihov boravak?
- Koje su njihove glavne aktivnosti?
- Kakav je potencijal potrošnje?
- Šta ih motiviše da posete destinaciju?
- Šta je uticalo na njihov dolazak?
- Šta radi? Koje su glavne prednosti?
- Šta ne radi/nedostaje?
- Koji su izazovi?

RV1: Dijaspora: Novi istraživači	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Mladi istraživači iz dijaspora (u daljem tekstu: mladi istraživači) dolaze uglavnom iz zapadnoevropskih zemalja, ali i iz drugih zemalja u kojima je koncentrisana zajednica kosovske dijaspora. Dominantna starost mladih istraživača je između 18 i 30 godina. Broj novih istraživača godišnje se procenjuje na oko 250,000. Značajan deo njih su studenti.</p> <p>Ovi posetioci dolaze svake godine, a najčešće u letnjoj i zimskoj sezoni. Za razliku od nostalgičara prve generacije, ovaj tok ima kraće trajanje posete, jednu do dve nedelje.</p> <p>Mladi istraživači uglavnom borave kod rođaka, ali u poslednje vreme neki od njih posećuju solo i borave u hostelima, jer više vole da imaju svoju privatnost. Uopšteno govoreći, oni imaju prosečan potencijal za potrošnju, posebno oni koji imaju gornju starosnu granicu.</p> <p>Sa izuzetkom noćnog života, mladi istraživači ne razvijaju dovoljno drugih aktivnosti da bi iskusili kulturu. Na primer, muzeje i druge kulturne lokacije retko posećuju mladi istraživači.</p> <p>Uglavnom putuju avionom; većina sa jeftinim kartama unapred rezervisanim.</p>
Razlog posete	Poseta rodbini i društvu, održavanje veza sa zemljom porekla, pronalaženje partnera; stvaranje društva i vežbanje jezika; doživljavanje noćnog života, prisustvovanje porodičnim zabavama (venčanjima).
Glavni uticajnik posete	Roditelji i članovi porodice na Kosovu dolaze na Kosovo od detinjstva.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Spremnost rodbine da ih prati tokom boravka čini njihovu posetu privlačnijom.</p> <p>Postoji veliki broj noćnih klubova, a noćni život je prilično jeftin u poređenju sa drugim zemljama.</p> <p>Cene taksija i rent-a-cara su relativno niske.</p> <p>Industrija venčanja i usluga pratnje veoma aktivna tokom boravka dijaspora na Kosovu.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Ovaj tok posetilaca ima nedostatak informacija o organizaciji turističkih aktivnosti i manifestacija u turističkim destinacijama.</p> <p>U blizini kulturnih znamenitosti nema dovoljno suvenira za prodaju.</p> <p>Nema dovoljno podsticaja da se promoviše nacionalna baština mladim istraživačima.</p> <p>Strano društvo mladih istraživača je vrlo malo ciljano kroz ovo drugo.</p>

RV2: Azijske grupe na balkanskim turnejama	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Sa azijskog tržišta pre perioda pandemije dominirali su posetioci iz Japana. Poslednjih godina beleži veći priliv posetilaca koji dolaze iz Malezije, Indonezije, Singapura i Hong Konga. Prema zapažanjima, ovaj tok će se oporaviti sa zakašnjenjem, u poređenju sa drugim tokovima. U 2022. godini primećen je povećan broj turista sa Bliskog istoka, zbog „čarter“ letova sa Albanijom.</p> <p>Velika većina Azijata dolazi u okviru dvonedeljnih do tronedeljnih tura po Balkanu, preko turoperatora iz regiona koji imaju ugovore sa azijskim turoperatorima. Na Kosovu, Azijati dolaze uglavnom od turoperatora iz Severne Makedonije i Albanije. Turooperatori iz Albanije angažuju vodiče sa Kosova, dok oni iz Severne Makedonije ne. Azijske grupe imaju svoje prevodioce sa sobom, za prevod sa engleskog na odgovarajuće azijske jezike.</p> <p>Azijske grupe obično posećuju Prizren (uglavnom leti) ili Prištinu/Garančinu tokom dana. Ima vremena kada posećuju i Dečane. Uglavnom ciljaju na spomenike kulturnog nasleđa, posebno na one pod zaštitom Uneska, kao i na trgove/centre gradova koje posećuju. Ovaj tok, generalno gledano, smatra Kosovo više kao tranzit i vrlo malo njih je u stanju mirovanja.</p> <p>Azijske grupe su od 20-30 ljudi i dolaze autobusima turoperatora. Ogromna većina je starija od 50 godina, dominiraju penzioneri. Ukupno, tokom godine, ovaj tok poseti oko 10 hiljada posetilaca. Najveći protok je u proleće, kasno leto i ranu jesen. Azijske grupe imaju veliki potencijal da troše, ali ne troše mnogo na Kosovu.</p>
Razlog posete	Obilazak spomenika kulturnog nasleđa; istraživanje balkanskih zemalja; istraživanje nove zemlje.
Glavni uticajnik posete	Balkan tour paketi od turoperatora u regionu.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Gostoprimstvo i ljubaznost ljudi je jedinstvena, cene u restoranima su razumne.</p> <p>Bezbednost koju nudi ova zemlja je veoma visoka i suprotna je predubedjenjima ovog toka posetilaca.</p> <p>Postoji saradnja turističkih vodiča sa turoperatorima iz Albanije i Severne Makedonije.</p> <p>Autoput sa Albanijom i Severnom Makedonijom i brz pristup Kosovu iz ove dve zemlje olakšavaju posetu.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>U poređenju sa drugim zemljama u regionu, cena smeštaja je veća. Dužina boravka je prilično kratka.</p> <p>Tradicionalna hrana nije dovoljno promovisana.</p> <p>Veliki broj turističkih vodiča radi neformalno, ne koristi međunarodne platforme za promociju i ima problem sa preciznim planiranjem vremena u odnosu na Azijate.</p> <p>Vize koje se primenjuju za azijske zemlje otežavaju im ulazak na Kosovo tokom turneja.</p>

RV3: Posetioci za alpsko skijanje i druge slične zimske sportove	
Profil (<i>zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.</i>)	<p>Većina posetilaca za zimske sportove, odnosno alpsko skijanje, su lokalni i iz Albanije. Ovo poslednje dolazi do tri puta godišnje. Na Kosovu postoje tri skijališta (centra) koje posećuje ova kategorija posetilaca: Brezovica, Boga i Brodi. Sezona obično počinje u decembru i traje do kraja aprila. Većina posetilaca su skijaši amateri koji ove centre koriste u rekreativne svrhe.</p> <p>Posetioci su uglavnom mladi do 40 godina. Prosečna suma koju potroše tokom dana je oko 40 evra. Posetioci iz Albanije potroše oko 120 EUR za vikend. Oni koji redovno skijaju su generalno viša srednja klasa.</p>
Razlog posete	Skijanje i drugi zimski sportovi
Glavni uticajnik posete	Uglavnom tradicionalni posetioci, turoperatori.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Cene za razvoj zimskih sportova na Kosovu su pristupačnije u odnosu na region, odnosno Severnu Makedoniju, Srbiju i Crnu Goru.</p> <p>Skijaške staze su pogodne za skijaše amatere.</p> <p>Dva najveća centra za zimske sportove, Brezovica i Brodi, nalaze se u blizini velikih gradova poput Prištine i Prizrena.</p> <p>Poslednjih godina građene su drvene vile u relativno dobrim uslovima.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Ograničen broj smeštaja uticao je na visoke cene smeštaja tokom sezone u Brezovici.</p> <p>U svim zimskim sportskim destinacijama ne postoji kategorizacija staza prema stepenu težine i starosti.</p> <p>Nema svetla za noćno skijanje na svim destinacijama za zimske sportove; Žičara i ski liftovi u Brezovici rade sa ograničenim radnim vremenom;</p> <p>Postoji nedostatak fizičke infrastrukture u oblastima sa potencijalom, kao što su Bješket e Nemuna i one u Belegu ili drugim planinama sa potencijalom.</p> <p>Nema dovoljno parking mesta; u zimskom periodu Brezovica i Boga imaju problema sa upravljanjem protokom turista.</p> <p>Turoperatori ne nude pakete koji uključuju mogućnost razvoja kulturnog turizma u jednom od dana boravka, s obzirom na blizinu istorijskih gradova.</p> <p>Ne postoje međunarodni zimski festivali koji bi pomogli u promociji Kosova.</p>

RV4: Posetioци iz Albanije tokom vikenda	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Ovi posetioци dolaze iz različitih zemalja Albanije. Dominiraju oni iz severne i centralne Albanije, zbog (geografske) blizine Kosovu. Jednodnevni posetioци uglavnom posećuju grad Prizren, obično radi ručka i kupovine. Oni su članovi porodice i putuju svojim privatnim vozilima. Veliki je protok tokom praznika, posebno 28. novembra, zbog Prizrenske lige.</p> <p>Posetioци sa smeštajem, s druge strane, uglavnom ciljaju na tri destinacije: Prevala, Brezovica i Boga. Poseta ovog potoka ima skoro tokom cijele godine. Uopšte, godine su različite; tokom zime dominiraju mlađi uzrasti. Većina su posetioци koji dolaze redovno i sami. Neki dolaze i preko turoperatora iz Albanije i Kosova. Uobičajeno trajanje njihovog boravka je dve noći po vikendu.</p> <p>To su uglavnom posetioци sa srednjim ili visokim potencijalom potrošnje. Procenjuje se da je njihov ukupan broj tokom godine oko 200.000, uključujući dnevne i one sa noćenjem.</p>
Razlog posete	Doživljavanje planinskih područja; provesti vikend u obližnjoj zemlji van Albanije; doživljava sneg tokom zime; nacionalno kulturno nasleđe za svakodnevnu kupovinu, obilazak gradova itd.
Glavni uticajnik posete	Reference kosovskih prijatelja koji posećuju Albaniju tokom leta; turooperatori iz Albanije i Kosova; iskustva iz prethodnih poseta, uglavnom od usta do usta.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Putna infrastruktura koja povezuje različite zemlje Albanije sa Kosovom je zadovoljavajuća.</p> <p>Komunikacija je lakša, jer se govori istim jezikom i ista je kultura.</p> <p>Kuhinja je slična i prilagođena ukusu posetilaca.</p> <p>Prirodne lepote Šar planine i Bješke Rugove su velika prednost. Staze su relativno pogodne za amatersko skijanje.</p> <p>U Albaniji je prisutan jedan broj turoperatora sa Kosova.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Ne postoje tačni podaci o dnevnom protoku posetilaca iz Albanije. Nedostaje odgovarajuća saradnja između turoperatora i smeštaja, posebno hotela.</p> <p>Nema dovoljno smeštaja u planinskim predelima koji primaju posetioce zainteresovane za određene proizvode; ne postoji jasna definicija pogodnih područja za izgradnju hotela i postoji nedostatak prateće infrastrukture. Cene smeštaja su nekonkurentne.</p> <p>Ne postoji dovoljna promocija zanatskih delatnosti u gradovima koji su najposećeniji ovim tokom, a to su Peć i Prizren.</p> <p>U kulturnim prostorima nedostaju autentični suveniri sa nacionalnim motivima; u Prizrenskoj ligi npr.</p>
RV5: Strani posetioци za avanturistički turizam	

<p>Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)</p>	<p>Jedna od glavnih destinacija za avanturističke posetioce na Kosovu je region Peći (Bješka i Rugova), zatim region Prizrena (Šarske planine), Istok, Bješka i Mokne. Od oko 65,000 posetilaca (sa 150,000 noćenja) koliko ovaj tok ima godišnje, oko 40% su stranci, uglavnom iz Nemačke, Engleske i zemalja srednje Evrope.</p> <p>Prekogranična staza „Vrhovi Balkana“, koja obuhvata Kosovo (Peć kao kapiju), Albaniju i Crnu Goru, generator je avanturističkog turizma, sa oko 5,000 stranih posetilaca. Strani posetioci uglavnom dolaze preko aerodroma u Prištini i Tirani. Polazna tačka na Kosovu je od Reke e Allage, da bi zatim pokrila sela kao što su Pepaj, Drelaj, Kucishta i Milishevci. Boravak na Kosovu je dve do četiri noći. Spavanje se obavlja u pansionima. Posetioci pripadaju srednjoj klasi i na Kosovu troše oko 200-300 evra. Osim ove staze, postoje i druge prekogranične staze poput, na primer, Via Dinarica, ali sa manjim brojem posetilaca.</p> <p>Takođe je značajan broj posetilaca avanturista koji dolaze iz regiona, uglavnom iz Albanije, preko turističkih agencija. Koriste turističke proizvode na planini Rugova, kao što su Via Ferrata, paraglajding i drugi slični proizvodi. Njihovi troškovi na destinaciji su oko 30 EUR.</p> <p>Šar planine u regionu Prizrena su još jedna važna destinacija za avanturistički turizam. Dominiraju posetioci koji idu na planinarenje.</p> <p>Starost stranih posetilaca avanturističkog turizma varira od 20 do 50 godina. Avanturistički turizam počinje u proleće i traje do jula. Tempo se značajno smanjuje u avgustu, da bi se ponovo aktivirao od sredine septembra do početka novembra.</p>
<p>Razlog posete</p>	<p>Doživljavanje prirode; osvajanje najviših planinskih vrhova na Kosovu; razvijanje avanturističkih aktivnosti, doživljavanje jedinstvenih iskustava i adrenalina.</p>
<p>Glavni uticajnik posete</p>	<p>Lokalni turoperatori (ukupno oko 10); agencije iz Albanije; strane planinarskog saveza ; internet stranice.</p>
<p>Šta radi? Koje su prednosti?</p>	<p>Postoji veliki broj lokalnih turoperatora sa relativno visokim kvalitetom usluga.</p> <p>Lokalna zajednica je kao rezultat promocije postala svesnija prednosti avanturističkog turizma.</p> <p>Dukađinska ravnicima ima potencijal za razvoj proizvoda za penjanje po stenama.</p>
<p>Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?</p>	<p>Definicija i standardizacija puteva u velikoj meri nedostaje. Nedostaju znakovi i oznake. Na planinarskim stazama u Šar planini, tačke zaustavljanja nisu jasno definisane.</p> <p>Upravljanje otpadom je veoma veliki problem.</p> <p>Infrastruktura za smeštaj u dubokim planinskim predelima nije adekvatna; nema dovoljno hostela. Nedostaje klasifikacija postojećih hostela.</p> <p>Ostala planinska područja pogodna za avanturistički turizam, kao što je Shala e Bajgores, nisu deo itinerera turoperatora.</p> <p>Ne postoji dovoljna saradnja turoperatora sa međunarodnim mrežama.</p>
<p>RV6: Dijaspora: Nostalgicari prve generacije</p>	

<p>Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)</p>	<p>Dijasporski nostalgičari prve generacije (dijaspori nostalgičari) čine jednu od struja sa najvećim brojem posetilaca u zemlji – oko 200,000 Nemačka i Švajcarska su dve zemlje sa najvećom koncentracijom ove kategorije, ali i dijaspore uopšte. Nostalgičari obično dolaze na Kosovo dva puta godišnje. Prvi put je tokom leta (jul ili avgust), gde ostaju otprilike dve do tri nedelje. Vredi napomenuti da nakon funkcionalizacije Nacionalnog puta nostalgičari provode polovinu svog vremena na obali Albanije. Drugi put posećuju tokom zimskog raspusta (krajem decembra), gde borave kraće, najčešće nedelju dana.</p> <p>Nostalgičari dijaspore uglavnom putuju preko prištinskog aerodroma. Za razliku od mlađih generacija koje u poslednje vreme u velikoj meri koriste AirBnB, one ostaju u svojim domovima ili sa svojim porodicama. Takođe, вреди napomenuti da starije generacije ne koriste leto za odmor u drugim zemljama osim na Kosovu i u Albaniji. Generalno, nostalgičari dijaspore pripadaju srednjoj klasi i imaju potencijal da troše.</p> <p>Tokom boravka na Kosovu većinu vremena provode sa članovima porodice. Posećuju mnoge restorane. Mnogo troše na žurke. U poređenju sa prvom generacijom, manje troše na kupovinu. Jedan broj njih koristi priliku za obavljanje stomatoloških usluga.</p>
<p>Razlog posete</p>	<p>Poseta rodbini i društvu; mogućnost da praznike provedu na albanskoj obali; stomatološke usluge; održavanje veza sa zemljom porekla; prisustvovanje zabavama.</p>
<p>Glavni uticajnik posete</p>	<p>Članovi porodice na Kosovu; njihove posete su tradicionalne još od vremena seobe.</p>
<p>Šta radi? Koje su prednosti?</p>	<p>Česti letovi sa zemljama u kojima živi veliki broj ovih nostalgičara.</p> <p>Industrija venčanja i zabava uopšte je prilično razvijena.</p> <p>Cene stomatoloških usluga su mnogo niže nego u zemljama iz kojih dolazi dijaspora.</p>
<p>Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?</p>	<p>Iako nostalgičari dijaspore vole agroturizam, ponuda na Kosovu je ograničena.</p> <p>Prva generacija nije dovoljno angažovana da promoviše Kosovo kao turističku destinaciju u svojim zemljama porekla.</p> <p>Visoke cene letova za Kosovo u periodu kada dolasci nostalgičara dostižu vrhunac.</p> <p>Nedostaju paketi doživljaja kulturnog nasleđa sa nacionalnim motivima koji su posvećeni ovom toku.</p> <p>Dugi redovi na granicama i plaćanje zelene karte negativno utiču na one koji dolaze vozilom.</p>

RV7: Zapadni istraživači kulturnog nasleđa	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Istraživači zapadnog kulturnog nasleđa su uglavnom iz Nemačke, Centralne Evrope, Skandinavije i SAD. Ovi posetioci dolaze u okviru balkanskih tura i sami.</p> <p>Oni koji su deo balkanskih tura obično dolaze danju - pa ne borave noć na Kosovu. Procenjuje se da ima oko 100 grupa od oko 25 posetilaca svaka - ukupno oko 2,500 posetilaca godišnje. Oni koji dolaze pojedinačno obično ostaju 2 do 3 noći na Kosovu; borave u hotelima.</p> <p>Dominantna starost je preko 50 godina. Oni koji dolaze u sklopu tura, osim za hranu, uglavnom ne troše. Ostali koji dolaze pojedinačno troše 50 EUR tokom boravka.</p> <p>Period kada ova kategorija turista najviše dolazi je maj-oktobar; letnji period je nešto mirniji.</p> <p>Lokacije koje ovaj tok najviše posećuje su: Narodni muzej, Etnografski muzej, Ulpijana, Manastir Gračanica, Mauzolej sultana Muratija, Manastir Dečani, Pećka Patrijaršija, Prizrenski zamak, Sinan-pašina džamija, Crkva Svetog Premteša, Banja Gazi Mehmet-paše itd.</p>
Razlog posete	Obilazak spomenika kulturnog nasleđa; obilazak svih balkanskih zemalja; istraživanje nove zemlje.
Glavni uticajnik posete	Strani turoperatori; onlajn platforme kao što su Booking.com.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Hoteli u zemljama u kojima postoje značajna mesta kulturnog nasleđa imaju visoke ocene prema booking.com.</p> <p>Pod privremenom zaštitom nalazi se preko 1.500 dobara kulturnog nasleđa u kategorijama: arheologija, arhitektura i duhovno nasleđe.</p> <p>U istorijskim gradovima Kosova postoji bliska udaljenost između spomenika kulturnog nasleđa.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Nedostaju jasni mehanizmi za zaštitu i očuvanje kulturnog nasleđa u skladu sa međunarodnim standardima.</p> <p>Ograničen broj lokacija kulturnog nasleđa uključen je u različite digitalne mape (kao što su: google maps, maps.me itd.).</p> <p>Nema dovoljno signalizacije za atrakcije kulturnog nasleđa.</p> <p>Ne postoje standardizovane informativne tablice koje prikazuju istoriju kulturnog nasleđa; promocija nije dovoljna.</p> <p>Potencijal za „mračni turizam“ se ne koristi¹¹.</p>

¹¹ Definicija mračnog turizma: "Turizam koji uključuje putovanja na mesta koja su istorijski povezana sa smrću i tragedijom."

RV8: Posetioci festivala kulture iz regiona	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Posetioci kulturnih festivala su uglavnom lokalni ili iz dijaspore; ne baš veliki procenat dolazi iz regiona, zemalja EU i SAD. Festivali koji najviše dominiraju su muzički i filmski. Najpoznatiji, posebno u međunarodnoj areni, su: festival kratkog filma u Prizrenu Dokufest; međunarodni muzički festival u Prištini, "Sunni Hill Festival", i međunarodni festival animacije u Peći, Anibar. Procenjuje se da Dokufest ima oko 60,000 posetilaca, od kojih su oko 40% stranci; Sunni Hill festival, u poslednjoj godini organizacije bilo je oko 90.000 posetilaca, od kojih su oko 15% bili stranci; Anibari obično ima oko 15,000 posetilaca, oko 40% su stranci.¹²</p> <p>Drugi festivali, kao što su PriFilm Fest, Beer Fest, Chopin Piano Fest Priština, su manji festivali i uglavnom izazivaju interesovanje lokalnih posetilaca. Ukupno ima više od 30 festivala koji se tradicionalno organizuju. Broj stranih posetilaca iz regiona procenjuje se na oko 40.000. Na tri velika festivala dominiraju mlađi posetioci, uglavnom do 30 godina.</p> <p>Većina festivala na Kosovu je koncentrisana u letnjem periodu. U druga doba godine ima vrlo malo festivala. Stranci su noćenja i u proseku borave 1-3 noći, u zavisnosti od festivala. Potencijal potrošnje je prosečan.</p>
Razlog posete	Pevači, glumci, reditelji i uopšte svetski poznati umetnici; doživeti festival u drugoj zemlji; prateće aktivnosti koje organizuju festivali.
Glavni uticajnik posete	Promocija na društvenim mrežama; promocija od ranijih posetilaca; "Line-up" festivala; promocija od strane samih umetnika; promocija putem sajta festivala; Informativne/promotivne sesije u regionu.
Šta radi koje su prednosti?	<p>Organizacioni kadar na tradicionalnim festivalima je iskusan.</p> <p>Sve interesantne tačke (barovi, restorani, smeštaj i slično) nalaze se na pešačkoj udaljenosti.</p> <p>Odnosi sa svetski poznatim umetnicima.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Nema dovoljno podrške da se mali festivali internacionalizuju.</p> <p>Postoji ograničena saradnja sa domaćim i stranim turoperatorima kako bi se kroz njih promovisali festivali.</p> <p>Tokom dana nema dovoljno aktivnosti za posetioce Dokufesta i drugih velikih festivala.</p> <p>Festivali su koncentrisani u određenom periodu godine i neki od njih ometaju jedni druge.</p> <p>Nedostaje međunarodno promovisan kalendar kulturnih festivala.</p>
RV9: Putnici u poslovne svrhe	

¹² Swisscontact-PPSE (2020) Istraživanje turističke ponude na Kosovu 2019.

<p>Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)</p>	<p>Poslovni putnici su uglavnom iz regiona i Turske, i obično su odgovorni za poslovne predstavnike/filijale na Kosovu. Značajan broj dolazi iu okviru razvojnih projekata u zemlji. Ukupno ima oko 12,000 dolazaka posetilaca godišnje. Dominiraju oni iz EU i SAD. Izuzimajući aktivnosti vezane za posao, veoma mali broj njih provodi vreme upijajući kosovsku kulturu i prirodu.</p> <p>Dominantna starost poslovnih putnika je od 35 do 55 godina. Gotovo u svim slučajevima borave u hotelima, najčešće u centru gradova u kojima posluju. Oni su redovni posetioци sa boravkom od jedne do tri noći. Tokom boravka troše oko 150-300 EUR. Generalno, imaju veliki potencijal potrošnje.</p> <p>Ne postoji određeno doba godine kada je protok najveći – dolazak poslovnih putnika je uglavnom ujednačen.</p>
<p>Razlog posete</p>	<p>Poslovanje na Kosovu; koordinacija sa predstavništvima/filijalama koje deluju na Kosovu; pružanje tehničke pomoći u razvojnim projektima.</p>
<p>Glavni uticajnik posete</p>	<p>Preduzeća, predstavništva stranih preduzeća; donatori; realizatori razvojnih projekata.</p>
<p>Šta radi? Koje su prednosti?</p>	<p>Hoteli u kojima borave strani biznismeni imaju moderne sale za sastanke i konferencije.</p> <p>U Prištini, gde ovaj tok uglavnom gravitira, razvila se kulinarska tradicija koju cene privrednici.</p> <p>Taksi usluge u gradovima su dobrog kvaliteta i razumne cene.</p> <p>Besplatna radna snaga je prednost u poslovanju na Kosovu.</p>
<p>Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?</p>	<p>Nedostaju odgovarajuće i strukturirane informacije o mogućnostima dužeg boravka, za razvoj kulturnog ili planinskog turizma na Kosovu.</p> <p>PDV na smeštaj je standardan i nije smanjen, kao u svim susednim zemljama i u velikoj većini zemalja EU.</p> <p>Nedostaju rekreativne i zelene površine na odgovarajućim udaljenostima.</p> <p>Boravak je kratak i fokus je samo na aktivnostima vezanim za posao.</p>
<p>RV10: Slobodni i nezavisni putnici koji istražuju Balkan</p>	

<p>Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)</p>	<p>Slobodni i nezavisni putnici su uglavnom male grupe (maksimalno 10 ljudi) iz Nemačke, Engleske, Italije, skandinavskih zemalja, SAD i Kanade. Njihovi itinereri su, za razliku od tipičnih balkanskih tura, kraći. Zajedno sa Kosovom, ovi putnici najčešće posećuju i jednu od susednih zemalja, Albaniju.</p> <p>Oni dolaze preko turoperatora i obilato počinju na Kosovu. Turneja na Kosovu u proseku traje oko tri dana. Spavaju uglavnom u Prištini i Prizrenu, mestima gde borave većinu vremena. Nedavno je čak i Đakovica, odnosno Stara čaršija, izazvala interesovanje kod ovih putnika, koji je takođe razmatraju za spavanje. Turooperatori nude fleksibilne rute, u zavisnosti od preferencija putnika. Tipične preferencije ovog toka su degustacija vina i posete UNESCO lokacijama. U poslednje vreme ovaj potok pokazuje veće interesovanje za kupovinu i kupovinu suvenira sa tradicionalnim motivima.</p> <p>Oni imaju prosečan potencijal potrošnje i, u stvari, troše više od onih koji dolaze u većim grupama. Zahtevi su konkretniji: veće sobe, udobniji prevoz.</p> <p>Najčešći period posete je u proleće ili jesen.</p>
<p>Razlog posete</p>	<p>Radoznalost za novu destinaciju; interesovanje za istoriju i kulturu zemlje; nemogućnost ranije posete Kosovu, jer ono nije deo uobičajenih balkanskih tura.</p>
<p>Glavni uticajnik posete</p>	<p>Lokalni turooperatori; društvo ili rođaci koji su ranije bili u misiji na Kosovu; strani mediji.</p>
<p>Šta radi? Koje su prednosti?</p>	<p>Kule u ravnici Dukađin su atraktivne i izazvale bi interesovanje kod ovih posetilaca.</p> <p>Međureligijska tolerancija i mogućnost posete sajtovima iz tri religije koje se nalaze u istom gradu.</p> <p>Fleksibilnost turoperatora da prilagode itinerare prema zahtevima putnika.</p>
<p>Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?</p>	<p>Nedostaju komercijalni proizvodi za doživljavanje aktivnosti u ruralnim područjima.</p> <p>Ograničen broj turističkih vodiča koji znaju jezike osim engleskog i, donekle, nemačkog.</p> <p>Nelojalna konkurencija uzrokovana neformalnim radom turističkih vodiča.</p> <p>Postoji ograničen broj muzeja i mnogi od njih ne rade u vremenima pogodnim za posetioce.</p> <p>U plaćenim turističkim atrakcijama ne postoji digitalni sistem za prodaju karata.</p> <p>Nedostaju osnovne zvanične priče/narativi o spomenicima kulturnog nasleđa, posebno o onima sa složenijom istorijom.</p> <p>Letovi za Kosovo su skuplji u odnosu na druge susedne zemlje.</p>

RV11: Grupe za zimske aktivnosti	
Profil (zemlja porekla, starost, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete, itd.)	<p>Ovaj tok se sastoji od malih grupa posetilaca (najviše do 8 ljudi), koji obavljaju zimske aktivnosti, kao što su, na primer, „obučavanje snega“, „turiranje skijanja“ itd. Ove aktivnosti se razlikuju od alpskog skijanja koje spada u kategoriju masovnog turizma. Iako je kao tok još uvek u početnoj fazi razvoja, poslednjih godina broj posetilaca se značajno povećao (ukupno oko 1,000 posetilaca), što jasno pokazuje potencijal koji poseduje.</p> <p>Trenutno, ove grupe uglavnom čine Nemci, Francuzi, Poljaci i Španci. Njihova prosečna starost kreće se od 30 do 55 godina. Dve glavne destinacije su Šar planine i planine Rugova. Period kada ovi posetioci dolaze je od decembra do kraja aprila.</p> <p>Veliki broj njih dolazi preko turoperatora iz Albanije i Severne Makedonije. Neki dolaze i preko kosovskih turoperatora. Postoji interesovanje i stranaca sa misijom na Kosovu. Skoro svako je sa svojim uređajima. U proseku ostaju 6 dana. Oni preferiraju mirnija područja, sa manje prometa. Polazna tačka ture je u visokim predelima, a do tamo im je potreban prevoz. Spavaju u hostelima. Generalno, oni imaju prosečan potencijal potrošnje.</p> <p>Poslednjih godina imamo konstantan porast stranih skijaša za zimske aktivnosti kao što su Off-piste, Ski Touring, posebno u Đeravici. Ove aktivnosti dovode na Kosovo klijente koji borave oko nedelju dana u malim grupama tokom cele zimske sezone, a ne samo posetioce tokom vikenda. Čak je i masiv Šara pogodan za pružanje ovih aktivnosti i uz mala ulaganja može se unaprediti.</p> <p>Ovi posetioci su stariji od 40 godina, borave na Kosovu cele nedelje i troše oko 70 do 200 evra dnevno. Jedan dan zimskog vodiča plaća se oko 120 evra.</p>
Razlog posete	Razvoj nekih jeftinih zimskih aktivnosti kao što je krpljanje.
Glavni uticajnik posete	Turooperatori iz Albanije i Severne Makedonije, lokalni turooperatori, međunarodni časopisi.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Postoje fascinantni tereni za razvoj zimskih aktivnosti van ski staza, posebno u Đeravici i Brezovici.</p> <p>Etnička raznolikost u planinskim oblastima je jedinstvenost koju posetioci cene.</p> <p>Liberalni regulatorni okvir nudi mogućnosti za različite aktivnosti; u mnogim stranim zemljama postoje ograničenja u tom pogledu.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Putna infrastruktura do planinskih područja sa snegom je prilično problematična; tokom zimskih meseci često se dešava da se formiraju redovi i čekaju satima; alternativni putevi nedostaju.</p> <p>Nema dovoljno obučanih i sertifikovanih lokalnih turističkih vodiča da pruže kvalitetne usluge za ovaj tok.</p> <p>Nema dovoljno parking mesta. To je uticalo da cene parkinga budu izuzetno visoke.</p> <p>Nema dovoljno smeštajnih kapaciteta, posebno na terenima Šar planine.</p> <p>Bjeshke u ostalim delovima Kosova, inače, Bjeshke e Kabashi, koji su pogodni za ove aktivnosti, se ne koriste.</p> <p>Opštine nisu opremljene jedinicama i obučanim osobljem za traganje i spasavanje u slučaju lavine; nema dovoljno informacija o potencijalnim rizicima.</p>

RV12: Noćni život posetilaca iz regiona	
Profil (zemlja porekla, starost, ekonomski nivo, dani/noći boravka, potencijal potrošnje, period posete itd.)	<p>Severna Makedonija i Albanija su dve zemlje iz regiona odakle dolazi većina posetilaca noćnog života Kosova. U međuvremenu, posetioci iz Srbije i Crne Gore su u manjem broju. Ovi posetioci putuju na Kosovo uglavnom svojim privatnim vozilima.</p> <p>Glavna destinacija za ovaj tok je Priština, gde se odvija najveći deo noćnog života. Najveći priliv ovih posetilaca je tokom leta, u ovom periodu kada se održavaju mnoge žurke u noćnim klubovima, kao i koncerti na otvorenom. Dolasci su uglavnom tokom vikenda i obično sa jednim noćenjem. Treba napomenuti da i period zimskih praznika podstiče povećan protok posetilaca. Ogromna većina su tradicionalni posetioci, iako se tokom godina primećuje porast broja novih posetilaca.</p> <p>Dominantne starosti su između 20 i 40 godina. Imaju relativno veliki potencijal potrošnje, posebno oni koji pripadaju gornjoj granici dominantnog doba ovog toka.</p>
Razlog posete (atrakcija i glavni akteri)	Noćni život: DJ žurke, koncerti, festivali.
Glavni uticajnik posete	Društvo i prijatelji; promocija na društvenim mrežama, uglavnom na Fejsbuku i Instagramu; usmeno; marketinške agencije u zemljama porekla.
Šta radi? Koje su prednosti?	<p>Diskoteke imaju veze sa poznatim DJ-evima nastalim na koncertima nastalim u prošlosti.</p> <p>U Prištini postoji tradicija organizovanja žurki elektronske muzike.</p> <p>Sa izuzetkom manjih incidenata, obezbeđenje koje se nudi u klubovima, diskotekama, kafićima i u gradovima uopšte je na odgovarajućem nivou.</p> <p>Noćni život je jeftiniji u poređenju sa drugim zemljama u regionu; kultura kafe i rakije je posebna.</p> <p>Postoji zadovoljavajuća saradnja između aktera noćnog života u okviru Udruženja gastronoma Kosova.</p>
Šta ne radi/nedostaje? Koji su izazovi?	<p>Nedostaju prostori sa pratećom infrastrukturom posvećeni velikim koncertima. Javni prevoz nije dostupan kasno uveče. Takođe, u mnogim gradovima postoji jednoobrazno vreme zatvaranja svih lokala.</p> <p>Nema turoperatora koji nude obilaske noćnog života u kojima bi posetioci imali priliku da dožive noćni izlazak u određenom gradu sa svim njegovim specifičnostima.</p> <p>Domaći proizvodi, poput kućne rakije, kao i priče iza njih, nedovoljno se promovišu stranim posetiocima.</p> <p>Najkonzervativniji način organizovanja zabava.</p>

Tabela 5 prikazuje korelaciju tokova posetilaca sa tipičnim segmentima turističkog tržišta i pokazuje koji posetioци mogu biti zainteresovani za proširenje svoje aktivnosti na druge segmente u budućnosti.

Tabela 5: Tržišni segmenti relevantni za postojeće tokove posetilaca

Tokovi posetilaca	Nivo interesovanja za tipične interesne segmente √ = nizak; √√ = srednji; √√√ = visok > = u budućnosti može postojati interesovanje za ovaj segment x = nema interesa ni sada ni u budućnosti		
	Priroda	Avantura	Kultura
Dijaspora: Novi istraživači	>	>	√
Azijske grupe na balkanskim turnejama	√√	√	√√√
Posetioци za alpsko skijanje i druge slične zimske sportove	√√	>	>
Posetioци iz Albanije tokom vikenda	√√	>	√√
Strani posetioци za avanturistički turizam	√√√	√√√	>
Dijaspora: Nostalgičari prve generacije	√	x	√√
Zapadni istraživači kulturnog nasleđa	√√	x	√√√
Posetioци festivala kulture iz regiona	>	>	√√√
Putnici u poslovne svrhe	√	>	√
Slobodni i nezavisni putnici koji istražuju Balkan	√√	√√	√√
Grupe za zimske aktivnosti	√√	√√	>
Noćni život posetilaca iz regiona	x	>	√

c. Rezime glavnih problema

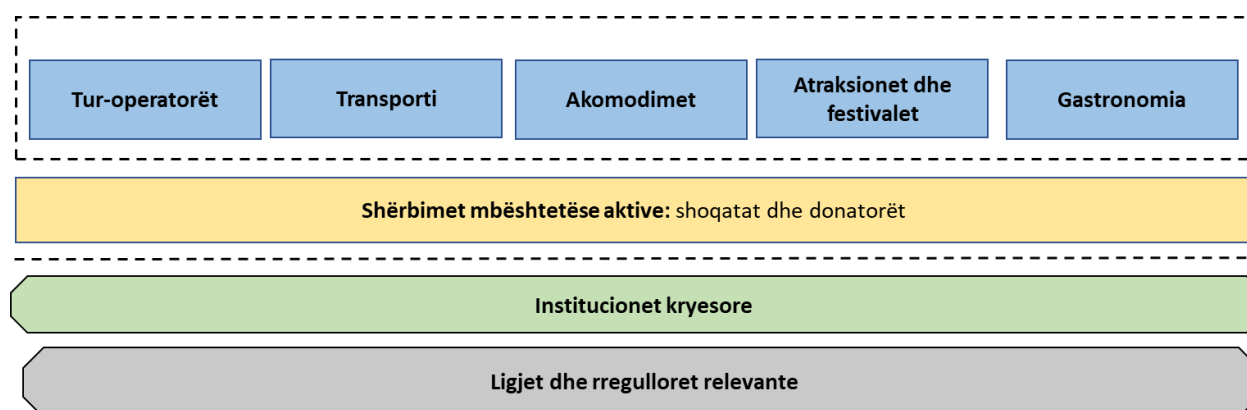
Na osnovu skeniranja stanja u turizmu, problemi i izazovi u ovom sektoru mogu se grupisati na sledeći način:

- Nedostaje ciljani promotivni pristup sektora turizma uz kvalitetno informisanje i sistematsku saradnju aktera;
- Opšta i specifična infrastruktura u turističkim destinacijama je uglavnom nerazvijena;
- Turistička ponuda privatnog sektora je loša i slaba u smislu konkurentnosti;
- Ljudski kapaciteti za pružanje turističkih usluga na svakom nivou duž lanca vrednosti su ograničeni;
- Pandemija je nanela štetu turističkim akterima i ugrozila njihov opstanak i održivost.

8. Mapiranje ključnih aktera i funkcija

Ovaj odeljak daje kratak opis glavnih aktera i funkcija u sektoru turizma na Kosovu, kao i baca svetlo na aktivne aktere podrške i okruženje koje omogućava/regulatorno. Slika 1 predstavlja opštu sliku u ilustrativnom obliku.

Slika 1: Akteri i relevantne funkcije turizma



d. Primarni akteri

Turoperatori i turistički vodiči

Oko 30 turoperatora je registrovano širom Kosova; najveći broj njih deluje u Prištini i Peći. Pored osnovnih itinerera, koji se promovisu na njihovim sajtovim, lokalni turoperatori, kao relativno mali, imaju luksuz da budu fleksibilni u određivanju itinerera prema interesovanjima i vremenu na raspolaganju posetilaca. Što se tiče turističkih vodiča, državni organi nemaju registar o njima jer sertifikaciju ne sprovode institucije, već se uglavnom nude u okviru međunarodnih projekata u zemlji. Broj sertifikovanih turističkih vodiča se procenjuje na oko 60. U 2018. godini, turistički vodiči su, u cilju promocije turizma Kosova preko profesionalnih vodiča, osnovali sopstvenu organizaciju za članstvo GUIDEKS, koja je i predstavnik Kosova u Evropskoj federaciji. Udruženja turističkih vodiča Evrope (FEG).

Transport

Drumski transport

Kosovo ima putnu mrežu koja se sastoji od 630 km glavnih puteva. Takođe, postoje dva autoputa: Priština-Hani i Elezit, koji povezuje Kosovo sa Severnom Makedonijom; i Priština-Morina, koja povezuje Kosovo sa Albanijom. Između gradova postoje autobuske linije. U Prištini i u nekim većim gradovima postoji i gradski prevoz.

Vazdušni saobraćaj

“Međunarodni aerodrom Adem Jašari“ je jedini funkcionalni aerodrom na Kosovu i nalazi se na udaljenosti od 15 kilometara od opštine Priština. Ovaj aerodrom nudi letove do najvažnijih evropskih centara i šire. Međutim, razvojem autoputeva stvorena je dobra prilika za pristup aerodromu Skoplje ili aerodromu Kukeš.

Železnički transport

Kosovo ima železnički sistem od 330 km. Zbog loše infrastrukture i drugih problema, trenutno su u prometu samo dve linije: linija Priština-Elez Hani, koja saobraća jednom dnevno, i linija Priština-Peć, koja saobraća dva puta dnevno. Obe linije su samo za prevoz putnika. Na pruži Priština-Elez Hani radi se na njenoj rehabilitaciji, dok se u bliskoj budućnosti očekuje da će operaciji biti dodata i linija Kosovo Polje-Mitrovica, a kasnije i linija Mitrovica-Lešak kao i Linije Kosovo Polje-Podujevo-Mendara.

Smeštaj

Registar smeštajnih kapaciteta na teritoriji Kosova sadrži 490 jedinica koje su funkcionalne i obavljaju hotelsku delatnost u zemlji. Od toga, 47% su hoteli, 36% moteli, dok su ostale ostale smeštajne jedinice. Ukupan kapacitet ovih smeštajnih jedinica je 7,368 i 11,572 ležaja. Regioni koji dominiraju sa najviše smeštajnih jedinica su Priština (160), Peć (92) i Prizren (84). Stopa iskorišćenosti smeštajnih kapaciteta, prema AKS, kreće se oko 12-15 odsto, osim u poslednjem periodu gde je zbog pandemije ova stopa značajno opala. Podaci iz godišnjeg istraživanja PPSE, s druge strane, pokazuju znatno veću stopu iskorišćenja, u proseku oko 55-60%. Razlika u statistici je u tome što ove druge svojom metodologijom takođe uzimaju neformalnost kao osnovu. U 2019. godini u smeštajnim jedinicama (i pratećim uslugama) zaposleno je oko 3,563 radnika.

Atrakcije

Kulturno-istorijske atrakcije

Kulturno nasleđe je veoma važan faktor za skoro svaki turistički tok u zemlji. Kosovo je, imajući senzacionalnu istoriju, uspelo da nasledi veliki broj kulturno-istorijskih dobara. Na osnovu podataka MKOS-a, trenutno je 1,567 dobara kulturnog nasleđa pod privremenom zaštitom u oblasti arheologije, arhitekture i duhovnog nasleđa na Kosovu. Među najposećenijim kulturnim atrakcijama su: Narodni muzej, Etnografski muzej, Sinan-pašina džamija, Manastir Dečani, Pećka patrijaršija, Mauzolej sultana Muratija, Crkva Svetog Premtesa (Leviša), Katedrala Majke Tereze, Crkva "Zonja e Madhe", Prizrenski zamak, Ulpijana, Dvorac Novoherda, Hamam Gazi Mehmet Paše i Kule Dukađin.

Prirodne atrakcije

Pored kulturno-istorijskih atrakcija, Kosovo je bogato i atraktivnim prirodnim atrakcijama: planinama, rekama, jezerima, vodopadima i pećinama. Zbog velikog potencijala prirode, gde planine čine oko 63% njene teritorije, Kosovo je danas poznato na međunarodnim tržištima po svojim prirodnim atrakcijama i prirodnim aktivnostima. Planine Šar u celini, zatim region Brezovice posebno, Bješke i Nemuna uključujući region Rugova, planine Dečan i Junik, zatim Bješka u Mokni, čine neke od planina Kosova koje su poznate kao turističke atrakcije. U okviru planina nalazi se nekoliko atraktivnih vrhova za penjanje kao što su: Maja e Gjeravica, Maja e Luboten, Maja e Bistra, Maja e Oshlak, Maja Guri i Kuk,

Maja Vrtop itd. Prilično popularne i posećene atrakcije su Drini i Bardhe, vodopadi Miruša, jezero Kukishta, jezero Badovci, jezero Radonik, jezero Batlava, Bifurkacija Nerodime kao i pećine u kojima imamo pećinu Gadime, pećinu Radavci, pećinu Kusari - neke su od njih od najpopularnijih atrakcija u zemlji.

Veštačke atrakcije

Postoje i neki novi turistički proizvodi koji su stvoreni ili napravljeni od strane ljudi bilo u prirodi ili u zatvorenom prostoru. Takve atrakcije stvorene u prirodi su: Zip Line, Via Ferrata staze, Metalni mostovi - Tibetanski itd.

Festivali

Postoji ukupno 30 domaćih i međunarodnih festivala, uglavnom iz oblasti muzike i filma, koji se tradicionalno organizuju na Kosovu i koji privlače posetioce iz cele Evrope. Najpopularniji festivali u zemlji su: festival kratkog filma u Prizrenu, Dokufest; međunarodni muzički festival u Prištini „Sunni Hill Festival“; i međunarodnog festivala animacije u Peći „Anibar“. Drugi festivali, kao što su PriFilm Fest, Beer Fest, Chopin Piano Fest Priština, su manji festivali i uglavnom izazivaju interesovanje lokalnih posetilaca.

Mediterranske igre

Kosovo će po prvi put 2030. godine biti domaćin Mediteranskih olimpijskih igara na kojima će se podići imidž države Kosovo u međunarodnoj areni, ojačati državni identitet, stoga za organizaciju ovog događaja potrebno je uložiti u povećanje smeštajni kapaciteti, sportski tereni, prateća infrastruktura, digitalizacija, unapređenje ljudskih kapaciteta kao i promocija potencijala naše zemlje.

Sportska i umetnička dostignuća

Atletičari sa Kosova bili su na pravom nivou u svom izvođenju vodeći na listama svetskih takmičenja, izdvajajući sportove kao što su džudo, boks, karate, fudbal, rvanje, bodibilding i fitness, atletika, skijanje, rukomet, kik boks, kuglanje itd.

Pevači kosovskog porekla odnedavno su rangirani na prva mesta svetskih top lista, a osvajaju i razne značajne nagrade. Umetnici kao što su: Dua Lipa, Rita Ora, Rame Lahaj itd.

Gastronomija

Prema KARB-u, na Kosovu ima oko 17,053 aktivna preduzeća u oblasti gastronomije. Od svih ovih delatnosti, oko 36% je registrovano u kategoriji „Ugostiteljstvo i pokretne delatnosti usluživanja hrane“ i 35% u „Delatnosti usluživanja pića“. Priština sa 27%, uz Prizren sa 11% i Uroševac sa 7% su opštine sa najviše registrovanih gastronomskih delatnosti. Treba naglasiti da veliki broj njih, iako se pojavljuje u registru, ne znači da su nužno aktivni. Veliki procenat, uprkos zatvaranju i prekidu delatnosti, ne obaveštava KARB o promeni. Sa druge strane, podaci TripAdvisora sadrže oko 714 restorana (uključujući i one u okviru smeštaja). Od interesa za mnoge vrste posetilaca je tradicija kafe, koja je ukorenjena u kosovskoj kulturi.

Podržavajuće institucije

Postoji veliki broj institucija za podršku, odnosno udruženja i donatora koji doprinose razvoju turizma na Kosovu. Među najvažnijim su:

- **Unija turizma Kosova** čine predstavnici hotela, turoperatora i turističkih agencija. Osnovni cilj ovog sindikata je jačanje i razvoj sektora turizma, hotelijerstva i posebno jačanje turističkih agencija.
- **Ugostiteljsko-turistička komora Kosova** je novoosnovana od strane turističkih akcionara sa ciljem jačanja saradnje između lokalnih, centralnih i regionalnih institucija, za identifikovanje načina i koraka za stvaranje povoljnog ambijenta za što šire uključivanje ugostiteljstva i turizma.
- **GUIDEKS** je udruženje koje čine profesionalni turistički vodiči. Misija ovog udruženja je promocija Kosova preko sertifikovanih turističkih vodiča, kao i promocija i zaštita profesije turističkog vodiča.
- **Fondacija Kulturno nasleđe bez granica (CHwB)** je švedska nevladina organizacija sa ogrankom u Prištini, koja promovise kulturnu baštinu kao pravo samo po sebi, ali istovremeno i kao dobro.

e. Glavne institucije

Na osnovu institucionalnog uređenja, glavni organ za izradu politika u oblasti turizma je Departman za turizam u okviru Ministarstva nadležnog za poslove turizma. Druga važna institucija zadužena za promociju sektora turizma je nadležna Agencija za promociju turizma. Pored Ministarstva nadležnog za poslove turizma, druge institucije koje se odnose na turizam su: Ministarstvo nadležno za Kulturu, Omladinu i Sport, Ministarstvo nadležno za poslove Privrede, Ministarstvo nadležno za poslove Poljoprivrede, Šumarstva i Ruralnog Razvoja, Ministarstvo Administracije i Lokalne Samouprave, Ministarstvo nadležno za Prosvetu, Nauku i Tehnologiju, Ministarstvo Finansija, Ministarstvo Životne Sredine, Prostornog Planiranja i Infrastrukture, kao i nadležne uprave na opštinskom nivou.

f. Relevantni zakoni i uredbe

Naziv pravnog dokumenta	Opis
Zakon Br. 08/L-074o turizmu	Ovim zakonom uređuju se principi i odgovornosti stranaka za organizovanje, poslovanje i pružanje turističkih usluga u skladu sa standardima usluga u oblasti turizma.
Podzakonski akti koji proizilaze iz Zakona o turizmu: ADMINISTRATIVNO UPUTSTVO (MIPT) BR. 05/2023 O USLOVIMA , KRITERIJUMIMA I OBAVEZAMA OBAVLJANJA DELATNOSTI PUTNIČKIH AGENCIJA	Sa ovim A.U. uređuju se: uslovi, kriterijumi i obaveze za obavljanje delatnosti turističkih agencija, procedure opremanja sa dozvolom za obavljanje delatnosti turističke agencije organizatora, kao i posredničke agencije koje nude prodaju turističkih aranžmana spoljnim organizatorima agencije, uključujući formu, kriterijume, procedure prijave, administrativne takse, osnivanje komisije za razmatranje zahteva i komisije za žalbe, pokriće osiguranja od odgovornosti turističkih agencija za njihove usluge.
ADMINISTRATIVNO UPUTSTVO (MIPT) Br. 06/2023 O USLOVIMA KRITERIJUMIMA I	Sa ovim A.U. uređuju se uslovi i kriterijumi za obavljanje delatnosti turističkog vodiča, postupci

<p>POSTUPKU REGISTRACIJE I OBAVLJANJA DELATNOSTI TURISTIČKIH VODIČA</p> <p>ADMINISTRATIVNO UPUTSTVO (MIPT) Br. 04/2023 ZA TURISTIČKI REGISTAR</p> <p>A.U. ZA KATEGORIZACIJU I KLASIFIKACIJU SMJEŠTAJNIH STRUKTURA</p> <p>A.U. ZA UTVRĐIVANJE KRITERIJUMA PODRUČJA SA PRIORITETOM ZA RAZVOJ TURIZMA</p> <p>A.U. O ZADUŽNOSTIMA I ODGOVORNOSTIMA TURISTIČKOG SAVETA</p> <p>A.U. O USLOVIMA PRUŽANJA USLUGA U RURALNOM TURIZMU, AGRO-TURIZMU, AKVAKULTURI, RIBOLOVU, ŠUMARSTVU I SLIČNIM OBLASTIMA</p> <p>A.U. ZA USLUGE IZNAJMLJIVANJA VOZILA</p>	<p>prijave i upisa turističkog vodiča u turistički registar, postupci izdavanja lične karte i njenog oduzimanja.</p> <p>Sa ovim A.U. uređuju se sadržaj, upravljanje i proces evidentiranja podataka u registru turizma. Registar turizma ima informativni i promotivni karakter, kroz pružanje službenih informacija za subjekte koji obavljaju delatnost u oblasti turizma, kao i podataka o turističkim resursima i destinacijama u Republici Kosovo.</p> <p>Sa ovim A.U. utvrđuju se kriterijumi, uslovi, rokovi i administrativna taksa za razvrstavanje smeštajnih objekata. Svaka kategorija smeštajnih objekata je klasifikovana posebnim sistemom, praćenim odgovarajućim znakovima razlikovanja prema definiciji.</p> <p>Ovim A.U. definisani su kriterijumi za određivanje prioritetne oblasti za razvoj turizma. Kada su turistički resursi u Republici Kosovo identifikovani ovim aktom, određuju se prioritetne oblasti za razvoj turizma, plan prioritetnih oblasti za razvoj turizma, itd.</p> <p>Sa ovim A.U. definisani su sastav, dužnosti i odgovornosti saveta za turizam, pri čemu je uloga saveta da kroz savetovanje i razmenu informacija uspostavi dijalog između javnih institucija i privrednih subjekata koji obavljaju delatnost u oblasti turizma.</p> <p>Ovim administrativnim uputstvom definisani su uslovi za pružanje usluga u seoskom turizmu, agroturizmu, akvakulturi, ribarstvu, šumarstvu i sličnim oblastima, gde su odredbe ovog A.U. odnose se na pružaoce usluga u seoskom turizmu, agroturizmu, akvakulturi, ribarstvu, šumarstvu i sličnim oblastima, kao i na Ministarstvo i institucije koje su nadležne u oblasti turizma.</p> <p>Sa ovim A.U. definisani su uslovi i kriterijumi za pružaoce usluga iznajmljivanja automobila. Odredbe ovog Administrativnog uputstva primenjuju se na komercijalna preduzeća koja se bave delatnošću pružanja usluga iznajmljivanja vozila (rent-a-car).</p>
---	--

Sledeći zakoni takođe imaju direktne ili indirektno efekte na turizam:

- Zakon br. 05/L-130 o uslugama
- Zakon br. 04/L-121 o zaštiti potrošača

- Zakon Br. 02/L-88 o kulturnom nasleđu
- Zakon br. 03/L-181 o inspektoratu i nadzor tržišta
- Zakon Br. 04/L-179 o drumskom transportu
- Zakon Br. 03/L-051 o civilnon vazduhoplovstvu
- Zakon Br. 04/L-060 o otpadu
- Zakon Br. 03/L-039 o specijalnim zaštićenim zonama
- Zakon Br. 04/L-066 o istorijskom centru Prizrena
- Zakon Br. 04/L-62 o selu Velika Hoča
- Zakon Br. 04/L-196 o selu Zym
- Zakon Br. 04/L - 087 o Nacionalnom parku “Šari”
- Zakon Br. 04/L – 086 o Nacionalnom parku “Bješket e Nemuna”
- Zakon Br.08/L.072 o poljoprivredi i ruralnom razvoju

9. Vizija i misija

Vizija

Do 2030. Kosovo će postati održiva turistička destinacija i konkurent na Zapadnom Balkanu.

Misija

Održivi turizam biće jedan od glavnih principa u putanji razvoja ovog sektora. Glavnu pažnju imaće tokovi koji ulaze u okvire prirodnog i kulturnog turizma, ne isključujući druge tokove koji se razvijaju kao rezultat unutrašnje dinamike i globalnih trendova. Tokom ovog perioda, turizam će postati jedan od ključnih sektora održivog ekonomskog razvoja u zemlji.

10. Ciljevi i postupci

Strategija turizma ima pet strateških ciljeva. Svaki od strateških ciljeva takođe sadrži specifične ciljeve. Ciljevi su povezani sa indikatorima uticaja i rezultata kako bi se izmerila njihova implementacija. U ovom delu su navedene i postupke, iako su one detaljno obrađene u akcionom planu.

STRATEŠKI CILJ 1: Povećanje promotivnih aktivnosti i poboljšanje protoka informacija

Ovaj cilj će prvenstveno uticati na povećanje broja posetilaca. Kroz povećanje broja aktivnosti promocije turizma u zemlji i inostranstvu na ciljanim međunarodnim tržištima i brendiranje Kosova kao turističke destinacije, kao i poboljšanje pristupa turističkim informacijama o Kosovu, ovo će uticati na poboljšanje imidža Kosova na međunarodnom planu rezultat očekujemo povećanje broja međunarodnih posetilaca i povećanje broja hostela. Ovaj cilj će se postići uz pomoć sledeća tri specifična cilja:

- **Specifični cilj 1.1: Promocija turističkog imidža Kosova u međunarodnoj areni**
Promocija turističkog imidža Kosova na ciljanim međunarodnim tržištima će se realizovati kroz razvoj i promociju brenda Kosova kao turističke destinacije. Vlada će koristiti međunarodne platforme za promociju Kosova.

➤ **Specifični cilj 1.2: Upotreba digitalnih metoda u pružanju informacija i poboljšanju kvaliteta turističkih informacija**

Ovaj cilj će se postići omogućavanjem turističkim akterima da koriste međunarodne digitalne platforme u funkciji svojih usluga, ažuriranjem podataka o turističkim i kulturnim potencijalima na otvorenim platformama na internetu, digitalizacijom atrakcija, unapređenjem veb portala turizma. Takođe je predviđeno da se formalizuju osnovni narativi za glavne atrakcije.

➤ **Specifični cilj 1.3: Podizanje saradnje između turističkih aktera**

Za postizanje ovog cilja biće organizovane aktivnosti između javnog i privatnog sektora, kao i komunikacija između organizatora putovanja i pružalaca usluga smeštaja. Reorganizacija Turističkog saveta će imati ulogu u koordinaciji između aktera, kao i uspostavljanju dijaloga između privatnog i javnog sektora.

STRATEŠKI CILJ 2: Stvaranje i unapređenje kvalitetne i održive infrastrukture za razvoj turizma

Infrastruktura je osnovna komponenta razvoja turizma. Turistička infrastruktura obuhvata veliki broj usluga, koje su neophodne da bi se zadovoljile potrebe turista i povećalo zadovoljstvo tokom njihovog boravka na destinaciji. Lak pristup i potrebne informacije turističkim destinacijama će uticati na privlačenje posetilaca.

Očekuje se da se intervencije na fizičkoj i turističkoj infrastrukturi sprovode u skladu sa prirodom kako bi se razvijao održivi turizam bez degradacije prirode, posebno kada su u pitanju zaštićena područja. Razvijena infrastruktura služiće i pružaocima turističkih usluga u poslovanju u ovoj oblasti, kao i lokalnoj zajednici u povećanju njihovog blagostanja i mogućnosti bavljenja turističkim aktivnostima. Ovaj cilj će se postići uz pomoć sledećih osam specifičnih ciljeva:

➤ **Specifični cilj 2.1: Revitalizacija postojećih turističkih centara**

Biće sprovedena studija izvodljivosti kako bi se razumele najisplativije i najizvodljivije opcije za revitalizaciju postojećih turističkih centara. Nalazi ove studije biće predstavljeni Vladi radi sprovođenja.

➤ **Specifični cilj 2.2: Privlačenje investitora za otvaranje novih centara zimskog turizma (skijaških)**

Postojaće posvećenost privlačenju investitora za povećanje smeštajnih i rekreativnih kapaciteta zimskog turizma i skijaških centara. Jasan pokazatelj potrebe za povećanjem ovih kapaciteta je prenaseljenost postojećih ski centara na Kosovu.

➤ **Specifični cilj 2.3: Povećanje smeštajnih kapaciteta i unapređenje njihove infrastrukture**

Ovaj cilj će se postići kroz privlačenje kapitalnih investicija, posebno u povećanje hotelskih kapaciteta po pristupačnoj ceni "budžetnih hotela". Povećanje ovih smeštajnih kapaciteta bi podstaklo povećanje broja boravaka nekih strateških tokova posetilaca na Kosovu. Takođe, Vlada će podržati preduzeća u planinskim područjima da prošire svoje kapacitete, kao i stvaranje prateće infrastrukture, u prenamjeni tradicionalnih kuća i kula u stambene objekte. Predviđeno je da se fizička infrastruktura u turističkim područjima reguliše uspostavljanjem međuinstitucionalne saradnje i interakcije.

➤ **Specifični cilj 2.4: Poboljšanje turističkog pristupa**

Ovaj cilj će se ostvariti kroz rehabilitaciju puteva ka planinskim destinacijama i ski centrima, kao i razvojem žičarskog saobraćaja tamo gde je to identifikovano kao potreba. Poboljšanje pristupa će povećati broj posetilaca ovih područja.

Unapređenje pešačkih i biciklističkih staza u ruralnim, urbanim i međugradskim sredinama.

Takođe je predviđeno da se poboljša javni prevoz za pristup turističkim destinacijama.

Poboljšanje pristupa zdravstvenoj zaštiti u turističkim područjima.

Pristup će posebno biti olakšan osobama sa posebnim potrebama.

➤ **Specifični cilj 2.5: Izgradnja infrastrukture za zaštitu životne sredine**

Aktivnosti koje će se razvijati u početku će se fokusirati na podizanje svesti građana Kosova o nebacanju otpada i očuvanju životne sredine, posebno u turističkim oblastima, a saradnja sa nadležnim organima će uticati na bolje upravljanje otpadom. Cilj je da se poboljša infrastruktura za tretman, uključujući reciklažu otpada i otpadnih voda. Kroz kategorizaciju muzeja biće omogućeno prilagođavanje savremenim standardima efikasne energije. I ostali turistički objekti biće subvencionisani u korišćenju opreme koja generiše energiju iz efikasnih i prirodnih izvora.

➤ **Specifični cilj 2.6: Identifikacija i razvoj staza za avanturistički turizam i alpsko skijanje**

Ovaj cilj treba da se postigne kroz ulaganja u stvaranje novih staza kao i proširenje postojećih staza, planina i brda na Kosovu. Predviđeno je i obeležavanje postojećih ski staza, kao i identifikacija novih ski centara.

➤ **Specifični cilj 2.7: Održivo upravljanje turističkim atrakcijama**

Aktivnosti koje treba razviti obuhvataju stvaranje standardizovanih prostora za privredne subjekte u spomenicima kulturnog nasleđa (uključujući turističke vodiče, prodavnice suvenira, itd.), kao i stvaranje sistema za održavanje prostora u atrakcijama.

➤ **Specifični cilj 2.8: Unapređenje bezbednosne infrastrukture u turističkim destinacijama**

Kroz izgradnju informacionog sistema za rizike u turističkim destinacijama, koordinaciju aktera za pružanje usluga obezbeđenja u slučaju raznih incidenata ili nezgoda sa turističkim operaterima, istovremeno, kroz novi zakon o saobraćaju, standardi za bezbednost žičara.

STRATEŠKI CILJ 3: Proširenje turističke ponude u skladu sa standardima održivosti i povećanje konkurentnosti

Bogata turistička ponuda proizvodima koji su konkurentni u regionu i novim proizvodima biće postignuta kroz podršku njihovom razvoju, revitalizaciju kulturnog nasleđa, promociju i razvoj kuhinje posebno tradicionalne, razvoj mračnog turizma, kao i podršku i promocija organizacija kao što su festivali. Ovaj cilj će se postići uz pomoć sledeća četiri specifična cilja:

➤ **Specifični cilj 3.1: Promovisanje razvoja komercijalnih proizvoda prema svetskim trendovima**

Ovaj cilj će se postići kroz promovisanje razvoja proizvoda u poljoprivrednim kulturama, podršku razvoju zanatskih delatnosti u istorijskim gradovima, kao i podršku razvoju inovativnih proizvoda.

- **Specifični cilj 3.2: Unapređenje gastronomske ponude u područjima pogodnim za seoski turizam**
Kulinarska ponuda će se ostvariti kroz promociju tradicionalnih prehrambenih proizvoda, podizanje svesti pružalaca usluga ishrane o tradicionalnoj hrani kao i njenom komercijalizacijom, kao i prilagođavanjem jelovnika protoku posetilaca.
- **Specifični cilj 3.3: Razvoj i promocija mračnog turizma**
Mračni turizam se bavi razvojem turističke ponude u područjima koja su povezana sa ratovima i tragedijama. Ovaj cilj će se postići kroz obuku turističkih vodiča o mračnom turizmu i načinu pristupa posetiocima. Mračni turizam će se razvijati identifikovanjem atrakcija i uključivanjem u maršrute mračnog turizma, kao i kroz osnivanje muzeja poslednjeg rata na Kosovu.
- **Specifični cilj 3.4: Promocija noćnog života i uključivanje festivala u turističku ponudu**
Promocija noćnog života ostvariće se kroz stvaranje uslova pristupa velikim gradovima proširenjem linija gradske i međugradske saobraćajne mreže kao i produženjem reda vožnje pojedinih linija kako bi se posetiocima noćnog života olakšalo putovanje. Pružanjem finansijske pomoći malim festivalima da se internacionalizuju, kao i sponzorisanjem internacionalizovanih lokalnih festivala kako bi se osigurala održivost, uticaće na njihovo uključivanje u turističku ponudu

STRATEŠKI CILJ 4: Podizanje ljudskih kapaciteta za povećanje osoblja na tržištu rada i poboljšanje usluga

Kroz ovaj cilj predviđena je priprema ljudskih resursa u oblasti turizma na svim nivoima obrazovanja iu privatnom sektoru prema potrebama tržišta rada. U početku se mislilo da se revidira i poboljša obrazovni kurikulum uključivanjem predmeta studija turizma počevši od ranog obrazovanja, ali i dodavanjem kurseva studija turizma naprednom obrazovanju. Zatim se planira jačanje stručnog obrazovanja kroz podršku otvaranju novih škola i unapređenju postojećih. Ovaj cilj će se postići uz pomoć sledeća dva specifična cilja:

- **Specifični cilj 4.1: Unapređenje sistema formalnog obrazovanja u oblasti turizma**
Izradom analize za identifikaciju potreba tržišta rada u turizmu, usaglašavanje nastavnih planova i programa u srednjim školama i visokoškolskim ustanovama koje nude predmete direktno vezane za turizam i ugostiteljstvo uticaće na unapređenje sistema formalnog obrazovanja u oblasti turizma.
- **Strateški cilj 4.2: Kreiranje programa stručnog usavršavanja posvećenih sektoru turizma**
Ovaj cilj će se ostvariti kroz ažuriranje školskog i univerzitetskog materijala iz oblasti turizma, kao i akreditaciju programa za kratke stručne kurseve koji se odnose na usluge u sektoru turizma, kao i pružanje sistematske obuke u deficitarnim oblastima turizma.

STRATEŠKI CILJ 5: Unapređenje regulatornog okvira i turističke politike

Kroz ovaj cilj, namerava se dalje unaprediti pravni okvir usklađivanjem sa evropskim praksama i standardima, kao i stvaranje pogodnijeg okruženja za razvoj turizma za sve aktere. Takođe je predviđeno da se unapredi sistem statističkih podataka u oblasti turizma kako bi se unapredilo kreiranje politike na osnovu dokaza. Ovaj cilj će se postići uz pomoć sledeća dva specifična cilja:

- **Specifični cilj 5.1: Poboljšanje pravnog okvira i turističke politike sa fokusom na održivost**
Novi zakon o turizmu, kao i podzakonski akti, omogućiće regulisanje delokruga pružalaca turističkih usluga, turističkih vodiča, smeštaja i drugih turističkih usluga. Kroz reviziju politike viznog režima za Kosovo, cilj je da se olakša pristup Kosovu u skladu sa protokom posetilaca.

- **Specifični cilj 5.2: Stvaranje standardizovane infrastrukture za prikupljanje i prezentaciju podataka u oblasti turizma**
Unapređenje turističke statistike će se postići kroz identifikaciju indikatora i usklađivanje sa međunarodnim organizacijama. Ovaj cilj treba da se postigne stvaranjem standardnog statističkog okvira za merenje uticaja turizma na privredu.

11. Praćenje i izveštavanje

Vodeća institucija za koordinaciju sprovođenja strategije je Ministarstvo Industrije, Preduzetništva i Trgovine (MIPT), odnosno Departman za turizam. Na godišnjem nivou, predmetno departman će pripremati izveštaj o napretku za postizanje ciljeva strategije i sprovođenje akcionog plana. Ovaj

izveštaj će pružiti informacije o nivou implementacije strategije u odnosu na njihove ciljeve i indikatore. Pažnja će biti posvećena analizi prepreka, izazova i rizika u vezi sa sprovođenjem strategije.

Institucije učesnice biće obavezne da daju svoje doprinose tokom sastavljanja izveštaja. Važan deo ovog izveštaja biće analiza prepreka, izazova i rizika.

Strategija će proći privremenu procenu 2024. kako bi se procenila efektivnost i efikasnost implementacije, dok će se konačna procena održati 2026. Obe procene će biti nezavisne i MIPT će tražiti spoljnu podršku za pripremu njihove.

12. Budžet

U ovom delu su prikazani podaci koji se odnose na sprovođenje Strategije turizma za period obuhvaćen Akcionim planom 2024-2026. Srednjoročna revizija Strategije turizma 2030. treba da obuhvati troškove aktivnosti za predmetni period.

Prosečna ocena

Procena uticaja na budžet (PUB) Strategije turizma zasnovana je na obračunu troškova sprovođenja Akcionog plana Strategije turizma 2024-2026.

Za obračun troškova strategije korišćen je pristup «odozdo prema gore», a proizvodi definisani u akcionom planu bili su od posebnog značaja za izračunavanje troškova implementacije.

Strateški ciljevi turističke strategije:

Cena 2024-2026:

- Strateški cilj 1 – Povećanje promotivnih aktivnosti i poboljšanje protoka informacija - 2,020,100.
- Strateški cilj 2 – Stvaranje i unapređenje kvalitetne i održive infrastrukture za razvoj turizma - 194,045,076.
- Strateški cilj 3 - Proširenje turističke ponude u skladu sa standardima održivosti i povećanje konkurentnosti - 11,507,000.
- Strateški cilj 4 - Podizanje ljudskih kapaciteta za povećanje broja zaposlenih na tržištu rada i unapređenje usluga - 430,000.
- Strateški cilj 5 – Unapređenje regulatornog okvira i turističke politike - 159,400.

Navedeni podaci pokazuju da je „**Stvaranje i unapređenje kvalitetne i održive infrastrukture za razvoj turizma**“ strateški cilj sa najvećom cenom, ili drugačije rečeno, 93% ukupnih troškova, što proizilazi iz strateškog cilja «**Proširenje turističke ponude**“ prema standardima održivosti i povećanju konkurentnosti» za 5,5%.

Strateški ciljevi su podeljeni u 19 specifičnih ciljeva kako sledi:

1	Promovisanje turističkog imidža Kosova u međunarodnoj areni.	1,149,400
---	--	-----------

2	Upotreba digitalnih metoda u pružanju turističkih informacija i unapređenju kvaliteta turističkih informacija.	718,700
3	Podizanje saradnje između turističkih aktera.	152,000
4	Relativizacija postojećih Turističkih centara.	100,150,000
5	Privlačenje investitora za otvaranje novih zimskog turizma (skijaških) centara.	110,000
6	Povećanje smeštajnih kapaciteta i unapređenje njihove infrastrukture.	5,803,356
7	Poboljšanje turističkog pristupa.	82,461,836
8	Izgradnja infrastrukture za zaštitu životne sredine.	266,000
9	Identifikacija i izrada staza za avanturistički turizam i alpsko skijanje.	1,216,600
10	Održivo upravljanje turističkim atrakcijama.	3,734,500
11	Unapređenje bezbednosne infrastrukture u turističkim destinacijama	302,784
12	Promovisanje razvoja komercijalnih proizvoda prema svetskim trendovima.	2,946,000
13	Unapređenje kulinarske ponude u područjima pogodnim za seoski turizam.	6,475,000
14	Razvoj i promocija mračnog turizma.	1,022,000
15	Promocija noćnog života i uključivanje festivala u turističku ponudu.	1,064,000
16	Unapređenje sistema formalnog obrazovanja u oblasti turizma.	100,000
17	Kreiranje programa edukacije i stručnog usavršavanja posvećenih sektoru turizma.	330,000
18	Unapređenje zakonskog okvira i turističke politike sa fokusom na održivost.	82,500
19	Stvaranje standardizovane infrastrukture za prikupljanje i prezentaciju podataka iz oblasti turizma.	76,900
	Ukupno	208,161,576

Specifični cilj „**Relativizacija postojećih turističkih centara**“ sadrži najveći budžetski trošak sa 100,150,000 € ili 48% ukupnog budžeta, a zatim specifični cilj „**Poboljšanje turističkog pristupa**“ sa 82,461,836 € ili 39% ukupnog budžeta, „**Unapređenje kulinarsku ponudu u oblastima pogodnim za seoski turizam**“ sa 6,475,000 € ili 3%, i drugim specifičnim ciljevima sa manjim procentom.